

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 2026 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

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, dins les seves activitats, gestiona el Parc d'atraccions Tibidabo, que inclou el servei del Parc d'atraccions, l'Àrea Panoràmica com a espai de ciutat, el Funicular Cuca de Llum i els centres de restauració i consum de les instal·lacions del recinte.

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.

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", 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 persones i cooperem amb entitats que procurin 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 que orienten el desenvolupament del Pla Estratègic per a l'assoliment dels reptes del Parc d'atraccions Tibidabo són:

1.4.1. Solidaritat

El Tibidabo és un Parc compromès socialment i s'esforça en 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 ONG 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 a 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-calcular (mathematics).

Principals accions:

- Activitats i espais lúdics/didàctics com l'espai LEGO.
- De forma anual més de 8.000 alumnes duen a terme les activitats didàctiques de ciència i tecnologia de la mà dels centres educatius.
- Fisidabo, un projecte educatiu creat juntament amb la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), amb l'objectiu d'apropar la física als adolescents. Aquest projecte ha estat guardonat l'any 2025 amb el Premi Nacional de Recerca en Comunicació Científica atorgat per la Fundació Catalana per la Recerca i la Innovació
- 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 dins 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.
- Augmentar la capacitat d'autosuficiència energètica del Parc.
- 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.
- Millora de l'oferta gastronòmica per tal de fer-lo referent del menjar sa i divertit.
- 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. OBJECTE

L'objecte del present plec és definir les condicions tècniques que han de regir la contractació dels serveis de preproducció, producció i postproducció d'un espot televisiu del Parc d'atraccions Tibidabo, en el marc de la seva campanya de comunicació, així com dels serveis de fotografia per a les peces gràfiques de la campanya (premsa, suports exteriors i formats digitals) i dels serveis de producció i postproducció d'una falca de ràdio.

L'objectiu de les peces audiovisuals i gràfiques objecte del contracte és posicionar el Parc d'atraccions Tibidabo amb la finalitat d'incrementar la captació de visitants tal com es detalla en el punt 4 del present Plec.

L'execució de l'espot, la realització de les fotografies i la producció de la falca de ràdio, així com l'edició, els efectes sonors, les locucions, els textos, el tractament de la imatge i la planificació de plans, s'hauran d'ajustar estrictament al plantejament creatiu definit prèviament per l'agència responsable de la conceptualització de la campanya, en coordinació amb Tibidabo.

Tibidabo facilitarà a l'empresa adjudicatària l'storyboard de l'espot, la shot list i l'storyboard de les sessions fotogràfiques i el guió de la falca de ràdio. Aquests documents poden patir alguna variació.

La gravació de l'espot i la realització de la sessió fotogràfica de campanya es duran a terme en dues jornades de treball separades, una jornada per l'espot i una altra jornada per la sessió fotogràfica, previstes entre mitjans d'abril de 2026 i principis de maig de 2026, així com l'enregistrament de la falca de ràdio.

El shooting atemporal es durà a terme entre setembre i octubre de 2026 en una jornada de treball.

3. CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES

La localització del rodatge de l'espot i de la sessió fotogràfica seran al Parc d'atraccions Tibidabo, Barcelona.

3.1. L'import Màxim definit per al **rodatge de l'espot 2026** del Parc d'atraccions

Tibidabo inclou:

Materials previstos:

- Espot de 20" en 4K per a TV, canals digitals i cinema (versió addicional) en català.
- Adaptacions de l'espot als formats definits al Pla de Mitjans (Xarxes Socials, TV, etc).
- Sessió fotogràfica de campanya: 15 - 20 imatges finals retocades en format vertical i horitzontal. Inclou imatges amb personatges a les atraccions, imatges d'espais i atraccions i panoràmiques. El licitador entregarà els materials en brut a Tibidabo. Aquesta sessió es realitzarà de forma independent en un dia diferent al dia del rodatge de l'espot
- Falca de 20" en català.

Necessitats de càsting per l'espot

- Pare de 38 – 42 anys
- Mare de 38 – 42 anys
- Nena de 5 – 6 anys
- Nen de 8-10 anys
- Figuració, en cas de ser necessària serà proporcionada per Tibidabo sota la direcció de l'empresa adjudicatària i l'agència creativa.

Necessitats de càsting pel shooting de campanya

- Pare de 38 – 42 anys
- Mare de 38 – 42 anys
- Nena de 5 – 6 anys
- Nen de 8-10 anys
- Àvia de 60 – 65 anys

Els actors per aquest shooting han de ser els mateixos que els actors de l'espot.

Necessitats de locució:

- 1 locució per l'espot i la falca de ràdio.

