

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA GESTIÓ I COORDINACIÓ DE LA
CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DEL GREC FESTIVAL DE BARCELONA 2021**

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC

La gestió i coordinació de la campanya de comunicació i publicitat del festival Grec 2021.

L'Institut de Cultura de Barcelona organitza el Grec festival de Barcelona, que es desenvoluparà des de finals del mes de juny i tot juliol del 2021. El Departament de Comunicació és l'encarregat de portar a terme totes les accions relatives a la comunicació i difusió de l'esdeveniment, que es porten a terme a partir de contractes amb proveïdors externs.

En un context de crisi sanitària, resulta cabdal informar a la ciutadania de manera ràpida i eficaç, fet que requereix un gran nivell de coordinació en el desenvolupament de la campanya de comunicació per tal d'arribar amb èxit a l'audiència.

A tal efecte, es considera necessari garantir l'eficàcia de la comunicació i difusió del Grec festival de Barcelona, mitjançant la contractació externa dels serveis de gestió i coordinació de tota la seva campanya de comunicació.

II. CONTEXT DE CAMPANYA

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.

La crisi sanitària causada per la covid-19 està canviant considerablement el context de l'activitat cultural de la ciutat. El Grec Festival continuarà amb la seva vocació de portar les arts del moviment als espais públics de les ciutats de l'àrea metropolitana de Barcelona però respectant les mesures de seguretat i higiene necessàries per garantir la seguretat dels assistents i artistes.

El Festival, es celebrarà en el mes de juliol 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.

APROVAT pel gerent
En data:

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, i al públic la de gaudir-ne.

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.

III. APROXIMACIÓ AL GREC 2021

A l'edició 2017 del festival es va apostar per primera vegada per distingir a la comunicació entre dos grans espais de festival -Grec Montjuïc i Grec Ciutat- més activitats paral·leles que s'han desenvolupat a biblioteques, fàbriques de creació i altres equipaments municipals i privats. Aquesta fórmula ha donat bons resultats comunicatius durant els darrers anys i la voluntat és mantenir-la en l'edició 2021.

Grec Montjuïc: El cor del festival amb espectacles que ens interessa potenciar especialment pel seu protagonisme en el relat i/o per ser co-produccions de les que assumim la responsabilitat íntegra de la venda d'entrades. En aquest espai enguany incorporem també les propostes que es duran a terme a la plaça Margarida Xirgu.

Grec Ciutat: Espectacles d'explotació 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 venda directa de les entrades. Dins del Grec Ciutat tenen especial tractament els projectes amb les Sales de Proximitat.

Grec Paral·leles/ Activitats de l'espectador; Activitats consistents en presentacions, xerrades, converses post funció...fetes a diferents espais de la ciutat i de lliure accés la major part. Des de 2020 una bona part d'aquestes activitats tenen també el seu apartat en el que anomenem Grec en Obert, que són les activitats que es desenvolupen via *streaming* o a través de televisions i altres plataformes digitals.

La programació també tornarà a comptar amb la comunicació d'itineraris temàtics per facilitar la tria als espectadors. Aquests itineraris podran anar vinculats a descomptes especials que també caldrà comunicar.

A l'edició 2020, degut a la crisi sanitària, es va crear un nou eix en la programació del festival, el "De Grec a Grec", que va permetre estrenar part de la coproducció artística del Grec durant la temporada teatral, de setembre a juny, a les sales privades de Barcelona. En funció dels esdeveniments que puguin succeir, aquesta fórmula es podria repetir.

IV. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ DE LA CAMPANYA

- Informar sobre El Festival Grec i tots els seus espectacles.

APROVAT pel gerent
En data:

- Consolidar el relat del viatge encetat a l'edició 2017.
- Generar tràfic al web 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 públics entre Grec Montjuïc i teatres de la ciutat.
- Fomentar una comunicació a públics: destacant diferents espectacles adreçats a diferents *targets* que disposaran de formats publicitaris específics i accions especials per cada un d'ells. És important la rotació de creativitats i continguts.
- Comunicar promocions puntuals (2x1, descomptes especials, concursos etc.)
- A nivell de xarxes socials els objectius específics són incrementar el nombre de fans, generar *engagement* i *drive to web* per incrementar les vendes.
- Reforçar el missatge de suport a la cultura de l'Ajuntament de Barcelona i transmetre el valor de la "cultura segura" i de les mesures de seguretat en un context de crisi sanitària causada per la covid-19.
- Reforçar la marca del Grec Festival més enllà de l'àmbit del Festival, per posar en valor la tasca que el Grec duu a terme en les arts escèniques amb la coproducció artística de nombroses obres que tenen recorregut durant tot l'any en l'àmbit de les sales privades o d'altres festivals.

