EXPEDIENT NÚM.13/2023

SERVEIS D'AGÈNCIA DE COMUNICACIÓ DIGITAL I GABINET DE PREMSA

CONTRACTE DE SERVEIS

Tramitació:	Ordinària
Procediment:	Procediment obert
Regulació harmonitzada:	No
Criteris d'adjudicació:	Diversos criteris
CPV:	79340000-9 i 79411000-8

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

info@teatrelliure.com
+34 932 892 770
teatrelliure.com

Pl. Margarida Xirgu, 1
08004 Barcelona
NIF G58658931

1. OBJECTE DEL PLEC I SERVEIS A CONTRACTAR

L'objecte del contracte és la prestació del servei de gestió de la comunicació digital i de gabinet de premsa de la Fundació Teatre Lliure - Teatre Públic de Barcelona (en endavant, el Lliure). Tant la premsa com les xarxes socials son canals de comunicació vius que han d'informar i apropar a la ciutadania a l'activitat del Lliure com a institució amb vocació de servei públic, com també com a teatre i centre dedicat al creixement cultural.

Per una banda, pel que fa a la gestió de les xarxes socials, aquest servei consisteix en la creació, producció, edició i manteniment dels continguts textuals, audiovisuals i multimèdia pels diferents perfils a xarxes socials del Teatre Lliure: Twitter, Facebook i Instagram i el perfil d'Instagram de l'Espai Lliure. En aquest sentit caldrà fer la definició del pla de comunicació, la coordinació de tots els temes digitals del Lliure, establir les accions publicitàries a xarxes socials i elaborar els corresponents informes segons l'activitat de cada moment.

Per altra banda, pel que fa a la gestió de premsa, aquest servei consisteix en donar suport general al departament del premsa de Lliure amb la comunicació de la programació teatral (produccions i coproduccions), de la resta d'activitats del Lliure així com la premsa institucional. Concretament, haurà de gestionar la comunicació relativa als espectacles programats amb caràcter internacional, els espectacles d'àmbit nacional amb companyies convidades i portar la comunicació (premsa i Instagram) de totes les activitats de l'Espai Lliure. També dissenyar una estratègia de premsa i calendaris per arribar a la premsa internacional, en relació als espectacles que van de gira tant nacionals com internacionals i d'altres activitats específiques com podria ser el festival Katharsis. Tot això amb constant diàleg amb la persona responsable de premsa i/o amb la directora de comunicació del teatre Lliure.

Convé destacar que en termes generals la necessitat a satisfer amb aquest contracte, és la de disposar d'un servei de gestió de la comunicació digital i de gabinet de premsa a mida, per tal de promocionar les activitats i actuacions programades per temporades (de setembre a juny). És per aquest motiu que aquesta assistència, requereix de mitjans i recursos especialitzats per portar a terme totes aquestes prestacions. En efecte, cal la contractació de tercers, amb total respecte als principis d'eficàcia, eficiència, publicitat, transparència, no discriminació i igualtat de tracte.

El servei es proveeix en els edificis i/o instal·lacions que es relacionen tot seguit:

SEU DEL LLIURE A MONTJUÏC (ANTIC PALAU DE L'AGRICULTURA)
Plaça Margarida Xirgu, núm. 1
08004 Barcelona

SEU DEL LLIURE A GRÀCIA
Carrer Montseny, núm. 47
08012 Barcelona

2. ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ A XARXES SOCIALS

Com s'ha dit aquest servei haurà de donar suport i assessorament en la comunicació digital del Lliure, havent d'acompanyar a les persones del departament de comunicació pel que fa a tota la planificació de les diferents accions comunicatives des d'una perspectiva conjunta.

En conjunt, la prestació del servei, serà essencialment de forma telefònica o telemàtica, sense circumscriure's a cap horari concret, però havent d'ésser disponible de forma permanent i d'acord amb les demandes particulars de l'activitat i actes de cada moment. Generalment, els caps de setmana hi haurà servei, donat que aquesta circumstància ve determinada pel calendari de la pròpia programació del Lliure.

