

## **PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY DELS ELEMENTS DE COMUNICACIÓ DEL MERCAT DE LES FLORS PER A LA TEMPORADA 2021/2022**

### **1. OBJECTE DEL CONTRACTE**

L'objecte del contracte és el SERVEI DE DISSENY DELS ELEMENTS DE COMUNICACIÓ DEL MERCAT DE LES FLORS PER A LA TEMPORADA 2021/2022.

L'empresa interessada a esdevenir proveïdor seleccionat ha de complir amb el que estableix la legislació vigent respecte a instal·lacions, personal i normativa específica de qualitat i seguretat dels serveis objecte d'aquesta contractació així com amb l'establert a les presents prescripcions tècniques pel que fa l'execució del servei objecte del contracte.

### **2. CONTEXT I ANTECEDENTS**

#### **Campanya de comunicació temporada artística 21/22:**

La programació de la temporada 2021/2022 del Mercat de les Flors pretén compartir la idea que el Mercat no és l'edifici sinó allò que hi passa i el patrimoni viu del Mercat són els i les artistes, les obres i els projectes que es realitzen.

El claim és "POSEM CARA AL MERCAT" amb què literalment volem ensenyar les cares de gran part dels artistes que formen part de la temporada, a través de retrats personals en blanc i negre d'aquests artistes.

A banda de la programació regular d'espectacles de dansa, moviment i cos, tenim espectacles talla única, cicles (Dansa i música en conversa, Circ d'ara mateix, Dansa new media), festivals (El Petit, Hacer historia(s) vol. 4, SALMON, HOP).

Tenen especial importància els nostres artistes residents i associats així com una programació d'impuls a nous creadors NEXT GENERATION.

Amb aquesta campanya i temporada tenim la intenció de reforçar una temporada amb talent local, amb molta idea de contribuir a reparar la crisi que deixa la pandèmia.

La proposta de campanya juga amb la multiplicitat de cares i retrats, combinant-los en els diferents formats i suports, mostrant el mosaic de artístic del patrimoni viu i les diverses propostes de programació del Mercat.

### **3. L'ENCÀRREC: ELEMENTS A DISSENYAR**

#### **ELEMENTS DE L'ENCÀRREC**

- Creació d'una línia gràfica per a la comunicació de la programació de la temporada i tots els materials de comunicació gràfica que es derivin. Aquests elements hauran de partir necessàriament de la campanya de comunicació de la temporada 21/22 i desplegar gràficament el concepte en tots aquells elements de comunicació que es generaran durant la totalitat de la temporada.

## DISSENY DELS ELEMENTS DE COMUNICACIÓ DE LA TEMPORADA 21/22:

- Plafó exterior. Façana lateral dreta. 1.210 x 2.400 mm (2)
- Postal electrònica per enviament de mailing electrònic: master de cada i adaptacions: espectacles, itineraris, abonaments, constel·lacions, cicles... (80-100)
- Programes de mà espectacles temporada (50-70)
- Banners diversos: master, original i adaptacions: espectacles, constel·lacions, cicles... (250-300)
- Anuncis diversos, master, original i adaptacions: espectacles, constel·lacions, cicles... (150-200)
- Llibret DINÀ5, 16-20 pàgines: constel·lació, cicle, programa especial (4)
- Campanyes de banderoles, 120cm x 90cm (3)
- Cartells (3-5)
- Imatges xxss: contingut perfils diversos de xxss, streamings... (150)
- Imatges estàtiques per projectar (10)
- Podcasts – imatges estàtiques i animades per 8 podcasts

## **TARGET**

L'edat mitjana del públic del Mercat de les Flors es situa entorn als 45 anys. Destaca la presència notable de públic per sota dels 30 anys, respecte altres equipaments.

El 66% són dones. La majoria del públic és de Barcelona, amb major presència als barris amb major nivell de renda, tot i que caldria destacar una major presència de públics als barris amb menor nivell de renda que per altres equipaments públics (importància dels preus accessibles). El Mercat de les Flors atrau també públic estranger resident a Barcelona.

Els espectadors venen en la seva majoria de 2 en 2 (a la última enquesta deien que més aviat amb un amic que amb la parella).

