

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A SERVEIS DE RELACIONS PÚBLIQUES DEL GREC FESTIVAL DE BARCELONA 2021

1. OBJECTE DEL PLEC

El present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació de totes les tasques relatives als serveis de relacions públiques de l'edició 2021 del Grec Festival de Barcelona.

2. CONTEXT

COVID

Amb l'experiència del Grec Festival 2020 i en el moment de redactar-se i fer-se públic el present plec es detallen a continuació totes aquelles condicions necessàries per poder desenvolupar la 45a edició del Festival. Cal apuntar que l'evolució de la pandèmia i la normativa exigida pel PROCICAT a la ciutat de Barcelona farà adaptar el Grec Festival a les condicions sanitàries del moment .

EL FESTIVAL

El GREC Festival de Barcelona, en la seva edició número 45 és un esdeveniment que aplega la major oferta d'arts escèniques de l'estiu de Barcelona. Aquesta oferta és àmplia i comprèn el teatre, la dansa, la música, el circ i altres manifestacions performatives i visuals. És celebrat entre la darrera setmana de juny i primera setmana d'agost en diversos espais de la ciutat, tant públics com privats i es caracteritza per:

Festival de Barcelona. El Grec Festival de Barcelona està arrelat a la seva ciutat. L'estiu, la nit i Barcelona són tres elements que identifiquen especialment aquest esdeveniment cultural.

Festival de creació. El Grec Festival de Barcelona aposta per la creació i per la singularitat respecte a la temporada ordinària. És un parèntesi estival que ofereix una programació diferent de la que es pot veure habitualment a la ciutat.

Produccions pròpies. El Grec aposta per les produccions pròpies i coproduccions per tal de donar als creadors, locals o estrangers, la possibilitat de presentar les seves creacions al públic.

Festival internacional. El Grec s'ha consolidat com un dels festivals de referència a Europa, assolint un autèntic pes específic internacional que sigui alhora un aparador de les millors creacions escèniques que es fan arreu del món i una plataforma de dimensió internacional per als creadors locals.

APROVAT pel gerent
En data:

GREC 2021 XIFRES I ESPAIS APROXIMATS**90 ESPECTACLES PREVISTOS** 40 sales diferents**15 ESPECTACLES AL TEATRE GREC 25 FUNCIONS****85 ESPECTACLES A LA RESTA D'ESPAIS DE MONTJUÏC I TEATRES DE CIUTAT UNES 550 FUNCIONS.**

Grec Montjuïc; El cor del festival amb espectacles que ens interessa potenciar especialment pel seu protagonisme en el relat i pel fet que són co-produccions de les que assumim la responsabilitat íntegra de la venda d'entrades.

L'espai de representació principal del Grec Montjuïc és el Teatre Grec de Montjuïc. Dins de l'espai Teatre Grec hi ha l'amfiteatre amb un **aforament màxim és d'un 2.100 butaques, que s'adaptarà a la normativa sanitària del moment del festival** i el mateix pel que respecta els Jardins, on s'ubica la zona de restauració del festival i es poden desenvolupar actes de presentació i/o activitats especials.

Grec Ciutat; Amb espectacles d'exploració més llarga que es desenvolupen a sales de la ciutat i amb els que establim complicitats amb les companyies. En aquest cas les pròpies sales/promotors realitzen la venda directa de les entrades.

Altres activitats; Activitats consistents en presentacions, xerrades, converses post funció, etc. fetes a diferents espais de la ciutat com biblioteques, centres cívics i de lliure accés la major part. (30 espais aproximadament)

3. TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

Treballant sota la supervisió del Servei de Patrocini i Relacions Públiques i amb la complicitat de la direcció del Grec Festival i el Departament de premsa de l'Institut de Cultura, s'ha de responsabilitzar de dur a terme les tasques descrites a continuació.

Roda de premsa i inauguracions:

Confirmació i seguiment de les invitacions destinades a companyies, col·laboradors, periodistes, patrocinadors, crítics etc. per a cadascun dels espectacles. Els criteris els establiran el Servei de Patrocini i Relacions Públiques, Protocol, el Departament de Premsa de l'ICUB i la direcció del Festival, en cada cas. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment en la qual quedin enregistrades totes les gestions.

