

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DE LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE CREACIÓ I PRODUCCIÓ DE LA CAMPANYA “SOM DE MAR” PER A LA FUNDACIÓ BARCELONA CAPITAL NAUTICA.AC24

Prèvia:

Del 22 d'agost al 27 d'octubre del 2024, Barcelona serà la seu de la 37 edició de l'America's Cup, l'esdeveniment esportiu més antic del món i el tercer esdeveniment esportiu amb més audiència televisiva, després dels Jocs Olímpics i el mundial de fútbol. La ciutat espera més de 2.500.000 visitants en els 70 dies que dura la competició.

L'arribada de la 37a America's Cup (AC37) és una fita única, irrepetible i ser-ne seu amfitriona és motiu d'orgull pel que fa a la ciutat (i per extensió Catalunya), i més d'un reconeixement del que representen Barcelona -i Catalunya- en el conjunt del món. Per tant, es fa necessari comunicar i posar en valor tot el que està per venir per tal que la ciutadania s'hi connecti i s'hi impliqui.

Clàusula Primera: Objecte.

Un esdeveniment amb tanta rellevància requereix, també, una campanya de comunicació de primer nivell, que demostrï, una vegada més, el posicionament i la rellevància de Barcelona i Catalunya a l'hora d'acollir i esdeveniments de primer ordre mundial. Per aquesta raó, s'espera un producte d'alta qualitat, impacte i notorietat, que cridi l'atenció pel seu concepte i per la seva posada en escena audiovisual i, sobretot, que emocionï i romani a la memòria dels seus espectadors.

De l'equip tècnic, s'espera comptar amb professionals amb experiències passades d'abast internacional i amb marques de primer nivell, així com comptar amb varis dels principals premis i reconeixements més influents en el sector audiovisual i/o publicitari.

El present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació de la campanya creativa per a la campanya institucional conjuntament amb l'organitzador, que ha d'incloure la idea creativa, la producció de la mateixa i les adaptacions en els diferents formats necessaris per a la posterior difusió en varis canals de comunicació, online i offline.

Clàusula Segona: Objectius.

La campanya comunicativa haurà de satisfer les següents necessitats:

- Donar a conèixer l'esdeveniment, història, funcionament, equips, calendari...
- Enfortir el vincle entre la ciutadania i la competició i desenvolupar el sentiment d'orgull per acollir una competició tan rellevant.
- Connectar els trets identitaris de Catalunya amb els valors de la regata.
- Posicionar l'America's Cup Barcelona com un esdeveniment assenyalat en el calendari de

cites clau a nivell global.

- Augmentar la consideració visitar Barcelona durant els mesos de la regata.

Clàusula Tercera: Destinataris.

La campanya institucional “Som de Mar” està adreçada als següents destinataris:

- Ciutadania en general de Barcelona, Catalunya i Espanya.
- Nous públics que fins ara no s'han acostat al món de la nàutica.
- Públic especialitzat i amant de la nàutica.
- Persones que potencialment puguin visitar Barcelona durant les setmanes de la regata.

Clàusula Quarta: Concepte de la campanya.

El *claim* de campanya (en els tres idiomes de la campanya) que fonamenta el discurs comunicatiu és el següent:

Som de mar / Somos de mar / We the sea

Aquest *claim* vol recollir tots aquells valors identitaris que té Catalunya i que coincideixen amb els valors de la competició:

Ser de mar.

Ser de mar és molt més que viure a la costa.

És saber que el món no s'acaba en nosaltres mateixos, i estar obert a l'arribada constant de noves maneres de fer.

Ser de mar és ser valents davant del desconegut i davant les adversitats. És entendre que l'única manera d'avançar és treballar en equip.

Ser de mar és tenir la necessitat d'innovar per guanyar el pols a les incerteses, superar els límits i arribar a horitzons més llunyans.

Ser de mar és estimar la natura i per tant lluitar per preservar-la. Ser de mar és una manera de ser.

Clàusula Cinquena: Recursos creatius.

La campanya ha de reflectir que la manera de fer de Catalunya/Barcelona queda reflexada en l'essència de l'America's Cup, mitjançant uns valors que han permès a ambdós partners a ser reconeguts, respectats i admirats a tot el món. Aquesta conjunció de valors és la que ha d'ajudar a comprendre i connectar a la ciutadania de que l'America's Cup també és cosa seva:

- cultura marítima
- creativitat
- treball en equip
- tecnologia i innovació

- sostenibilitat
- competició i afany de superació
- grans esdeveniments

Malgrat això, s'espera que el concepte i el desenvolupament de la campanya s'allunyin dels estereotips turístics típics i reflecteixin l'ànima més autèntica de Barcelona i Catalunya que en fan un lloc únic, on les seves persones en són el més important. Alhora, combinar-ho amb l'espectacularitat i el ritme frenètic d'una competició com és l'America's Cup.

