



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PREPRODUCCIÓ, PRODUCCIÓ I POSTPRODUCCIÓ DEL MATERIAL AUDIOVISUAL PER A LA CAMPANYA DE PUBLICITAT DEL PARC D'ATRACCIONS TIBIDABO PER A L'ANY 2025 INCLOENT L'ESPOT PUBLICITARI, FALCA DE RÀDIO I FOTOGRAFIES PER A LES PECES GRÀFIQUES DE LA CAMPANYA (PREMSA, EXTERIOR I FORMATS ESTÀTICS DIGITALS). CONTRACTE BASAT A L'ACORD MARC PER A L'HOMOLOGACIÓ DE PROVEÏDORS PER ALS SERVEIS DE PRODUCCIONS AUDIOVISUALS I DE SO DE LES EMPRESES BARCELONA DE SERVEIS MUNICIPALS, S.A. I CEMENTIRIS DE BARCELONA, S.A.

1. ANTECEDENTS



**Ajuntament
de Barcelona**



1.1. Qui som?

Barcelona de Serveis Municipals (BSM) és una societat mercantil de capital íntegrament de l'Ajuntament de Barcelona. El propòsit de BSM és la millora de la qualitat de vida de les persones, generant experiències positives per construir una Barcelona saludable i líder. El seu model de gestió es fonamenta en quatre pilars essencials: prestar serveis de valor afegit per a la ciutat i la ciutadania; posar les persones al centre, amb focus especial en els clients i en el desenvolupament del talent; la millora contínua i l'adaptació permanent, amb especial èmfasi en la digitalització i la innovació; i la sostenibilitat econòmica i ambiental, buscant sempre l'equilibri entre el retorn econòmic i social de les inversions. En aquesta línia, BSM és una empresa referent i pionera a l'àmbit de la mobilitat, la cultura i el lleure i la cura de l'espai públic a la ciutat de Barcelona.

BSM és la gestora del Parc d'atraccions Tibidabo s'encarrega de dirigir l'explotació del Parc d'atraccions com a espai de la ciutat de Barcelona, així com l'Àrea Panoràmica, el Funicular Cuca de Llum i els centres de restauració de les instal·lacions del recinte.

1.2. Visió i Propòsit del Tibidabo

El Parc d'atraccions Tibidabo és un Parc centenari de la ciutat de Barcelona que té com a propòsit "Fer que les persones que es relacionin amb Tibidabo se sentin felices", juntament amb la visió de "Ser el parc de la Felicitat".

1.3. Valors del Tibidabo

Els valors que tenim i que ens acompanyen a aconseguir el propòsit són:

- Seguretat: Garantim i prioritzem la seguretat de les persones, de les instal·lacions i de les dades. Som rigorosos i complim estrictament amb totes les normatives de seguretat.
- Compromís: Alineem als objectius dels equips al propòsit de l'organització. Aportem valor als nostres grups d'interès amb la implicació de totes les persones.
- Solidaritat: Impulsem iniciatives socials, educatives i mediambientals per sensibilitzar les



**Ajuntament
de Barcelona**

persones i cooperem amb entitats que procuren la millora de la societat. Tenim un sentiment d'unitat i cohesió basat en la responsabilitat, l'empatia i la col·laboració

- Il·lusió: Fomentem l'escolta activa i incorporem les idees de les persones per generar emocions positives i vincles de confiança
- Passió per les persones: Generem les millors experiències i moments emocionants treballant de forma continuada en el coneixement de les persones. Fem equip i establim relacions sòlides de col·laboració, respecte i reconeixement.

1.4. Eixos estratègics del Parc d'atraccions Tibidabo:

Els quatre eixos estratègics del Parc d'atraccions Tibidabo són:

1.4.1. Solidaritat

El Tibidabo és un Parc compromès socialment i s'esforça a desenvolupar projectes, i iniciatives socials dirigides a diversos col·lectius vulnerables o d'entitats que treballen per a les persones en risc d'exclusió social, així com en recolzar i dur a terme actes culturals i educatius.

Principals accions:

- UNICEF: El Parc dels nens. Tibidabo ha d'esdevenir el Parc de la infància, desenvolupant una tasca de suport i conscienciació en col·laboració amb aquesta Fundació.
- Desenvolupament d'accions solidàries amb convenis amb ONGs i entitats sense ànim de lucre i festes solidàries com l'Estiu Sense Barreres o la Festa del Cor.
- Entre altres iniciatives culturals, trobem el Concert Solidari amb Vozes, un projecte musico-social que treballa per la integració i el canvi social a través de la música, així com el TIBITOUR com a visita guiada pel Parc.
- Acció social: Preus familiars, com el passi TibiClub, i avantatges pels col·lectius més desfavorits. Contractació centres de Reserva Social.

