

Plec de Prescripcions tècniques

Objecte del Contracte

Aquest contracte té per objecte el servei de realització de l'estratègia de la comunicació, del disseny, creació, redacció, edició, contractació de mitjans de publicitats, senyalització i dinamització de continguts per les xarxes socials per a la promoció de la Fira del Gall.

Antecedents

L'Ajuntament de Vilafranca organitza anualment des del Servei de Turisme la Fira del Gall, tradició centenària vilafranquina (359 edicions) d'abans de Nadal i un dels esdeveniments més destacats de la vila que atreu més de 30.000 visitants.

La Fira del Gall promou la venda del Gall del Penedès, una au autòctona que disposa de la Indicació Geogràfica Protegida. La Fira del Gall ha estat clau per al manteniment d'aquesta raça de galls i gallines. Proximitat, sostenibilitat, qualitat, són alguns dels aspectes transversals que la Fira del Gall.

La Fira del Gall s'enfoca d'una manera transversal que abasta des de la criança a la degustació d'aquesta au, així disposa d'un espai de venda d'aviram, un d'exposició, un altre de gastronomia relacionada i a més una de degustació de vins de la DO Penedès com a eixos vertebradors de la Fira.

El darrer Pla Estratègic de Turisme inclou entre la proposta d'accions "reforçar les experiències gastronòmiques posant en valor el producte local en el marc de l'objectiu 4.






La Fira del Gall es desenvolupa el tercer cap de setmana de desembre, en funció de com cau el dia 25 pot fer variar aquest data. Es desenvolupa durant el dissabte i el matí de diumenge instal·lada en el parc de Sant Julià i el pavelló firal.

Aquest esdeveniment precisa, per a la seva promoció i captació de visitants, d'una imatge gràfica concreta (renovable anualment) i d'un disseny gràfic personalitzat que transmeti els valors d'aquesta fira i de la vila com a destinació turística. Aquesta imatge ha d'anar acompanyada indissolublement d'una estratègia comunicativa apropiada, eficient i eficaç que promocióni l'esdeveniment.

Descripció dels treball a realitzar

La base del contacte és establir l'estratègia de comunicació de la Fira del Gall des de les seves diferents vessants. Es tracta d'executar el disseny, la creació, la redacció, l'edició, la contractació de mitjans de publicitat, la senyalització i la gestió i dinamització de continguts per les xarxes socials.

Són tasques que es contemplen en aquest contracte:

-  Disseny de la imatge gràfica de l'edició de la Fira del Gall (diferent per a cada any)
-  Disseny i edició del material utilitzat en la fira (veure annex)
-  Producció de material digital, gràfic i audiovisual de qualitat
-  Contractació del mitjans de comunicació emprats per a la publicitat de la Fira
-  Adaptació dels continguts de la fira al web de la Fira del Gall (www.firadelgall.cat)

Vilafranca del Penedès, en data de la signatura electrònica

La veracitat del contingut d'aquest document es pot comprovar a www.vilafranca.cat/validacio

Codi validació document:
15246020545622501534



- Creació dels continguts per a les xarxes socials de la fira i aquelles que es poden considerar interessants per atreure un segment de públic concret, així com la seva dinamització i realització de campanyes.
- Suport en la recerca del pregoner/a
- Propostes d'activitats de dinamització de la fira

Objectius

L'objectiu de la comunicació de la Fira del Gall és aconseguir difondre la Fira del Gall tant per l'atracció de públic els dies de la fira, com per la sensibilització per al consum del Gall de Penedès amb IGP i per contribuir en el foment del producte de proximitat del territori, en concret el Gall del Penedès amb IGP i el vi de la DO Penedès.

La fira es dirigeix al públic de proximitat català com a àrea de referència, amb especial atenció a la vegueria Penedès i Barcelona i conurbació. Un fet que determina els mitjans a emprar en la seva difusió.

Fases

FASES	Tasques relacionades
DISSENY I COMUNICACIÓ:	<ul style="list-style-type: none"> ■ Definir, coordinar i executar el pla de mitjans, accions promocionals i senyalètica de la fira. ■ Coordinar els continguts i execució del web i xarxes socials. ■ Portar a terme la relació amb els mitjans de comunicació (generalistes i especialitzats). ■ Redactar els textos de tot el material de difusió i dossiers relacionats (patrocini, premsa i comercial). ■ Convocar els mitjans (tant locals com nacionals) a la roda de premsa de presentació de la fira i pregó ■ Coordinar el pressupost de comunicació. ■ Assistir a la fira per portar a terme la relació amb els mitjans, els comunicats de premsa i les xarxes socials.
SUPORT A L'ORGANITZACIÓ DE LA FIRA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Recolzament en la recerca i selecció del pregoner/a ■ Aportació d'idees per a activitats de dinamització de la fira
EDICIÓ/IMPRESSIÓ DE MATERIALS I SENYALITZACIÓ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Selecció de suports per als diferents dissenys ■ Edició de tots el elements, materials i senyalització de la fira (segons quadre annex) en els diferents suports