V. PERÍODE DE LA CAMPANYA

Les primeres peces de comunicació veuran la llum al mes de març de 2021, coincidint amb la roda de premsa i presentació del programa íntegre del Grec. La campanya de publicitat començarà a finals del mes de maig i abastarà principalment els mesos de maig, juny, i juliol de 2021 tot i que es podria dur a terme alguna acció prèvia a partir del mes de març/abril per presentar part de la programació.

VI. PÚBLIC DE LA CAMPANYA

- Ciutadania en general fent èmfasi en el públic jove i els nous públics
- Públic Grec d'altres edicions
- Públic visitant a Barcelona durant les dates del festival

VII. ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast és principalment Barcelona Ciutat amb presència a nivell Catalunya en alguns suports de comunicació. S'ha de tenir en compte que caldrà produir peces també pel públic visitant que es trobi a la ciutat en el moment del festival. En funció dels recursos de mitjans disponibles també farem arribar la comunicació als visitants en el seu lloc d'origen a través de suports digitals.

La campanya tindrà més protagonisme en els suports d'exterior i digitals, i seran fonamentals les peces de senyalística tant als espais de Montjuïc com als teatres de la ciutat. Volem potenciar aquest darrer aspecte i donar molta més visibilitat al Grec en seu punt neuràlgic de la muntanya de Montjuïc.

APROVAT pel gerent
En data:

VIII. DESCRIPCIÓ GENERAL DE LES TASQUES A REALITZAR I REQUERIMENTS

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de l'execució de totes les tasques relatives a la coordinació i gestió de la campanya de comunicació de Grec 2021 que es desglossen a l'Annex 1: DETALL DE LES TASQUES INCLOSES EN EL CONTRACTE OBJECTE D'AQUEST PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES.

Les tasques descrites a l'Annex 1 poden veure sotmeses a modificacions en funció de l'evolució de projecte. També es podran substituir per altres tasques de característiques similars de manera que no es produeixin canvis substancials que puguin afectar a l'objecte o volum del contracte.

L'empresa adjudicatària assignarà al Departament de Comunicació de l'ICUB una persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de tot el procés de treball que estarà disponible per a rodes de premsa i actes protocol·laris, assistència a reunions, visites tècniques a l'espai, etc. Es preveu que en algun cas puntual aquestes reunions o supervisions siguin ser al vespre, en horari de representació.

L'empresa adjudicatària disposarà de capacitat de proposar i coordinar de forma immediata qualsevol solució a canvis i situacions sobrevingudes, així com proposar alternatives a decisions i accions que siguin inviables per qüestions de temps. El contractista ha de ser capaç d'assumir un volum de feina considerable, amb una gran celeritat en la seva execució.

L'empresa adjudicatària ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. 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.

La correcció de cada idioma l'haurà de realitzar un mateix corrector/a o traductor/a amb experiència en la correcció/traduïció de textos d'arts escèniques de manera que el conjunt del textos tingui coherència.

Els pressupostos que ens faci arribar l'empresa adjudicatària en qualsevol format hauran d'incloure l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no del impost es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA.

Sempre que sigui necessari, el licitador haurà de visitar els espais de representació del festival per valorar, d'acord amb el Departament de Comunicació de l'ICUB, elements de comunicació, de senyalètica i de distribució adients.

L'empresa adjudicatària estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis, ja es tracti d'estudis, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so etc.

APROVAT pel gerent
En data:

Els serveis de tot tipus no es donaran per conclosos fins que obtinguin l'aprovació i el vistiplau del Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona.

Aquest contracte no implica tasques creatives, la creativitat de la campanya de comunicació de l'esdeveniment, serà facilitada al contractista per l'Institut de Cultura de Barcelona, que s'haurà de coordinar amb l'empresa encarregada de les adaptacions de la proposta a diferents formats comportant aquesta feina tasques de disseny, adaptació, maquetació, retoc d'imatges, producció i distribució.

L'adjudicatari haurà de tenir present que tots els elements impresos han de tenir el seu corresponent dipòsit legal, i gestionar-ho amb el responsable del Departament.

L'empresa adjudicatària s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que l'Ajuntament designi.

L'adjudicatari facilitarà a l'ICUB posteriorment a l'activitat un resum econòmic detallat de totes les despeses realitzades agrupades per conceptes.

L'empresa adjudicatària tindrà present en tot moment allò que estableixen les normatives gràfiques de l'Ajuntament de Barcelona, actuals i futures, en matèria de difusió (aplicació de logos, formats, etc.).

La normativa gràfica municipal així com els logotips estan disponibles en el link següent: www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica

IX. PRESSUPOST

Les ofertes econòmiques que presentin els contractistes hauran de incloure:

- Una oferta econòmica pel conjunt dels serveis a realitzar.

ANNEX 1

DETALL DE LES TASQUES INCLOSES EN EL CONTRACTE OBJECTE D'AQUEST PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES.

