

NÚM. EXPEDIENT: TNC-2025-38

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HA DE REGULAR LA CONTRACTACIÓ PER A LA INSERCIÓ EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LES CAMPANYES DE PUBLICITAT DEL TEATRE NACIONAL DE CATALUNYA, SA PER A LA TEMPORADA 2025/2026.

Primer. Objecte

Aquest plec té l'objecte de contractar els serveis de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació de les campanyes següents:

- 1.- Campanya de **llançament** de la temporada 2025-2026.
- 2.- Dues **campanyes institucionals** durant la temporada 2025-2026.
- 3.- Campanyes de **difusió** d'uns 35 (aprox.) **espectacles** de la temporada 2025-2026.
- 4.- Campanya de **presentació** i de **venda d'abonaments** de la nova temporada 2026-2027.

La contractació es farà mitjançant consulta a les empreses homologades del Lot 1 (Multimèdia) de l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació, adjudicat pel Departament de Vicepresidència, Economia i Hisenda en data 5 d'abril de 2022 (expedient EC 2022 32).

Una temporada inclou diverses campanyes que per la seva tipologia es poden agrupar en:

Campanyes de llançament. Amb les campanya de llançament es vol informar de l'arrencada de cada temporada, al mes de setembre, quan comença la temporada teatral. La campanya de llançament ha de servir per a la venda d'entrades generals i d'abonaments de la nova temporada. La campanya de llançament de la temporada 2025-2026 tindrà lloc a l'inici de la nova temporada, al mes de setembre de 2025.

Campanyes institucionals, amb l'objectiu de difondre la marca TNC i tota la feina institucional de temes pedagògicossocials que no queden recollits en les altres campanyes (dedicades a espectacles i venda d'entrades).

Durant la temporada 2025/2026, es preveuen dues campanyes institucionals, a l'octubre de 2025 i febrer de 2026 i, a més a més, mensualment, es fa campanya de posicionament de la marca i posts paid amb temes puntuals no vinculats directament a la venda d'espectacles.

Les **campanyes de difusió de 35 (aprox.) espectacles** informen específicament de les estrenes de cadascun dels espectacles de la temporada, a mesura que s'acosta la data. Habitualment es comença a fer publicitat massiva de cada espectacle uns dies abans de cada estrena.

La **campanya de presentació i de venda d'abonaments** de temporada es realitza anticipadament, uns mesos abans de l'inici de cada nova temporada; així, la campanya de presentació i venda d'abonaments de la temporada 2026-2027 es realitzarà el maig de 2026. L'objectiu d'aquesta campanya de presentació és la venda d'abonaments de la nova temporada i la fidelització de públic.

El propòsit de totes les campanyes és doble

- 1- promoure la compra d'entrades dels espectacles i la compra d'abonaments entre els públics específics de cada espectacle.
- 2- potenciar la imatge global de marca institucional del TNC com a teatre dedicat al creixement cultural de la ciutadania a través de les arts escèniques, amb uns elevats valors d'interès cultural, qualitat, excel·lència i compromís ètic i social.

Les campanyes objecte d'aquesta licitació i les seves corresponents dates clau són:

1.- Campanya de llançament de la nova temporada 2025-2026

Aquesta campanya anirà de l'1 al 17 de setembre de 2025. D'aquesta campanya es demana una proposta concreta d'estratègia i planificació de mitjans per tal de valorar-la d'acord amb els criteris d'adjudicació de l'oferta tècnica. El *briefing* específic es detalla en Annex al plec de clàusules administratives.

2.- Campanyes institucionals de la temporada 2025-2026

Les dues campanyes institucionals es faran l'octubre 2025 i el febrer 2026 i mensualment, durant tota la temporada 2025-2026, es faran posts paid i la campanya de posicionament.

3.- Campanya de difusió d'uns 35 (aprox.) espectacles de la temporada 2025-2026:

Els espectacles de la temporada 2025-2026 encara no s'han presentat públicament, és per aquesta raó que tot seguit es dona una informació orientativa, sense detallar els noms dels espectacles:

Sala Gran – Teatre
Estrena: segona quinzena de setembre de 2025

Sala Tallers –Espectacle multidisciplinari
Estrena: segona quinzena de setembre de 2025

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena d'octubre de 2025

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena de novembre de 2025

Sala Tallers – Juvenil
Estrena: segona quinzena de novembre de 2025

Sala Gran – Teatre
Estrena: segona quinzena de novembre de 2025

Sala Petita – Lectura dramatitzada
Estrena: segona quinzena de novembre de 2025

Sala Petita – Òpera
Estrena: primera quinzena de desembre de 2025

Sala Tallers – Infantil
Estrena: primera quinzena de desembre de 2025

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena de desembre de 2025

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena de gener de 2026

Sala Tallers – Teatre
Estrena: segona quinzena de gener de 2026

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena de febrer de 2026

Sala Gran – Teatre
Estrena: primera quinzena de febrer de 2026

Sala Tallers – Juvenil
Estrena: segona quinzena de febrer de 2026

Sala Petita – Teatre
Estrena: segona quinzena de febrer de 2026

Sala Tallers – Infantil
Estrena: primera quinzena de març de 2026

Sala Gran – Dansa
Estrena: segona quinzena de març de 2026

Altres espais – Lectura dramatitzada
Estrena: segona quinzena de març de 2026

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena d'abril de 2026

Diversos espais – Multidisciplinari
Estrena: primera quinzena d'abril de 2026

Sala Gran – Teatre
Estrena: segona quinzena d'abril de 2026

Sala Tallers – Multidisciplinari
Estrena: segona quinzena d'abril de 2026

Taller de Pintura – Infantil
Estrena: primera quinzena de maig de 2026

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena de maig de 2026

Sala Tallers – Teatre
Estrena: segona quinzena de maig de 2026

Sala Gran – Dansa
Estrena: primera quinzena de juny de 2026

Sala Tallers – Lectura
Estrena: primera quinzena de juny de 2026

Sala Petita – Teatre
Estrena: primera quinzena de juliol de 2026

Sala Gran – Teatre
Estrena: primera quinzena de juliol de 2026

4.- Campanya de presentació i de venda d'abonaments de la nova temporada 2026-2027:

Aquesta campanya es realitzarà l'última setmana de maig de 2026 i servirà per presentar i vendre els abonaments de la temporada 2026-2027.

