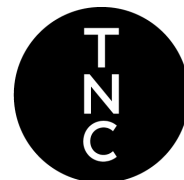


**Teatre Nacional
de Catalunya**
Plaça de les Arts, 1
E 08013 Barcelona
Tel. 34 933 065 700
Fax 34 933 065 701
info@tnc.cat
www.tnc.cat



**TEATRE NACIONAL
DE CATALUNYA**

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ
DELS SERVEIS DE CREACIÓ DE LES CAMPANYES DE COMUNICACIÓ
DE LA TEMPORADA 2025-2026 i 2026-2027
DEL TEATRE NACIONAL DE CATALUNYA, SA**

Expedient TNC-2025-37

ÍNDEX

1. OBJECTE DEL CONTRACTE
2. DURADA DEL CONTRACTE
3. CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI I TREBALLS A REALITZAR
 - 3.1. Punt de partida
 - 3.2. Objectius de les temporades 2025-2026 i 2026-2027
 - 3.3. Objectius de màrqueting
 - 3.4. Públic objectiu
 - 3.5. Operativa i treballs a realitzar
4. REQUERIMENTS
5. CALENDARI

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

El plec de prescripcions tècniques (PPT) estableix les condicions generals i específiques que ha de complir l'adjudicatari que s'encarregui de la creació, el disseny, la producció i la realització dels materials necessaris per a les campanyes generals de presentació de la temporada 2025-2026 i 2026-2027 del TNC, així com la posterior adaptació d'aquest concepte gràfic a les campanyes de cadascun dels espectacles a mesura que es vagin estrenant durant la temporada.

També formen part de l'objecte del contracte la realització dels vídeos promocionals de cadascun dels espectacles que ho requereixin, així com les adaptacions de tràilers proporcionats per les companyies. El contracte inclou, així mateix, la realització d'altres tipologies de vídeo (institucionals, reportatges d'activitat del TNC o similars).

Finalment, l'objecte comprèn altres campanyes puntuals de poca envergadura, peces gràfiques i/o d'animació, i projectes editorials puntuals vinculats a les necessitats comunicatives del teatre, en cas que resultin necessaris durant la temporada.

Així doncs, el contracte engloba:

- Campanyes generals de presentació de temporada o campanya XL (una vegada a l'any, abans de l'inici de cada temporada teatral):

Creació, direcció d'art, producció, realització i coordinació general fins a l'entrega d'arts finals de totes les peces de la campanya general de presentació de la temporada teatral del TNC. Inclou:

- Fotografies
- Vídeos
- Imatges o altres materials i peces, en funció de la idea creativa
- Les adaptacions de les peces anteriors a diversos formats de la campanya online i offline
- Elements de decoració de l'edifici del TNC
- Elements de merchandising

- Adaptació a les campanyes dels espectacles de la temporada (30 aprox. durant el transcurs de la temporada teatral, de setembre a juliol):

A partir de la imatge de cada espectacle creada per a les campanyes generals de presentació de temporada (campanya XL), es demanaran adaptacions gràfiques a diversos formats online i offline durant la temporada. Cada

campanya pot tenir una envergadura diferent, en funció de l'estratègia de comunicació de cada espectacle.

- Material audiovisual de nova creació i/o adaptacions de material ja existent (segons necessitats en el transcurs de la temporada):
 1. Material de vídeo per a publicitat: tràilers i talls d'espectacles, making of i altres vídeos institucionals.
 2. Vídeos per a xarxes socials: adaptació de vídeos ja existents i creació de contingut nou (declaracions post-estrenes, converses prefunció, entre altres).
- Altres campanyes i/o peces gràfiques i/o projectes editorials puntuals (segons necessitats en el transcurs de la temporada):

Realització de campanyes i/o elements puntuals, com per exemple: campanya d'una activitat del TNC, desplegable per al Servei educatiu i social del TNC o elements de senyalística, entre altres.

L'objectiu principal de totes les campanyes i elements de comunicació sempre és doble. D'una banda, informar i vendre la programació i activitats del TNC. I d'altra banda, incidir en la identitat de la marca del TNC, vetllant sempre per una coherència corporativa, i difonent els valors de la marca com a servei públic dedicat al creixement cultural de la ciutadania a través de les arts escèniques: interès cultural, qualitat, excel·lència i compromís ètic i social.

