

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques DEL CONTRACTE DE PATROCINI DEL FESTIVAL *CUNIT MUSIC FESTIVAL* PER LA PROMOCIÓ DE L'AJUNTAMENT DE CUNIT, MITJANÇANT PROCEDIMENT SENSE PUBLICITAT

1. Objecte

És objecte del present Plec fixar les condicions tècniques particulars que regiran el contracte de patrocini publicitari del *CUNIT MUSIC FESTIVAL*.

2. Objectius

Cunit és un municipi turístic, per la qual cosa, des de l'Ajuntament, s'oferten i es programen diverses activitats adreçades tant a la ciutadania com als visitants. Al llarg de l'any se celebren nombrosos esdeveniments que gaudeixen d'un públic consolidat com són la Xarel.lada, les festes major d'hivern i estiu, les Nits de Glòria, festival de l'humor, Aquatló, entre d'altres.

Per tal d'arrodonir aquesta oferta cultural i adreçar-la a un sector de públic més ampli i, per tal de, donar visibilitat i promocionar el municipi amb un producte més innovador, l'Ajuntament de Cunit ha pres la determinació de dur a terme un contracte de patrocini pel *Cunit Music Festiva* de música amb grups d'actualitat pel 26, 27 i 28 de juliol, punt àlgid de l'estiu i de màxima afluència de turistes al nostre municipi.

El valor de l'activitat cultural és múltiple, estenen-ne els efectes a una diversitat de col·lectius i sectors, que van des de la ciutadania en general, fins als sectors turístics i cultural que es veuen directament beneficiats amb la seva existència, però sense lloc a dubtes incumbeix especialment al sector turístic, atesa la seva capacitat d'atracció de visitants, captació d'atenció exterior, i consolidació del nom Cunit, que incideix directament i positivament a la imatge de la marca de municipi turístic de Cunit.

En tots els casos, el valor de l'esforç de promoció d'esdeveniments i programes es multiplica si ve acompanyat d'una màxima difusió, de manera que tots els seus destinataris i beneficiaris potencials coneguin que Cunit presenta aquest tipus d'ofertes i hi puguin participar. Aquesta difusió s'obté per diverses vies, una de les quals és el patrocini d'esdeveniments independents que serveixin de mitjà de coneixement i promoció al públic de les propostes locals, sent especialment rellevants aquells amb un potencial més gran d'atracció d'atenció com són els festivals de música a l'estiu en municipis de costa.



Són una forma de turisme alternatiu que comporta la comercialització de la cultura, en una manifestació del consum cultural de masses característic de la societat en què vivim.

Es generen augments en els ingressos dels comerços i diferents sectors de l'hostaleria proporcionant un fort impacte econòmic en un període de temps curt. Contribueixen a la generació d'una imatge turística que proporciona un posicionament de la localitat.

Generen grans impactes en repercussió mediàtica.

Resulten un valor afegit per a les promocions turístiques associant la seva imatge de marca a la localitat.

Ajuden a un posicionament identitari i promocional de les localitats on es fan.

Generen repercussions socials positives com a sentiment d'identitat territorial, cohesió social, regeneració urbana, adaptació i obertura de ment.

3. Ubicació activitat

A Cunit, la ubicació triada pel festival és el camp de futbol municipal amb una aforament de 5.000 persones. Una ubicació amb fàcil accés des de la C31, amb espai per aparcament i en zona perifèrica per a afectar lo mínim el descans dels veïns.

4. Durada del contracte

S'establirà des de la formalització del contracte fins el 28 de juliol de 2024.

El Cunit Music Festival es celebrarà del 26 al 28 de juliol a Cunit.

L'adjudicatari disposa d'un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte, per presentar la memòria on es detalli l'impacte del patrocini.

