

INFORME D'INICI D'EXPEDIENT I INSUFICIÈNCIA DE MITJANS D'UN SERVEI D'ELABORACIÓ D'UN PLA I ESTRATÈGIA DE MITJANS ONLINE I OFFLINE AMB MOTIU DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DE NADAL 2021

La missió i visió de Turisme de Barcelona com a Consorci de promoció turística de la ciutat, és projectar, dinamitzar i posicionar Barcelona com a Destinació Turística en l'àmbit nacional i internacional a través del coneixement de la seva cultura i idiosincràsia, a partir d'una oferta de valor afegit i d'acord amb uns criteris de segmentació de públics i interessos.

1. Treballa per construir la reputació internacional de la marca Barcelona.
2. Orienta el públic internacional per aprofitar el màxim la destinació.
3. Capta esdeveniments de referència per generar activitat econòmica, dinamitzar sectors productius i crear benestar.
4. Ajuda, com agent facilitador, a fer créixer el teixit econòmic de la ciutat.
5. Ser i actuar com a referent, nacional i internacional, en matèria de promoció i màrqueting al servei de l'economia i del sector turístic des dels valors de la sostenibilitat i l'entesa pública privada.
6. Recuperar i intentar, més que mai, millorar el posicionament dins del rànquing de les destinacions europees
7. Aprofitar per atraure un model turístic de qualitat que incrementi la despesa de visitants durant l'estada i que permeti que Barcelona es consolidi com a una destinació responsable i sostenible.

El turisme ha estat i és un dels sectors més afectats per la crisi de la COVID19. Moltes destinacions turístiques mundials com Barcelona, han vist malmesa la seva economia d'una forma extremadament ràpida, i es preparen en un temps rècord, per la seva recuperació.

A poc a poc, i gràcies a l'avançament del pla de vacunació diari arreu del món, són més els visitants que amb seguretat es decideixen i es decidiran potencialment, a visitar altres destinacions i sortir de viatge fora del seu país.

Malgrat això i tal com ha succeït aquesta temporada d'estiu per augment de casos de contagis, s'han exigint algunes restriccions en destinació i s'han imposat confinaments i proves de diagnòstic en alguns mercats en origen que han fet frenar l'arribada de turistes de caràcter més vacacional i internacionals principalment.

Les vacances de Nadal són una gran oportunitat per oferir la destinació de Barcelona com a focus atractiu del sud d'Europa amb una gran oferta urbana cultural, gastronòmica i de compres entre

d'altres, i com a ciutat per citybreaks o estades d'escapades més curtes amb famílies, parelles i amics.

Aquest Nadal i per tal d'atraure més públic, l'Ajuntament de Barcelona presenta una proposta de celebració de Nadal a Barcelona amb l'objectiu de fer un salt qualitatiu tant pel que fa a la programació d'activitats com a la projecció de la marca Barcelona, tant a escala nacional com internacional.

Sempre mantenint l'esperit de les tradicions pròpies, les quals ens diferencien d'altres destinacions, la idea és renovar l'estètica nadalenca més tradicional per a impulsar una mirada més cosmopolita, innovadora, de qualitat i amb la cultura com a eix vertebrador de l'oferta d'activitats, que situï Barcelona com la destinació amb el millor Nadal del sud d'Europa.

Seràn unes festes accessibles, gratuïtes i que volen apropar la cultura a tothom.

La programació d'activitats de Nadal té 4 eixos principals:

- 1) **Acte d'encesa de llums.** Data prevista: 26 de novembre
- 2) **El nou model de disseny de llums** nadalenques per a la ciutat. El Christmas Bus realitzarà una ruta pels carrers il·luminats més destacats (confirmar).
- 3) **Programa d'activitats** ampli i multidisciplinari que, del 18 al 30 de desembre, tindrà lloc a diferents escenaris de la ciutat. Els principals seran:
 - a. Pl. de Catalunya, amb una escenografia nadalenca i amb activitats de matí, tarda i vespre: familiars, lúdiques, musicals, escèniques, cinematogràfiques, etc.
 - b. Pl. de la Universitat, amb un escenari de joc interactiu, artístic i sensorial.
 - c. Carrer Aragó: una de les principals vies il·luminades de la ciutat. Aquest punt aniria més aviat al nou model de disseny de llums de Nadal, amb els nous dissenys de Plaça Catalunya, Aragó i Gran Via.
 - d. Als 10 Districtes: amb el Sons de Nadal, on hi haurà més de 100 concerts.
 - e. Comerços, centres comercials i mercats: es portaran a terme accions i activitats en col·laboració amb aquests actors.

Atesa a la manca de mitjans personals de Turisme de Barcelona per a la prestació del servei amb mitjans propis assegurant el seu òptim desenvolupament, es considera necessària la contractació d'una empresa de mitjans per a la prestació del servei d'elaboració d'un pla i estratègia de mitjans online i offline amb motiu de la campanya de comunicació de Nadal 2021 pel Consorci de Turisme de Barcelona, i assegurar així una correcta execució del servei.

Atès que es tracta d'un servei unitari, on l'estratègia on i offline han de trobar-se totalment alineades tant en el contingut com en la forma i el temps, no es possible dividir en lots l'objecte del contracte.

Pel que s'ha exposat, s'informa a l'òrgan de contractació de la necessitat d'iniciar un procediment de licitació pública per a la contractació del servei d'elaboració d'un pla i estratègia de mitjans online i offline per a la campanya de comunicació nacional i internacional de Nadal 2021 del Consorci de Turisme de Barcelona.

Atenent el preu de mercat actual per un servei amb les característiques indicades, es preveu que el valor estimat del contracte sigui de 124.0000 IVA exclòs (150.040,00 euros IVA inclòs).

I perquè així consti, signo el present informe als efectes oportuns,



Eva Camins Audí
Marketing operatiu
Consorci de Turisme de Barcelona

A Barcelona, a 3 de setembre de 2021