

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA GESTIÓN
DEL ESPACIO FITUR GAY
EXP.- 19/023 – 2000014404**

**COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN
Madrid, enero de 2019**

1. OBJETO DEL SERVICIO.-

Servicio de gestión y promoción del espacio Fitur Gay para el año 2020.

El ADJUDICATARIO deberá desarrollar junto con FITUR el espacio Fitur Gay. Será el encargado de buscar patrocinadores y expositores, gestionar actividades y ponencias dentro de la feria así como de gestionar y generar contenidos para las redes sociales y los medios de comunicación.

Será FITUR en todo momento, quien tenga la última palabra para el desarrollo de las actividades anteriormente mencionadas.

2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

La empresa ADJUDICARIA será la encargada de los siguientes servicios:

1. COMERCIALIZACIÓN:

- ✓ El ADJUDICATARIO será el encargado de crear los materiales de marketing pertinentes para la comercialización de los espacios en el evento:
 - Se desarrollará un **dossier descriptivo** del evento incluyendo los datos más relevantes de las ediciones anteriores así como reportajes fotográficos de las mismas. El dossier se enviará a potenciales expositores y visitantes.
 - Se desarrollará un **dossier de prensa** electrónico (PDF) de la repercusión mediática de FITUR Gay (LGTB) 2019 para su utilización en la comercialización por la red comercial de la feria.
 - Se elaborarán **Newsletters** tanto para los expositores confirmados como para posibles expositores. Será importante enviar el documento a aquellos expositores que finalmente se dieron de baja en ediciones anteriores para atraerles en la nueva edición.
- ✓ El ADJUDICATARIO deberá tener una gran red de contactos nacionales e internacionales que constituyan una óptima base de datos de potenciales clientes para FITUR Gay (LGTB) 2020
- ✓ El ADJUDICATARIO deberá comercializar e informar a sus contactos sobre FITUR Gay (LGTB), utilizando todos los materiales disponibles. Una vez el contacto esté interesado, el ADJUDICATARIO deberá ponerle en contacto con el departamento comercial de FITUR para la concreción de detalles.

Por cada expositor que contrate espacio en FITUR Gay (LGTB) y que haya sido captado por el ADJUDICATARIO, éste recibirá un 20% de los ingresos sobre el precio del suelo/espacio libre/mesas contratado.

2. SPONSORIZACIÓN DE ZONAS COMUNES

- ✓ El ADJUDICATARIO buscará sponsors para las zonas comunes, los eventos y conferencias.
Estos sponsors deberán ser en la medida de lo posible “marcas blancas”, es decir, que sean neutrales e inclusivas. Será FITUR, en todo momento, quien tenga la última palabra sobre la aceptación de sponsors, pudiendo oponerse a las propuestas enviadas por el ADJUDICATARIO.
- ✓ El ADJUDICATARIO facturará un 20% sobre los ingresos obtenidos por sponsorización de zonas comunes, siempre que los sponsors haya sido captados a través del ADJUDICATARIO
- ✓ Las zonas comunes deberán desarrollar una temática común. Esta temática podrá ser propuesta por el ADJUDICATARIO a FITUR para su aprobación.

3. EVENTOS Y CONFERENCIAS

- ✓ El ADJUDICATARIO se compromete a elaborar un programa de alto nivel, que sea interesante tanto a nivel de negocios como de entretenimiento y mediático, con el objetivo de atraer más visitantes profesionales y más público para así conseguir más difusión y publicidad. El programa incluirá la asistencia de ponentes, personas de relevancia y actividades de interés. El programa deberá de ser presentado a FITUR antes de su puesta en marcha para su aprobación al menos con 1 mes de antelación.
- ✓ El ADJUDICATARIO se encargará de las invitaciones y confirmación de asistencia de los ponentes para las conferencias. El ADJUDICATARIO deberá enviar a FITUR la información necesaria para la elaboración y gestión de las acreditaciones correspondientes al menos una semana antes del evento.
- ✓ Si algunos de los ponentes genera interés mediático, el ADJUDICATARIO editará notas de prensa y las enviará al departamento de comunicación de FITUR
- ✓ El ADJUDICATARIO se encargará de coordinar los eventos, conferencias y actividades, así como de dar la bienvenida a los invitados, presentar y moderar ponencias, debates y gestionar el resto de eventos del programa.
- ✓ El ADJUDICATARIO deberá, junto a la Dirección de FITUR, y pasado el evento, agradecer la participación en las ponencias y eventos a través de carta o correo electrónico.
- ✓ Las sponsorizaciones en especie (alojamiento) deberán usarse para atraer a los ponentes no residentes en la Comunidad de Madrid.

