

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

**SERVICIO DE REALIZACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN DE
COMUNICACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL PARA LA
SEMANA DE LA MODA DE BAÑO DE GRAN CANARIA**

**EXP.- 19/198
SOL. PEDIDO: 1000198261**

Julio de 2019

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

1.-OBJETO DEL SERVICIO

IFEMA solicita ofertas para la contratación de una agencia de comunicación, especializada en la comunicación de moda, con experiencia de trabajo en pasarelas internacionales y con marcas de referencia internacional, así como con amplia experiencia demostrable en el trabajo con diseñadores de reputación internacional con el objetivo de convertir a la SEMANA DE LA MODA DE BAÑO DE GRAN CANARIA en el referente de la moda de baño en el circuito profesional de pasarelas de moda de ámbito nacional y e internacional.

La citada agencia habrá de ejecutar el plan de comunicación nacional con arreglo a lo recogido en este pliego, que incluirá gestión de contenidos, gestión de medios on line, off line, radio y televisión, así como todas las acciones de comunicación y relaciones públicas precisas para lograr la mayor difusión del evento en el ámbito nacional e internacional. En el caso de la comunicación internacional, se incluirán acciones de difusión en medios internacionales

Se vehiculará la información a través de entrevistas, imágenes de vídeo y fotografías, difundidas a nivel regional, nacional e internacional, y en todo momento se pondrá en valor la calidad de los diseñadores y marcas participantes en la pasarela.

Asimismo, la empresa adjudicataria se ocupará de contratar a un fotógrafo especializado en pasarelas, que acredite experiencia en pasarelas internacionales de primer nivel, y de una empresa de video también con experiencia en la grabación y producción de desfiles de moda en pasarelas de prestigio.

Por otra parte, para lograr la mejor difusión del evento en el ámbito local, el adjudicatario contratará a una agencia que se ocupe de distribuir las noticias que genere el evento en medios off y on line, radio, televisión y páginas web en el ámbito local de Canarias.

2.- PUNTOS ESTRATEGICOS DEL SERVICIO

Los licitadores deberán presentar un plan de comunicación cuya estrategia habrá de asentarse en los puntos que se incluyen a continuación.

1. Incluir la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en el circuito de medios de Estilo de Vida así como en los medios on line e Instagram de referencia, gracias a la contratación de influencers nacionales e internacionales de referencia.
2. Realización de reportajes y entrevistas a personajes ligados a este ámbito invitados a la pasarela, estableciendo vínculos con las firmas de baño locales.
3. Generar el interés del público afecto a la moda y el Estilo de vida por la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria relacionada con el turismo, la gastronomía y el estilo de vida de la isla.

4. Como estrategia para la profesionalización de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria se usarán técnicas periodísticas contemporáneas que rentabilicen la invitación de influencers de prestigio.
5. Poner en valor la importancia de la pasarela y sus diseñadores y señalar cómo dicho valor repercute en el interés de los patrocinadores. La comunicación debe tenerlos en cuenta, revalorizarlos y trabajar para su fidelización para las siguientes ediciones.
6. Contratación de celebridades, influencers e instagramers de reconocido prestigio, auténticos prescriptores de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria.
7. Utilización de las modelos con más posibilidades de comunicación, por prestigio o por su buen hacer en Redes Sociales para entrevistas y reportajes. Se ofrecerá a algún medio un reportaje de belleza con alguna de las modelos.
8. Difusión de todos los materiales gráficos generados por los profesionales contratados (fotografía, vídeo) para su uso en los medios de moda, estilo de vida, generalistas y prensa social.