1.4.2. Educació



El Tibidabo és un Parc educador i com a tal duu terme diferents activitats didàctiques i educatives on es pugui desenvolupar i ampliar coneixements a diferents nivells i obert a tothom. A més, el Parc promou el mètode STEAM: ciència-experimentar (science), tecnologia-construir (technology), enginyeria-dissenyar (engineering), art - expressar plàsticament (arts), matemàtiques-calcul (mathematics). Es tracta d'un model d'innovació pedagògica i metodològica en què pren rellevància el treball en equip, el foment de la curiositat, l'intercanvi d'idees i el mètode d'assaig-error.

Principals accions:

- Noves activitats i espais lúdics/didàctics com l'espai LEGO.
- Fisidabo Labshow, un projecte educatiu creat juntament amb la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), amb l'objectiu d'apropar la física als adolescents.
- Oferta gastronòmica: desenvolupar el concepte d'alimentació saludable i sostenible.

1.4.3. Sostenibilitat

La gestió del medi ambient representa un dels àmbits més rellevants de l'actuació de Tibidabo, per l'important consum de recursos naturals i per la necessitat d'evitar qualsevol impacte ambiental sobre l'entorn, ja que el Tibidabo es troba al límit del Parc Natural de Collserola.

Mitjançant la implantació del seu propi Pla de Sostenibilitat, Tibidabo treballa per aconseguir un Parc sostenible i, d'aquesta manera, contribuir a la resiliència i sostenibilitat globals de l'ecosistema on estem integrats (Parc de Collserola), de manera paral·lela als Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS);

Principals accions:

- Potenciar l'accés en transport col·lectiu en detriment del transport privat per a l'accés a les instal·lacions del Parc.



**Ajuntament
de Barcelona**

- Augmentar la capacitat d'autosuficiència energètica del Parc mitjançant la instal·lació de plaques solars;
- Realitzar auditories energètiques i implantar les accions pertinents;
- Minimització i racionalització de consums.
- Maximització de la recollida selectiva i minimització dels residus generats.

1.4.4. Experiències

El Parc es converteix en generador d'experiències, treballant en la millora continua dels seus serveis adreçats a la clientela, integrant a tots els agents implicats en la gestió i assegurant la qualitat i excel·lència en tots els procediments. Aquesta millora està basada en l'escolta activa de tots els grups d'interès (clientela, personal treballador i personal de proveïdors).

Principals accions:

- Renovació i instal·lació de noves atraccions creant experiències amb la realitat virtual.
- Intervencions i reforma d'atraccions existents, conservant el nostre patrimoni històric i cultural de la ciutat de Barcelona;
- Rehabilitació dels espais actuals de restauració.
- Millora de l'oferta gastronòmica per tal de fer-lo referent del menjar saludable.

Excel·lència en la gestió:

- Treballar segons el model EFQM de l'Excel·lència en la gestió empresarial i assolir el segell de plata.
- Nova Certificació SGE21:2017 conforme seguim els estàndards de la norma, sent Ètica i Socialment Responsable.

2. POLÍTICA DE QUALITAT I MEDI AMBIENT

Al Parc d'atraccions Tibidabo som conscients de la importància de mantenir un



desenvolupament turístic sostenible i establím els nostres objectius de manera alineada amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) aprovats a l'Agenda 2030 per les Nacions Unides. Per l'assoliment dels nostres compromisos, s'estableix un Sistema de Gestió Integral definit pels requisits de les normes UNE-EN ISO9001, UNE-EN-ISO14001 i SGE21, basat en el model EFQM i adherit a BIOSPHERE.

2.1. Compromís amb la clientela

- ✓ Emocionar amb atraccions, espectacles i activitats per a totes les edats, amb una oferta dinàmica, renovada i innovadora.
- ✓ Posar a disposició dels clients un conjunt de canals digitals i físics que facilitin una comunicació fluida.
- ✓ Donar valor a les seves aportacions estudiant-ne la viabilitat i adquirir un compromís de resposta i implementació en un marc d'escolta activa ràpida i eficient.
- ✓ Garantir que se'ls tractarà amb amabilitat, respecte i eficàcia.