En el cas concret de periodistes i crítics serà necessària una previsió prèvia d'assistència a cadascuna de les estrenes, per tal de conèixer amb antelació quines són les intencions de cadascun dels mitjans i la següent confirmació i seguiment personalitzat de les assistències per a cadascun dels espectacles, un cop s'ha validat amb el departament de premsa.

En general, la gestió de les invitacions s'ha de realitzar de manera ordenada i sistemàtica, ja que cada dia sorgeixen noves peticions, anul·lacions i canvis. Aquests canvis han d'estar ben reflectits a les llistes finals.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge del festival ni de la institució.

1. Roda de premsa: **darrera setmana d'abril a primera setmana de maig del 2021**
Es seguiran les mesures sanitàries del moment amb la possibilitat de ser en streaming. Si és el cas, invitació a l'acte adreçat a companyies i col·laboradors del festival que es celebra coincidint amb la roda de premsa. **Seguiment de confirmats i protocol durant la celebració, d'aproximadament 400 convidats**
2. Inauguració 2021 del festival:
El tret de sortida del festival és la nit de la inauguració al Teatre Grec. L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, sota supervisió de l'ICUB del seating, gestió d'invitacions, protocol, relacions públiques i atenció als convidats i premsa el dia de l'acte. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el Departament de Protocol de l'Ajuntament de Barcelona i el Departament de Patrocini de l'Institut de Cultura o amb qui aquest designi. **Invitació seguiment de confirmacions i seating d'un aforament màxim de 2.100 persones a confirmar el percentatge d'assistència segons normativa sanitària del moment.**
3. Inauguracions de sector:
Tres dels espectacles del Festival tindran caràcter d'inauguració per gèneres Dansa/ Circ i Música. Serà necessària la **preparació de l'e-mailing d'invitació, confirmació i seguiment de convidats i atenció als convidats durant les inauguracions. Invitació d'un màxim d'unes 1.000 persones en cadascuna de les tres inauguracions.**
4. Prèvies amb públic fora de programa a manera d'assaig general:
Es poden organitzar entre 3 i 5 funcions prèvies amb un màxim aproximat del 50% de l'aforament. Serà necessària la **preparació de l'e-mailing d'invitació, confirmació i seguiment de convidats entre les prèvies acordades.**
5. Invitacions festival:
Gestió d'invitacions de tots els espectacles del festival.
Cobertura amb una persona de suport de totes les funcions del Teatre Grec (25 funcions aproximadament) i de la resta d'espais de Grec Montjuïc i les estrenes de sales de Grec Ciutat. (màxim aproximat de 90 funcions)
Elaboració de llistes de convidats de totes les funcions perquè l'equip de cada sala distribueixi les entrades en les funcions en que no hi hagi cobertura per part de l'empresa adjudicatària amb una persona física.

Accions de fidelització, si són permeses per les autoritats sanitàries

1. Invitació, seguiment i organització de la presentació de la programació exclusiva pels **patrocinadors i col·laboradors** del Grec 2021. Màxim de 60 persones.
2. Invitació, seguiment i organització de la presentació de la programació exclusiva pel **públic fidel** al del Grec Festival. Màxim de 600 persones.
3. Invitació, seguiment i organització de la **presentació al públic en general** de la programació del Grec 2021. S'haurà de contactar amb empreses patrocinadores, mitjans col·laboradors i altres col·lectius a proposta de l'empresa adjudicatària.
4. Invitació, seguiment i organització de la **presentació de la programació a fins a tres col·lectius específics** a proposta de l'equip del festival o de la pròpia empresa adjudicatària. Aforament de fins a 200 persones en cada presentació.

Bloquejos d'entrades:

Realització dels bloquejos, junt amb la persona/es que el Grec Festival de Barcelona disegni, de les entrades que es requereixin en concepte d'invitacions per accions promocionals etc. dels diferents aforaments del festival. Traspàs a taquilles dels bloquejos realitzats.

Acompanyament companyies

Atenció a les companyies participants al festival per gestionar la seva acollida i atenció in situ, així com els llistats d'invitacions i donar suport a la seva estada a Barcelona. Fins a un màxim de 35 companyies.