3.- DESCRIPCION DEL SERVICIO

Plan de Comunicación

El plan de comunicación que presente la empresa, además de recoger los puntos estratégicos señalados en el anterior punto, habrá de incluir un cronograma que incluya las acciones que se indican a continuación segmentadas en los tres momentos informativos –previo al evento, durante el evento, post evento-. Asimismo, se ocupará de la gestión y desarrollo de todas estas acciones.

a) Previo al evento:

■ **Acciones especiales**

- Julio 2019 (entre el 6 y el 10) Presentación del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria durante la pasarela Mercedes Benz Fashion Week Madrid, en formato rueda de prensa. Se realizará en las instalaciones de IFEMA, en la jornada de mayor importancia de los días de celebración de la pasarela. Acción de alto impacto entre el público y prensa de moda y generalista asistente al evento. En el caso de que no fuera posible en esas fechas y lugar, se buscará la mejor fecha y lugar para organizar el acto de presentación.
- Julio 2019 (entre el 7 y el 10) Exclusiva nacional para su publicación (embargada hasta el día de la presentación en Madrid) al medio informativo del negocio de la moda modaes.es. Se intentará exclusiva internacional en el medio informativo del negocio de la moda Business on Fashion).
- Septiembre 2019 (entre el 12 y el 14). Presentación de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria a la prensa profesional del textil y de la moda de baño nacional e

internacional durante la celebración de la Feria Internacional Momad, en IFEMA, Madrid.

- Septiembre 2019 (entre el 12 y el 14). Desfile colectivo Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria durante la celebración de la Feria Internacional Momad, en IFEMA, Madrid.

■ Otras acciones:

- Envío de las notas de prensa del lanzamiento del certamen Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria a base de datos de prensa nacional e internacional, especializada y generalista. IFEMA reforzará el envío de esta información a sus bases de datos, incluido también el sector de Turismo
- Invitación personalizada a la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria por parte de la dirección de la empresa adjudicataria a las celebrities, bloggers, influencers y periodistas que sean invitados presenciales a la pasarela. Asimismo, la empresa realizará la gestión de los viajes de dichos profesionales.
- El evento se presentará mediante un dossier informativo, que se enviará en soporte digital a los medios y que se subirá a la web y servirá para su uso parcial en RR.SS. En él constarán, como mínimo :
 - Información general de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria
 - Información de los diseñadores y marcas presentes en la pasarela
 - Líneas básicas de las propuestas de moda de los diseñadores y marcas.
 - Calendario de desfiles
- Al tiempo que se negocian personalmente los reportajes de moda con los medios elegidos a tal efecto, la adjudicataria elaborará notas de prensa que enviará a la base de datos, así como a los periodistas que vayan a asistir personalmente al evento. Los datos contenidos en dichas notas servirán para nutrir la web, las RR.SS.
- Los asistentes al desfile recibirán una carpeta de prensa elaborada por la adjudicataria en la que encontrarán calendario diario de desfiles de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria e información sobre las marcas y diseñadores participantes.
- Se realizará, además de la rueda de prensa del lanzamiento del evento en Madrid, una rueda de prensa en Gran Canaria, con el Cabildo de Gran Canaria en la que se convocará a los medios que operan en la isla. En dicho acto se distribuirá el dossier de prensa realizado, con la información general, la concerniente a los diseñadores y marcas, con sus líneas, y el calendario de desfiles.
- Entrevistas, tanto de diseñadores, como de influencers, así como de portavoces del evento.

b) Durante el evento:

- Cada día se difundirá lo acaecido en la jornada:
 - Imágenes de los desfiles.
 - Vídeos de los desfiles.

- Notas de prensa.
- Post de influencers.
- Post sobre influencers y personajes presentes en los desfiles.
- Rueda de prensa con la Celebrity invitada.
- Rueda de prensa con diseñador de importancia internacional.
- Coordinación de los reportajes pactados con los medios invitados.
- Coordinación de las entrevistas one to one con los invitados y en los medios pactados.
- Gestión de regalos para periodistas, celebrities e influencers VIP.
- Gestión del día a día de los invitados (comidas, acompañamiento a los desfiles, cenas)
- Entrega de todos los materiales elaborados para distribuir entre la prensa invitada, así como gestión de las invitaciones, control del seating y de la tarima de gráficos.
- Envío diario de material resumen de las jornadas a los diferentes medios on line y off line.
- Coordinar la relación entre diseñadores y marcas con los medios, lo que se traducirá en entrevistas y reportajes, así como un contacto directo generado en backstage.
- Comunicación de los premios a la mejor colección consagrada, a la mejor emergente y a la modelo, inmediatamente después de entregarse.
- Organización de la presencia de prensa en la cena en la víspera del evento a la que acudirán los periodistas invitados, bloggers e influencers. Será una oportunidad para el networking. El lugar se decidirá en consenso con el Cabildo de Gran Canaria.

