

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

### SERVICIO DE EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNACIONAL DE ARCOmadrid 2022 y ARCOmadrid 2023

EXP. 21/157 - 2000019365

#### 1. OBJETO DEL SERVICIO.-

De cara a ARCOmadrid 2022 y 2023, con el fin de potenciar la promoción de la feria en el extranjero y reforzar su reconocimiento en los países de mayor potencial para sus intereses, especialmente tras la crisis motivada por la COVID-19, se requiere del servicio de una agencia de comunicación y relaciones públicas especializada en arte contemporáneo. Es fundamental que ésta tenga capacidad de influencia en el ámbito europeo y americano para establecer relaciones con los medios de comunicación, intensificar la promoción de ARCO y mejorar el nivel de las acciones PR en los principales mercados internacionales.

El servicio abordará un plan de comunicación adaptado a los distintos mercados, que contemple el conjunto de estrategias, acciones y elementos informativos a desarrollar según un calendario preestablecido de trabajo. Los mercados de mayor interés para la Feria son: Estados Unidos, Alemania, Austria, Bélgica, Holanda, UK, Francia, Italia, Suiza, y Latinoamérica.

#### 2. ALCANCE DEL SERVICIO.-

El plan de comunicación que desarrollará la agencia adjudicataria tendrá por objetivo reforzar la posición de ARCO en el mercado americano y europeo, así como potenciar la difusión y consolidación informativa de la Feria entre los medios de comunicación especializados en el sector artístico más influyentes de cada uno de los países objetivo, así como de los principales medios generalistas y económicos. Será a través de acciones específicas, de la investigación, elaboración y mejora cualitativa de las informaciones que se realicen sobre la feria, y la adaptación/personalización de sus contenidos a las características de cada mercado o necesidades de los medios.

La labor de promoción a medios especializados será complementaria a los acuerdos de colaboración que ARCO mantiene con algunas cabeceras de arte y deberá poner el foco en trasladar el peso real de la Feria como una de las más importante del mundo. Además, difundir una imagen profesional y competitiva y de encuentro útil para el sector artístico, de plataforma de negocio, puente indispensable para la promoción de Latinoamérica en el continente europeo y de punto de encuentro imprescindible para el sector latinoamericano por cuanto permite abrir nuevas oportunidades comerciales y acceder a todos los agentes principales de los países que se dan cita en ARCO.

Entre otras áreas de trabajo se requiere:

Gestión de la información, distribución y seguimiento.

Afianzar las relaciones con los medios.

Propuesta, asesoramiento y gestión de acciones especiales con los medios especializados, así como con entidades influyentes del sector de los distintos países.

Propuesta de periodistas líderes para su inclusión en el Programa de Prensa Invitada.

Apoyo y seguimiento de convocatorias de Prensa, en coordinación con la Dirección de Comunicación y Prensa de IFEMA MADRID.

Atención a los medios durante la celebración de la feria. (Se les proporcionará asistencia para la elaboración de sus reportajes, seleccionando lo más significativo, las principales novedades, y los contactos con portavoces para declaraciones y entrevistas).

Bases de Datos. La agencia contará con una base de datos de los principales medios especializados y de información general y económica de cada país, a los que dirigirá la comunicación, así como de aquellos contactos especializados en arte líderes de cada mercado.

Notas de Prensa: Propuesta de temas de interés, adaptación de los contenidos generales de la Feria a cada mercado objetivo, gestión de declaraciones/testimoniales de personajes vinculados a la feria de interés. Distribución de las informaciones y seguimiento de las notas de prensa para su publicación.

Dossiers de Prensa. Contribución a la elaboración del Dossier de prensa.

Gestión y generación de entrevistas, artículos de opinión, etc. que den presencia a ARCO, a sus comisarios, responsables o galerías en los medios de cada mercado seleccionado.

Seguimiento de la información publicada, elaboración del clipping y de la memoria final de Feria, en el ámbito de actuación correspondiente.

Elaboración de una Memoria de Prensa con los resultados de la repercusión informativa del Salón. Habrá una primera entrega (Pre-Memoria) a la finalización de la feria que recopilará todo lo publicado hasta el momento en los distintos medios de comunicación, y una segunda parte, con entrega del clipping final de apariciones, en un periodo máximo de dos meses después de la finalización del Salón. Posteriormente se ampliará la recopilación con todos los artículos originales o copias recuperadas, para la realización de la Memoria de apariciones en prensa que habrá que presentar a la Dirección de Comunicación.

Redes Sociales: Identificación personas clave en los mercados señalados para difundir información de ARCOmadrid. Identificación de creadores de opinión en arte y coleccionismo en redes sociales para ser invitados a Madrid. Proporcionar contenidos específicos en inglés para la cuenta de medios sociales de ARCOmadrid

Viajes comerciales: aprovechando presentaciones de la feria en Miami, Berlín, París o alguna otra ciudad seleccionada, gestionar entrevistas o encuentros con la prensa y los portavoces de ARCO.

Mensualmente deberá presentar un informe que detalle las acciones desarrolladas. Así mismo, deberá presentar, al día siguiente de la clausura de la feria, un Informe Post-feria que resuma todas las gestiones realizadas durante el periodo de contratación.

### **3. PLAN DE COMUNICACIÓN.-**

Los ofertantes deberán proponer un proyecto en el que se realice una exposición de todos los objetivos a alcanzar, así como la propuesta de acciones específicas, con descripción de los medios y las herramientas que posibiliten la puesta en marcha de forma inmediata de las acciones de comunicación establecidas en su propuesta.

La empresa adjudicataria deberá elaborar y ejecutar un plan de comunicación, que incluya las siguientes acciones, dentro de un calendario de trabajo:

- Propuesta de estrategias de comunicación.
- Definición de acciones para promover presencia en medios del certamen.
- Calendario de Trabajo.
- Relación de medios de comunicación por países y personas destinatarias de la información.
- Investigación y aportación de medios y contactos interesantes para las bases de datos de ARCO.
- Gestión entrevistas, artículos y otros materiales relacionados con la feria.
- Recopilación de contenidos de interés para la redacción y realización de notas de prensa, reportajes e informes, en coordinación con la Dirección de Comunicación de ARCO.
- Seguimiento de la publicación de notas de prensa. Recopilación de noticias publicadas sobre la feria y elaboración de memoria de apariciones.
- Coordinación de encuentros con prensa durante la feria.
- Coordinación de Entrevistas previas y durante la feria
- Propuesta de periodistas influyentes para su invitación a la FERIA.
- Asesoramiento en acciones de PR.
- Apoyo en asistencia a periodistas extranjeros durante la celebración de ARCO.

La empresa adjudicataria deberá contar siempre con la autorización previa de la Dirección de Comunicación, para la realización de cualquier tipo de acción de comunicación.

#### **4. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-**

El adjudicatario designará a una persona que actuará ante IFEMA MADRID como responsable e interlocutor válido para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados, así como un responsable técnico del montaje a realizar, pudiendo recaer dicho cometido en la misma persona.

#### **5. PERSONAS DE CONTACTO.-**

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, debe proceder conforme a lo previsto en los apartados de CONSULTAS y PROPOSICIÓN Y DOCUMENTOS del pliego administrativo.

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>  
Manual de uso de la plataforma: [https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia\\_Licitadores.pdf](https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf)  
Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación.

Macarena Pastor, 91.533.97.23.