4. COMUNICACIÓN Y RRPP

- ✓ El ADJUDICATARIO desarrollará un plan de comunicación para FITUR Gay (LGTB) que presentará 6 meses antes del evento para la aprobación por parte de FITUR
- ✓ El plan de comunicación deberá contener una planificación de las principales comunicaciones previsibles sobre FITUR Gay (LGTB), incluyendo los conceptos a publicar, las fechas y los medios donde deben comunicarse.
- ✓ El ADJUDICATARIO deberá producir los contenidos de las comunicaciones y coordinará con FITUR su divulgación. Incluyendo el contenido para las redes sociales.
- ✓ El ADJUDICATARIO contratará un Community Manager para la gestión de las redes sociales, siempre bajo su supervisión y la de FITUR. Este coste deberá estar integrado dentro de la oferta.
- ✓ El Community Manager deberá tener experiencia de, al menos, 2 años en el sector turístico LGBT.
- ✓ Las Redes Sociales a gestionar serán: el perfil de FITUR Gay en Facebook, así como el grupo FITUR Gay en Facebook y la página específica de FITUR Gay en Facebook. También la cuenta FITUR Gay en Twitter, así como otras redes sociales como LinkedIn, Foursquare, Flickr, Vimeo, Instagram y Youtube
Las claves de dichas redes sociales serán compartidas con FITUR.
- ✓ Por último, el ADJUDICATARIO facilitará a FITUR los contenidos para la aplicación móvil desarrollada para el evento y cuya gestión realizará un tercero elegido por FITUR.
- ✓ Una vez finalizado FITUR Gay, el ADJUDICATARIO deberá elaborar un informe detallado sobre la cobertura del evento en los distintos medios de comunicación.

5. FEEDBACK

- ✓ El ADJUDICATARIO diseñará una encuesta de satisfacción a expositores para identificar los aciertos y posibles áreas de mejora. Esta encuesta deberá ser aprobada previamente por FITUR con 2 meses de antelación a la celebración de la feria.
- ✓ El ADJUDICATARIO entrevistará a los distintos expositores en persona para conocer de primera mano sus sensaciones sobre la feria. Estas entrevistas se deberán realizar a las personas que se encuentren en los stands, no a los responsables de las empresas, con el fin de conseguir un feedback más realista.
- ✓ El ADJUDICATARIO deberá elaborar un Informe Final con un completo análisis del conjunto de la experiencia de la feria, incluyendo el impacto

mediático, opinión de expositores, experiencia de los ponentes, así como con las conclusiones obtenidas para la mejora de la siguiente edición.

- ✓ El informe incluirá el seguimiento de la publicación de notas de prensa. Recopilación de noticias publicadas sobre la feria y elaboración de memoria de apariciones.

3. CONTRAPRESTACIONES.-

IFEMA dispondrá de los siguientes espacios para los expositores:

- Stand llave en mano de 9 m2
- Mesas PYME 5 m2
- Espacio libre (sólo suelo) desde 18m2 a 36 m2

4. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A APORTAR POR EL OFERTANTE.-

El ofertante incorporará en el sobre/archivo electrónico nº 2 - Documentación Técnica la documentación técnica que a continuación se relaciona, y cualquier otra documentación relevante, con objeto de una adecuada valoración de su oferta.

- ✓ Plan de marketing y comercialización del evento. Deberá desarrollarse los métodos que usarán para conseguir mayor difusión del evento entre sus contactos, potenciales expositores y sponsors del sector turístico LGBT
- ✓ Relación de medios (por países), organismos y personas destinatarias de las newsletters, dossier de prensa y dossier descriptivo
- ✓ Metodología del servicio: descripción de las herramientas recomendadas para alcanzar los objetivos de comunicación, definición de un plan de comunicación detallado y perfil profesional del Community Manager.
- ✓ Se incluirá una propuesta de programa para el evento. Esta propuesta incluirá al menos 4 ponentes distintos, 7 temas para tratar en las posibles conferencias, debates y 3 actividades lúdicas. Los temas deberán ser de interés para todos los asistentes al evento: visitantes profesionales, público y medios.
- ✓ Organigrama del equipo de trabajo, perfil profesional del equipo de trabajo. Deberá incluir toda la información relevante a trabajos realizados en el sector turístico y LGBT
- ✓ Se incluirán tres ideas de distintas temáticas para las zonas comunes. Deberán describir cómo se desarrollará la temática dentro del espacio.

Esta documentación se considerará imprescindible para poder evaluar la oferta.

5. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-

El adjudicatario designará a una persona, que actuará ante IFEMA como responsable e interlocutor válido, para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados.

6. PERSONA DE CONTACTO.-

- Para cualquier aclaración relacionada con cuestiones económico-administrativas, deben dirigirse a Anaís Escudero, de la Dirección de Compras y Logística de IFEMA, teléfono: 91.722.57.33, correo electrónico anais.escudero@ifema.es