c) Después del evento:

- Realización de dossier con las principales noticias del evento que se difundirá a los medios invitados, pero también a la base de datos de medios on line y off line con quienes se haya tenido comunicación desde el minuto uno del evento. En él se especificarán las acciones especiales, momentos hito de la pasarela, activaciones de los patrocinadores..., todo aquello que conviene comunicar para el buen nombre de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria. Será un modo de perpetuar los valores de esta pasarela y de mantener vivo más tiempo el altavoz de los desfiles.
- Memoria completa del evento, incluyendo clipping, ROI, AVE del mismo, así como los aspectos que especifiquen el cumplimiento de los objetivos planteados.

En todos los momentos comunicativos del evento, presentación, ruedas de prensa, notas de prensa, la empresa adjudicataria trabajará para la consecución de exclusivas, entrevistas, reportajes especiales, así como de la publicación de las noticias. Y hará el seguimiento posterior de su publicación.

En la negociación de los reportajes y entrevistas así como en la realización de fotografías y vídeos se protegerá siempre a los patrocinadores, para que estén bien representados.

Otras tareas:

Además de la presentación de un plan de comunicación, asentado en la estrategia antes descrita, la empresa adjudicataria habrá de ocuparse de la realización de las siguientes tareas:

1- Elaboración de contenidos editoriales para envíos informativos a bases de datos de medios, Newsletters y Webs. Dichos contenidos se ajustarán a calendario y serán

- Elaboración de notas de prensa sobre el evento de tipo organizativo, actividades, novedades, desfiles, incorporación de empresas, turismo, económicas, moda, social, etc.
- Elaboración de dossier para las distintas presentaciones que se realicen antes del evento, así como del dossier del evento y otros materiales informativos. .
- Notas sobre participación o asistencia profesional por áreas geográficas para prensa regional e internacional.
- Notas de prensa de inauguración, clausura y durante el desarrollo del evento.
- Entrevistas a directivos del evento.
- Colaboraciones solicitadas por medios de comunicación –entrevistas, tribunas, artículos de opinión.

2.- Seguimiento de las empresas participantes para obtener información de su participación, perfil, características de la colección, etc...

3.- Contacto con Asociaciones y entidades sectoriales y regionales para la elaboración de informes económicos y sectoriales, entrevistas, declaraciones.

4.- Generar contenidos editoriales con una frecuencia adaptada a los tiempos de los distintos canales informativos de la Feria: Notas de Prensa, Newsletters y Web.

5.- Gestionar publicación de notas con la prensa sectorial.

6.-redaccion y envíos de cartas y/o invitaciones a los medios para invitarles a cubrir esta pasarela.

7- organización de un **programa de prensa**, que incluirá una propuesta de medios para asistir invitados al evento, integrada por medios de Moda, fundamentalmente, pero también, medios generalistas, revistas especializadas, del negocio de la moda, agencias de noticias y televisiones, con el objetivo de lograr la máxima difusión del evento. En este programa se incluirá también al canal de televisión de moda internacional Fashion Tv.

Esta propuesta de medios y periodistas se modulará con los gabinetes de comunicación de las diferentes marcas y diseñadores y el propio Cabildo. En el caso de los medios generalistas, su presencia podrá estar marcada por la actualidad informativa.

8- La empresa adjudicataria se ocupará de realizar las acreditaciones de prensa y tendrá en cuenta el aforo que no puede superar los 50 asientos y 30 gráficos en tarima.

9- la empresa adjudicataria se encargará de dar difusión a la entrega de un premio el último día de la pasarela, ligado a una marca comercial que patrocine el evento y que valore la mejor colección consagrada, la mejor colección emergente y la mejor modelo.

10.-los gastos de viajes, alojamiento, dietas comidas y cenas –excepto cenas oficiales del evento- de la prensa invitada dentro del programa de prensa y los influencers correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

Todo lo anterior se llevará a cabo en coordinación entre los gabinetes de comunicación de marcas de moda, los patrocinadores y el Gabinete de Comunicación de Presidencia del Cabildo de Gran Canaria.

