

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA  
CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PREPRODUCCIÓ,  
PRODUCCIÓ I POSTPRODUCCIÓ DEL MATERIAL  
AUDIOVISUAL PER A LA CAMPANYA DE PUBLICITAT DEL  
PARC D'ATRACCIONS TIBIDABO PER A L'ANY 2024  
INCLOENT L'ESPOT PUBLICITARI, FALCA DE RADIO I  
FOTOGRAFIES PER A LES PECES GRÀFIQUES DE LA  
CAMPANYA (PREMSA, EXTERIOR I FORMATS ESTÀTICS  
DIGITALS). CONTRACTE BASAT A L' ACORD MARC PER A  
L'HOMOLOGACIÓ DE PROVEÏDORS PER ALS SERVEIS DE  
PRODUCCIONS AUDIOVISUALS I DE SO DE LES EMPRESES  
BARCELONA DE SERVEIS MUNICIPALS, S.A., PARC  
D'ATRACCIONS DEL TIBIDABO, S.A. I CEMENTIRIS DE  
BARCELONA, S.A.**

**EXP 2022MK0042AC**

## **1. ANTECEDENTS**

### **1.1. Qui som?**

Barcelona de Serveis Municipals (BSM) és una societat mercantil de capital íntegrament de l'Ajuntament de Barcelona. El propòsit de BSM és la millora de la qualitat de vida de les persones, generant experiències positives per construir una Barcelona saludable i líder. El seu model de gestió es fonamenta en quatre pilars essencials: prestar serveis de valor afegit per a la ciutat i la ciutadania; posar les persones al centre, amb focus especial en els clients i en el desenvolupament del talent; la millora contínua i l'adaptació permanent, amb especial èmfasi en la digitalització i la innovació; i la sostenibilitat econòmica i ambiental, buscant sempre l'equilibri entre el retorn econòmic i social de les inversions. En aquesta línia, B:SM és una empresa referent i pionera a l'àmbit de la mobilitat, la cultura i el lleure i la cura de l'espai públic a la ciutat de Barcelona.

BSM és la gestora del Parc d'atraccions Tibidabo s'encarrega de dirigir l'explotació del Parc d'atraccions com a espai de la ciutat de Barcelona, així com l'Àrea Panoràmica, el Funicular Cuca de Llum i els centres de restauració de les instal·lacions del recinte.

### **1.2. Visió i Propòsit del Tibidabo**

El Parc d'atraccions Tibidabo és un Parc centenari de la ciutat de Barcelona que té com a propòsit "Fer que les persones que es relacionin amb Tibidabo se sentin felices", juntament amb la visió de "Ser el parc de la Felicitat.

### **1.3. Valors del Tibidabo**

Els valors que tenim i que ens acompanyen a aconseguir el propòsit són:

- **Seguretat:** Garantim i prioritzem la seguretat de les persones, de les instal·lacions i de les dades. Som rigorosos i complim estrictament amb totes les normatives de seguretat
- **Compromís:** Alineem als objectius dels equips al propòsit de la organització. Aportem valor als nostres grups d'interès amb al implicació de totes les persones;
- **Solidaritat:** Impulsem iniciatives socials, educatives i medi ambientals per sensibilitzar les persones i cooperem amb entitats que procuren la millora de la societat. Tenim un sentiment d'unitat i cohesió basat en la responsabilitat, l'empatia i la col·laboració

- Il·lusió Fomentem l'escolta activa i incorporem les idees de les persones per generar emocions positives i vincles de confiança
- Passió per les persones Generem les millors experiències i moments emocionants treballant de forma continuada en el coneixement de les persones. Fem equip i establim relacions sòlides de col·laboració, respecte i reconeixement.

#### **1.4. Eixos estratègics del Parc d'atraccions Tibidabo:**

Els quatre eixos estratègics del Parc d'atraccions Tibidabo són:

##### **1.4.1. Solidaritat**

El Tibidabo és un Parc compromès socialment i s'esforça en desenvolupar projectes, i iniciatives socials dirigides a diversos col·lectius vulnerables o d'entitats que treballen per a les persones en risc d'exclusió social, així com en recolzar i dur a terme actes culturals i educatius.

