



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría acceder al original.
(Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre)

Subdirección General de Promoción Turística
Dirección General de Turismo
CONSEJERÍA DE CULTURA TURISMO Y DEPORTE

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ EL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DE LAS RUTAS AÉREAS DIRECTAS DESDE MADRID A CHICAGO, BOSTON, LOS ANGELES Y SAN FRANCISCO OPERADAS POR LA COMPAÑÍA AÉREA IBERIA DURANTE 2022.

(Exp. N° P/SER-018141/2022.

1.- OBJETO

Es objeto del presente Pliego regular las Prescripciones Técnicas relativas al contrato privado de patrocinio por parte de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid de las rutas aéreas Madrid-Chicago, Madrid- Boston Madrid – Los Angeles y Madrid –San Francisco y viceversa operadas por la compañía aérea Iberia durante el año 2022.

La Dirección General de Turismo tiene atribuidas, entre otras competencias, la promoción del sector turístico madrileño a nivel internacional. Entre sus objetivos se encuentra aumentar el número de turistas que llegan a la región y los ingresos por ellos generados, estableciendo como una de las líneas estratégicas mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico, a través de diversas acciones de comunicación y promoción. Entre ellas actuaciones de comarketing, con el sector privado

Tras la crisis del COVID, y con el fin de recuperar la afluencia de turistas internacionales prepandemia, es necesario llevar a cabo acciones promocionales en colaboración con el sector privado en el mercado norteamericano, uno de los principales mercados emisores turístico para la Comunidad de Madrid y con mayor capacidad de gasto,

Iberia se presenta como la compañía más adecuada para apoyar una acción de co-marketing y de promoción del destino Madrid en EEUU por su conectividad aérea directa con las principales ciudades norteamericanas, y además permite un planteamiento de promoción personalizado dirigido a un importante público potencial. Más de 7 millones de viajeros al mes visitan su página web, cuenta con más de 2 millones de seguidores en sus redes sociales y el 40 % de sus clientes gastó más de 2000 euros en sus vacaciones. El mensaje del destino Comunidad de Madrid llegaría a esas audiencias potenciales que aún desconocen Madrid o que, a priori, tienen otros lugares europeos en mente

Por ello, la Comunidad está interesada en colaborar en la promoción de las rutas aérea Madrid-Chicago, Madrid- Boston Madrid – Los Angeles y Madrid –San Francisco y viceversa operadas por la compañía aérea Iberia durante el año 2022. mediante un contrato para el patrocinio publicitario, que permita el desarrollo de acciones de difusión y promoción que contribuyan a incrementar la afluencia de visitantes al destino Comunidad de Madrid por medio de transporte aéreo desde el mercado norteamericano a través de los canales de comunicación y marketing de la patrocinada.

2.- LUGAR DEL PATROCINIO

El ámbito de ejecución del presente contrato es de carácter universal, dado que las acciones integradas en el mismo abarcan tanto acciones promocionales a bordo de los vuelos de largo radio operados por Iberia desde Madrid, a los destinos norteamericanos como acciones online en la página web y redes sociales de Iberia, así como acciones publicitarias off line y realización de eventos promocionales en destinos norteamericanos

3.- DESARROLLO DEL PATROCINIO

El evento se desarrollará de acuerdo con las siguientes prescripciones técnicas:

Primera.- La Comunidad de Madrid adquiere la condición de patrocinador de las rutas aéreas. Madrid-Chicago, Madrid- Boston Madrid – Los Angeles y Madrid –San Francisco y viceversa operadas por la compañía aérea Iberia durante el año 2022.

Segunda.- La adjudicataria deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en el marco de las acciones promocionales que se detallan a continuación y que ésta se encuentre en todo momento visible y en el lugar estipulado, informando previamente a la Comunidad de Madrid para su debida supervisión y aprobación.

A este fin, se incorporará el logotipo y nombre de la Comunidad de Madrid en todos los soportes promocionales y publicitarios que se produzcan con motivo del patrocinio, exhibiéndose asimismo en todos los actos promocionales y ruedas de prensa, o similares, que se celebren con ocasión del patrocinio .

Las acciones promocionales que se desarrollarán serán las siguientes:

A.- ACCIONES A BORDO

Revista Ronda

Ronda es la revista que acompaña a los viajeros en sus vuelos con Iberia, Iberia Regional, Air Nostrum y en las Salas Vip de la aerolínea. El 97% de los pasajeros de Iberia declaran leer Ronda, y su audiencia es de 300.000 lectores por número. El perfil del lector de la citada revista, es de hombres y mujeres de 35 a 45 años con estudios de postgrado, con un cargo directivo o mando superior.

Se publicará un reportaje con portada sobre el destino Comunidad de Madrid en la edición del mes de septiembre y octubre de 2022, con la siguiente distribución, tras los cambios en el formato debido a los nuevos protocolos de higiene y seguridad a bordo:

- Disponible en Press Reader, Shop Iberia e IFE (sistema de entretenimiento a bordo).
- Nueva difusión en versión digital que llega al pasajero en un email pre embarque en formato PDF para que pueda disfrutar del contenido durante el vuelo.
- Envío de edición impresa a un grupo de clientes exclusivos de Iberia Plus.
- Entrega de 3000 ejemplares/mes de edición impresa con precinto de un solo uso en Salas Vip de Iberia en el aeropuerto T4.

Se insertara imagen del destino Comunidad de Madrid y logotipo institucional en una de las páginas de publicidad de la revista Ronda en la misma edición de septiembre y octubre 2022.

Video a bordo

Se proyectara un vídeo de 30 segundos de duración dedicado a la Comunidad de Madrid durante dos meses, que será emitido durante septiembre y octubre en la sección Films Club o TV.