Vilafranca del Penedès, en data de la signatura electrònica

La veracitat del contingut d'aquest document es pot comprovar a www.vilafranca.cat/validacio

PLAN_GEN_SIGN
31/2024/1408

**Codi validació document:
15246020545622501534**



	seleccionats
EXECUCIÓ, CONTROL I AVALUACIÓ:	<p>Coordinació i control del muntatge i desmuntatge de la fira (rètols, senyalització, trenet, pregó).</p> <p>Recull de dades de valoració de les xarxes socials, lliurament d'un informe de tancament, memòria i clipping i accions de millora de la fira.</p>

Es sol·licita a l'empresa adjudicatària la presentació de propostes, característiques tècniques de la impressió, modificació, proves de color, enviament i seguiment de la producció fins el lliurament, quan s'escaigui, i seguiment de la col·locació (i col·locació en funció del suport i/o senyalització) dels elements que ho requereixin.

Cal tenir en compte la correcció de tots els textos produïts, inclosos els aportats per l'organització. S'entén per correcció tant l'ortogràfica com l'estètica.

Cronograma

El cronograma previst per a realització de la l'estratègia de la comunicació, del disseny, creació, redacció, edició, contractació de mitjans de publicitat, senyalització i dinamització de continguts per les xarxes socials per a la promoció de la Fira del Gall és el següent:

CRONOGRAMA	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	Gener
DISSENY I COMUNICACIÓ					
Elaboració de l'estratègia de comunicació					
Validació del pla de comunicació de la fira					
Validació imatge de la fira					
Validació del pla de mitjans					
Validació del pla de xarxes socials					
Seguiment de la contractació de mitjans i validació dels continguts					
Validació de continguts de xarxes					
SUPPORT A L'ORGANITZACIÓ DE LA FIRA					
Recolzament en la recerca i selecció del pregoner/a*					
Aportació d'idees per a activitats de dinamització de la fira					
EDICIÓ/IMPRESSIONS DE MATERIALS I SENYALITZACIÓ					
Proposta i validació dels dissenys del material paper (tiquets, estovalles, cartells,...)					
Proposta i validació dels dissenys dels elements de senyalització					
Proposta i validació dels dissenys del material per al pregó					
Impressió del dissenys paper					
Impressió dels elements de senyalització					
EXECUCIÓ, CONTROL I AVALUACIÓ:					
Presència a la fira dels professionals involucrats en el projecte					
Recepció i validació de factures					
Informe resultats (memòria, clipping) i accions millora					

Vilafranca del Penedès, en data de la signatura electrònica

La veracitat del contingut d'aquest document es pot comprovar a www.vilafranca.cat/validacio

PLAN_GEN_SIGN
31/2024/1408

**Codi validació document:
15246020545622501534**






Recolzament en la recerca i selecció del pregoner/a*: en aquest cas esdevé una actuació prioritària, que s'activarà en funció del moment de l'inici de contracte.

La coordinació seguirà la següent metodologia: reunions mensuals (a concretar en funció del desenvolupament de la planificació, podent-se realitzar amb una menor freqüència) entre el Servei de Turisme i la persona responsable del projecte de l'empresa contractada. S'establirà una persona de referència per a cada una de les fases (direcció i coordinació tècnica, comercialització, comunicació i execució) per tal que el Servei de Turisme s'hi pugui coordinar ja sigui a nivell presencial, telefònic o per correu electrònic.

Dinamització de Xarxes Socials

El Servei de Turisme de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès treballa fonamentalment amb:

-  Facebook, turimevilafranca
-  Instagram, turimevilafranca
-  Twitter, @Vilafrancatur

L'empresa adjudicatària ha d'aprofitar aquests canals per a la promoció i informació de la Fira del Gall, i com es deia, aquelles xarxes socials que es considerin oportunes per a la promoció de la fira. S'encarregarà de la publicació de continguts, proposta de nous formats i accions per augmentar-ne la difusió, publicitat, monitoratge, escolta activa i interacció amb els seguidors i seguidores.

En tot moment es tindrà en compte que l'emissor dels missatges en xarxes socials és el Servei de Turisme de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès, per tant, la comunicació s'ha de portar a terme sempre amb un to i llenguatge respectuosos i afins a la institució.

Vilafranca del Penedès, en data de la signatura electrònica

La veracitat del contingut d'aquest document es pot comprovar a www.vilafranca.cat/validacio

**Codi validació document:
15246020545622501534**