Principals accions:

- UNICEF: El Parc dels nens. Tibidabo ha d'esdevenir el Parc de la infància, desenvolupant una tasca de suport i conscienciació en col·laboració amb aquesta Fundació.
- Desenvolupament d'accions solidaries amb convenis amb ONGs i entitats sense ànim de lucre i festes solidaries com l'Estiu Sense Barreres o la Festa del Cor.
- Entre d'altres iniciatives cultures, trobem el Concert Solidari amb Vozes, un projecte musico-social que treballa per la integració i el canvi social a través de la música, així com el TIBITOUR com a visita guiada pel Parc;
- Acció social: Preus familiars, com el passi Tibiclub, i avantatges pels col·lectius més desfavorits. Contractació centres de Reserva Social.

##### **1.4.2. Educació**

El Tibidabo és un Parc educador i com a tal duu terme diferents activitats didàctiques i educatives on es pugui desenvolupar i ampliar coneixements a diferents nivells i obert a tothom. A més, el Parc promou el mètode STEAM: ciència-experimentar (science), tecnologia-construir (technology), enginyeria-dissenyar (engineering), art - expressar plàsticament (arts), matemàtiques-calcular (mathematics). Es tracta d'un model d'innovació pedagògica i metodològica en què pren rellevància el treball en equip, el foment de la curiositat, l'intercanvi d'idees i el mètode d'assaig-error.

Principals accions:

- Noves activitats i espais lúdics/didàctics com l'espai LEGO.
- Fisidabo Labshow, un projecte educatiu creat juntament amb la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), amb l'objectiu d'apropar la física als adolescents;
- Oferta gastronòmica: desenvolupar el concepte d'alimentació saludable i sostenible.

#### **1.4.3. Sostenibilitat**

La gestió del medi ambient representa un dels àmbits més rellevants de l'actuació de Tibidabo, per l'important consum de recursos naturals i per la necessitat d'evitar qualsevol impacte ambiental sobre l'entorn, ja que el Tibidabo es troba al límit del Parc Natural de Collserola.

Mitjançant la implantació del seu propi Pla de Sostenibilitat, Tibidabo treballa per aconseguir un Parc sostenible i, d'aquesta manera, contribuir a la resiliència i sostenibilitat globals de l'ecosistema on estem integrats (Parc de Collserola), de manera paral·lela als Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS);

Principals accions:

- Potenciar l'accés en transport col·lectiu en detriment del transport privat per a l'accés a les instal·lacions del Parc.
- Augmentar la capacitat d'autosuficiència energètica del Parc mitjançant la instal·lació de plaques solars;
- Realitzar auditories energètiques i implantar les accions pertinents;
- Minimització i racionalització de consums.
- Maximització de la recollida selectiva i minimització dels residus generats.

#### **1.4.4. Experiències**

El Parc es converteix en generador d'experiències, treballant en la millora continua dels seus serveis adreçats a la clientela, integrant a tots els agents implicats en la gestió i assegurant la qualitat i excel·lència en tots els procediments. Aquesta millora està basada en l'escolta activa de tots els grups d'interès (clientela, personal treballador i personal de proveïdors)

Principals accions:

- Renovació i instal·lació de noves atraccions creant experiències amb la realitat virtual.
- Intervencions i reforma d'atraccions existents, conservant el nostre patrimoni històric i cultural de la ciutat de Barcelona;
- Rehabilitació dels espais actuals de restauració.
- Millora de la oferta gastronòmica per tal de fer-lo referent del menjar saludable.

Excel·lència en la gestió:

- Treballar segons el model EFQM de l'Excel·lència en la gestió empresarial i assolir el segell de plata.
- Nova Certificació SGE21:2017 conforme seguim els estàndards de la norma, sent Ètica i Socialment Responsable.

## **2. POLÍTICA DE QUALITAT I MEDI AMBIENT**

Al Parc d'atraccions Tibidabo som conscients de la importància de mantenir un desenvolupament turístic sostenible i establim els nostres objectius de manera alineada amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) aprovats a l'Agenda 2030 per les Nacions Unides. Per l'assoliment dels nostres compromisos, s'estableix un Sistema de Gestió Integral definit pels requisits de les normes UNE-EN ISO9001, UNE-EN-ISO14001 i SGE21, basat en el model EFQM i adherit a BIOSPHERE.