2. DURADA DEL CONTRACTE

La durada del contracte s'estableix des de la data de formalització, o signatura, fins al 31 d'agost de 2027.

Els serveis s'iniciaran immediatament després de la formalització del contracte, quan el contractista haurà d'idear la campanya general de la temporada 2025-2026. La campanya es preveu presentar-la durant el mes de maig de 2025. Les tasques del dia a dia corresponents a la temporada 2025-2026 es preveu iniciar-les al setembre de 2025 i finalitzar-les al mes d'agost de 2026.

En la data que acordi el TNC (maig, juny o setembre de 2026) tindrà lloc la presentació de la temporada 2026-2027. Les tasques del dia a dia corresponents a la temporada 2026-2027 es preveu iniciar-les al setembre de 2026 i finalitzar-les al mes d'agost de 2027.

3. CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI I TREBALLS A REALITZAR

3.1 Punt de partida

El TNC és un teatre públic de la Generalitat de Catalunya amb 28 anys d'història. En tot aquest temps, el TNC s'ha consolidat com a referent de les arts escèniques a Catalunya per la qualitat i excel·lència de les seves propostes artístiques i culturals i la seva voluntat de servei públic. En el transcurs dels anys, ha sabut aplegar un públic ampli i divers.

La temporada 2021-2022 Carme Portaceli assumeix la direcció artística per a un període de 6 temporades incorporant nous valors i amb la ferma voluntat de posicionar-se com a teatre de tothom, obert, hospitalari, contemporani i ple de propostes interessants per al públic i la societat del segle XXI.

Per a la cinquena i sisena temporada de Carme Portaceli, la 2025-2026 i 2026-2027, es requereix un acompanyament en la comunicació que mantingui la coherència i identitat corporativa actuals:

- Donar continuïtat a la marca TNC: identitat institucional i de marca.
- Consolidar els nous valors que s'han integrat a la marca TNC les quatre últimes temporades.

Potenciar una comunicació i un llenguatge visual directes i contemporanis.

3.2 Objectius de les temporades 2025-2026 i 2026-2027

- **Donar continuïtat a la identitat de marca:**

- Missió

El TNC és una institució cultural orientada al servei públic i creada per contribuir al creixement cultural de la ciutadania a través de les arts escèniques.

- Visió

El TNC vol contribuir al posicionament de les arts escèniques com a eina de millora d'una societat en constant evolució, mitjançant l'excel·lència de propostes artístiques i pedagògiques obertes a tothom.

- Valors

Interès cultural, qualitat i excel·lència, compromís ètic i social, amb una governança basada en la vocació de servei públic per contribuir a posicionar la cultura com a base de la cohesió social i potenciar la igualtat d'oportunitats.

- **Consolidar nous valors ja incorporats a la marca:**

Durant les quatre últimes temporades, amb la incorporació de Carme Portaceli com a directora artística, s'ha utilitzat el lema "El TNC, una porta al món", i s'han adoptat els valors següents:

- Contemporaneïtat

El TNC està compromès amb el paper de la cultura i posa sobre la taula temes fonamentals, històries importants que ens afecten directament.

- Apertura

Un teatre de qualitat i obert a la diferència; una programació paritària, sostenible i diversa; l'apertura a nous llenguatges escènics; la cura del patrimoni cultural, llegint-lo, amb respecte, des d'una perspectiva contemporània. Volem ser més que mai el teatre de tothom, amb les portes obertes a tothom.

- Internacionalitat

És essencial que el Teatre Nacional de Catalunya, com a primera institució teatral del país, s'insereixi, de ple, en els debats socioculturals que ja tenen lloc a nivell internacional. El TNC és el teatre de referència del sud d'Europa i ha sabut teixir una important xarxa amb teatres de tot Europa.

- Diversitat

Som un servei públic i oferim propostes culturals i pedagògiques per a una societat rica i diversa, per a les persones que ja venen al TNC

habitualment, però també per a les persones que encara no hi han vingut mai.

- **Potenciar la comunicació de valors culturals i un llenguatge visual directe:**

A partir de la temporada 2025-2026, volem evolucionar en la direcció següent:

- Aprofundir en la difusió dels conceptes i valors culturals de la missió, visió i valors del TNC.
- Llenguatge sense artificis, que traspuï autenticitat, naturalitat i contemporaneïtat.
- Construir un relat visual per a les dues últimes temporades de l'actual direcció artística coherent amb les temporades immediatament anteriors.