Resumint, pel que fa a l'estratègia i continguts de la comunicació digital del Lliure, tenen com a objectius principals el posicionament en aquest àmbit com a teatre de referència i la consolidació d'una reputació virtual, mitjançant la participació i la creació d'una comunitat activa en relació amb la temàtica teatral.

Igualment s'ha de treballar, per tal de potenciar la marca Lliure, amb l'objectiu d'incrementar la visibilitat dels espectacles que es programen i totes les accions culturals que desenvolupa l'entitat.

D'aquesta manera, és fonamental desenvolupar una estratègia global de comunicació digital, a través de l'organització d'un calendari editorial que permeti potenciar el vincle "on/off" així com incrementar el nombre de visitants i participants a les diverses activitats. Concretament, un punt bàsic de la creació de continguts digitals, és l'adaptació del material gràfic creat per les diverses activitats i els criteris de redacció adaptats a perfils d'usuaris diversos.

Recollint tot el que s'ha dit, els objectius explicats, s'han d'assolir a través de l'augment de la fidelització dels seguidors actuals. Amb la generació de continguts rellevants, que siguin potencialment compartibles i que actuïn com a prescriptors de marca del Lliure.

Amb tot plegat, aquest increment del sentiment d'adhesió i pertinença, també s'ha d'aconseguir mitjançant la notorietat dels continguts, la segmentació dels públics i la innovació en les tecnologies i les eines de difusió.

Des d'una òptica qualitativa, l'assoliment d'aquests objectius, es podrà visualitzar amb un increment de visites al web i del número de seguidors a les xarxes socials. Qüestions que es considera, que repercuteixen directament, mitjançant un increment de les visites presencials.

Així doncs, la redacció dels continguts, s'ha de preveure de forma diversificada i en funció de tres tipologies de persones usuàries:

- Públic consumidor de l'activitat escènica (60%)
- Persones interessades en l'activitat cultural en general (25%)
- Persones assistents en activitats educatives i infantils (15%)

De manera global, les xarxes socials del Lliure, esdevenen una línia de comunicació digital fonamental pel seu caràcter proper i directe amb les persones usuàries de l'entitat. Donat que la influència del Lliure en l'àmbit escènic és molt rellevant, tant pel que fa a la difusió de les activitats pròpies com en la creació de nous continguts, recursos i projectes d'innovació digital. Actualment també en format audiovisual i multimèdia. La comunitat digital del Lliure, pel que fa a persones seguidores, a dia d'avui té els següents números: Facebook (27.000), Twitter (34.100) i Instagram (31.600) i permet al Lliure mantenir un contacte estable amb els seus seguidors digitals.

A més, s'haurà de gestionar el perfil d'Instagram de l'Espai Lliure amb continguts setmanals.

A banda d'això l'adjudicatària serà responsable de la gestió de la reputació online, amb un temps màxim de resposta de 12 hores des de la comunicació inicial de l'activitat/espectacle. En aquelles comunicacions que siguin queixes o susceptibles de generar un conflicte, es consensuarà la resposta amb la direcció de comunicació. De la mateixa manera, es monitoritzaran els atacs de "trolls" o "haters" en els diferents canals i s'informarà d'aquesta activitat a la direcció de comunicació de manera immediata. Igualment es consensuarà el pla d'acció davant aquest tipus d'activitat i sempre amb l'objectiu prioritari de garantir que les xarxes socials del Lliure siguin un espai respectuós.

a) Disseny del Pla de comunicació digital, coordinació i assessorament

En primer lloc caldrà definir, conjuntament amb les persones responsables de la direcció de comunicació i dels continguts digitals i xarxes socials del Lliure, estratègies per xarxes socials i caldrà desenvolupar els plans de comunicació digital per difondre els espectacles i activitats del Lliure. En aquesta fase, serà fonamental desenvolupar una estratègia global de comunicació digital, que a través de l'organització d'un calendari editorial que permeti incrementar el vincle amb el públic potencial del Lliure i que persegueixi incrementar el nombre de persones espectadores i participants a les diverses fites del programa.