### **2.1. Compromís amb la clientela**

- ✓ Emocionar amb atraccions, espectacles i activitats per a totes les edats, amb una oferta dinàmica, renovada i innovadora.
- ✓ Posar a disposició dels clients un conjunt de canals digitals i físics que facilitin una comunicació fluida.
- ✓ Donar valor a les seves aportacions estudiant-ne la viabilitat i adquirir un compromís de resposta i implementació en un marc d'escolta activa ràpida i eficient.
- ✓ Garantir que se'ls tractarà amb amabilitat, respecte i eficàcia.

### **2.2. Compromís amb les empleades i empleats**

- ✓ Impartir formació contínua i adequada a les treballadores i treballadors, que potencii les seves aptituds i habilitats, per tal de garantir-ne el desenvolupament

professional dins l'empresa.

- ✓ Desenvolupar la nostra activitat vetllant sempre per la salut i la seguretat de totes les treballadores i treballadors.
- ✓ Assegurar un àmbit de treball basat en el respecte i mantenir uns canals de comunicació bidireccionals i eficaços, que en garanteixin l'accés fàcil i la fiabilitat de la informació.
- ✓ Fer partícips a les treballadores i treballadors en la gestió del parc a través de l'escolta activa i mitjançant projectes de participació, com el B:SM CREA.

### **2.3. Compromís amb les instal·lacions**

- ✓ Oferir instal·lacions segures en bon estat de neteja i bona imatge.
- ✓ Treballem per adequar les instal·lacions amb accessibilitat universal;
- ✓ Mantenir el patrimoni actual del parc, respectant el passat, valorant el present i avançant cap al futur.

### **2.4. Compromís amb la societat**

- ✓ Realitzar accions socials dirigides als col·lectius desfavorits, ja sigui per les seves condicions físiques, psíquiques o socials.
- ✓ Fomentar els valors educatius del parc i transmetre coneixements a través de l'oferta d'atraccions, d'activitats didàctiques i de la resta d'activitats educatives que es puguin desenvolupar.
- ✓ Gestionar, amb criteris d'eficiència i sostenibilitat, els recursos naturals, els residus i la mobilitat per accedir al Parc d'una manera eficient i òptima, incloent el compromís per la protecció del medi ambient i la prevenció de la contaminació.
- ✓ Actuar per millorar la integració amb l'entorn natural del Parc de Collserola.
- ✓ Fomentar i divulgar la cultura del medi ambient i involucrar-hi tots els agents implicats.
- ✓ Facilitem diversos canals de comunicació als grups d'interès, donant valor a les aportacions, estudiant la viabilitat i adquirint un compromís de resposta i/o implementació.
- ✓ Transparència amb objectiu d'informar a la societat sobre temes comercials, financers, de gestió i els resultats de l'empresa.

### 3. OBJECTE

L'objecte del present plec és el d'establir les condicions tècniques per contractar la realització del servei de preproducció, producció i postproducció del material audiovisual per a la campanya de publicitat del parc d'atraccions Tibidabo per a l'any 2024 incloent l'espot publicitari, falca de radio i fotografies per a les peces gràfiques de la campanya (premsa, exterior i formats estàtics digitals).

L'objectiu d'aquest espot és donar a conèixer les últimes novetats del Parc previstes per aquesta temporada d'estiu i més concretament en la Caiguda Lliure, la nova atracció que s'estrena a mitjans de la primavera 2024.

L'enregistrament i edició de l'espot, així com els efectes sonors, locucions, textos i plans utilitzats han de seguir el plantejament ja definit prèviament per l'agència de publicitat que ha dissenyat la campanya aprovada conjuntament amb el Parc.

La productora audiovisual haurà de ser fidel al concepte creatiu, guió, tipus de plans i sonorització així com l'storyboard i les diferents escenes plantejades per l'agència de publicitat.

La gravació d'aquest espot es preveu per la tercera setmana de maig 2024 i l'emissió de l'espot es preveu per la tercera setmana de juny.