- L'empresa adjudicatària presentarà a Tibidabo diverses propostes de veu per la locució de les dues peces.
- Música de llibreria i efectes de so.

Lliurament dels materials:

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

Equip tècnic pel rodatge de l'espot:

- Director/a de producció
- Realitzador
- Ajudant de producció
- Director/a de fotografia
- Operador/a de càmera
- Ajudant de càmera
- Tècnic de so i microfonista
- Maquillatge i vestuari
- Muntador (postproducció)

S'haurà de presentar una proposta de tractament elaborada per l'empresa adjudicatària. A partir de l'storyboard a l'apartat 4. Briefing l'empresa adjudicatària haurà de desenvolupar la seva proposta de tractament, entenent-la com la seva interpretació creativa de l'espot. Aquesta proposta haurà d'incloure tant el plantejament conceptual com l'enfocament de producció, i haurà de justificar les decisions preses amb l'objectiu de garantir la correcta transmissió de la idea creativa.

3.2. L'import unitari Màxim definit per la partida alçada dels **shootings addicionals** del Parc d'atraccions Tibidabo inclou:

- Sessió fotogràfica addicional: 35 – 50 imatges finals retocades en format

vertical i horitzontal. Inclou imatges amb personatges a les atraccions, imatges d'espais i atraccions i panoràmiques. El licitador entregará els materials en brut a Tibidabo.

- L'import total per als shootings addicionals s'estableix com a partida alçada, no restant BSM obligada al consum de la totalitat de l'import de la mateixa.
- Les sessions de shootings addicionals serán sol·licitades a l'adjudicatari amb antel·lació d'1 mes, per tal que es puguin realitzar les tasques previes al día de la sessió fotogràfica.

Necessitats de càsting pel shooting addicional

- Pare de 38 – 42 anys
- Mare de 38 – 42 anys
- Nen de 5 – 6 anys
- Nena de 8-10 anys

Equip tècnic per les sessions fotogràfiques: (Shootings addicionals)

- Operador de càmera
- Maquillatge i vestuari

3.3. L'import unitari Màxim definit per la partida alçada dels **shootings de producte** del Parc d'atraccions Tibidabo inclou:

- Sessió fotogràfica addicional: 4hores de fotògraf
- Inclou la realització de sessió de fotografia de producte sense necessitat de casting ni actors, bé sigui per a fotografies d'atraccions, imatges d'espais, edificis o centres de restauració, fotos panoràmiques o de producte de restauració. El licitador entregará els materials de la sessió al complet en brut a Tibidabo. Tibidabo farà una selecció d'imatges finals per sessió les quals s'hauran d'entregar retocades en format vertical i horitzontal.

- Lliurament dels materials en format digital en alta resolució.
- L'import també inclou Equip d'il·luminació i escenografia bàsica en cas necessari
- L'import total per als shootings de producte s'estableix com a partida alçada, no restant BSM obligada al consum de la totalitat de l'import de la mateixa.
- Les sessions de shootings addicionals serán sol·licitades a l'adjudicatari amb antel·lació de 7 dies.

Equip tècnic per les sessions fotogràfiques: (Shootings de producte)

- Operador de càmera

4. BRIEFING

Sobre el Tibidabo

El Parc d'atraccions Tibidabo és un dels espais d'oci més emblemàtics de Barcelona. Situat al cim de la serra de Collserola, ofereix vistes úniques de la ciutat i del mar Mediterrani. Inaugurat el 1901, és el parc d'atraccions més antic d'Espanya i el segon més antic d'Europa.

El Parc destaca per la seva oferta d'oci familiar completa, amb més de 30 atraccions per a totes les edats, espectacles, zones de restauració i, sens dubte, les panoràmiques més espectaculars de Barcelona.

Objectius 2026

El gran repte de la temporada és assolir els objectius que el Tibidabo s'ha fixat per al 2026.

En l'àmbit de xifres, això implica aconseguir 720.000 visitants, incrementar l'índex de satisfacció dels clients, garantir l'equilibri econòmic de la companyia i assolir la xifra

òptima de socis, propera als 23.000 contractes. A més, la temporada 2026 coincideix amb la celebració del 125è aniversari, una ocasió especial per connectar amb totes aquelles persones per a qui el parc ha format part de les seves vides. Amb aquesta finalitat, es pretén desenvolupar una nova imatge gràfica destinada a comunicar de manera efectiva la rellevància d'aquesta efemèride.