S'espera un tractament estètic cuidat i cinematogràfic que en resulti un producte final de primera qualitat.

Clàusula Sisena: Missatges principals.

Els missatges a transmetre a través de la present contractació són els següents:

Per a les peces genèriques:

Barcelona acull, a partir del 22 d'agost, la 37a edició de la Copa Amèrica. L'America's Cup és esport extrem, treball en equip, tecnologia punta, innovació, respecte al medi ambient i un gran espectacle obert a tots els públics.

Per a les peces temàtiques:

1. Esport i treball en equip
2. Tecnologia i innovació
3. Sostenibilitat
4. Regates de Dones i joves.
5. Crida a la participació ciutadana (obert i gratuït a tots els públics)

Clàusula setena: Característiques del producte a contractar.

L'Agència contractista s'ha de responsabilitzar de dur a terme els següents encàrrecs:

1. Desenvolupament de la idea creativa en base al concepte "Som de mar" a nivell de màsters, d'acord amb els objectius, missatge i públics descrits.

- Peça audiovisual amb durada de 60"
- Peça audiovisual amb durada de 30"
- Peça audiovisual amb durada de 20"
- 2 Fotografies amb retoc bàsic
- Falca de radio amb durada de 20"
- Adaptació a versions RRSS (re enquadrament a formats)

2. Print:

- Art Final Màster Foto Copa Amèrica
- Art Final Màster Foto Copa Amèrica
- Art Final Màster Foto Rodatge
- Art Final Màster Foto Rodatge

3. Digital:

Les peces proposades s'hauran d'ajustar quan es defineixi el pla de mitjans definitiu:

Campaign Launch:

- Master Display animated banner (Generic Campaign)
- Máster display static banner (Generic Campaign)
- Master Display animated banner (Teamwork, Future & Competition)
- Máster display static banner (Teamwork, Future & Competition)
- Brand day

Few days left adaptation:

- Generic campaign
- Master Display animated banner
- Máster display static banner
- Brand day

4. Social Media:

Les peces proposades s'hauran d'ajustar quan es defineixi el pla de mitjans definitiu:

Campaign Launch:

- 15" reel generic campaign master
- 15" reel Teamwork campaign master
- 15" reel Future campaign máster

Few days left adaptation:

- 15" reel generic campaign master
- 15" reel Teamwork campaign master
- 15" reel Future campaign máster

Clàusula vuitena: Consideracions.

a) Els idiomes de la producció seran el català i el castellà.

b) El Pla de mitjans (convencionals i paid): Aquesta contractació no preveu que es produeixi la contractació dels suports de comunicació per a la posterior difusió, però sí l'enviament dels

materials, la gestió i la comunicació amb l'agència de mitjans adjudicatària de la compra i gestió dels espais.

c) Masters de cada peça: S'haurà de lliurar el master en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci. Caldrà produir totes les versions a utilitzar per a l'estratègia de comunicació facilitant els formats necessaris per tal que les peces o vídeos compleixin els requisits i les especificacions òptimes que requereixin els diferents suports de campanya.

d) Signatura de la campanya: Les peces hauran de tancar-se amb:

- Als formats impresos: banda de logos sencera de Host Venue, a facilitar per la Fundació contractant
- A l'Espot: Copa Amèrica + Generalitat + Ajuntament + FBCN, i la resta més petits en una pantalla diferent, a facilitar per la Fundació.

Clàusula novena: Drets d'ús.

La Fundació Barcelona Capital Nàutica.AC24 serà titular dels drets d'ús del producte, sense perjudici del seu ús per part de l'entitat propietària dels drets d'imatge i propietat intel·lectual dels símbols vinculats a l'organització de la Copa Amèrica de Vela Barcelona 2024 que integren la producció de la campanya de comunicació contractada.

D'altra banda, s'estableix drets d'ús a nivell nacional durant 1 any a televisió, digital, xarxes socials, web clients, esdeveniments, cine, etc.

Comentado [1]: @mparejo@barcelonacapitalnautica.org el text següent el proposa Havas. Si cal que afegim alguna cosa més, femho
Asignado a mparejo@barcelonacapitalnautica.org

Comentado [2]: què vol dir Havas per clients? Ace? administracions?

Barcelona, 18 d'abril de 2024