B.- ACCIONES ON LINE IBERIA COM

- Banner en rotación con imagen del destino Comunidad de Madrid en la home de iberia.com en Estados Unidos junto con un landing page durante dos semanas.
- Envío de Newsletter semanal segmentado a clientes de Iberia Plus en Estados Unidos
- Comunicación exclusiva (emailing) del destino de la Comunidad de Madrid a la base de clientes de Iberia en Estados Unidos.
- Banner en rotación con imagen del destino Comunidad de Madrid en la home de iberia.com en México, Chile, Colombia, Argentina y Brasil junto con un landing page durante dos semanas cada banner
- Banner en rotación con imagen del destino Comunidad de Madrid en la home de iberia.com en Reino Unido, Alemania, Francia e Italia junto con un landing page durante dos semanas cada banner
- Envío de Newsletter semanal segmentado a clientes de Iberia Plus en los mercados europeos en los que se publicara el banner.
- Artículo en revista Iberia Plus: contenido de la Región de Madrid en la revista bimensual en español y en inglés, cuyo objetivo es generar contenido de interés. Envío de la revista por email cada 2 meses y difusión de la revista en Redes Sociales.



**Comunidad
de Madrid**

C.- ACCIONES PUBLICITARIAS OFF LINE

Tarjetas de embarque

Esta acción consistirá en la presencia de la Comunidad de Madrid en las tarjetas de embarque físicas que se emitan durante 2 semanas en la Terminal 4 del aeropuerto Adolfo Suárez de Madrid, mediante la inclusión de una imagen del destino Comunidad de Madrid y del logotipo institucional en las citadas tarjetas.

D.- ACCIONES EN REDES SOCIALES

Publicaciones en perfiles de Iberia

-Publicación de 3 a 5 stories del destino Comunidad de Madrid en el perfil de Iberia de Instagram que cuenta con más de 402.000 followers

-Publicación en el perfil de Iberia en Facebook para promocionar la Comunidad de Madrid

Acción con influencers

Realización en redes sociales de una acción con un influencer del mercado de Estados Unidos al que se le planteara un itinerario de interés turístico en la Comunidad de Madrid que permita incrementar notoriedad y generar deseo de viajar a la región, con una dinámica de engagement que será amplificada con el viaje a la Comunidad, de manera que este influencer promocionará la Comunidad de Madrid en su perfil de Instagram.

Blog “Me gusta volar”

- Publicación de dos artículos para el blog de viajes “Me gusta volar” que acumula una media 462.053 visitas y 277.268 usuarios en su versión en español y 76.659 visitas y mas de 42.550 usuarios en su versión en inglés, donde uno de los autores de cabecera desarrollará para publicación un texto exclusivo de entre 750 y 1.000 palabras con temática sobre la Comunidad de Madrid (versión en castellano y en inglés).

E.- CAMPAÑA EN MEDIOS EXTERNOS

Soportes exteriores en Manhattan

Se creará un plan exclusivo para la Comunidad de Madrid en soportes en exteriores en la ciudad de Nueva York con un circuito estratégico de 200 caras de mupis digitales.

Campaña de display en programática

Iberia realizar una inversión en una campaña de display con unas impresiones estimadas de 140.000.000 para incentivar las ventas desde los destinos operados por Iberia en Estados Unidos a Madrid que consistirá en:

- Publicidad en banners de web externas en el mercado USA con la promoción de vuelos. Se incluirán el logo de la Comunidad de Madrid y de Iberia.
- Campaña de display en programática dirigida a las siguientes audiencias:
 - Usuarios que tengan una intención de compra en volar a Madrid desde mercado USA
 - Usuarios que tengan intención de viajar
 - Usuarios que hayan entrado en iberia.com desde mercado USA

F. EVENTOS EN DALLAS Y NEW YORK

Participación del destino turístico de la región de Madrid en los eventos de IBERIA en Dallas y en Nueva York, con el objetivo de promocionar la Comunidad de Madrid en estos mercados y obtener un gran impacto en el mercado norteamericano, consistente en un evento previsto en el mes de septiembre / octubre en cada ciudad, al que se convocarán a las empresas y agencias de viajes corporativas más relevantes.

La Comunidad de Madrid contará en ambos eventos con

- Discurso de representante institucional de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid (Iberia se hará cargo de vuelos y alojamientos de 2 representantes de Madrid)
- Difusión de un video promocional de la Región de Madrid Proyección como destino turístico durante el evento
- Distribución de material promocional de la Región de Madrid como destino turístico en el evento.
- La presencia/localización del logo de la Comunidad de Madrid durante el evento

Tercera.- La adjudicataria entregará a la Comunidad de Madrid, a la finalización de los trabajos, una memoria detallada en la que se recoja pormenorizadamente el desarrollo de los trabajos

Cuarta.- Cualquier cambio o modificación en la organización o desarrollo del evento, habrá de ser previamente comunicado a la Comunidad de Madrid, quien se reserva el derecho a proceder a la resolución del contrato y retirar su patrocinio, con restitución de las cantidades en su caso percibidas.

4.- DIRECCIÓN TÉCNICA DE LOS TRABAJOS:

Para llevar a cabo la dirección de los trabajos objeto del presente pliego, se designará un Técnico de la Dirección General de Turismo.

Madrid, a 9 de abril de 2019

LA SUBDIRECTORA GENERAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Firmado digitalmente por: TOLEDO MARTINEZ DE GALINSOGA CAROLINA
Fecha: 2022.06.24 09:32

Fdo. Carolina Toledo Martínez de Galinsoga