La majoria dels espectadors venen a veure 1 espectacle o 2 per temporada, seguit pels aficionats (abonats, taller d'espectadors, ...) que venen molt, més de 5 vegades per temporada. El Mercat és prescriptor per a la seva audiència.

Existeixen 3 nínxols principals de públics:

- \*Gran públic
- \*Experimental
- \*Familiar

El públic ja fidelitzat pot circular d'un nínxol a l'altre.

Respecte a l'estil de consum cultural, a la última enquesta, el públic del Mercat diu que és lector i que els altres centres culturals que visita assíduament són les sales de cinema independent, els grans teatres i auditoris, seguit dels museus i centres d'art contemporani.

El perfil de l'espectador principiant seria:

- \* lleugerament més jove
- \* Ve atret per propostes estilístiques concretes i de nínxol



- \* Pot ser de Barcelona, o de l'entorn metropolità
- \* Ha comprat les seves entrades online

Perfils específics de públics que cal tenir en compte:

Públic general  
Públic fidelitzat del Mercat  
Programes educatius 0-18 anys: escoles  
Veïnat del barri  
Famílies: itinerari talla única  
Professionals sector dansa, arts escèniques i arts vives

#### **4. REQUERIMENTS**

##### **TÈCNICS**

1. L'agència ha de tenir habilitats creatives, tècniques i de producció per abordar projectes de comunicació, on line i off line, gràfics i audiovisuals.
2. Ha de tenir eines de planificació estratègica i de posada en marxa del pla de comunicació específic de la temporada artística del Mercat de les Flors per acompanyar el client des de la conceptualització fins al lliurament d'arts finals.
3. Ha d'aplicar la identitat gràfica corporativa i els manuals temàtics de manera coherent i homogènia en tots els suports on calgui.
4. Ha de partir i respectar en tot moment del plantejament visual i gràfic de la campanya de comunicació de la temporada 21/22.
5. L'agència ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. Els textos han de passar per correcció humana en els tres idiomes possibles en què es generaran materials: català, castellà i anglès.
6. L'agència ha d'utilitzar un estil de comunicació inclusiu, que reconegui i doni visibilitat a la diversitat pel que fa a aspectes com l'edat, l'origen, el gènere, l'ètnia o la diversitat funcional o sexual.
7. L'agència assignarà a la responsable del servei un equip de comptes sènior amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de tots els treballs, durant totes les fases de la campanya, i es coordinarà amb altres proveïdors que hi participin.
8. L'agència estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir el Mercat de les Flors.
9. L'agència, en el cas d'haver de produir/encarregar alguna peça en paper, haurà de fer servir preferentment paper reciclat.

## **RR.HH.**

Per a la prestació del servei requerit l'empresa assignarà l'equip tècnic necessari per a realitzar la tasca encomanada. Aquest equip inclourà un coordinador de projecte, amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de tots els treballs. Durant totes les fases de desenvolupament del servei es coordinarà amb altres proveïdors que hi participin i treballarà en tot moment en col·laboració i sota la supervisió del responsable del contracte per part del Mercat de les Flors.

El coordinador portarà la gestió pressupostària i serà l'interlocutor entre l'equip de comunicació del Mercat de les Flors i el de l'empresa.

## **CALENDARI DE LES PRESTACIONS ENCARREGADES**

El calendari general de prestacions es correspondrà amb el transcurs de la temporada artística 2021/2022.

S'enviarà amb anticipació, sempre que sigui possible, la planificació de materials que es necessitaran, que s'aniran demanat paulatinament durant el transcurs de la temporada. Es faran estatus setmanals que s'actualitzaran sempre que es consideri necessari.

Als efectes de facilitar a les empreses l'elaboració de les propostes tècniques per valorar segons criteris avaluable segons judici de valor, s'adjunten:

- 1) Manual d'aplicació corporativa del logotip del Mercat de les Flors
- 2) Versions vigents del logotip del Mercat de les Flors
- 3) Mostra de materials de la campanya de comunicació 21/22 (campanya de banderoles, imatge per calendari de paper, exemple d'anunci)