3.3. Objectius de màrqueting de les campanyes de presentació de temporada:

- Informar el públic de la programació i les activitats de cada nova temporada teatral del TNC.
- Informar dels avantatges d'abonar-se al TNC al principi de la temporada (fins a un 49% de descompte sobre el preu de les entrades).
- Augmentar la quantitat d'abonaments i entrades venudes.
- Creació de nous públics i fidelització dels públics actuals.

3.4. Públic objectiu

- Públic adult de l'àmbit territorial Barcelona (majoritàriament) i Catalunya, consumidor habitual de cultura: l'edat mitjana del públic del TNC és de 48 anys
- Públic jove de fins a 35 anys: tots els espectacles són a meitat de preu per als joves fins a 35 anys.
- Públic adolescent.
- Famílies amb infants menors de 14 anys, consumidores habituals de cultura.

- Comunitat educativa i social i entitats diverses del teixit associatiu català interessades en l'organització de sortides escolars i/o culturals al teatre.

3.5. Operativa i treballs a realitzar

L'operativa es desenvolupa en dues etapes:

Abans de començar cada temporada teatral: campanya general de presentació de la nova temporada (campanya XL).

Un cop signat el contracte, el TNC lliurarà a l'adjudicatari de la licitació un briefing concret per a la campanya general de presentació de la nova temporada (campanya XL), que tindrà l'objectiu d'incentivar la compra d'abonaments i d'entrades dels espectacles. Un cop consensuada i acordada la creativitat i estratègia visual que englobi la gràfica de la temporada en els diferents canals, i estigui acordat l'equip de treball (fotògraf, videògraf, etc.), es procedirà a la producció dels diversos materials.

Aquesta campanya general de presentació de la nova temporada (campanya XL), ha d'incloure una imatge de presentació de cada espectacle de la temporada (foto o imatge, en funció de la idea creativa). La temporada teatral del TNC consta, aproximadament, de 30 espectacles. Quan els espectacles s'hagin estrenat abans d'exhibir-se al TNC, es lliuraran al contractista fotografies d'aquests perquè els adapti i integri a la campanya XL. En el cas dels espectacles no estrenats (habitualment, entre 7 i 12), el contractista realitzarà les fotografies i/o imatges corresponents.

Per al dia de la presentació, que tindrà lloc la darrera setmana de maig de 2025 i la data que es determini per al 2026, s'han de tenir realitzats la major part d'elements de la campanya XL: vídeos, les fotografies i/o imatges dels espectacles, llibret de presentació de temporada, cartel·les per a presentacions, disseny de suports publicitaris exteriors, elements de merchandising i assets per al web i la comunicació digital i impresa.

D'altra banda, la campanya de presentació (campanya XL) té una segona fase d'implantació amb els elements de decoració, assets per a comunicació digital i elements del web propis de l'inici de temporada en el mes de setembre.

Durant la temporada teatral: resta de campanyes.

Cada temporada s'estrenen uns 30 espectacles aproximadament. Cadascun dels espectacles té una campanya pròpia: es tracta de fer una adaptació a diversos suports comunicatius (peces gràfiques i audiovisuals) de la imatge de l'espectacle que ja s'ha

utilitzat prèviament per a la campanya general de presentació de la temporada (campanya XL).

Durant la temporada es contemplen quatre tipologies de campanya en funció de l'estratègia de comunicació i els serveis que s'han de prestar en cada cas:

- Campanya L
- Campanya M
- Campanya S
- Campanya XS

Hi haurà campanyes amb uns suports mínims (programa de sala de l'espectacle i altres suports petits) i hi haurà campanyes amb una gran diversitat d'elements (vídeos -tràilers, talls d'espectacles, making of, vídeos xarxes socials com poden ser declaracions post-estrena i converses prefunció-, banderoles de carrer, opis, autobusos, anuncis online i offline, comunicació digital, etc.).

Durant la temporada, el TNC passarà els encàrrecs de les diverses campanyes esglaonadament, després de determinar el volum i el timing de cada encàrrec segons les seves necessitats.

Per facilitar aquesta operativa, s'estableix una tipologia de campanyes en funció del seu volum:

CAMPANYA XL

Campanya de presentació general de temporada: 1 campanya per temporada.