Treballant sota la supervisió del Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura i havent d'aplicar les indicacions rebudes per aquest, l'empresa contractista s'ha de responsabilitzar de dur a terme els encàrrec que es desglossen a continuació.

COORDINACIÓ GENERAL I ESTRATÈGICA

- Reunions periòdiques amb la cap de Comunicació de l'ICUB, així com amb director i equip del Grec, per definir les línies estratègiques de la comunicació del festival i aterrar-les en cadascuna de les accions comunicatives.
- Coordinació amb altres membres del Departament de Comunicació de l'ICUB, que també treballen en el programa del Grec Festival.
- Gestió i control del pressupost de comunicació del Grec 21 i contractació de proveïdors per a tasques puntuals que puguin sorgir al llarg del contracte, en coordinació amb el personal administratiu del Departament de Comunicació
- Creació del cronograma de la campanya, briefings, elaboració de timings, seguiment de les tasques i gestió de factures dels proveïdors contractats durant la campanya de comunicació.
- Control i gestió dels diferents canals i plataformes de documentació per proveir els diferents agents dels materials necessaris per l'acompliment de les seves tasques.
- Lideratge de les reunions periòdiques amb l'equip de comunicació del festival segons calendari de difusió i venda d'entrades.
- Coordinació amb l'equip del festival pel subministrament del material de text i fotogràfic que requereixi la plataforma de venda d'entrades.
- Interlocució amb les companyies participants al festival per qüestions relatives a la difusió dels espectacles.
- Seguiment i anàlisi de dades i indicadors per optimitzar el pla de mitjans (en coordinació amb el departament de Serveis Publicitaris de l'Ajuntament) i afinar l'estratègia digital (xarxes socials i e-mail màrqueting).
- Coordinació de la recepció d'informes de tancament per part dels diferents proveïdors que formen part de la xarxa de comunicació del festival i Confecció d'un informe general de campanya amb detall i desglossament de totes les tasques realitzades i l'estratègia implementada al llarg de tot el contracte.

COORDINACIÓ DE PROVEÏDORS DE CONTINGUTS I MATERIALS DE COMUNICACIÓ

- Gestió i seguiment de l'elaboració de tots els textos amb l'equip redactor.
- Gestió i seguiment de la publicació dels continguts web (programació, notícies i blog)

APROVAT pel gerent
En data:



- Coordinació de les adaptacions de la creativitat i gestió i seguiment de la producció amb l'agència (programa, graella, banners, insercions publicitàries, publicitat exterior...)
- Gestió del dipòsit legal de tots els elements en paper.
- Coordinació i seguiment de l'empresa encarregada de la gestió d'accions de públics.
- Gestió i seguiment de la producció amb fotògrafs i productores audiovisuals (espot, càpsules de vídeo...).
- Gestió i seguiment de la producció amb l'empresa de dinamització de xarxes pròpies del Grec, així com amb els responsables de les xarxes d'ICUB i Ajuntament.
- Gestió i seguiment dels enviaments d'email màrqueting segons estratègia.
- Gestió i seguiment de la producció amb l'empresa de dinamització del blog.
- Gestió i aplicació de criteris de comunicació en coordinació amb l'empresa encarregada de la venda d'entrades.

COORDINACIÓ AMB ALTRES DEPARTAMENTS

- Coordinació dels materials necessaris per a les rodes de premsa del Grec 21.
- Coordinació i producció de la presentació de la programació del Grec 21 per als abonats.
- Revisió i gestió dels intercanvis amb mitjans i entitats col·laboradores.
- Coordinació amb el Departament de Patrocini per la visibilització de les marques als materials de comunicació.
- Coordinació de les necessitats comunicatives, i de senyalètica, amb els equips referents dels equipaments que participen al festival.

COORDINACIÓ DE LA CAMPANYA PUBLICITÀRIA

- Gestió i coordinació de la campanya d'exterior (banderoles, venecianes, opis...) de Grec 21.
- Preparar el briefing de mitjans i gestió i seguiment de la contractació i efectivitat amb l'empresa de mitjans.

NO SON OBJECTE D'AQUEST CONTRACTE

- Tasques de disseny gràfic com serien les del disseny de la creativitat del Grec 2021 ni la seva producció creativa, o les d'adaptació de la imatge de campanya als diversos suports i materials.
- Tasques de programació web per adaptar el web del festival Grec a la nova edició 2021.
- Tasques de gestió i dinamització de públics.
- Tasques d'elaboració de materials de comunicació tals com textos, fotografies, audiovisuals...
- Tasques de gestió de les relacions públiques i de patrocinis.
- Tasques de gestió de les xarxes socials i email màrqueting del festival Grec.
- Tasques de producció d'elements de comunicació (paper, lones, torretes...).

APROVAT pel gerent
En data: