

**SERVICIO DE GRABACIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE
LOS DESFILES DE MERCEDES BENZ FASHION WEEK
MADRID DE LAS 2 EDICIONES DE 2021**

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

21/043 - 2000018569

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

1. OBJETO DEL SERVICIO.-

El objeto del servicio se centra en dar cobertura con contenidos audiovisuales de todo lo que sucede en pasarela-dentro y fuera de IFEMA- durante los días de desfiles pero también de la atmósfera que se crea días previos a su celebración. Tanto el lote 1 como el lote 2 podrán ser asumidos por un mismo adjudicatario, así como también ser asumidos por dos empresas distintas, que deberán siempre mantener un nivel de coordinación óptimo para que el proyecto cumpla las expectativas. Para ello, ambas empresas, en caso de ser dos, deberán asignar a una persona de su equipo el rol de coordinador para que siempre esté en contacto con el resto de proveedores.

LOTE 1

Grabación, edición y postproducción de vídeos de cada uno de los desfiles del calendario de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (MBFWM), que tengan como escenario IFEMA incluyendo EGO, así como de los desfiles en calendario que se realicen en otras localizaciones en la ciudad de Madrid que sean considerados por IFEMA, cuya selección realizará la organización del evento en cada edición. Todo ello para su distribución en medios de comunicación y entrega a los diseñadores.

También contempla la producción de un contenido propio para cada diseñador participante y un resumen de las colecciones presentadas. Asimismo, la empresa adjudicataria se encargará de proporcionar la señal de satélite para la correcta retransmisión en directo de los desfiles de la MBFWM y EGO.

Igualmente se ocupará del servicio de streaming de los desfiles, tanto a través de la web de la pasarela, como de dispositivos móviles, y de habilitar una ftp o similar para que los medios de comunicación nacionales e internacionales y lo diseñadores puedan acceder a los vídeos de los desfiles y descargárselos. A todo ello se suma que tendrán que habilitar entre 10-15 líneas de streaming a decidir por la dirección de IFEMA sin coste extra, para distintas necesidades que se puedan plantear en el desarrollo del evento.

Por otra parte, deberán hacer el diseño y gestión de un microsite dentro de la web de la pasarela MBFWM donde se alojarán todos los contenidos de MBFWM TV, clasificados por días de emisión, y diferenciados en pestañas, según contenido –desfiles, entrevistas a los patrocinadores y los protagonistas de cada jornada, programación set tv, etc...

Junto a todo ello, la empresa adjudicataria deberá realizar un vídeo resumen diario, máximo de 1 minuto y medio de duración, con los mejores momentos de cada día, que se lanzará en la misma noche de cada día para su difusión en redes sociales, web y medios de comunicación. Además, la empresa realizará un video promocional resumen del evento con los mejores momentos de esos días.

LOTE 2

El adjudicatario de este lote deberá asumir la generación de **contenido audiovisual extra** que sirva para enriquecer la estrategia de contenidos de MBFWMadrid.

Este servicio incluirá la grabación y edición de vídeos realizados con carácter previo (con el desplazamiento necesario) a diseñadores en su atelier (hasta un máximo de 20 vídeos), también la grabación de contenidos audiovisuales generados para la plataforma de la pasarela, y que deberá coordinar con los proveedores asignados a dicho trabajo adaptando siempre el contenido al formato necesario para el medio en el que vaya a divulgarse.

Además, el adjudicatario será el responsable de la grabación, edición y postproducción de un vídeo promocional previo del evento para el que recibirá un briefing detallado por parte de la dirección de IFEMA. Este vídeo deberá contar con la incorporación de planos tomados con diferentes cámaras y ángulos (mínimo 2 cámaras).

Los vídeos realizados en el lote 2 deben contar con la máxima calidad exigida y especificada en los medios técnicos exigidos en el lote. De lo contrario, IFEMA podrá resolver el contrato con el adjudicatario.

Periodo de contratación para Lote 1 y Lote 2

El periodo establecido tanto para el lote 1 como para el lote 2 para dichos servicios comprende las próximas dos ediciones de MBFWM y EGO, la primera de ellas prevista inicialmente para abril de 2021 y la segunda, para septiembre. La edición de abril tiene prevista su celebración del 8 al 11 de abril de 2021. La edición de septiembre de 2021 está por definir, IFEMA dará a conocer al adjudicatario las fechas exactas de celebración, una vez estén fijadas, mínimo un mes y medio antes de su celebración.

Las fechas anteriores podrían sufrir variación, que se comunicaría al adjudicatario con al menos un mes de antelación a su celebración.

2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.-

LOTE 1. PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN AUDIOVISUAL DURANTE LOS DÍAS DE PASARELA

a) Producción, grabación, realización y edición audiovisual de los desfiles

- Grabación y producción de los desfiles diarios durante los días de celebración de MBFWM, que tendrán lugar en IFEMA, incluido EGO, así como de los desfiles en calendario que se realicen en otras localizaciones en Madrid y que la dirección de la pasarela considere oportunos, cuya selección realizará la organización del evento en cada edición (máximo 5 desfiles fuera de IFEMA). Todo ello para su distribución en medios de comunicación y entrega a los diseñadores. El programa de desfiles con la relación de participantes y horarios será entregado a la empresa adjudicataria, una vez se haya confeccionado el calendario definitivo, como mínimo 15 días antes de la celebración del evento.
- Grabación íntegra de cada uno de los desfiles con música original.

**En caso de que los desfiles sean comentados, se garantizará siempre un archivo solo con imagen y música original que irá a los medios de comunicación, y por otro lado, un archivo que vaya con la señal de audio y los comentarios de desfiles integrados en el archivo del desfile con imagen y música.*

b)Grabaciones además de los desfiles durante el evento

- El adjudicatario deberá realizar una grabación de un mínimo de 3 llegadas de influencers/famosos al pabellón bajando del vehículo oficial. Se le pondrá en contacto con el equipo que gestione las bienvenidas de los influencers. Estas imágenes serán utilizadas para el vídeo resumen del día y para el vídeo resumen general del evento.
- Además, se deberá cubrir el posado de influencers en **photocall** (ediciones celebradas durante la pandemia, que sustituye el posado en front row) o **front row**, en ediciones donde ya no existan restricciones por COVID19. Estas imágenes serán utilizadas para el vídeo resumen del día y para el vídeo resumen general del evento.

c)Reuniones y revisiones

- La empresa adjudicataria mantendrá tantas reuniones preparatorias con los organizadores como requiera el proyecto.
- La empresa de vídeo habrá de mantener en cada edición, en las semanas anteriores a su celebración una entrevista con cada diseñador participante, con objeto de conocer las características de la colección, orden de salida, coreografía, iluminación, etc
- La empresa de vídeo mantendrá con IFEMA una prueba técnica el día antes de la pasarela para ajustar el tiro de cámara de los desfiles, con el fin de encuadrar adecuadamente los logotipos de los patrocinadores.
- Días antes de la celebración del evento, la empresa adjudicataria habrá de probar conjuntamente con personal de IFEMA el perfecto funcionamiento de la emisión tanto en la web, como en los dispositivos móviles y subsanar los fallos que se detectaran.

d)Retransmisión vía satélite:

- La empresa adjudicataria se encargará de subcontratar la señal de satélite para la correcta retransmisión en directo de los desfiles de la MBFWM y EGO. Al término de cada edición, la empresa adjudicataria deberá remitir a la dirección de comunicación de MBFWM la relación de televisiones que han pedido copias de los desfiles durante su celebración, así como relación de las cadenas de TV que han solicitado conexión vía señal satélite.
- Retransmisión de los desfiles por circuito cerrado en directo y diferido en las pantallas que el adjudicatario deberá colocar en los distintos lugares que decida IFEMA.

- Dar señal de los desfiles a todos los stands y soportes externos que IFEMA precise, tanto de la programación íntegra del circuito cerrado, como de los desfiles.

e)Emisión en streaming:

- La empresa adjudicataria se ocupará de los servicios necesarios (línea ADSL, equipos informáticos con las tarjetas y el software para la codificación, un técnico de streaming y la programación del visor para embeberlo en la página web) para la emisión en streaming en directo de todos los desfiles del calendario de MBFWM y EGO, en la web de este certamen, así como en los dispositivos móviles, sin que la realización de todo este servicio suponga un gasto extra para IFEMA, más allá de la cantidad total licitada para este pliego.
- Además de la línea de emisión en streaming para su visualización en la web de la pasarela y dispositivos móviles, la empresa adjudicataria pondrá a disposición de IFEMA entre **10-15 líneas de streaming** para los contactos que considere necesarios y para las necesidades que puedan surgir, sin coste para IFEMA.

f)Habilitación de una FTP

- Para material dirigido a diseñadores y prensa se establecerán dos FTP'S, una para diseñadores y otra para medios de comunicación que estarán operativas durante la celebración de la pasarela y hasta la siguiente edición. Esta FTP incluirá para los medios de comunicación los vídeos de cada desfile –los mismos retransmitidos vía satélite- y los videoclips de 3 minutos de cada desfile. La FTP para diseñadores tendrá la realización completa con cámara con calidad HD de cada desfile, el desfile grabado en la cámara máster y los videos clips de 3 minutos. Además, aquellos diseñadores que lo soliciten tendrán también el material grabado por las cámaras por separado. También se incluirán los vídeos-resumen con lo mejor de cada jornada y vídeo resumen final. Todo este material se subirá en el mismo día de cada desfile.

g)Coordinación, difusión y entrega a TV

La empresa adjudicataria se encargará de coordinar:

- La distribución de señal en directo y claves del satélite a las televisiones y otros medios.
 - Los copiados a TV y otros medios.
 - La entrega de imágenes a informativos y otros programas.
 - Entrega a cada diseñador al término del desfile de una copia o acceso a la ftp de la grabación realizada con la cámara frontal, sin manipulado.
- Una vez finalizadas cada una de las ediciones de la pasarela, la empresa enviará un informe detallado de este servicio, con las estadísticas de visitas, detallando las visitas

por PC y por dispositivo móvil por días y el importe. **Previamente a pasarela, la empresa adjudicataria mostrará un prototipo de informe donde se identifiquen los principales KPIs que IFEMA deberá validar para tomar como referencia de informe.*

h) Servicio de post-producción y edición

Las imágenes serán entregadas en disco duro o volcado automático al archivo digital de IFEMA (cuando el archivo digital está activado o cuando el concurso sea adjudicado) con:

- Un vídeo por colección, teniendo en cuenta que algunos de los desfiles son dobles o triples (dos o tres colecciones) con la música original, entregando en cada caso, 4 USB de cada desfile y alojando el desfile integro en la FTP habilitada con acceso hasta la siguiente edición de la pasarela, además de grabarlo en el disco duro que se entregará al término de la pasarela. Cada cámara será grabada con grabador independiente. Todo el material deberá haber pasado verificación previa de su correcta grabación, antes de su entrega.

La cabecera y cierre de cada vídeo será común, debiendo proponerse y ser aprobada por IFEMA, antes de su utilización, (cabecera con animación y derechos musicales). La entrega de los desfiles editados a IFEMA se realizará en disco duro y será como máximo UNA SEMANA después de la finalización de los desfiles.

- Producción, realización y edición de clips resumen de cada desfile para televisiones e IFEMA de 3 minutos de duración, con planos de 3 segundos y efectos digitales, que resulte ser un resumen fidedigno de cada colección o desfile. El adjudicatario deberá entregar 5 USB con estos clips unidos y 5 USB de todos los clips grabados en un mismo soporte, pero en archivos separados.
- Además, tratará estos clips adoptando el formato idóneo para su incorporación a la web de MBFWM, así como a Youtube y resto de rrs, y con música que lleve consigo el pago de derechos por su utilización.
- Grabación de imágenes de ambiente/preparativos desfiles antes de cada desfile en el backstage. La organización determinará dónde incluir estas imágenes además de en los vídeos resúmenes del día y resumen general del evento.
- Del mismo modo, se subirá en la ficha de cada diseñador existente en la web del evento el vídeo de su desfile tan solo dos horas después del desfile por parte del adjudicatario (aunque sea una subida al canal de Youtube). También se enviará por correo electrónico a IFEMA y se subirá a la ftp este enlace para poder utilizarlo de forma ágil.

Así mismo, de forma ágil se incorporará la marca de cada diseñador, así como los logotipos institucionales al final de cada video, en un pen drive.

- Coordinación de peticiones y envío de la señal por satélite. Al final de la edición se entregará a IFEMA una relación de los medios que han conectado indicando fecha y horario.

***En el material entregado a IFEMA se incluirán todas las entrevistas a patrocinadores, diseñadores, personalidades...realizadas en el entorno de la pasarela y concernientes a este pliego en archivos de vídeo individuales.**

i)Realización de un vídeo resumen diario con lo mejor de cada jornada

- La empresa adjudicataria habrá de realizar un vídeo resumen diario de una duración máxima de un minuto/ minuto y medio, cuyo contenido sea ágil y atractivo y fiel reflejo de las imágenes más impactantes de cada jornada. Diariamente se lanzará en la misma noche de cada jornada para su difusión en redes sociales y en la web de la pasarela, y se subirá a la FTP para que tengan acceso los medios de comunicación que lo deseen.
- El vídeo debe ser entregado máximo una hora y media/ dos horas después del último desfile de la jornada.

j)Realización de un vídeo resumen del evento

- La empresa adjudicataria habrá de realizar un vídeo de una duración máxima de 2 minutos cuyo contenido suponga un resumen atractivo y de calidad, reflejo del evento, incluyendo alguna imagen para contextualizar el evento, así como desfiles en plano abierto y de forma dinámica, de backstage (peluquería y maquillaje, últimos retoques antes de salir a pasarela), front row, imágenes de desfiles off, eventos organizados por la pasarela fuera de IFEMA, público y ambiente de los stands del Cibelespacio, así como de todo aquello que la organización de la pasarela considere necesario.
- El montaje del vídeo habrá de ser dinámico, siempre desde un punto de vista de moda, buen gusto, donde se refleje la calidad y cuidada imagen del evento. Este vídeo habrá de entregarse por parte del adjudicatario en un formato adecuado (HD) y a la vez para colgar en la web, así como en Youtube. Habrá de entregarse como máximo dentro de los 2 días posteriores a la finalización del evento y contemplará que se puedan hacer modificaciones hasta que el resultado sea óptimo.
- El vídeo deberá tener una versión de máximo un minuto y medio para poder subirlo a rrs en el formato que sea necesario para que funcione en las plataformas sociales.

k) Fashion Talks

- Realización y producción de los Fashion Talks celebrados durante el evento (de 4 a 6).
- Deberán contar con licencia ZOOM para la realización de las charlas.
- Mezclador de vídeo y realización en directo.
- Grabación webinars para publicar en la web.
- Soporte técnico a ponentes previo y durante la charla.
- Pruebas técnicas previo a la pasarela con ponentes y moderadora
- RRSS. Píldoras de 15/30 segundos de cada Fashion Talk

*Las cartelas de inicio y cierre de las charlas serán entregadas al adjudicatario.

*En la edición de abril 2021 se llevarán a cabo 2 fashion talks pero en las siguientes ediciones habrá posibilidad de realizar hasta 6 (la sexta jornada incluida) sin incurrir en costes ajenos a la licitación.

l)Propuesta de plató de TV oficial de pasarela

Las empresas participantes en dicha licitación en el lote 1 deberán presentar una propuesta creativa de plató de tv oficial de pasarela. Puede ser similar al plató oficial que ha existido durante las anteriores ediciones o, por el contrario, las empresas podrán trabajar y presentar una propuesta donde los contenidos originales, creativos y adaptados a los nuevos tiempos sean los protagonistas.

Se valorará positivamente la creatividad, originalidad y creación de contenidos que permitan ser patrocinables en un futuro.

La empresa adjudicataria debe plantear en este apartado el look&feel, estructura de presentación y disposición de los contenidos del canal de tv en la web de pasarela, mejorando el proyecto actual así como un plan para conseguir la mayor difusión de los contenidos subidos en la web.

A continuación, se dan los detalles de lo necesario para poner en marcha el plató de TV. Si la propuesta de plató presentada por el adjudicatario no corresponde con la necesidad del proyecto, el adjudicatario se compromete a realizar el plató en los términos en los que se ha venido celebrando.

Histórico de plató

-Realización de entrevistas a todos los patrocinadores y protagonistas de cada jornada, emitiéndose por streaming por CCTV (circuito cerrado de televisión) y por la web, y alojados junto a los desfiles en una microsite de la web de la pasarela, cuyo diseño y gestión corre a cargo del adjudicatario.

-Es posible que haya incorporaciones de publicidad en los contenidos del plató, que el adjudicatario deberá incorporar a la parrilla sin coste extra. *La producción de los spots corresponde al patrocinador, no al adjudicatario.

-Servicio de programación permanente durante los desfiles:

- El adjudicatario incluye en su servicio una propuesta de programación entre desfiles de cada jornada, que completa la retransmisión de las colecciones, con reportajes y entrevistas a los personajes protagonistas, que se emiten en directo entre desfile y desfile y a demanda. La propuesta de programación debe ser joven, fresca, dinámica, reflejando en todo momento una visión y un entorno de moda que atraiga a los jóvenes espectadores.

- La presentadora del set debe ofrecer un aspecto saludable, tener un estilo ameno y fresco, además de cualidades periodísticas demostradas, haber realizado trabajos similares y contar con amplia trayectoria en el mundo de la moda y grandes conocimientos sobre el diseño español y sus creadores. **La elección del presentador/a y del acompañante para comentar los desfiles deberán ser aprobados por IFEMA. Se valorará positivamente la presencia en redes sociales del presentador/a y la calidad y volumen de su comunidad.**

- En la programación permanente se incluyen también entrevistas a los patrocinadores, así como imágenes de las actividades programadas que tienen lugar durante los días de

celebración del evento en cada stand. En el caso de los stands que no celebren actividades a una hora concreta, se deben recoger imágenes con público durante el evento.

▪ Todo ello se debe alojar en la web de la pasarela en el apartado de MBFWM TV, en un microsite diseñado y coordinado por la empresa adjudicataria, que debe contar con los contenidos clasificados por días de emisión, y diferenciados en pestañas según contenido –desfiles, entrevistas, programación set tv, etc-. , y servicio a la carta, para que el usuario pueda visionarlo tanto durante la semana de celebración de MBFWM, como en los meses siguientes. Este material estará disponible para ordenadores y dispositivos móviles (Android e iOS). Gran parte de los contenidos de esta programación se realiza desde un set situado en el Cibelespacio de MBFWM. Tanto el montaje del stand, como el personal necesario para llevar a cabo esta programación correrán a cargo del adjudicatario. Igualmente será por cuenta del adjudicatario el alojamiento en el servidor del material producido.

***Las estadísticas de este microsite, aunque sean propiedad de IFEMA, deben ser pedidas por el adjudicatario para elaborar un informe de tráfico, interacción y tasa de éxito de este.**

El objetivo de la propuesta de plató es mantener la esencia del histórico que se viene trabajando, sin embargo, con una adaptación más novedosa, creativa y original que permita refrescar la imagen del plató.

El criterio de valoración de este punto se desarrolla en el anexo 1 del Cuadro de características.

SERVICIO ADICIONAL. Pasarela a la carta

Esta propuesta no forma parte del volumen del contrato pero sí será necesario la presentación de un proyecto con el desglose de presupuesto con las partidas necesarias para su correcta ejecución.

El adjudicatario deberá instalar cámaras en los diferentes puntos del espacio dedicado a pasarela, backstage, Cibelespacio, Kissing...para que se emita en directo en un espacio dedicado en la web para PASARELA A LA CARTA. De este modo, el usuario de la web podrá ver en directo lo que sucede en backstage o en pasarela, al mismo tiempo que puede ver lo que sucede en Cibelespacio. Esta realización de imágenes será llevada a cabo por el adjudicatario durante el horario de apertura del pabellón 14.1.

Es decisión de IFEMA que este servicio sea desarrollado siendo comunicado al adjudicatario con mínimo un mes y medio antes de la celebración del evento. En caso de salir adelante se tramitaría como modificado del contrato y su presentación será considerada como requisito imprescindible en la licitación. En caso de no ser presentado, la oferta será rechazada.

***En la edición de abril de 2021, con carácter excepcional debido a la situación actual, los desfiles se celebrarán en 4 días. En próximas ediciones es posible que el evento abarque de 4 a 6 días de celebración.**

LOTE 2. CONTENIDOS EXTRA PRE, DURANTE Y POST PASARELA

A) Vídeo promocional previo

Se requerirá al adjudicatario la realización de un vídeo promocional de cada una de las ediciones de pasarela que asuma en su contrato preparándolo durante el mes previo a la celebración de la pasarela. Ese vídeo tendrá como principal objetivo trasladar la imagen de MBFWMadrid como el punto de encuentro más importante de la moda de nuestro país y deberán intervenir tanto integrantes de la dirección de la pasarela como diseñadores y agentes participantes del sector. El adjudicatario tendrá acceso a contenidos audiovisuales de otras ediciones por si quieren utilizar imágenes de recurso de otras ediciones.

La empresa habrá de disponer de un equipo de cámaras y operador/es e iluminación así como sonido adecuado para la grabación y realización de un vídeo promocional previo al evento, siempre bajo el punto de vista de la moda, ofreciendo en todo momento una imagen cuidada y de calidad de todos los participantes en él (planos de anteriores ediciones, totales de equipo de pasarela, diseñadores, incluso de algunos patrocinadores) cuyo master final tenga calidad para emitir en televisión, así como webs, Youtube y otras redes sociales. El vídeo habrá de transmitir, además, un ritmo ágil y sobre todo, generar expectación. Se deberá adaptar el vídeo a cualquier formato para rrss.

Las empresas participantes deberán presentar un storyboard con el planteamiento del vídeo promocional. Se valorará la estética, localizaciones seleccionadas, esbozo de guion y enfoque al proyecto para conseguir el objetivo de crear expectación del evento de moda más importante del país entre el público general, marcas potenciales de ser patrocinadoras, diseñadores...

B) Vídeo a diseñadores. Fashion Insiders.

Se harán entrevistas a una selección de diseñadores participantes en cada edición (en total 20 por edición) con carácter previo. La selección de los diseñadores será realizada por el equipo de IFEMA. El adjudicatario asumirá el coste de desplazamientos y dietas/alojamientos necesarios para la realización de estos productos audiovisuales en el atelier de cada diseñador.

Se establecerá un máximo de 5 regiones diferentes a Madrid para realizar las grabaciones además de las 15 que se realicen en Madrid. La empresa adjudicataria mantendrá tantas reuniones preparatorias con los organizadores como requiera el proyecto. El coste de desplazamientos del equipo de grabación, así como todos los gastos derivados de los viajes serán asumidos por el adjudicatario. Las gestiones de producción y localización serán llevadas a cabo por el adjudicatario, así como la elaboración y producción del atrezzo del set de grabación y la trasera.

Estos vídeos deben contar con el trabajo de los medios humanos y técnicos necesarios para que el producto derivado del trabajo sea el óptimo. Redactor, cámara, iluminación y sonido como requisitos mínimos en cada una de las grabaciones. Se podrá ampliar esta petición

de material humano o técnico para mejorar la calidad del vídeo sin coste extra por parte de IFEMA si se percibe un resultado no satisfactorio.

Los vídeos contarán con música, a cargo del adjudicatario (podrán ser asesorados por el proveedor que gestione la campaña de contenidos. Dicho proveedor de contenidos entregará al adjudicatario las cartelas de inicio y cierre de cada vídeo).

La duración de cada vídeo no debe superar los 2/3 minutos de duración.

RR.SS. Los vídeos serán exportados también en formato para rrss. Se acordará con el equipo de IFEMA si se hace una píldora por cada vídeo o se harán varios vídeos mix con lo más importante de estas píldoras.

*En la edición de abril de 2021 se realizarán solo 12 vídeos en lugar de 20 (8 vídeos en Madrid y 4 en diferentes regiones de España). En el resto de ediciones sí podrá aumentarse el número de vídeos que serán facturados por el coste unitario establecido por el proveedor en su oferta económica.

C) Vídeo resumen post-evento

La empresa habrá de disponer de un equipo de redactor, cámara y operador/es e iluminación + sonido adecuado para la grabación y realización de un vídeo promocional resumen del evento, siempre bajo el punto de vista de la moda, ofreciendo en todo momento una imagen cuidada y de calidad del evento, cuyo master final tenga calidad para emitir en televisión, así como webs, youtube y otras redes sociales. El vídeo habrá de transmitir, además, un ritmo ágil.

Se utilizará el material que la agencia ya tiene fruto de las grabaciones previas realizadas durante el contrato, nuevas grabaciones durante el evento o los archivos que desde IFEMA se consideren necesarios enviar para que incorporen a dicho vídeo. Este vídeo será entregado a IFEMA en un periodo de dos días después del cierre del evento como máximo. **Se aplicarán tantos cambios como el equipo de IFEMA requiera necesarios para poder contar con la calidad exigida sin coste extra.** El material gráfico del evento del que no disponga el adjudicatario será proporcionado por el equipo de IFEMA.

*Es muy importante que los ofertantes tengan capacidad ágil y rápida de cambios en la edición así como flexibilidad en los tiempos de edición, haciéndolos siempre dentro del horario de la jornada laboral.

*Todo el material del lote 2 será entregado en un disco duro/ o volcado al archivo digital de IFEMA (en caso de estar habilitado) con cada una de las piezas audiovisuales generadas para el proyecto.

D) Informes

Una vez finalizadas cada una de las ediciones de la pasarela, la empresa enviará un informe detallado de su trabajo.

ENTREGA DE MATERIAL COMÚN LOTE 1 Y LOTE 2

*Posibilidad de que IFEMA pida el volcado de todo el material en su archivo digital por parte del adjudicatario en lugar de material en pen drives.

Igualmente, el proveedor contemplará la posibilidad de incluir en las imágenes que se emitan una “mosca” corporativa en uno de los ángulos de la imagen. La organización determinará si finalmente se incluye esta “mosca”, si es en todas las imágenes o sólo para contenidos digitales.

Las grabaciones a las que hace referencia el apartado anterior podrán ser distribuidas por IFEMA a los medios audiovisuales, españoles y extranjeros, con el único fin de promocionar la moda española.

- Todos los materiales derivados de este concurso serán propiedad de IFEMA para su uso y difusión.

2.1. Medios técnicos y humanos requeridos con carácter mínimo.- LOTE 1

Para la grabación de los desfiles, el ofertante deberá disponer **como mínimo** de los medios técnicos y humanos que indican a continuación. En ellos habrá de tenerse en cuenta que habrá desfiles que se celebrarán fuera del recinto de IFEMA, en distintas ubicaciones de la ciudad de Madrid, por lo que habrán de tener en cuenta la disponibilidad de equipos para cubrir estos desfiles sin ningún coste extra para IFEMA -a petición de IFEMA (como máximo 5 desfiles fuera de IFEMA).

Estos medios tienen el carácter de mínimos, por lo que las propuestas que no contemplen alguno de los medios técnicos o el personal señalados, serán desechadas.

***Este pliego contempla la producción, realización y edición de los desfiles celebrados en las dos salas de desfiles de IFEMA + los desfiles celebrados fuera de las instalaciones del recinto ferial, a pesar de que en la edición de abril de 2021, solo se celebrarán desfiles en una sala de IFEMA, no en dos. Por tanto, el adjudicatario debe contar con el trabajo en las dos salas para próximas ediciones.**

A continuación, se detalla un **equipamiento mínimo** que las empresas licitadoras habrán de cumplir. Sin embargo, será el adjudicatario el que establezca si es necesario más material que el requerido (planos adjuntos) considerando una redimensión del número de cámaras y el tipo de ópticas que se precisan para una adecuada grabación, producción y realización de los desfiles en las dos salas de celebración.

Anexo a este pliego se incluyen los planos de estas pasarelas, para que sobre ellos las empresas realicen un ejercicio de planificación de cámaras que deberán presentar dentro de su oferta. La configuración de las pasarelas puede implicar una redimensión del número de cámaras y el tipo de ópticas y equipos que se detallan a continuación.

El ejercicio que se solicita habrá de incluir por parte de la empresa adjudicataria la ubicación de las cámaras sobre cada plano y además irá acompañado de una explicación detallada y clara del motivo por el que se colocan de la forma que se propone y por qué se considera oportuno utilizar esos equipos y no otros.

- a) 1 Unidad Móvil Digital configurada en HD (1920x1080) equipada con:
- 18 cámaras HD (modelo LDK 8000 o similares), que deberán cubrir **cada una de las dos pasarelas** y el set de televisión. Una de estas cámaras deberá montarse sobre cabeza caliente de 3 ejes con una longitud de entre 3 y 5 metros.
 - La relación de ópticas que deberán llevar las 18 cámaras HD serán, 2 ópticas HD 86x, 13 ópticas HD 22x y 3 ópticas HD gran angular.
 - 18 trípodes (3 trípodes ligeros y 15 trípodes pesados)
 - 4 Dolly.
 - 19 tiradas de triax para cubrir tanto las dos pasarelas, como el set de TV (CCTV)
 - 1 sistema RF inalámbrico HD compatible con LDK o similar, que cubra todo el recinto, para una de las cámaras de la CCTV.
 - 18 unidades de control CCU para cámaras HD LDK 8000 o similar.
 - 1 mezclador HD Snell & Wilcox Kahuna o similar, con 21 entradas en la primera capa, con dos M/E y Ram Recorder.
 - 1 mesa de audio capaz de producir dos FEED de audio independientes, el de pasarelas y el de la CCTV.
 - Microfonía de ambiente necesaria, montada en las dos pasarelas.
 - 1 sistema de Intercom para las distintas comunicaciones. Este sistema tendrá que poder conectarse al sistema de intercom de la regiduría de las dos pasarelas.
 - 1 sistema de Intercom inalámbrico para la regiduría de la CCTV.
 - Microfonía DPA para presentador e invitados de la CCTV.
 - Sistema de pinganillo para presentador/es CCTV.
 - Microfonía inalámbrica para presentador en cámara RF.
 - Sistema de pinganillo inalámbrico para presentador en cámara RF.
 - 1 tituladora Inscribe o similar.
 - Sistema EVS capaz de grabar y gestionar todas las señales producidas en la Unidad Móvil, incluyendo los contenidos de la CCTV.
 - Sistema de XFILE capaz de grabar sobre discos duros en formato MXF, todas las cámaras de las dos pasarelas.
 - Sistema de IP director para gestión de grabaciones de material de las distintas EVS.

- Sistema XT Access con licencia de transcode para tanto el envío de materiales a la unidad de copiados y postproducción, como la generación de contenidos de la CCTV, para la web de Ifema.
 - 1 distribuidor de vídeo y audio (HD/SD) con audio embebido, para que se conecten las distintas TV en la zona de prensa.
 - Iluminación necesaria para set de CCTV, en la cual podrán participar hasta 3 o 4 personas.
 - Iluminación LED para cámara RF y cámaras situadas en el backstage.
 - Iluminación para cada uno de los dos backstage.
- b) Una unidad móvil de copiados/repicados y postproducción, que se encargará de la entrega inmediata de copias solicitadas por las diferentes TV y Dirección de prensa de Ifema, subida y gestión de contenidos a la FTP, postproducción de videoclips de cada uno de los desfiles, entrega de materiales bajo petición, de las distintas cámaras de las pasarelas y revisión y en su caso corrección de las realizaciones de los distintos desfiles.

Esta unidad estará equipada con:

- 2 HDCAM.
 - 4 Betacam Digital.
 - 3 estaciones de trabajo con sistema AVID Media Composer o similar para edición de videoclips de cada uno de los desfiles, contenidos de CCTV o correcciones de realizaciones de pasarelas.
 - 1 sistema de almacenamiento compartido, tipo Unity para estaciones de trabajo AVID o similar.
 - 2 ordenadores con conversor H264 tipo Blackmagic o similar, para transcodificación de material realizado en las postproducciones.
 - 2 ordenadores con software compatible para gestión de contenidos de la FTP.
 - 2 steadycam con sus correspondientes operarios y asistentes.
- c) **2 Espacios FTP al que tendrán acceso tanto los medios de comunicación, como los diseñadores**, en el cual se subirán los siguientes contenidos: videoclips de cada uno de los diseñadores, editados en las estaciones de postproducción, realizaciones revisadas de cada uno de los diseñadores y peticiones de masterización de cámaras de los distintos desfiles. Este espacio FTP se deberá mantener online hasta la siguiente edición de la pasarela.
- d) 1 equipo ENG P2 o similar, con operador, para grabación de contenidos de la CCTV,

disponible dos días antes del comienzo de la pasarela.

- Personal técnico necesario:

3 Productores (UM, CCTV y booking copiados).

1 realizador y 1 ayudante (ambos con experiencia en desfiles de moda internacionales).

1 mezclador.

1 jefe técnico de UM.

1 técnico de audio.

8 operadores de cámara.

1 operador de grúa.

1 auxiliar de grúa.

1 técnico de CCU.

1 operador de tituladora.

1 operador de IP director y EVS.

1 técnico de DSNG.

1 técnico de enlaces RF.

1 jefe de montaje, auxiliares de sonido, auxiliares de video.

1 director de contenidos de CCTV.

1 operador de EVS de CCTV.

1 redactor para la realización de entrevistas

1 presentador de CCTV

1 comentarista para CCTV

1 iluminador

1 realizador/coordinador de volcados y postproducción.

1 operador de VTR.

2 operadores de postproducción especialistas en Avid o similar.

2 jefes técnicos de postproducción.

- e) Para la realización de este servicio, se requiere que **tanto el realizador como el ayudante** propuestos hayan realizado en los **últimos cuatro años al menos tres trabajos de grabación/realización de servicios equivalentes a este servicio en pasarelas del circuito internacional (siempre que sean: Madrid, NY, Londres, París y Milán), o de al menos cinco desfiles individuales de diseñadores y marcas de reconocido prestigio en pasarelas internacionales con proyección internacional**. Para la acreditación de este requisito, el ofertante deberá incluir obligatoriamente los perfiles profesionales del realizador y del ayudante de realización.

***El anterior requisito se considera mínimo exigible, por lo que no serán tenidas en consideración las ofertas de empresas que no acrediten la capacidad técnica del realizador y el ayudante en los términos indicados en este apartado.**

- f) Sistema de RF o TDT para poder atender las peticiones de cualquiera de los stands del recinto. Asimismo, instalación de líneas de audio y vídeo para dar señal en directo de los desfiles, a los stands del Cibelespacio que lo necesiten.
- g) Instalación de pantallas con circuitos cerrados, audio y video, en las siguientes localizaciones:
 - 2 monitores de 42" para backstage Mercedes.
 - 2 monitores de 42" para backstage Bertha.
 - 1 monitor de 32" para backstage pasarela Mercedes.
 - 1 monitor de 32" para backstage pasarela Bertha.
 - 1 monitor de 15" en PA Mercedes.
 - 1 monitor de 15" en PA Bertha.
 - 1 pantalla de 32" en dirección.
 - 2 pantallas de 60" en prensa.
 - pantalla gigante para cafetería Mercedes. Si la dirección del evento lo considera, se sustituirá por 3 monitores de 60"
 - 1 monitor de 32" para set tv.
 - 1 monitor 60" para cafetería backstage.
 - 1 monitor de 60" para sala de compradores.
- h) Proporcionar a la organización del evento tantos Decimator (convertor entrelazado progresivo), como sean precisos para proporcionar la señal de la emisión a los monitores de TV no aportados por el adjudicatario.
- i) La entrega a las TV que soliciten imágenes de los desfiles, así como el envío de la señal por satélite lo coordinará la empresa adjudicataria sin coste extra.
- j) Coordinación de peticiones y envío de la señal por satélite. Al final de la edición se entregará una relación de los medios que han conectado indicando fecha y horario
- k) Coordinación de las peticiones de la ftp. Al final de cada edición, se entregará una relación de los medios que han conectado indicando fechas y horario.
- l) Al finalizar el evento se deberá entregar en **disco duro** a la organización:
 - Los videoclips de cada uno de los diseñadores.

- La realización de cada uno de los desfiles de los diseñadores
- La masterización de las cámaras solicitadas por los diseñadores.
- El streaming de cada uno de los días que dura el evento.
- Vídeo resumen promocional
- Los vídeos resúmenes diarios
- Todas las grabaciones de la programación del circuito cerrado de televisión con la programación del set.
- Asimismo, entregarán 2 DISCOS DUROS con todos los desfiles en formato Apple Pro Res 422
- La relación de los medios que se han conectado a la señal de nuestros desfiles.

Medios para la realización de un vídeo resumen del evento:

La empresa habrá de disponer de un equipo de cámara HD y operador/es adecuado para la grabación y realización de un vídeo promocional resumen del evento, siempre bajo el punto de vista de la moda, ofreciendo en todo momento una imagen cuidada y de calidad del evento, cuyo master final tenga calidad para emitir en televisión, así como webs, youtube y otras redes sociales. El vídeo habrá de transmitir, además, un ritmo ágil.

Medios para el servicio de retransmisión vía satélite

Se requerirá, como mínimo:

- ✓ Una estación terrena transportable para los días que dure el evento y con las horas necesarias para las retransmisiones.
- ✓ Segmento espacial digital de 6 Mhz, en algún satélite cuyos proveedores tengan acuerdos (Telefónica, Retevisión, etc.). Se contratará las horas ó minutos que se precisen para cubrir la retransmisión de todos los días que se celebre el evento. Se incluirá la realización de pruebas previas que garanticen una perfecta retransmisión.
- ✓ La oferta incluirá el personal técnico, transporte y todos los equipos que consideren necesarios para su perfecta retransmisión.
- ✓ Los permisos, licencias y autorizaciones de los Ayuntamientos ó Comunidades, en caso de ser necesarios, los tramitará IFEMA.
- ✓ La empresa deberá incluir en apartado independiente de la oferta económica el coste extra de minuto y hora, por si hicieran falta algún tiempo extra en las retransmisiones vía satélite.
- ✓ La empresa adjudicataria deberá entregar al término de cada edición un informe con la relación de medios que se han conectado al satélite indicando, fecha y horas de la conexión.

Medios para el servicio de retransmisión en streaming en directo en la web:

La empresa deberá disponer como mínimo de los medios técnicos y humanos que se indican a continuación:

- ✓ línea ADSL.
- ✓ equipos informáticos con las tarjetas y el software para la codificación
- ✓ un técnico de streaming
- ✓ programación del visor para embeberlo en la página web.
- ✓ tantas líneas streaming extra para necesidades relacionadas con el evento, por determinar, sin coste para IFEMA.

En este sentido, la empresa adjudicataria detallará en su propuesta las tarifas del tráfico de visitas, divididas por tramos en función del número de usuarios. Una vez finalizada la pasarela, la empresa enviará un informe detallado de este servicio, con las estadísticas de visitas, detallando las realizadas por PC y por dispositivo móvil; por días; por ciudades/países; por horas, y el importe total del servicio.

2.2. Medios técnicos y humanos requeridos con carácter mínimo.- LOTE 2

La empresa habrá de disponer de un equipo de cámaras HD y operador/es adecuado para la grabación y realización de todo el material solicitado en el lote 2, siempre bajo el punto de vista de la moda, ofreciendo en todo momento una imagen cuidada y de calidad del evento, cuyo master final tenga calidad para emitir en televisión, así como webs, Youtube y otras redes sociales. El vídeo habrá de transmitir, además, un ritmo ágil.

Estos vídeos deben contar con el trabajo de los medios humanos y técnicos necesarios para que el producto derivado del trabajo sea el óptimo.

-Redactor

-Operador de cámara

-Iluminador

-Sonidista

*Se podrá valorar por parte de IFEMA y el adjudicatario ampliar esta petición de material humano o técnico para mejorar la calidad del vídeo sin coste extra por parte de IFEMA si se percibe un resultado no satisfactorio, siempre que la decisión sea de mutuo acuerdo.

***En abril de 2021, los vídeos incluidos en el lote 2 serán 12 (8 en Madrid y 4 en otras regiones de España).**

3. REQUERIMIENTOS DE INSPECCIÓN Y CONTROL DEL SERVICIO.-

La inspección y control los ejercerá la Dirección de Comunicación y Prensa, a través del personal de dicha Dirección. Independientemente de este control, la empresa adjudicataria vendrá obligada a ejecutar, en tiempo y forma, los servicios solicitados, así como, a ejercer un exhaustivo control de los mismos mediante inspecciones a cargo del propio personal.

El material a instalar será nuevo o en perfecto estado de conservación. IFEMA podrá rechazar el montaje o instalación de cualquier material o equipamiento que no cumpla los niveles de calidad e imagen exigidos, obligándose las empresas adjudicatarias a sustituirlo inmediatamente por otros que cumplan estas exigencias, sin reclamación alguna por parte del contratista.

IFEMA ordenará retirar y sustituir todos aquellos materiales (aún después de instalados) que no se ajusten a lo anterior, sin derecho a reclamación alguna por parte del contratista.

IFEMA, podrá exigir al asignatario, sin cargo alguno, cuantos protocolos de prueba se soliciten, sobre medios y equipos aportados.

Moqueta. El adjudicatario deberá dejar igual que encontró las instalaciones de IFEMA donde instale su plató y habilite como espacio para su material. El adjudicatario será responsable del estado en el que se quede la moqueta y el resto de las instalaciones tras la recogida de sus materiales. El adjudicatario hará una foto el día de entrada en las instalaciones para mostrar cómo está el sitio y una foto cuando hayan desalojado el espacio una vez haya finalizado su trabajo. **En caso de que haya desperfectos, será el adjudicatario el responsable de abonar su arreglo.**

El adjudicatario se responsabilizará de que todos los miembros de su equipo no accedan a sitios en los que el acceso está restringido para usos concretos como la sala de prensa, la sala vip, sala de compradores...

Todos los costes ocasionados por revisiones o cualquier otro documento exigible para la comprobación de la correcta instalación: control de calidad bondad de los equipos, etc., será siempre por cuenta del adjudicatario.

4. NORMATIVA Y REGLAMENTACIÓN TÉCNICA.-

Todos los materiales y equipamientos cumplirán los requisitos exigidos por la normativa y reglamentación vigente en la materia (resistencia o esfuerzos, protección contra el fuego, normativas sobre salud y medio ambiente, etc.).

El adjudicatario será el único responsable ante la ley por la infracción de cualquier normativa o el mal uso de los materiales y equipamientos.

5. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO.-

El contratista se verá obligado a disponer de un equipo técnico durante los días y horarios de celebración del certamen o actividad, dotando al mencionado equipo de teléfonos móviles que permita su contacto y localización. Quedará entendido que el equipo técnico realizará turnos en el horario de comida para tener permanentemente cubierto el servicio.

6. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR EL OFERTANTE.- LOTE 1.

Las empresas ofertantes deberán incorporar en el sobre nº 2 - Documentación Técnica - la siguiente documentación:

Propuesta organizativa de desarrollo del servicio, que incluirá lo siguiente:

✓ **Criterio 1. Realización de un ejercicio de planificación de cámaras.**

Aunque se detalla un **equipamiento mínimo** que las empresas licitadoras habrán de cumplir, la configuración de las pasarelas puede implicar una redimensión del número de cámaras y el tipo de ópticas que se precisan para una adecuada grabación, producción y realización de los desfiles.

Anexo a este pliego se incluyen los planos de estas pasarelas, para que sobre ellos las empresas realicen un **ejercicio de planificación de cámaras** que habrán de presentar dentro de su oferta. La configuración de las pasarelas puede implicar una redimensión del número de cámaras y el tipo de ópticas y equipos.

El ejercicio que se solicita habrá de incluir por parte de la empresa adjudicataria la ubicación de las cámaras sobre cada plano y además irá acompañado de una explicación detallada y clara del motivo por el que se colocan de la forma que se propone y por qué se considera oportuno utilizar esos equipos y no otros.

El ofertante deberá presentar un proyecto detallado de este servicio, destacando los aspectos que considere necesarios - grabación, realización y postproducción- para ofrecer un resultado satisfactorio en la imagen final de estos desfiles. **En el proyecto deberán estar incluidos los medios técnicos requeridos con carácter mínimo en este pliego, así como todas aquellas aportaciones –técnicas y de difusión- que se quieran aportar, sin que supongan un incremento en el precio máximo a ofertar contemplado en este pliego.**

✓ **Criterio 2. Equipo de trabajo. Relación de los medios humanos destinados** para la realización de los trabajos teniendo en cuenta los requerimientos mínimos exigidos en el apartado **Medios técnicos y humanos requeridos con carácter mínimo.- de este anexo.**

✓ **Criterio 3. Propuesta de plató.**

✓ **Criterio 4. SERVICIO ADICIONAL. Propuesta de Pasarela a la carta**

Esta propuesta no forma parte del volumen del contrato pero sí será necesario la presentación de un proyecto con el desglose de presupuesto con las partidas necesarias para su correcta ejecución.

El adjudicatario deberá instalar cámaras en los diferentes puntos del espacio dedicado a pasarela, backstage, Cibelespacio, Kissing...para que se emita en directo en un espacio dedicado en la web para PASARELA A LA CARTA. De este modo, el usuario de la web podrá ver en directo lo que sucede en backstage o en pasarela, al mismo tiempo que puede

ver lo que sucede en Cibelespacio. Esta realización de imágenes será llevada a cabo por el adjudicatario durante el horario de apertura del pabellón 14.1.

7. DOCUMENTACIÓN A APORTAR POR EL OFERTANTE.- LOTE 2.

Las empresas ofertantes deberán incorporar en el sobre nº 2 - Documentación Técnica - la siguiente documentación:

- ✓ **Criterio 1. Storyboard de la propuesta de vídeo promocional previo a la pasarela. Se pide una propuesta creativa que genere expectación y despierte interés por el evento.**
- ✓ **Criterio 2. Ejemplos prácticos de trabajo similares al objeto del contrato realizados por el equipo propuesto para la realización del servicio propuesto en base a la valoración aportada en el pliego administrativo.**
- ✓ **Criterio 3. Propuesta de equipo de trabajo.**

8. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-

El adjudicatario designará a una persona que pertenecerá a su plantilla y que actuará ante IFEMA como responsable e interlocutor válido para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados. Dicha persona recibirá de IFEMA, con la suficiente antelación, las necesidades requeridas para cada feria/instalación, y será el responsable de asegurar la presencia de recursos adecuados a tales necesidades específicas.

Para cualquier incidencia relacionada con cualquier aspecto de este servicio, IFEMA se pondrá en contacto directa y únicamente con este responsable del servicio, asignado por la empresa adjudicataria.

9. PERSONAS DE CONTACTO.-

- Para cualquier aclaración relacionada con cuestiones económico-administrativas y/o técnicas, deberán dirigirse a Macarena Pastor de la Dirección de Compras de IFEMA, correo electrónico: macarena.pastor@ifema.es
- Para cualquier aclaración relacionada con cuestiones de la propuesta técnica a presentar deberán dirigirse a Teresa Medina de la Dirección de Comunicación de IFEMA, correo electrónico: teresa.medina@ifema.es