En concret, la planificació de la comunicació digital, haurà d'establir els punts forts a desenvolupar en funció de les estratègies del Lliure i haurà d'incloure una estratègia de desenvolupament de la presència en cadascuna de les xarxes socials virtuals. Fonamentat en un estudi previ de la presència actual i en relació amb cadascun dels principals públics objectius. El document resultant serà obert, s'anirà completant i treballant entre l'adjudicatari i el Lliure a partir de les propostes inicials que s'estableixen.

D'entrada les xarxes que es treballaran son: Instagram, Twitter, Facebook i el canal de Youtube. Les publicacions en aquestes, o en el seu cas d'altres que les parts puguin

decidir utilitzar, seran diàries i com mínim amb una publicació per perfil i fins a màxim 20 (sobretot a Twitter).

Pel que fa al document de treball, resultant de tot això, almenys haurà de contenir:

- Valoració de l'activitat de les xarxes socials i proposta de millora / accions amb l'objectiu de reforçar la imatge de la marca Lliure i incrementar el sentiment d'adhesió i pertinença a la comunitat digital de l'entitat.
- Definició d'objectius a mig i llarg termini així com de les mesures operatives per assolir-los.
- *"Benchmark"* amb competència local.
- Definició de les pautes en relació al format d'expressió, el llenguatge a utilitzar, el caràcter del contingut en funció dels públics diana definits, la metodologia per aportar valor a la informació, la forma de donar protagonisme a l'usuari i de transmetre confiança en la institució.
- Definició de les bones pràctiques en relació al llenguatge a utilitzar pel que fa al gènere, identitat i accessibilitat.
- Definició i estructura dels continguts, tenint en compte l'agenda: d'espectacles, activitat cultural, educativa i digital. Així com la informació relacionada amb la institució.
- Definició i estructura dels continguts de creació audiovisual.

b) Els serveis a desenvolupar

- Creació de textos i continguts digitals: redacció de textos, elaboració de fotografies i càpsules senzilles de vídeo pels diferents perfils del Teatre Lliure (vídeos, entrevistes, fils de Twitter, reels, stories...etc.).
- L'empresa guanyadora farà l'adaptació del material audiovisual i gràfic proporcionat Lliure per a ser vàlid a les xarxes socials: baixar la resolució dels vídeos, escurçar vídeos, baixar la resolució de les fotografies, escurçar textos, etc. En alguns casos es podran crear dissenys específics pel Lliure.
- Encàrrec de necessitats de continguts i materials a equips interns o externs especialitzats en producció audiovisual i disseny.
- Atenció a l'usuari, en el sentit de resolució de dubtes i consultes a través de les xarxes socials.
- Seguiment de les tendències, gèneres i formats de creació i difusió de continguts a Internet. Escolta activa i resposta de les consultes dels seguidors. Disseny d'estratègies de participació i increment del sentiment de pertinença i adhesió amb les persones seguidores dels diferents perfils.
- Vetllar per la coherència dels continguts amb l'estratègia de les campanyes de comunicació i màrqueting, així com amb la imatge, missió, visió i valors institucionals del Lliure.
- Gestionar amb eficàcia i eficiència els possibles *ciberatacs* que puguin desenvolupar-se a les xarxes així com proporcionar la manera de tenir els perfils el més blindats i protegits possible.

- Fer seguiment, anàlisi, avaluació i assessorament mensual de les xarxes socials del Lliure i entregar informes anuals i per temporada tenint en compte la participació i la reputació dels seguidors. Per exemple, fent seguiment d'alguns valors, com poden ser els comentaris a Facebook, Twitter, retweets,.. etc. i/o la venda d'entrades a través de les plataformes.
- La producció, edició i inserció de contingut de qualitat al perfil d'Instagram de l'Espai Lliure. Les publicacions es faran en qualsevol dia de la setmana, atenent al calendari d'activitat, amb la creació de continguts (texts, fotos i vídeos), d'acord amb les necessitats del Lliure en cada moment i la necessitat d'emetre un informe quadrimestral d'anàlisi d'activitat i d'avaluació de l'estratègia.

c) Social SEO:

- Optimització del perfil i de totes les publicacions fen un bon ús de *hashtags* que continguin conceptes característics i representatius del Lliure, així com altres *keywords* que ajudin a escalar posicions en matèries relacionades.
- Impulsar la distribució i l'abast dels continguts, allargant la vida útil d'aquests el màxim possible.
- Investigació, detecció i definició de les temàtiques o matèries més rellevants relaciones amb la Institució que ens ajudin a escalar posicions als motors de cerca.
- Millorar el reconeixement de marca i la reputació online del Lliure, incrementant la visibilitat digital i del tràfic orgànic.
- Mesurar, analitzar i millorar la estratègia periòdicament, extraient mètriques i traient conclusions de l'efectivitat de les campanyes a social (marcar uns KPIs).

3. PLANIFICACIÓ, GESTIÓ I EXECUCIÓ DE CAMPANYES DE PUBLICITAT A XARXES SOCIAL I ANALITICA

Caldrà efectuar campanyes publicitàries en xarxes socials virtuals, a través de continguts patrocinats (SEM and Advertising) o no, amb l'objectiu de generar trànsit cap al lloc web o la pàgina de compra d'entrades. En aquest sentit, el servei inclourà, el desenvolupament dels anuncis publicitaris i la gestió de sistemes de publicació d'aquestes, sempre atenent als criteris que s'estableixin.

Concretament els serveis contractats son els següents:

- Assessorament, estratègia, planificació, execució i analítica de les campanyes on-line de pagament atenent a criteris i pressupost establer per la direcció del Lliure en les següents plataformes:
    - Google Adwords (search i display)
    - Social Media
    - Youtube

- Anualment es faran aproximadament un total de 20 campanyes de publicitat a cadascuna de les xarxes.
- Aportació de creativitat en les campanyes de publicitat, redacció dels talls de premsa i en alguns casos creació de grafismes
- Realització d'informes de visibilitat, evolució, rànkings, facturació i mètriques per a mesurar la rendibilitat de les accions i campanyes a xarxes socials.

Pel que fa metodologia de treball, d'entrada convé ressaltar que l'empresa guanyadora, haurà almenys d'organitzar i coordinar els següents espais de treball:

- Setmanalment, l'empresa guanyadora, es reunirà amb la persona responsable de comunicació del Lliure per tal de planificar els continguts a publicar a les diferents xarxes. Amb la mateixa periodicitat, es reunirà amb l'equip de comunicació i màrqueting del Lliure, per tal que entre totes les persones puguin definir el pla d'acció de cadascuna de les xarxes
- Mensualment, l'empresa guanyadora, compartirà un resum i anàlisis de l'impacte publicitari a les xarxes socials així com del SEO
- Periòdicament, l'empresa guanyadora, estarà present en les reunions que es facin amb les companyies productores dels espectacles i activitats que formen part de la programació del Lliure per a definir l'estratègia de comunicació
- Igualment caldrà atendre a la comunicació mitjançant indicacions concretes quan per a esdeveniments puntuals, canvis i alteracions d'esdeveniments i imatges o continguts de comunicació immediata que es produiran de forma telefònica a través de les eines de missatgeria electrònica més habituals

4. GABINET DE PREMSA

Concretament els serveis contractats son els següents:

- Redacció i elaboració de material de premsa necessari per les comunicacions: dossiers, convocatòries, notes de premsa i altres elements atenent a les directrius d'aplicació del disseny gràfic de la imatge corporativa general i específica de cada edició anual.
- Contacte amb les companyies i artistes per tal de poder resoldre dubtes, ampliar informació i/o gestionar els materials de premsa, les presentacions, les entrevistes, els passis de gràfics, etc.
- Acompanyament en l'organització de la roda de premsa de presentació de la temporada en coordinació amb el departament de premsa del teatre lliure: tria de la localització, data, format i altres aspectes de la producció (emissió en streaming i més).
- Organització de rodes de premsa.
- Comunicació periòdica i seguiment telefònic amb els mitjans autonòmics.
- generalistes i especialitzats (en aquest cas, també nacionals i internacionals) del sector de les arts escèniques per assegurar la major cobertura possible de tota l'activitat del Lliure.