2.2. Compromís amb les empleades i empleats

- ✓ Impartir formació contínua i adequada a les treballadores i treballadors, que potenciï les seves aptituds i habilitats, per tal de garantir-ne el desenvolupament professional dins l'empresa.
- ✓ Desenvolupar la nostra activitat vetllant sempre per la salut i la seguretat de totes les treballadores i treballadors.
- ✓ Assegurar un àmbit de treball basat en el respecte i mantenir uns canals de comunicació bidireccionals i eficaços, que en garanteixin l'accés fàcil i la fiabilitat de la informació.
- ✓ Fer partícips a les treballadores i treballadors en la gestió del parc a través de l'escolta activa i mitjançant projectes de participació, com el B:SM CREA.

2.3. Compromís amb les instal·lacions

- ✓ Oferir instal·lacions segures en bon estat de neteja i bona imatge.
- ✓ Treballem per adequar les instal·lacions amb accessibilitat universal;



**Ajuntament
de Barcelona**

- ✓ Mantenir el patrimoni actual del parc, respectant el passat, valorant el present i avançant cap al futur.

2.4. Compromís amb la societat

- ✓ Realitzar accions socials dirigides als col·lectius desfavorits, ja sigui per les seves condicions físiques, psíquiques o socials.
- ✓ Fomentar els valors educatius del parc i transmetre coneixements a través de l'oferta d'atraccions, d'activitats didàctiques i de la resta d'activitats educatives que es puguin desenvolupar.
- ✓ Gestionar, amb criteris d'eficiència i sostenibilitat, els recursos naturals, els residus i la mobilitat per accedir al Parc d'una manera eficient i òptima, incloent el compromís per la protecció del medi ambient i la prevenció de la contaminació.
- ✓ Actuar per millorar la integració amb l'entorn natural del Parc de Collserola.
- ✓ Fomentar i divulgar la cultura del medi ambient i involucrar-hi tots els agents implicats.
- ✓ Facilitem diversos canals de comunicació als grups d'interès, donant valor a les aportacions, estudiant la viabilitat i adquirint un compromís de resposta o implementació.
- ✓ Transparència amb objectiu d'informar a la societat sobre temes comercials, financers, de gestió i els resultats de l'empresa.

3. OBJECTE

L'objecte del present plec és el d'establir les condicions tècniques per contractar la realització del servei de preproducció, producció i postproducció d'un spot televisiu sobre Parc d'atraccions Tibidabo centrat en la campanya d'estiu del Parc, així com la realització del servei de fotografia per les peces gràfiques de la campanya (premsa, exterior i formats estàtics digitals).

L'objectiu d'aquest spot és donar a conèixer l'oferta del Parc previstes per aquesta temporada d'estiu.

L'enregistrament i edició de l'espot, així com els efectes sonors, locucions, textos i plans utilitzats han de seguir el plantejament ja definit prèviament per l'agència de publicitat que ha dissenyat la campanya aprovada conjuntament amb el Parc.

La productora audiovisual haurà de ser fidel al concepte creatiu, guió, tipus de plans i sonorització així com l'storyboard i les diferents escenes plantejades per l'agència de publicitat.

La gravació i posterior emissió d'aquest espot es preveu per juny 2025.

4. CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES

Requeriments:

- La localització del rodatge serà el Parc d'atraccions Tibidabo

Peces audiovisuals previstes:

- Spot 20" per TV i digital i cinema (versió addicional amb subtítols). Es demana màxima qualitat de vídeo.
- Falca 20" (el guió serà facilitat per Tibidabo)
- Adaptacions verticals i 1x1 per Xarxes Socials (format story i reel), a confirmar volum segons pla de mitjans.
- Animació dels efectes d'emoció

Necessitats de càsting:

- Un pare de 38 – 42 anys
- Una mare de 38 – 42 anys
- Filla de 5 – 6 anys
- Fill de 14 – 15 anys

- Figurants (els subministrarà Tibidabo i els supervisa i dirigeix l'empresa adjudicatària juntament amb Tibidabo)

Necessitats de locució:

- 1 locució (veu en off spot. Els textos que es diran són en línia al que apareix a l'storyboard)
- Àudio de la família, reaccions de les seves emocions

Referències d'estil d'animació:

- S'indiquen algunes referències d'estil i es demanen altres propostes que encaixin amb la idea de la campanya.
 - <https://www.instagram.com/reel/C-IWyLtOu61/?hl=en>
 - <https://www.instagram.com/reel/C5l-1ZMuzYT/?hl=en>

Música de llibreria i efectes de so**Necessitats de fotografia per les gràfiques, per aplicació en format horitzontal i vertical:**