En concrets es requeriran els següents serveis:

1. Reunions prèvies amb la direcció artística del festival per tal d'obtenir el contactes i detalls de les companyies internacionals del Grec 2021.
2. Contacte previ a l'arribada amb totes les companyies internacionals per a gestionar l'arribada de cada una a Barcelona
3. Procés d'acreditació professional per companyies: gestió de sol·licitud prèvia, acreditació física i lliurament.
4. Captació i coordinació de lliurament del welcome pack per a l'estada de les companyies internacionals (entrades a museus, activitats culturals, trobades...)
5. Gestió de desplaçaments a l'aeroport (arribada i sortida) de totes les companyies internacionals.
6. Resolució d'incidències i necessitats especials durant l'estada de les companyies i durant la trobada de programadors.
7. Servei telefònic permanent de companyies a través del telèfon mòbil.

Tancament

Redacció de l'informe resum de totes les tasques desenvolupades a la conclusió del festival.

Lliurament al Servei de Patrocini i Relacions Públiques els informes en format pdf i els corresponents excel on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant el festival segons les següents classificacions;

- Un informe d'invitacions lliurades per cada espectacle per separat.
- Un informe conjunt d'invitacions lliurades per cada espectacle.
- Resum xifres generals d'invitacions del festival.
- Invitacions Grec Montjuïc per cada dia de festival.
- Invitacions Grec ciutat per espectacle.
- Invitacions Grec Montjuïc per espectacle.
- Invitació amb nom i cognoms per Grec Montjuïc i Grec Ciutat.
- Llistat i anàlisi de convidats que finalment no assisteixen.
- Invitacions premsa Grec.
- Invitacions patrocinadors Grec.
- Invitacions mitjans Grec.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca d'atenció a companyies.

Termini de lliurament: 15 de setembre de 2021.

Enviament d'un e-mail d'agraïment a companyies, sales i col·laboradors del festival.

Assignació personal i dedicació mínima per a la realització de les tasques descrites

Equip de 6 persones dedicades a la gestió del projecte de les quals:

- 2 persones amb dedicació directa i personal sobre la coordinació i execució de totes les tasques encarregades per l'Institut de Cultura en tots els temes que es plantegin (1 Responsable i 1 Tècnic/a)

Totes dues han de tenir una experiència demostrable mínima de 3 anys en tasques de responsabilitat de relacions públiques en festivals a partir de dues setmanes de durada, on hi hagi un seating de més de 20 espectacles amb uns aforament mínim de 500 persones.

Totes dues han de tenir experiència en la gestió i relació d'actes amb patrocinadors d'esdeveniments culturals.

Al menys una, ha de tenir experiència demostrable mínima de 3 anys pel que fa a les relacions amb mitjans de comunicació i àmbit periodístic de la cultura.

Responsable: Estudis de grau o titulació de Llicenciatura en publicitat i relacions públiques.

Dedicació mínima:

Abril i Maig: Seguiment del mailing i establiment de contactes amb els teatres. Dedicació a mitja jornada.

Juny i Juliol: Dedicació a jornada completa i disponibilitat durant els dies i hores de funció.

Disponibilitat d'adaptació a les necessitats del festival per a la realització d'aquesta tasca, especialment durant el mes de juliol, tenint en compte que el festival es desenvolupa al vespre i caps de setmana.

Tècnic/a: Estudis de grau o titulació de Llicenciatura en publicitat i relacions públiques o en l'àmbit de la comunicació.

Dedicació mínima:

Maig: Dedicació una mitjana de 3 hores diàries.

Juny i Juliol: Dedicació a jornada completa.

Disponibilitat d'adaptació a les necessitats del festival per a la realització d'aquesta tasca, especialment durant el mes de juliol, tenint en compte que el festival es desenvolupa al vespre i caps de setmana.

- 3 persones de reforç:

Principis del mes de Juny fins a finals del mes de Juliol.

Dedicació mínima:

Reforç 1:

1a quinzena juny: mitja jornada de dilluns a divendres.

2a quinzena Juny: jornada completa de dilluns a divendres.

Juliol: una mitjana de 4 hores diàries de dilluns a diumenge

Disponibilitat tot el més per urgències, incidents etc

Estudis de grau o titulació de Llicenciatura en publicitat i relacions públiques o en l'àmbit de la comunicació.

Reforç 2:

Segona quinzena del mes de Juny: 2 hores diàries de mitjana.

Juliol: 3 hores diàries de mitjana de dilluns a diumenge i disponibilitat tot el més per urgències, incidents etc.

Reforç 3, amb dedicació exclusiva a la gestió de la premsa

Juliol: 2 hores diàries de mitjana de dilluns a diumenge i disponibilitat tot el més per urgències, incidents etc.

- 1 persona especialista en la gestió/atenció a companyies internacionals.

Ha de tenir una experiència mínima demostrable de 3 anys en la gestió/atenció a companyies internacionals en festivals d'arts escèniques o música d'una durada mínima de 15 dies.

Ha de tenir domini del català, castellà (demostrable amb titulació en cas de no tenir nacionalitat espanyola) i anglès (demostrable amb titulació mínima Nivell C1 o equivalent)

Dedicació mínima:

Estimació de 220 hores treballades durant els mesos de juny i juliol de dilluns a diumenge. Disponibilitat completa d'adaptació a les necessitats de la direcció artística del festival per a la realització d'aquesta tasca.

4. REQUERIMENT GENERALS

L'empresa adjudicatària ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de tots els elements de comunicació que gestioni. Els textos han de passar correcció humana que, en el cas del català, el corrector o correctora ha de tenir el nivell K. Els textos en anglès els ha de traduir un traductor o traductora nadiu.

Tot el personal de l'empresa adjudicatària hauria de poder comunicar-se perfectament en català i castellà tant a nivell oral com escrit.

La persona/es responsables de l'acompanyament a companyies han de poder comunicar-se perfectament en castellà i anglès tant a nivell oral com escrit.

Les tasques descrites poden tenir alguna variació en funció de l'evolució de projecte. Aquestes variacions no afectaran mai a l'objecte, al volum total ni pressupost del contracte. En cas que s'introdueixi una tasca nova, substituirà a una altra de característiques similars. L'empresa adjudicatària assignarà al projecte una persona amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de les tasques objectes del present plec durant totes les seves fases. Ha de tenir capacitat de vetllar pel seguiment de tot el projecte.

L'empresa adjudicatària estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors de serveis, ja es tracti d'estudis, agències d'esdeveniments, agències d'internet, agències de mitjans, gestors culturals, community managers, teatres i productores col·laboradors del festival etc.

El servei de Relacions Públiques i Patrocini/Direcció de Comunicació de l'Ajuntament es reserven el dret de contractar directament la realització d'aquests serveis a un altre proveïdor.

ANNEX 1 Línies estratègiques del projecte 2017-2021 i aproximació al Grec 2021

Línies estratègiques

La programació del Festival està concebuda com una volta al món, un viatge des de Barcelona cap a l'Est, en direcció al sol: posar-se dins la pell d'altres ciutats i veure com els artistes responen als temes actuals i als desafiaments globals. Aquesta ruta la fem des de la nostra mirada sense mai deixar de ser qui som: barcelonins, catalans, mediterranis compartint història amb Espanya i Europa.

Al Grec 21 passarem per llocs on ja hem estat però amb una mirada nova, mantindrem el compromís amb els creadors locals i convidarem veus contemporànies (en especial africanes) perquè ens parlin de les societats d'avui i ens ajudin a imaginar-ne de millors.

1_ Presentació de propostes artístiques excepcionals

L'objectiu és buscar i acostar referents i models que serveixin d'estímul al públic i als artistes; potenciar la creació i l'autoria contemporànies mantenint l'equilibri entre diferents llenguatges, gramàtiques i disciplines de les arts escèniques; i transcendir més enllà del propi Festival.

2_ Descobrir, difondre i potenciar el talent i els teixits artístics locals

Una de les premisses del Festival passa per ajuntar creadors de diferents disciplines, provocar interseccions entre tots ells i estimular-ne la seva creativitat. El Festival té com a objectiu afavorir les coproduccions d'artistes locals amb els equipaments escènics públics i privats; i enfortir accions de promoció internacional. També, dins aquesta línia de treball s'inclou incorporar nous formats a la programació, a més d'ajudar el desenvolupament del talent de dones creadores.

3_ Provocar, estimular i acompanyar iniciatives

El projecte del Grec Festival de Barcelona vol ampliar les mirades sobre la programació; treballar amb agents articuladors i aprofitar el capital emprendedor a través del recolzament a projectes que tinguin lloc a la ciutat.