- Gestió de les acreditacions i invitacions per a premsa i mitjans.
- Atenció online a la premsa durant tot l'any i presencial durant la setmana de roda de premsa de les produccions pròpies del Lliure i en qualsevol acte presencial relacionat amb la promoció de l'activitat en qualsevol moment de l'any.
- Elaboració del recull de premsa en format digital.
- Elaboració d'informe d'avaluació de la cobertura amb valoració econòmica.

Els horaris seran flexibles, donada la diversitat de les tasques inherents al servei, entre les 8 del matí i les 9 del vespre i caldrà oferir els efectius suficients per almenys donar la cobertura a tot el que forma part de la temporada en curs:

- Comunicació de l'Espai Lliure: Programa educatiu i Ajuts a la creació Carlota Soldevila (gestió de les rodes de premsa de totes les activitats, entrevistes i perfil d'Instagram).
- Suport a la premsa que es faci des del departament de premsa del Lliure dels espectacles de produccions pròpies (9 espectacles), coproduccions (10 espectacles) i premsa institucional (5 espectacles).
- Difusió de les gires nacionals (3 espectacles) i internacionals (1 espectacles).
- Espectacles programats internacionals (4 espectacles).
- Espectacles programats convidats (6 espectacles).
- Cicle Katharsis (6 espectacles).

5. RECURSOS HUMANS I TÈCNICS

Els recursos que es destinaran al servei com a mínim seran els següents:

- L'empresa guanyadora haurà de designar una persona interlocutora vàlida i única que estarà en contacte permanentment amb el/la persona responsable del Departament de Comunicació i Màrqueting del Lliure (via whatsapp, correu electrònic i/o trucades telefòniques).
- La persona interlocutora i designada per l'empresa adjudicatària serà el/la responsable i executor/a de la correcta prestació del servei i garantirà amb la seva formació i experiència aspectes com la correcció en la redacció en català l'adequació dels continguts a la línia editorial del Lliure. El teatre es reserva el dret de demanar de canviar una o diverses persones de l'equip assignat, en cas que es consideri que no és apte per assolir els objectius acordats.
- L'empresa guanyadora haurà de garantir la disponibilitat per cobrir presencialment els actes que decideixi el Lliure i, només en casos imprevistos i excepcionals, poder personar-se presencialment al Lliure amb un mínim en 3 hores.
- Personar-se a qualsevol de les seus del Lliure o a aquells indrets de Barcelona, tant en dies laborables com festius, que requereixi la presència de l'empresa guanyadora per realitzar la cobertura d'actes i d'esdeveniments en els quals estigui implicat directament el Lliure.

- Serà necessari que l'empresa disposi dels dispositius necessaris per a poder dur a terme l'execució. A més d'eines de social media i continguts com Metricool per tal de poder planificar el contingut de les xarxes i analitzar el rendiment de la publicitat online.

L'empresa, com a mínim, haurà d'estar dotada amb un equip que disposi dels següents perfils professionals:

- Un/a Coordinador/a (cap de projecte), responsable de l'execució del contracte que haurà de disposar d'una formació de llicenciatura o grau en comunicació o equivalent i acreditar una experiència en la gestió i supervisió de projectes de comunicació en línia, de més de 3 anys.
- Un/a Gestor/a (Community manager), encarregat/da de l'estratègia i els continguts de les xarxes socials que haurà de disposar d'una formació de llicenciatura o grau en comunicació o equivalent i un màster, postgrau o formació equivalent en comunicació digital, gestió de xarxes socials i tecnologies de la informació i la comunicació i haurà d'acreditar experiència específica reconeguda de més de 3 anys com a Community manager.
- Un/a Publicista encarregat/da de l'estratègia i la creació de les campanyes publicitàries programades, el desenvolupament dels anuncis, i la gestió dels sistemes de publicació dels mateixos que haurà de disposar d'una formació de llicenciatura o grau en comunicació i haurà d'acreditar experiència específica reconeguda de més de 3 anys com a Community manager.
- Un/a periodista encarregat/da de la gestió de la premsa i de la qui haurà d'acreditar experiència específica reconeguda de més de tres anys com a responsable de premsa.

Barcelona, abril 2023