- 6 fotografies de campanya amb la família protagonista en diferents situacions
 1. Família completa pujada en una atracció (dos adults i dos nens). Símil al KV de campanya. Muntanya russa o una altra atracció a definir per Tibidabo. Generalista, per a tots els públics.
 2. Família pujada al Giradabo – Zona Àrea Panoràmica
 3. Pare i filla en una atracció més calmada (atracció a definir per Tibidabo)
 4. Mare i fill en un primer espectacle (amb les mascotes).
 5. Adult i infant en un segon espectacle (amb alguna altra animació del Parc)
 6. Halloween: Adult i nen en ambientació de terror (Hotel 666). El nen anirà maquillat.
- Càsting de fotografies: Família completa de 4 persones (pare, mare, nen i nena).
- Les fotografies s'hauran d'entregar retocades i en obert per poder afegir els grafismes.

Drets d'imatge i veu:

- 1 any , per exterior, print, digital i TV (àmbit Catalunya), cinema.
- Els drets d'imatge i de veu els haurà d'abonar l'empresa adjudicatària.

Idioma:

- Català

Lliurament de les peces:

- S'entregaran segons les especificacions definides per l'agència de mitjans
- Els costos de les còpies d'emissió no s'han de considerar al pressupost de la producció

Equip pel rodatge:

- Director/a de producció
- Director/a de fotografia
- Ajudant de càmera
- Tècnic de so
- Maquillatge
- Muntador/a (postproducció)

La productora haurà de proposar una proposta de tractament que l'haurà de fer el realitzador. A partir de l'storyboard proposat i adjunt en aquest document i en l'annex, el realitzador hauria de treballar la seva proposta de tractament, és a dir, la seva interpretació de l'espot, aportant les seves idees de com produir aquest espot fent una proposta de producció per garantir transmetre la idea creativa.

Permisos:

- El licitador haurà de tramitar permisos (per exemple, en cas de gravació amb drone), en cas que siguin necessaris.

5. BRIEFING



El Cim de les Emocions

El Parc d'atraccions Tibidabo és un espai de referència per totes les persones de Barcelona on es viuen i comparteixen emocions. El Parc d'atraccions Tibidabo és El Cim de les Emocions.

El Tibidabo és un Parc d'atraccions amb una mida que permet arribar a tota la diversió amb comoditat. És un Parc situat a prop de Barcelona i, per tant, de fàcil accés, clarament urbà. El Parc està ubicat a la muntanya i, per aquest motiu, et permet gaudir d'un entorn natural i de la millor vista de la ciutat. Pel seu entorn privilegiat, a més del públic infantil i familiar, el visiten persones de totes les edats.

El Tibidabo és un parc d'atraccions icònic i clàssic, però alhora viu i modern que es manté en constant evolució per oferir noves experiències adaptant la seva oferta tant a les noves tecnologies com a les tendències d'oci del moment.

El Parc d'atraccions és també un parc històric que estableix una connexió emocional amb els visitants que s'ha anat construint al llarg dels anys en les diferents etapes generacionals de les famílies.

El Tibidabo treballa per fer que la visita al Parc sigui un dels moments únics de l'any. Que sigui el moment i el record que els nens comenten l'endemà als seus companys de classe, que els pares comenten a la feina i que la gent té ganes de repetir.

Volem que el nostre públic principal, les famílies, ens visitin i ens tinguin sempre en la seva planificació d'oci. Siguin sòcies o no, tinguin vincle emocional previ amb el Tibidabo o no, volem que ens tinguin sempre presents en els seus plans d'oci en cap de setmana, festius i dies de vacances.

Concepte creatiu:

A la televisió, la campanya destacarà, de forma més explícita i ampliada, les característiques a les quals fa referència el concepte El Cim de les Emocions.



**Ajuntament
de Barcelona**

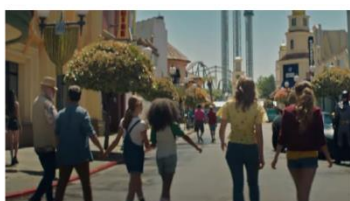
L'objectiu es mostrar tots aquells moments al Tibidabo en què les emocions arriben al seu moment més àlgid. Moments únics generats per les atraccions, espectacles o pels moments més emotius que es viuen en família, és a dir, compartits entre adults i infants.

Els moments àlgids els marcarem amb l'explosió de colors que envoltarà els personatges just en el moment en què les emocions arribin al cim.

Storyboard (veure annex per imatge en major qualitat)

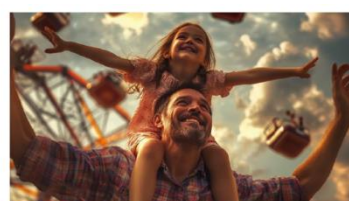


Comencem veient un pla general del parc Tibidabo.