4_ Ampliar la base social de públics i l'interès per les arts

El Festival ha començat a treballar per buscar noves formes de participació i atiar la curiositat dels espectadors; ampliar l'espai per als projectes comunitaris i incentivar la participació dels espectadors, així com dels infants i joves en els processos de creació. També ens interessa imaginar totes les possibilitats que ofereix Internet per a un festival a la xarxa.

ANNEX 2 Descripció de la campanya de comunicació a mode de contextualització.**OBJECTIUS****De màrqueting:**

- Posicionar el Festival Grec com un festival de qualitat, internacional, de creació i adreçat a tots els públics.
- Popularitzar el Festival com una cita imprescindible de les nits d'estiu.
- Cercar nous públics i augmentar l'afluència al Festival del públic jove.
- Reforçar el missatge de suport a la cultura de l'Ajuntament de Barcelona.
- Transmetre el valor de la "cultura segura" i de les mesures de seguretat en un context de crisi sanitària causada per la covid-19.

De comunicació:

- Informar sobre El Festival Grec i tots els seus espectacles.
- Consolidar el relat encetat les edicions 2017 a 2020.
- Generar tràfic al web i les xarxes socials del Festival amb l'objectiu de donar a conèixer tota l'oferta d'espectacles i informació d'interès. www.festivalgrec.barcelona.
- Incrementar la venda d'entrades potenciant les repeticions i la compra en grup. El web del Festival pretén ser el principal canal de venda.
- Fomentar el moviment de públic entre els espais de Grec Montjuïc i Grec Ciutat.
- Comunicar promocions puntuals (descomptes especials, concursos etc.)
- A nivell de xarxes socials els objectius específics són incrementar el nombre de fans, generar engagement (likes, comments) i drive to web per incrementar les vendes.
- Potenciar una comunicació a públics: destacant diferents espectacles adreçats als diferents targets i fent èmfasi en els espectacles que més necessitin difusió en funció de la venda d'entrades.
- Informar sobre els requeriments específics fruit de la situació sanitària causada per la covid-19.

CALENDARI GENERAL**Abril de 2021**

Presentació de la programació íntegra en roda de premsa i sortida a la venda de les entrades. Accions de difusió "inici venda d'entrades" a;

- Accions de màrqueting directe a compradors d'entrades del Grec de les edicions anteriors.
- Comunicació a través Web.
- Comunicació a través de Xarxes Grec, Xarxes i WEB de l'Institut de Cultura de Barcelona, Xarxes i WEB de l'Ajuntament de Barcelona.
- Accions de publicitat a Google.
- D'altres específiques de fidelització i captació de nous públics que ha de proposar l'empresa adjudicatària de present contracte.

Abril/maig de 2021

Presentació al públic fidel de la base de dades de Grec.

Contactes per pactar accions de difusió a públics específics i espectadors d'anteriors edicions del festival.

Maig/juny 2021

Encartament del programa en paper si les condicions sanitàries ho permeten i inici de la campanya de comunicació adreçada a tots els públics (Publicitat exterior, premsa, on line, TV, ràdio i accions de públics principalment)

Juny/juliol 2021

Comunicació/ accions de promoció d'espectacles concrets en funció de les vendes.

MAPA DE PÚBLICS DE LA CAMPANYA

Ciutadania en general i nous públics –*Notorietat, posicionament del Festival i venda d'entrades.*

Públic jove–*Notorietat i venda d'entrades.*

Públic Grec d'altres edicions (el perfil més habitual són dones d'una mitjana d'edat de 42 anys) –*Fidelització i venda d'entrades.*

Premsa especialitzada

Professionals del sector

Patrocinadors i col·laboradors

ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast és principalment Barcelona Ciutat amb presència a nivell Catalunya en alguns suports de comunicació.

La campanya tindrà més protagonisme en els suports d'exterior, digitals i comunicació adreçada a públics específics i seran fonamentals les peces de senyalística tant als espais de Montjuïc com als teatres de la ciutat.

ANNEX 3

Adjuntem plànol del Teatre Grec per a la realització del supòsit inclòs a l'informe de necessitat i idoneïtat de contracte.

Criteris d'adjudicació avaluables mitjançant judici de valor: *A.1. Per la presentació d'una proposta hipotètica de seating*