### 4. ABAST

#### Requeriments:

Caldrà presentar una fitxa amb els detalls tècnics previstos per a la producció de l'espot, segons storyboard adjuntat, i les diferents gràfiques:

- Equip de filmació i recursos d'edició i post-producció, tenint en compte l'alçada de l'atracció (a 50 m del terra), explicant quina solució tècnica es farà servir (drone, grua,...)
- Personal adscrit a la producció.
- La localització serà el Parc d'atraccions Tibidabo

Peces audiovisuals previstes:

- Spot 20" per TV i digital (versió addicional amb subtítols). Es demana màxima qualitat de video.
- Falca 20" (el guio serà facilitat per Tibidabo)
- Adaptacions verticals i 1x1 per Xarxes Socials (format story i reel), a confirmar volum segons pla de mitjans

**Necessitats de càsting:**

- 22 figurants i 2 actors protagonistes (per omplir tots els seients de l'atracció que gira 360°)
- Els figurants d'edat entre 10 i 45 anys, homes i dones
- Els actors protagonistes, entre 15-18 anys
- Els 22 figurants podrien ser reclutats pel mateix Tibidabo a través d'una crida als seus socis.

**Necessitats de locució:**

- 2 locucions (veu dels joves) + 1 locució (veu de la marca) (per TV i ràdio)

**Música de llibreria i efectes de so**

**Necessitats de fotografia per les gràfiques, per aplicació a format horitzontal i vertical:**

- 3 fotografies a persona individual pujada a l'atracció
- 3 fotografies de *skyline* de Barcelona amb visualització de l'atracció (real o a la postproducció)
- Càsting: 2 joves (els que surten a l'espot) i 1 nen de 10 anys aprox.

**Drets d'imatge i veu:**

- 2 anys, digital i TV, àmbit Catalunya
- Els 2 actors principals de l'espot sortiran a totes les peces de la campanya (TV, digital, exterior i print)
- El nen o nena de les gràfiques no sortirà a TV, sí a la resta de mitjans (digital, exterior i print)
- Els figurants de l'espot només sortiran a l'espot de TV i digital

**Idioma:**

- Català

**Permisos:**

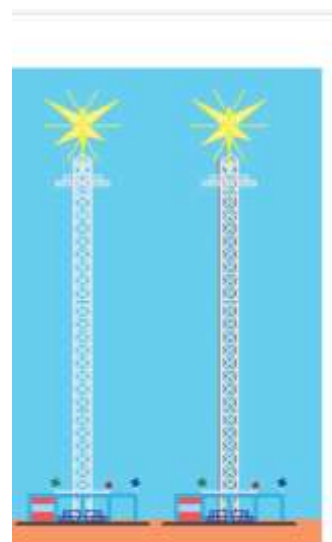
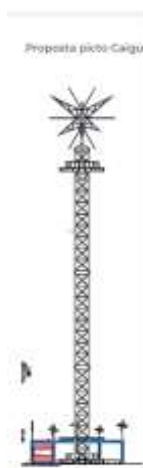
- El licitador haurà de tramitar permisos (per exemple, en cas de gravació amb drone), en cas que siguin necessaris.

## **5. BRIEFING**

### **La nova atracció, Caiguda Lliure**

A l'abril-maig de 2024 Tibidabo inaugurarà una nova atracció. Situada en el lloc on estava l'Hurakan i just davant de l'atracció de Globus, la nova atracció tindrà 50 metres i forma de vareta màgica coronada amb una gran estrella retro il·luminada. Els visitants podran pujar en aquesta atracció, alçar-se fins a 50 metres d'alçada, donar una volta de 360° i, acte seguit, viure uns segons de caiguda lliure que finalitza amb una frenada magnètica

quan arriba a terra. Seran, doncs, uns minuts en què es barrejarà l'excitació d'estar pujant, la màgia de tenir unes vistes espectaculars, i la por i excitació de caure al buit. Aquesta caiguda lliure estarà ubicada en un entorn que canviarà profundament, ja que al seu voltant hi haurà un centre de restauració, una zona de menjar i altres espais. Vist des de Barcelona i des del propi Parc. Aquesta atracció serà ben visible. Cal tenir present que als 50 metres de la torre se sumaran els 500 metre sobre el nivell del mar als quals s'alça de la muntanya del Tibidabo. Tibidabo busca amb aquesta atracció seguir donant emocions als clients recurrents, captar-ne de nous i incrementar l'edat mitja del visitant més jove, passant d'un públic infantil a un més adolescent.



Models de com serà la futura Caiguda Lliure el Tibidabo.

### **Concepte creatiu:**

A la televisió, la campanya destacarà, de forma més explícita i ampliada, les característiques a les quals fa referència el concepte: les emocions de la baixada i les vistes 360° de la ciutat de Barcelona.