Segon. Característiques tècniques de les campanyes

A.- Campanya de llançament de la temporada 2025-2026

S'adjunta *briefing* específic en Annex al plec de clàusules administratives de la campanya de llançament de la temporada 2025-2026 ja que es demana una proposta de planificació de mitjans específica a tots els licitadors; aquesta proposta serà objecte de valoració d'acord amb els criteris d'adjudicació.

B.- Campanyes institucionals

Les campanyes institucionals posen èmfasi en aspectes pedagògics i socials, com per exemple:

- Acostar el valor de les arts escèniques com a eina de creixement cultural i social.
- Serveis d'accessibilitat
- Tallers per a centres educatius d'infantil i primària
- Tallers per a ESO i Batxillerat

C.- Campanyes dels espectacles de la temporada 2025-2026:

Missatges

1.- Difondre al públic objectiu els espectacles de la temporada 2025-2026 del TNC a mesura que s'acosten les estrenes de cadascun d'ells.

2.- Informar del títol, autor, director, principals actors, dates i preus de cada espectacle; incidir en el preu jove (meitat de preu per als joves fins a 35 anys), especialment en els espectacles susceptibles d'arribar a públic jove.

3.- A banda de qüestions pràctiques, volem transmetre els valors culturals de cada espectacle.

4.- En el web del TNC es podrà trobar informació detallada de cada espectacle de la temporada 2025-2026, un cop s'hagin presentat públicament.

D.- Campanya de presentació i venda d'abonaments de la temporada 2026-2027.

La campanya de presentació i venda d'abonaments de la temporada 2026-2027 es realitzarà el maig de 2026. Tot coincidint amb la presentació de la nova temporada es vol incentivar en aquell moment la compra a l'avançada d'abonaments de la nova temporada.

S'informarà al públic dels avantatges d'abonar-se al TNC (estalvi en el preu de les entrades, accés a millors localitats...).

Públic objectiu

Perfil del públic actual del TNC: edat mitjana de 49 anys, un 63% són dones i la immensa majoria és de Barcelona ciutat. El primer lloc l'ocupa el codi postal 08013 (codi al qual pertany el TNC), el

segon el 08015 i, a continuació, el 08024.

L'estratègia de difusió ha d'incidir en aquest públic actual, però també ha de permetre que el missatge funcioni com a captació de nou públic interessat en cultura i que per raons diverses no ve al TNC; així com a un públic més jove, de Barcelona ciutat, de l'àrea metropolitana i també de la resta de Catalunya:

- públic adult, de més de 35 anys, de l'àmbit territorial català i consumidor habitual de cultura.
- públic adult de Barcelona i àrea metropolitana, de més de 35 anys, interessat en les arts escèniques, la cultura, l'entreteniment i l'oci.
- públic jove de fins a 35 anys, de Barcelona, amb interessos culturals i d'oci

Especificitats:

- únicament per als espectacles infantils: mares i pares amb inquietuds culturals de Barcelona capital i amb nens i nenes de més de 3 anys.

Per cada campanya, s'especificarà el públic objectiu concret al qual ens hem de dirigir.

D.-Objectius de mitjans:

Cal maximitzar la **cobertura i la notorietat** dels espais per tal de generar record dels missatges i poder assolir els objectius de *top of mind* que pertoquen al TNC entre el públic objectiu.

Cal buscar la màxima **afinitat** en els mitjans planificats, escollint la selecció de suports en funció del missatge cultural i del *target* al qual ens adrecem.

També cal generar tràfic al lloc web www.tnc.cat que conté tota la informació institucional i dels espectacles, així com la possibilitat de comprar les entrades.

En funció de la tipologia, les campanyes seran més o menys completes: n'hi haurà que comprendran molts mitjans (televisió, mitjans impresos, exteriors, digitals) i d'altres que es desenvoluparan amb menys mitjans i pressupost (hi ha campanyes que només requeriran mitjans mínims -publicitat digital a xarxes socials-).

E.-Durada del contracte

La difusió es desenvoluparà a partir de la signatura del contracte i fins al 31 d'agost de 2026.

F.-Pagament

S'estableixen pagaments mensuals, a mesos vençuts, per les insercions efectivament realitzades.

G.-Planificació i tancament de cada campanya

El sistema de treball haurà de seguir l'esquema següent:

- planificació trimestral:
 - el TNC informará dels espectacles inclosos en cada trimestre.

- l'agència guanyadora presentarà la planificació dels espectacles inclosos en cada trimestre, al més aviat possible abans de començar cada trimestre
 - aprovació de la planificació per part del TNC i esmenes i nova aprovació, si cal.
 - l'agència lliurarà al TNC un llistat detallat de formats i mides necessàries per a la publicitat d'aquell trimestre
- tancament de cada campanya:
- l'agència lliurarà un balanç de les campanyes realitzades un cop s'hagin acabat.
- tancament de cada temporada
- l'agència lliurarà un balanç final de tota la feina de la temporada.

Gemma Casas Capdevila
Directora de comunicació i màrqueting
Barcelona, 18 de febrer de 2025