La temporada 2026 porta algunes novetats com: una nova oferta renovada dels espectacles del Parc, incloent-hi una presència més elevada de les Mascotes del Tibidabo, les noves lletres 'BARCELONA' al Mirador de l'Àrea Panoràmica, una nova pel·lícula en 4D de producció pròpia i un nou restaurant a l'Edifici de La Masia amb el xef Rafa Zafra.

Concepte creatiu de la campanya

“Si pugues, és per sempre” és el claim que resumeix l'essència emocional del Tibidabo. El parc és una icona de Barcelona i forma part de la vida de moltes persones: el primer parc, el dia en família, l'excursió escolar... els nostres records.

El concepte juga amb dues idees clau:

- Si pugues: Fa referència a la seva ubicació al cim de Collserola, amb vistes úniques de la ciutat, i convida a viure l'experiència.
- És per sempre: Remarca que el Tibidabo genera records inoblidables, que es transmeten generació rere generació i connecta amb el 125è aniversari del parc.

No és només un claim, sinó una promesa: la màgia del Tibidabo deixa empremta, convertint-se en part de la història personal i familiar de qui el visita. És una invitació a pujar, gaudir i crear records que perduren per sempre.

Storyboard



Comencem veient el pla picat de la cara d'il·lusió d'una nena.



Darrere d'ella veiem l'ombra de la nòria del Tibidabo.

Diuen que res és per sempre. Però sempre passa igual.



Passem a un pla contrapicat de la muntanya russa pujant al punt més alt.



i ens centrem en uns nois que es preparen amb els braços aixecats.

Sempre et dona aquell pessigolleig.



Per tall, veiem un pla picat d'un nen menjant-se un gelat amb tota la cara tacada



Obrim pla i veiem un grup de nens menjant gelat i l'ombra de la muntanya russa baixant que passa sobre ells.

Sempre es desfà massa ràpid.



Veiem el pla d'una família, pare, mare i fill en el passatge del terror. Agafats dels braços, el nen i la mare es tapen els ulls mentre que riuen.

Sempre s'escapa algun crit.



Ens situem a l'exterior on veiem les mascotes del Tibidabo i uns nens petits corren amb els braços oberts



Ens centrem en l'emoció de l'abraçada

Sempre hi ha bons retrobaments.



La càmera s'eleva a vista de dron per veure les vistes de Barcelona des del punt més alt del parc.

Aquest estiu, vine al teu parc de sempre i celebra 125 anys d'emocions que duren tota la vida.



Tanquem amb el logotip del 125 aniversari i el concepte de campanya.

Tibidabo. Si puges, és per sempre.



SFX: so ambient d'estiu, rialles, ocells, vent suau, música alegre de parc al fons.

Diuen que res és per sempre. Però "sempre" passa igual.

SFX: pujada de muntanya russa.

Sempre et fa aquell pessigolleig.

SFX: so de l'atracció Merlí quan cau.

Sempre et deixa sense alè.

SFX: petit ensurt, crit.

Sempre s'escapa algun crit.

SFX: música alegre i divertida.

Aquest estiu, vine al teu parc de sempre i celebra 125 anys d'emocions que duren tota la vida.

Tibidabo. Si pugues, és per sempre. Ajuntament de Barcelona.

5. TERMINIS D'ENTREGA

El termini d'entrega dels materials finals (espot i sessió fotogràfica) serà de quinze (15) dies naturals a partir del dia de la gravació. En el cas de la falca de ràdio, el termini serà de deu (10) dies naturals des de la gravació. Tots els materials finals hauran de ser validats i aprovats per Tibidabo abans de la seva entrega definitiva.

Es valorarà positivament qualsevol proposta que permeti reduir aquests terminis d'entrega.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar a Tibidabo una primera proposta de muntatge de l'espot, que servirà per a la seva validació abans d'aplicar retocs de color, so i altres ajustos de postproducció.

Pel que fa a la sessió fotogràfica, l'empresa adjudicatària compartirà amb Tibidabo i l'agència creativa un primer recull d'imatges en brut, a partir del qual es decidiran els materials que seran seleccionats per a l'edició i el retoc final en postproducció.

6. METODOLOGIA DE TREBALL

Eines de gestió i comunicació

Els encàrrecs i seguiment de les tasques es faran a través del correu electrònic habitual o a través de l'aplicació Microsoft Planner, Asana o un programa de gestió de treball col·laboratiu similar, que permet ordenar les tasques per projectes, programar-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 durà a terme una reunió d'inici de col·laboració entre l'adjudicatari i Tibidabo i de planificació per als diferents moments marcats al calendari. La metodologia de reunions seran definides per Tibidabo.

A Barcelona,

Sergio Roldan Gutierrez

Cap unitat control de gestió i administració Tibidabo

Barcelona de Serveis Municipals, S.A.