I ho farà presentant la nova atracció d'una manera divertida i que reforci la identitat visual de la campanya. Mostrant a 2 joves (15-18 anys) que no paren de pujar a l'atracció al llarg del dia (veient com el cel va canviant del dia a la nit), i que cada vegada que pugen crida amb emoció una part del missatge.

El licitador haurà de gravar aquest espot seguint l'storyboard següent:

## Storyboard



Veiem un pla fix enmig de l'estructura de l'atracció, sense veure ni l'inici ni el final del recorregut.

OFF: Al Tibidabo tenim alguna cosa...



De sobte, puja un grup en vertical de baix a dalt, fins desaparèixer. Al mig, hi ha un home que serà el protagonista del spot que es pujarà diverses vegades al dia per a poder cridar el missatge.

OFF: ...que explicar-te a 550 metres d'alçada



Sense canviar el pla. Veiem com van baixant grups en cascada llure una vegada i una altra i en cada viatge l'home va cridant una part de la frase.

HOME 1 /Supers: ...novaaaa...



El pla és fix, però la flum d'indica que el mateix punt està sent gravat en diferents moments del dia.

HOME 1 /Supers: ...atraccióooo...



HOME 1 /Supers: ...de caiguda...



HOME 1 /Supers: ...lliure...



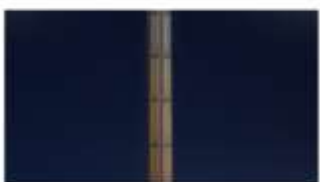
HOME 1 /Supers: ...lliure...



HOME 1 /Supers: ...el cometaaaa...



HOME 1 /Supers: ...flipaaaa...



Veiem com va pujant el pla i tornem a escoltar la veu en off.

OFF: Puja al Tibidabo...



Veiem com va pujant el pla i tornem a escoltar la veu en off.

OFF: ...i deixa caure les teves emocions...



Veiem com va pujant el pla i tornem a escoltar la veu en off.

OFF: des del cel.  
Super: TIBIDABO



Frame final de tancament

NB: La góndola de l'atracció del Tibidabo tindrà 24 seients.

L'equip de treball mínim que s'estima per a la realització, filmació i postproducció i entrega és el següent:

Director de Producció / Realitzador

Ajudant de càmera

Director de Fotografia

Tècnic de so

Maquillatge

Muntador (postproducció)

## **6. PRESSUPOST DE LICITACIÓ**

El pressupost de licitació màxim total serà de 30.000 € abans d'IVA incloent tot el que s'indica en el punt 4 (Abast).

## **7. PLAÇOS D'ENTREGA**

Es demana que l'entrega de la versió final de l'espot i de les imatges gràfiques es facin en un màxim de 15 dies naturals des del dia de gravació. L'entrega final inclourà la imatge aprovada per Tibidabo i la part sonora també aprovada. Es valorarà la reducció d'aquests plaços.

Dia previst de rodatge: en una jornada de treball, en la setmana que inicia el dilluns 20/05 (dos dies després de la inauguració prevista per l'atracció).

Lliurament de les peces: entrega màxima de la versió final 15 dies naturals després del dia del rodatge. Es demanarà fasejar la entrega de les peces, segons necessitats del calendari de llançament de la campanya. Per l'espot es demanarà veure una primera proposta de muntatge per aprovació prèvia al muntatge final amb tots el grafismes, retoc de color i so final.

## **8. ALTRA INFORMACIÓ RELEVANT**

**Eines de gestió i comunicació**

Els encàrrecs i seguiment de les tasques es faran a través de l'aplicació ASANA o un programa de gestió de treball col·laboratiu similar, que permet ordenar les tasques per projectes, calendaritzar-les i marcar *deadlines*, revisar l'històric de totes les comunicacions i penjar arxius al núvol des de qualsevol dispositiu i en *streaming*.

### **Metodologia de reunions**

Després de la signatura de contracte es realitzarà una reunió d'inici de col·laboració entre l'adjudicatari i PATSA i de planificació.

Es farà una reunió prèvia a cada projecte i entre 2 i 4 reunions de seguiment al Tibidabo.

Barcelona,

**Enric Tomas Ibañez**

*Cap Unitat Màrqueting, Comercial i Atenció al Client Parc d'atraccions Tibidabo*  
Barcelona de Serveis Municipals S.A.