Propuesta de reportajes y entrevistas

A continuación se presentan una serie de ideas de reportajes y entrevistas que el adjudicatario planteará a diferentes medios. Se trata de entrevistas a los portavoces de Gran Canaria Moda Cálida, designados por el Servicio de Industria y Comercio del Cabildo de Gran Canaria, a los diseñadores y marcas, a los celebrities, influencers y famosos invitados.

- Vogue. Reportaje entrevista con la influencer Marta Lozano sobre las novedades de baño. Su selección de los mejores bañadores para la web de vogue.es. Seguimiento resumen de las fotos de todos los desfiles en todas las jornadas en la web de la publicación.
- Harper's Bazaar. Entrevista one to one, incluida en el reportaje de moda realizado con Lara Álvarez realizado en la playa. Seguimiento resumen de las fotos de todos los desfiles en todas las jornadas en la web de la publicación.
- Glamour. Teresa Andrés Gonzalvo y Teresa Bass mano a mano. Reportaje de moda y estilo de vida, en algún lugar destacado de la isla que sea un foco interesante que una moda, turismo y estilo de vida. Seguimiento resumen de las fotos de todos los desfiles en todas las jornadas en la web de la publicación.
- Yo Dona. Entrevista con la consejera de Industria, Comercio y Artesanía, Minerva Alonso. Las fotos serán del posado en photocall con Lara Álvarez. Seguimiento resumen de las fotos de todos los desfiles en todas las jornadas en la web de la publicación.
- InStyle. Reportaje sobre todos los influencers que acudieron al evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria. Resumen final con lo mejor del evento en su web.
- Telva. Reportaje entrevista de belleza, puesta a punto para la primavera/verano realizado en la playa con alguna de las modelos que acudan a la pasarela.
- Telva Niños. Resumen final con lo mejor del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en moda infantil de baño.
- Mujer Hoy. Resumen final con lo mejor del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en su web.
- Elle. Entrevista con el diseñador estrella de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria. Resumen final con lo mejor del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en su web.
- El País Semanal. Reportaje sobre la importancia del negocio de la moda de baño en nuestro país y en Europa y el papel que realiza en ello la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria, con declaraciones de la portavocía del Cabildo, de los diseñadores independientes, de las marcas más establecidas.
- TVE. Reportaje especial en el programa Flash Moda sobre lo acaecido en el evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria.

- ICon. Reportaje de los mejores looks masculinos aparecidos en los desfiles de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria.
- SModa. Reportaje de los mejores looks aparecidos en los desfiles de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria. Resumen final con lo mejor del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en su web.

Ruedas de prensa

Además de los reportajes y entrevistas, se habrán de organizar ruedas de prensa de diverso carácter y dirigidas a profesionales diversos en función del momento y de las noticias a comunicar. Para su implementación la empresa adjudicataria realizará convocatoria de medios según lo que se quiera comunicar y también en función de ello se elegirá el espacio y tipo de documentación que requiera la rueda de prensa. Asimismo hará seguimiento de lo publicado, atenderá directamente a los medios que así lo requieran. En todas las ruedas de prensa se requerirá la presencia institucional, así como una amplia representación de los diseñadores atañidos en cada una de las convocatorias. Tras la rueda de prensa se realizará foto de familia que se distribuirá a los medios junto con la nota de prensa correspondiente.

Para las ruedas de prensa, el equipo de comunicación de la agencia adjudicataria elaborará los materiales necesarios que sirvan de guía a los profesionales para la correcta difusión del evento, siempre con la aprobación del equipo de comunicación de IFEMA y del Servicio de Industria y Comercio del Cabildo de Gran Canaria. Dicho equipo estará presente en las ruedas de prensa. Los dossiers o documentos que se usen para las ruedas de prensa se distribuirán a los periodistas presentes y se enviarán a la base de datos on line y off line que se acompaña al documento. Los materiales se presentarán en formato digital o en papel. Teniendo en cuenta que algunos de estos materiales se enviarán a medios y periodistas internacionales, se traducirán al inglés.

En todos los materiales que se distribuyan a la prensa figurará:

- Nombre del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en Gran Canaria.
- Nombre del organizador Consejería de Área de Industria, Comercio, Artesanía y Vivienda del Cabildo de Gran Canaria.
- Web del programa: www.grancanariamodacalida.es
- Hastags del evento.

El adjudicatario elaborará un informe de impactos a lo largo de la duración del contrato que abarcará todos los medios. El formato de ese clipping será propuesto y aprobado por IFEMA y el Servicio de Industria y Comercio.

Como mínimo, se realizarán las siguientes ruedas de prensa, teniendo en cuenta que se programarán otras si la consecución del programa lo requiere:

- Rueda de prensa del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en su comunicación a la prensa de moda y generalista durante la celebración de la pasarela MBFWMadrid, en IFEMA, Madrid, en el mes de julio.
- Rueda de prensa del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en su comunicación a la prensa profesional del textil y de la moda de baño nacional e

internacional durante la celebración de la Feria Internacional Momad, en IFEMA, Madrid, en septiembre.

- Rueda de prensa de presentación del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en Gran Canaria, en el lugar y día en que se consensue con el Cabildo de Gran Canaria.
- Rueda de prensa de presentación de los desfiles infantiles, en fecha anterior al comienzo de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en Gran Canaria.
- Rueda de prensa de presentación de los desfiles de los nuevos talentos.
- Rueda de prensa para presentar a los patrocinadores del evento Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria en Gran Canaria.

Contenidos audiovisuales para medios

Asimismo, la empresa adjudicataria se ocupará de contratar a un fotógrafo especializado en pasarelas, que acredite experiencia en pasarelas internacionales de primer nivel, y de una empresa de video también con experiencia en la grabación y producción de desfiles de moda en pasarelas de prestigio. Ambas contrataciones deberán tener la aprobación de la dirección del evento.

En lo que respecta al video, Televisión Española (TVE), realiza tanto las grabaciones de todos los desfiles como la retransmisión del evento, pero lo que lleva a cabo es una producción global del evento. Por ello, es necesario que la empresa adjudicataria contrate a su vez una empresa de video, con experiencia en la producción de desfiles de moda en pasarelas de prestigio, que será la que se encargue cada día de ir haciendo un video resumen del desfile de cada firma participante, para enviar medios de comunicación, subir a la página web del Programa GCMC y utilizar en redes sociales.

Esta empresa deberá trabajar junto con TVE, cogiendo la señal de TVE, editando las imágenes y realizando un video resumen de cada uno de los desfiles de las firmas participantes, así como un video resumen de lo que fue el evento, con imágenes de exterior, de los patrocinadores, entrevistas, entre otros. este material audiovisual se entregará a cada firma participante y a la Consejería.

Además, la empresa de video deberá realizar grabaciones de las ruedas de prensa y actos promocionales del evento. El adjudicatario deberá contratar un servicio de streaming, de manera que los desfiles se puedan visualizar en directo en la página web del Programa.

En lo que a fotografía se refiere, el adjudicatario deberá contratar dos fotógrafos. Por una parte, un fotógrafo de Pasarela, profesional de reconocida experiencia en el sector de la moda, con experiencia en el desarrollo de trabajos similares en las principales Pasarelas de Moda internacionales. Se encargará de la realización de fotografías nítidas y de calidad de cada desfile, debiéndose realizar fotografías de cada look de cada diseñador participante.

Y por otra parte, de un fotógrafo social, profesional de reconocida experiencia en eventos de moda. Se encargará de la realización de fotografías del backstage de cada desfile, de la peluquería y el maquillaje de las modelos, de la presencia de los patrocinadores, del montaje y de los espacios del evento en general, fotos de ambiente de público asistente, así como de las ruedas de prensa.

Del mismo modo habrá de publicar cada día el material fotográfico en una plataforma online accesible a diseñadores participantes, prensa y organización. Finalizado el evento habrá de entregar DVD con todo el material, organizado por desfiles, en alta y en baja resolución al Cabildo de Gran Canaria.

La empresa adjudicataria de este pliego de Comunicación se encargará de suministrar a los medios de comunicación periódicamente, en función de las noticias o acciones que se vayan generando, distintos contenidos audiovisuales y fotográficos. Todas las ruedas de prensa, presentaciones y actos vinculados se aprovecharán para generar este tipo de materiales, que consistirán en unos recursos del Evento y una sucesión de totales, que permitan al periodista receptor o al equipo interno elaborar piezas con posterioridad.

El adjudicatario realizará una labor de difusión por correo electrónico o medios equivalentes, entre los medios audiovisuales sobre la existencia de tales recursos, tanto previamente y como nada más disponer de ella en la web, con el objetivo de que todos los medios estén informados de su existencia y contenido.

Propuesta de prensa invitada

A la hora de seleccionar a los periodistas de los diferentes medios de moda y estilo de vida, se optará en primer plano por aquellos que utilicen sus Redes Sociales y que tengan más followers y engagement.

Los medios que figuran a continuación recibirán información desde el primer día de todo lo que vaya a acontecer, acontezca o haya acontecido en la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria. Además recibirán invitación para acudir presencialmente a la pasarela y a realizar reportajes y entrevistas especiales.

En el caso de la comunicación internacional, se incluirán acciones de difusión en medios internacionales. El adjudicatario habrá de incluir además en su propuesta una base de datos de medios internacionales de Moda. IFEMA reforzará estos envíos con su propia base de datos.

Propuesta de medios a invitar:

Recibirán invitación para acudir presencialmente a la pasarela y a realizar reportajes y entrevistas especiales y además recibirán información de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria.

El adjudicatario habrá de incluir propuesta de invitación a cada uno de los medios que se detallan a continuación:

Publicaciones Moda y Life Style

Vogue

(on line)

profesional especializado en pasarelas, conocedor de los desfiles internacionales, experto en moda.

Harpers Bazaar

(on line)

profesional especializado en web, pasarelas, conocedor de los desfiles internacionales, experto en moda.

Glamour

(on line)

profesional especializado en web, pasarelas, conocedor de los desfiles internacionales, experto en moda.

In Style

(on line)

profesional especializado en web, pasarelas, conocedor de los desfiles internacionales, experto en moda.

Elle

(on line)

profesional especializado en web, pasarelas, conocedor de los desfiles internacionales, experto en moda. Especializada en estilo de vida, experta en moda.

SModa

profesional especializado en pasarelas, conocedora de las internacionales, experta en moda,

Yo Dona

(on line)

profesional especializado en estilo de vida, experta en moda.

Telva

(on line)

profesional especializado en estilo de vida, experta en moda.

Woman

(on line)

profesional especializado en estilo de vida, experta en moda.

Fashion& Arts

profesional especializado en estilo de vida, experta en moda.

RTVE.ES

profesional especializado en pasarelas e información de moda.

Hola Fashion!

profesional especializada en estilo de vida, experta en moda

Publicaciones Estilo de Vida/Moda

Mujer Hoy

Especializado en pasarelas, conocedora de las internacionales, experta en moda.

Publicaciones Estilo de Vida/Hombre

Icon

(on line)

Especializado en estilo de vida, experto en moda masculina.

Moda/Niños

Telva niños

Especializada en estilo de vida, experta en moda.

Petit Style Magazine

Especializada en estilo de vida, experta en moda infantil.

Lifestyle

El País Semanal

Televisión internacional

Fashion Tv

Revistas profesionales

Modaes.es

Global Fashion

Medios generalistas para invitar al periodista especializado en Moda:

ABC
La Razón
El País
TVE-informativos
Grupo Joly
RTVE.ES
Flash Moda
Tele 5
Fashion Tv
Antena 3 Tv
Agencia Efe
Europa Press reportajes
Colpisa

Celebrities e influencers

A continuación, se incluye una propuesta de celebrities e influencers que serán imagen de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria y que responden a los valores de moda, modernidad y prestigio que deben coronar siempre las estrategias que contribuyan a hacer de esta Pasarela el referente de moda de baño a nivel regional, nacional e internacional.