1. Concepció proposta creativa de la presentació de la temporada, segons briefing previ del TNC.
2. Direcció d'art dels vídeos, les fotografies/imatges i suports gràfics.
3. Coordinació dels diferents professionals implicats i producció, realització, postproducció i adaptacions dels materials de la campanya (vídeos, fotos/imatges i dissenys):

Vídeos

Inclou tres vídeos diferents: vídeo presentació temporada per incentivar la venda d'abonaments + vídeo viral amb paraula clau de la temporada + vídeo-catàleg amb els títols dels espectacles de la temporada.

- Producció, realització, enregistrament i/o editatge d'imatges ja existents, editatge i postproducció dels vídeos.
- Incorporació de cartel·les i grafisme d'obertura i/o tancament amb la imatge gràfica TNC.
- Proposta, gestió i incorporació de veus en off veu en off lliures de drets de propietat intel·lectual, en els casos que sigui necessari, amb previ consens amb el departament de Comunicació i Màrqueting.
- Proposta, gestió i incorporació de músiques lliures de drets.
- Incrustació de subtítols per a assegurar l'accessibilitat.
- Adaptació dels vídeos a diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Fotografies i/o imatges de presentació de cada espectacle de la temporada:
30-35 espectacles/temporada aprox.

Inclou la realització com a màxim d'unes 12 fotografies, corresponents als espectacles que encara no estan estrenats i que per tant no tenen cap imatge.

El TNC lliurarà les fotografies ja existents dels espectacles que ja s'han estrenat.

Concepció, proposta de fotògraf/a en consens amb el TNC, producció, realització i editatge de les imatges i/o editatge d'imatges ja existents

Disseny gràfic

- a) Llibret de presentació de temporada (90 pàg. aprox.).
- b) Decoració interior i exterior edifici TNC:
 - Banderoles jardí: 32 fanals / 64 models (o alternatiu).
 - Venecianes vestíbul: 26 (o alternatiu).
 - Neó vestíbul principal (o alternatiu).

- Lona Sala Tallers (o alternatiu).
- Plafons vestíbuls: preus taquilles, programació i mecenes.
- Vinils façana (o alternatiu).
- Photocall (o alternatiu).

c) Cartel·les per a presentacions i portades de documents diversos.

d) Disseny de suports exteriors campanya:

- Banderoles carrer.
- Busos (o alternatiu).
- Opis i murals metro (o alternatius).

e) Anuncis premsa (4-5 aprox.)

f) Assets per a comunicació digital (banners -15-18 aprox.-, e-mail màrqueting, xarxes socials)

g) Adaptació del disseny de la campanya al web amb els seus diversos formats.

h) Disseny d'elements de merchandising.

Supervisió, revisions i entrega d'arts finals de tots els suports de la campanya.

CAMPANYA L (aprox. 3 campanyes / temporada)

1. Disseny i maquetació del programa de sala o similar.
2. Disseny cartel·les vídeo espectacle (4 models aprox. a 3 mides) (o similar).
3. Anuncis premsa (2-3 aprox.) o similar.
4. Assets per a comunicació digital (banners -15 aprox.-, xxss, e-mail màrqueting i web).
5. Disseny de suports exteriors: banderoles carrer / autobusos / pancarta de metro o alternatiu.

Supervisió, revisions i entrega d'arts finals de tots els suports de la campanya.

CAMPANYA M (aprox.7 campanyes / temporada)

1. Disseny i maquetació del programa de sala o similar.
2. Disseny cartel·les vídeo espectacle (4 models aprox. a 3 mides) (o similar).
3. Assets per a comunicació digital (banners -7 aprox.-, xxss, e-mail màrqueting i web).

Supervisió, revisions i entrega d'arts finals de tots els suports de la campanya.

CAMPANYA S (aprox.6 campanyes / temporada)

1. Disseny i maquetació del programa de sala o similar.
2. Disseny cartel·les vídeo espectacle (4 models aprox. a 3 mides) (o similar).
3. Assets per a comunicació digital (banners -4 aprox.-, xxss, e-mail màrqueting i web).

Supervisió, revisions i entrega d'arts finals de tots els suports de la campanya.

CAMPANYA XS (aprox.11 campanyes / temporada)

1. Disseny i maquetació del programa de sala o similar.
2. Disseny cartel·les vídeo espectacle (4 models aprox. a 3 mides) (o similar).