Veiem una família entrant al parc TIBIDABO, en un radiant dia d'estiu.

Off: Hi ha un lloc a Barcelona...



Un pare puja la seva filla a collibè, i ella aixeca els braços emocionada, assenyalant l'avioneta del parc. Marquem aquest moment amb "l'explosió de colors".

Off: ...on les teves emocions sempre arriben al cim.



Ara la família està al vagó de la muntanya russa, pujant fins al punt més alt,

Off: On la diversió...



quan comença la baixada, veiem les seves cares i marquem aquesta emoció amb "l'explosió de colors".

Off:... sempre t'atrapa ben amunt.



Ara els veiem gaudint d'un dels espectacles del parc. La nena reacciona al show aixecant-se de la butaca aplaudint emocionada.

Off: I la il·lusió...



La nostra "explosió de colors" la rodeja, potenciant la seva emoció.

Off: ...et farà saltar de la cadira.



Veiem la família a la caiguda lliure, tots cridant a ple pulmó...

Off: on l'adrenalina



Veiem la família a la caiguda lliure, tots cridant a ple pulmó... Marquem aquest moment amb "l'explosió de colors".



Enllacem els crits de la caiguda lliure amb els crits de por per un dels personatges de l'espectacle Espai 666.

Off: I la por t'atraparà per sorpresa.



La família està pujada a dalt de la Sinia, contemplant les vistes de Barcelona.

Off: Un lloc on fins i tot les seves vistes...



Els pares es miren i es besen. L'explosió de color els envolta.

Off: ... t'enamoraran.



Veiem un primer pla de la filla i el seu germà bocabadats amb les ulleres de realitat virtual. "L'explosió de colors" surt de les ulleres.

Off: O et deixaran sense paraules.



La família baixa d'una atracció i la nena demana als seus pares tornar a pujar – **Papa, una altra vegada!**

Off: Un lloc que et farà tornar.



La família està gaudint d'un moment familiar menjant un gelat al parc. La filla posa els ulls com plats i assenyala una nova atracció que acaba de veure.

Off: Una i una altra vegada.



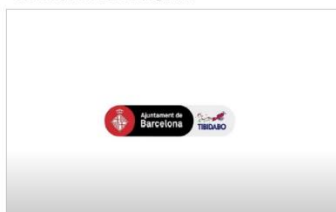
Passarem a veure la imatge de la muntanya

Off: Aquest estiu, viu les emocions més intenses al Tibidabo.



La càmera fa un planeig cap al cel i sobreimprimim el concepte.

Off: Tibidabo. El cim de les emocions.



Tancament B: SM i logotip Tibidabo

6. TERMINIS D'ENTREGA

Es demana que l'entrega de la versió final de l'espots i de les imatges gràfiques es facin en un màxim de 15 dies naturals des del dia de gravació. L'entrega final inclourà la imatge aprovada per Tibidabo i la part sonora també aprovada. Es valorarà la reducció d'aquests terminis.

Dia previst de rodatge: en una jornada de treball en dia de Parc d'atraccions Obert.



Lliurament de les peces: entrega màxima de la versió final 15 dies naturals després del dia del rodatge. Es demanarà avançar l'entrega de les diverses peces a mesura que estiguin preparades, per poder disposar dels primers materials de campanya amb màxima antelació. Pel que fa a l'espot, es demanarà veure una primera proposta de muntatge per aprovació prèvia al muntatge final amb tots el grafismes, retoc de color i so final.

7. ALTRA INFORMACIÓ RELLEVANT

Eines de gestió i comunicació

Els encàrrecs i seguiment de les tasques es faran a través de l'aplicació ASANA o un programa de gestió de treball col·laboratiu similar, que permet ordenar les tasques per projectes, calendaritzar-les i marcar *deadlines*, revisar l'històric de totes les comunicacions i penjar arxius al núvol des de qualsevol dispositiu i en *streaming*.

Metodologia de reunions

Després de la signatura de contracte es realitzarà una reunió d'inici de col·laboració i planificació entre l'adjudicatari i Tibidabo.

Es farà una reunió prèvia al projecte i diverses reunions de seguiment al Tibidabo o online per assegurar que el producte resultant sigui l'adequat.

Barcelona,

Enric Tomàs Ibáñez

Cap Unitat Màrqueting, Comercial i Atenció al Client Parc d'atraccions Tibidabo
Barcelona de Serveis Municipals S.A.



**Ajuntament
de Barcelona**