Todos los celebrities e influencers que aparecen a continuación habrán de ser contactados personalmente o a través de sus agentes, y estar dispuestos a acudir a la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria. Si finalmente la empresa adjudicataria no consiguiera la confirmación de asistencia de estas personas, habrán de proponer otras de similar nivel de influencia, que tendrán que ser aprobadas por la dirección de Comunicación y del proyecto.

- **Celebrities**

Lara Álvarez: Presentadora del programa de televisión Supervivientes en Tele 5, en el que realizó más de 500 cambios de bikini en la edición pasada. Sube en su cuenta de IG todos sus looks de baño con los que aparece en televisión.

1.500.000 FOLLOWERS
3.53% ENGAGEMENT RATE

Asistencia los días 4 y 5 octubre.

Acciones:

- Asistencia durante 2 días a todos los desfiles celebrados
- Convocatoria de medios
- One to One con medio elegido: Harper's Bazaar
- Photocall
- 1 post (evento) + 4 Stories (desfiles)

Campañas: GHD, Luxentur, Peugeot, Mediaset, Coca Cola, Iberostar, Blue Palm, Sesderma...

- **Influencers**

- **MEGA-INFLUENCERS**

745.000 FOLLOWERS

MARTA LOZANO

4.55% ENGAGEMENT RATE

Campañas: Dior, Jacquemus, Mosquino, Versace, MAC, Tom Ford, Burberry, Tommy Hilfiger, Chaumet, CH, Bvlgari Hotels, Michael Kors, Moncler, Hawkers, Off__White, Omega, D&G...

456.000 FOLLOWERS

**TERESA ANDRÉS
GONZALVO**

5.33% ENGAGEMENT RATE

Campañas: Estée Lauder, Dior, Lamcome, MAC, Rochas, Ermanno Scervino, Furla, Olay, D&G, 21Buttons, Oscar de la Renta, MAC, Caudalie, Lacoste, Lórea'l...

- **MID-INFLUENCERS**

397.000 FOLLOWERS

ANA MOYA

3.4% ENGAGEMENT RATE

Campañas: 21Buttons, Lefties, Givenchy, Mó, Manila Grace, Sesderma, Pantene, Air Europa...

297.000 FOLLOWERS

CARLOTA

WEBER

5.9% ENGAGEMENT RATE

Campañas: Zadig&Voltaire, Shisheido, Small Branch, Aussie, Dresstip, Brownie, Douglas, Braun...

235.000 FOLLOWERS

TERESA BASS

3.78% ENGAGEMENT RATE

Colaboraciones: Redken, Anne Moller, Pinko, Tezenis, Hunke Moller, Kiko Milano, Pantene, Adidas, Clarins, Maybelline, Lórea'l, Calzedonia, Gillette...

- **MICRO-INFLUENCERS**

72.300 FOLLOWERS

**MARÍA
CORTÉS**

10.4% ENGAGEMENT RATE

Colaboraciones: Real Madrid, Selección Española, Montblanc, Garnier, Cool Pepper, MasQMai, Lemoyne Concept, Serendipi Tea...

34.500 FOLLOWERS
**BERTA FDEZ
DE VEGA**
1,90% ENGAGEMENT RATE

Colaboraciones: Black Limba, Lavani, Nivea, H&S, Detox, Kiko Milano, Revolve, 21Buttons...

16.900 FOLLOWERS
**CRIS
CHOCANO**
6,47% ENGAGEMENT RATE

Colaboraciones: Pentax, Piz Buin, Garnier, One Oak, Thierry Mugler, Havainas, Maybelline...

EQUIPO HUMANO

El adjudicatario habrá de presentar una propuesta de equipo humano que dependerá en todo momento de la Dirección de Proyecto de la Semana de la Moda de Baño de Gran Canaria y que constará al menos de:

- Responsable de equipo
- Responsable de Cuentas
- Responsable de prensa
- Responsable de influencers
- Asistente de prensa
- Asistente de influencers
- Jefe de producción
- Responsable de material gráfico
- Asistente de material gráfico
- Responsable de contenidos web y redes sociales
- Coordinador equipos web y redes sociales

Los perfiles con responsabilidad deben tener mínimo 3 trabajos equivalentes en cada uno de los perfiles en los últimos 3 años

Madrid, 01 de julio de 2019

Eduardo López-Puertas
Director General