Supervisió, revisions i entrega d'arts finals de tots els suports de la campanya.

MATERIAL AUDIOVISUAL

1. Pack vídeo espectacle / Vídeo institucional (7 aprox./temporada)

a. Pack vídeo espectacle (tràiler/spot + fragments de l'espectacle)

1. Conceptualització, guió i creativitat publicitària dels vídeos per a la difusió d'espectacles (amb interlocució directa, si s'escau, amb el director/a de l'espectacle).
2. Enregistrament amb 1 o 2 càmeres 4k i del so (connexió a taula de so del TNC). L'enregistrament s'efectuarà habitualment a les instal·lacions del TNC, sens perjudici que, excepcionalment, tingui lloc en una altra localització.
3. Selecció i lliurament d'entre 3 i 8 fragments de l'espectacle, vídeos "bruts", sense editatge, gravats amb càmera 4K, en format horitzontal 1920x1080, habitualment d'1 minut aproximat de durada que funcionin com a talls de premsa.
4. Edició d'un tràiler/spot amb incorporació de músiques de l'espectacle o músiques lliures de drets (si s'escau), cartel·les i subtítols.
5. Adaptació del vídeo als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Supervisió, revisions i entrega dels màsters finals i bruts (si s'escau).

b. Vídeo institucional

1. Conceptualització, guió i creativitat publicitària dels vídeos institucionals. Segons la temàtica i guió prèviament aprovat del vídeo aquest pot requerir diferents recursos audiovisuals: enregistrament d'imatges (al TNC o en altres localitzacions), animació tipogràfica, incorporació de gràfics o infografies, edició de vídeos ja existents, etc.
2. Proposta, gestió i incorporació de veus en off lliures de drets de propietat intel·lectual, en els casos que sigui necessari, amb previ consens amb el departament de Comunicació i Màrqueting.
3. Edició de vídeo amb incorporació de músiques lliurades pel TNC o músiques lliures de drets (si s'escau), cartel·les, subtítols i cairons (chyrons), si s'escau.
4. Elaboració d'una versió a l'anglès i castellà del vídeo (si s'escau).
5. Adaptació del vídeo als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Supervisió, revisions i entrega de màsters finals i bruts (si s'escau).

2. Vídeo making of d'un espectacle / Reportatge o càpsules d'una activitat del TNC o similar (14 aprox./temporada)

a. Vídeo making of d'un espectacle

1. Conceptualització, elaboració del guió i enregistrament de declaracions, entrevistes etc. de l'equip artístic, organitzadors o usuaris/espectadors segons guió.
2. Enregistrament amb 1 o 2 càmeres 4k.
3. Edició de vídeo amb incorporació de músiques de l'espectacle o músiques lliures de drets (si s'escau), cartel·les, subtítols i cairons (chyrons).
4. Adaptació del vídeo als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Supervisió, revisions i entrega de màsters finals i bruts (si s'escau).

b. Vídeo reportatge o càpsules d'una activitat al TNC o similar

Reportatge presentació Temporada o activitat TNC o similar

1. Enregistrament amb 1 o 2 càmeres 4k i del so (connexió a taula de so, si s'escau) de les presentacions de Temporada o similar. L'enregistrament s'efectuarà habitualment a les instal·lacions del TNC, sens perjudici que, excepcionalment, tingui lloc en una altra localització.
2. Selecció i lliurament de 5 fragments aprox. de la presentació o activitat, vídeos "bruts", sense editatge, gravats amb càmera 4K, en format horitzontal 1920x1080 i amb subtítols (si s'escau).
3. Edició vídeo imatges d'ambient amb incorporació de cartel·les, subtítols i músiques lliures de drets (si s'escau).
4. Adaptació del vídeo als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Supervisió, revisions i entrega de màsters finals i bruts (si s'escau).

Reportatge estrena o similar

1. Elaboració del guió i/o preguntes amb declaracions del públic en sortir de la funció per aconseguir la millor difusió de cada espectacle a les xarxes socials.
2. Enregistrament d'imatge 1 o 2 càmeres 4k i so amb micròfon de solapa.
3. Edició de vídeo amb incorporació de cartel·les, subtítols i cairons (chyrons) i músiques de l'espectacle o músiques lliures de drets (si s'escau).
4. Adaptació del vídeo als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Supervisió, revisions i entrega de màsters finals i bruts (si s'escau).