5. Publicitat a mitjans

La publicitat en diferents mitjans és essencial per a la difusió i promoció del festival a tot arreu. Siguin mitjans digitals o en paper el nom de Cunit constarà a la publicitat per lo que el potencial públic assistent ja coneixerà o buscarà la ubicació de Cunit si vol venir als concerts.

El patrocinat realitzarà l'organització del festival Cunit Music Festival i s'obliga a fer publicitat de l'Ajuntament a tots els actes públics en què comparegui amb motiu de dit esdeveniment, amb un valor de retorn de l'Ajuntament, com a mínim, de 110.000€, sense IVA, d'acord amb les següents condicions descrites en el present plec com a Annex 1:



- Estratègia digital: elaboració de l'estratègia d'anuncis a les xarxes socials àmbit local i nacional.
- Estratègia marketing influencers:
 - Creació i configuració de campanyes a Anuncis META.
 - Gestió d'Anuncis a les xarxes socials.
 - Màrqueting d'Influencers
- Marketing digital artistes.
- Publicitat exterior:
 - Banderoles: Campanya exterior amb banderoles al trajecte urbà de la C-31 que travessa la població de Cunit. Aquesta acció pot desenvolupar-se entre 30 i 45 dies previs a la celebració del festival.
 - Mupis: Campanya exterior amb MUPIS ubicats a l'entorn de proximitat Baix Penedès, Garraf i Alt Penedès. Aquesta acció pot desenvolupar-se prèviament a la celebració del festival.
 - Cartelleria.
- Campanya amb mitjans oficials:
 - Ràdio Flaix FM, d'acord amb les següents característiques:
 - Ràdio:
 - o Cobertura: a partir de Juny de 2024.
 - o Forma: promots i mencions de 30" d'emissora oficial promots i mencions de concurs.
 - o Inserció: 100 promots d'EO Cobertura Barcelona, 20 promots i 10 mencions de concurs CADENA.
 - Online:
 - o Cobertura web i xarxes socials.
 - o Període: a partir de Juny de 2024.
 - o Format: silder web i post a xarxes socials.
 - o Inserció: 28 dies de Silder i 1 post concurs.
 - Campanya Cadena Dial Penedès-Garraf.
 - La Vanguardia, d'acord amb les següents característiques:
 - o Publicació pàgina Bended content.
 - o Contingut digital.
 - Diaris comarcals i digitals:
 - o La Fura
 - o El Cargol
 - o Eix Diari



D'aquesta manera es situa Cunit en el mapa dels festivals d'estiu, creant un precedent per a properes edicions. Es tracta de generar un impacte turístic i econòmic al voltant del festival.

6. Anàlisi de rendibilitat i report del treball

Aquest patrocini és una publicitat de caràcter indirecta "Retorn publicitari" i que consisteix en què el patrocinat permet al patrocinador que faci pública la seva col·laboració econòmica (i en espècie) en l'activitat del patrocinat i també, si així s'estableix, en què el patrocinat realitzi comportaments actius amb la mateixa finalitat. El patrocinador a canvi gaudeix de la notorietat i del ressò de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom o marca i d'enaltir la seva imatge.

L'anàlisi de la rendibilitat es farà mitjançant el lliurament d'una memòria justificativa del projecte del festival i d'aplicació del patrocini amb la valoració de la repercussió mediàtica de l'Ajuntament de Cunit:

- a) Lliurament d el "Clíping" de la presència en els diferents mitjans de comunicació de l a marca de l'Ajuntament i valoració de l'impacte econòmic en publicitat generat.
- b) Valoració de la inversió publicitària en mitjans (impresos, audiovisuals i en línia) i el valor econòmic equivalent de la presència de la marca de l'Ajuntament vinculada al patrocini
- c) Valoració de l'impacte de la marca de l'Ajuntament en els assistents.
- d) Reportatge fotogràfic (preferiblement en alta resolució), amb el detall de la presència de marca de l'Ajuntament com a patrocinador en tots els suports inclosos al contracte de patrocini.