Càpsules activitat Dijous Fort o similar

1. Enregistrament a 1 o 2 càmeres 4k (pla fix + pla i contraplà participants + ambient)
2. Lliurament de totals: el vídeo en "brut" i l'àudio per al pòdcast.
3. Edició de 3-4 càpsules de 30-40 segons de vídeo virals amb incorporació de cartel·les, subtítols i cairons (chyrons).
4. Adaptació del vídeo als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.

Supervisió, revisions i entrega de màsters finals.

3. Vídeo d'edició i adaptacions de material audiovisual que no requereix rodatge (15 aprox./temporada)

1. Edició i adaptació de material audiovisual als diferents formats, durades i pesos que es requereixin.
2. Incorporació de cartel·les, subtítols i músiques lliures de drets (si s'escau).

Supervisió, revisions i entrega de màsters finals.

ALTRES CAMPANYES I/O PECES GRÀFIQUES I/O EDITORIALS PUNTUALS

S'inclouen en l'objecte del contracte les campanyes, peces gràfiques i edicions puntuals que puguin sorgir per necessitats específiques durant la temporada teatral.

1. Creativitat + disseny campanya puntual de poca envergadura (activitats, serveis o altres) + adaptació a elements comunicatius bàsics.
2. Disseny d'element d'informació puntual del teatre (cartell/roll up/photocall).
3. Dossier/plantilla presentació projectes.
4. Memòria general de la temporada (inclou gràfics).
5. Gràfic/infografia/animació tipogràfica/animació cartel·les
6. Imatges/pictos pel web (pack de 3).
7. Asset puntual per a comunicació digital (disseny de banner o imatge adaptada a xxss o imatge per e-mail màrqueting o comunicació web) .
8. Maquetació llibret tema puntual 1 a 50 pàg.
9. Maquetació llibre 51 a 250 pàg.
10. Disseny col·lecció llibres (portades + model pàgines interiors) (6 volums aprox.)

Supervisió, revisions i entrega d'arts finals de totes les peces gràfiques.

Es lliuren com annex exemples de campanyes de comunicació, material audiovisual i peces gràfiques i editorials puntuals de temporades anteriors.

4. REQUERIMENTS

Per a la prestació del servei requerit, l'empresa ha de tenir experiència en màrqueting cultural i assignarà i crearà, si s'escau, equips de treball transversals i multidisciplinaris, amb l'equip tècnic i humà necessari per realitzar la tasca encomanada dins del termini estipulat.

Per garantir l'eficiència i l'agilitat en els processos, l'adjudicatari ha de designar una o diverses persones, en funció de l'envergadura de cada campanya, que cobreixin les necessitats següents i que hauran d'estar localitzables de dilluns a divendres entre les 10 i les 18h:

- Tasques de coordinació, direcció d'art i supervisió final de totes les campanyes i els diversos elements comunicatius.
- Tasques relacionades amb conceptualització, creació i direcció d'art.
- Tasques de planificació i timings de producció.
- Realització i postproducció completa de fotografies.
- Realització i postproducció completa de vídeos.
- Disseny gràfic de materials

Totes aquestes tasques hauran de ser reportades directament al TNC mitjançant un o diversos interlocutors, segons s'acordi amb l'empresa adjudicatària.

5. CALENDARI

- Campanya general de presentació de la nova temporada

El TNC té previst presentar la nova temporada 2025-2026 el 27 de maig. Per tant, la major part d'elements de la campanya XL han d'estar finalitzats i llestos en aquesta data. Per a la següent temporada 2026-2027, el TNC establirà amb antelació la data de presentació (pot ser al maig, juny o setembre de 2026).

D'altra banda, la campanya de presentació (campanya XL) té una segona fase d'implantació amb els elements de decoració, assets per a comunicació digital i elements del web propis de l'inici de temporada (setembre).

- Resta de campanyes relacionades amb espectacles i altres serveis

L'espectacle inaugural de cada nova temporada s'estrena habitualment la segona quinzena de setembre i, a partir d'aquesta estrena, la temporada teatral acaba el mes de juliol de l'any següent.

Vania Rosell
Departament de Comunicació i Màrqueting
Teatre Nacional de Catalunya
Barcelona, 7 de febrer de 2025