



**SERVICIOS DE CONSULTORÍA E INVITACIÓN DE CELEBRIDADES, CREADORES DE
CONTENIDO, NOMBRES INFLUYENTES O INFLUENCERS ESPECIALIZADOS EN
MODA, EL LUJO, EL ESTILO DE VIDA Y LA CULTURA E INVITACIÓN DE PERFILES
DE PRENSA INTERNACIONAL Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN EN MEDIOS
INTERNACIONALES PARA MBFWMADRID**

EXP.- 25/084 - 2000026315

1. OBJETO DEL CONTRATO

IFEMA MADRID requiere la contratación del servicio de selección, invitación y responsabilidad de asistencia de celebridades, creadores de contenidos, nombres influyentes o influencers especializados en moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura para dar cobertura, durante y posterior a la celebración de MBFWMadrid dentro de la campaña de promoción de la pasarela. Se trata de obtener la máxima difusión de la convocatoria previa y durante el evento desde perfiles influyentes -de forma orgánica- para que contribuyan al branding de la pasarela. Además de la cobertura en los eventos realizados durante el año en el marco de MBFWMadrid.

En el caso de la a la fiesta oficial de MBFWMadrid en los días previos al inicio de cada edición, se requiere de la invitación y responsabilidad de asistencia de celebridades, creadores de contenidos, nombres influyentes o influencers especializados en moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura de 15 celebridades, creadores de contenido, nombres influyentes o influencers especializados en moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura en el panorama social español, o personalidades del mundo de la moda, cultura y/o estilo de vida a la fiesta oficial de MBFWMadrid en los días previos al inicio de cada edición.

Además, se requiere el mismo servicio de selección, invitación y responsabilidad de asistencia, así como acreditación y sitting de un mínimo de 4 celebridades, creadores de contenido, nombres influyentes o influencers especializados en moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura por desfile en cada edición de MBFWMadrid, teniendo en cuenta la celebración de 21 desfiles, de media, que podría alcanzar los 25 uniendo los desfiles en la ciudad. Pero siempre siendo acorde al número de desfiles por edición.

Igualmente, se podrá alcanzar un crecimiento del 5% en invitados por cada edición.

Del mismo modo, con el fin de potenciar la promoción de la pasarela en el extranjero y reforzar su reconocimiento en los países de mayor potencial para sus intereses, el presente contrato contempla la invitación de perfiles de prensa internacional para establecer relaciones con los medios de comunicación, intensificar la promoción de MBFWMadrid y mejorar el nivel de las acciones de relaciones públicas en los principales mercados internacionales.

Por ello, se requiere, entre los servicios solicitados, la selección, invitación y responsabilidad de asistencia de 10 perfiles de prensa internacional Tier 1, para organizar

un press trip, y distribución y difusión de la información de contenidos correspondiente a cada edición de MBFWM, entre sus bases de datos internacionales, así como para establecer relaciones con los medios de comunicación, intensificar la promoción de MBFWMadrid y mejorar el nivel de las acciones de relaciones públicas 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. Para esta próxima edición de septiembre 2025, los mercados objetivo a invitar serán Europa y América Latina, aunque en cada edición se confirmarán o se añadirán nuevos escenarios, según nos dicte el plan estratégico.

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

FASE 1. Fiesta Oficial MBFWMADRID

Desde el inicio del contrato el proveedor deberá realizar las siguientes tareas:

- Propuesta de los perfiles y nombres a invitar, de manera orgánica, así como una mini biografía de cada uno de los invitados propuestos justificando el motivo de su selección. Esta propuesta deberá estar validada y consensuada con la Dirección de Comunicación y la Dirección de la pasarela, según los criterios preestablecidos de selección.
- El adjudicatario deberá aportar una propuesta creativa de invitación al evento para los invitados de su especialidad.
- Desde el momento en el que se fija la fecha y localización de la fiesta y desde que se apruebe la invitación oficial a la misma, el proveedor deberá conseguir la asistencia de, al menos, 15 perfiles de celebridades, creadores de contenido, nombres interesantes e influyentes o influencers relacionados con la moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura. En el momento de la invitación, la Dirección de la pasarela y la Dirección de Comunicación de IFEMA MADRID trasladarán al adjudicatario la posibilidad de que los 15 invitados puedan contar con un acompañante, siendo así necesaria la gestión de, como máximo, 30 invitaciones a la fiesta oficial.
- Existe la posibilidad de que el equipo de IFEMA MADRID facilite el traslado de alguno de estos invitados en coche oficial de la pasarela. No todos los invitados podrán

contar con este servicio. En caso de que el adjudicatario del servicio se comprometa a trasladar sin coste a alguno de los invitados hasta la localización de la fiesta, el adjudicatario será quien deba asumir este gasto, y coordinar y ejecutar el traslado por los medios que crea más convenientes.

- El adjudicatario del servicio se compromete a trasladar a los perfiles confirmados a gestionar y ejecutar su traslado a la ubicación de la fiesta. Asimismo, en caso de que algún perfil pueda resultar interesante para IFEMA MADRID, se facilitará el traslado de alguno de estos invitados en coche oficial de la pasarela
- Durante la celebración de la fiesta, el adjudicatario deberá encargarse de la gestión de los invitados para su posado en el photocall oficial de la fiesta. Para ello, deberá contar en su equipo con una persona con experiencia en este tipo de servicios y coordinarse con el fotógrafo oficial de IFEMA para la realización de imágenes.
- El adjudicatario será el responsable de que los invitados publiquen en sus redes sociales, de forma orgánica y sin inversión económica, su asistencia a la fiesta y posado en el photocall.
- Informe de asistencia y publicaciones de cada uno de los invitados con los siguientes KPIs identificados: alcance, interacciones, share of voice (visualizaciones / menciones sobre el sector, competidores... *100)

FASE 2. Selección, gestión de invitación y seguimiento de asistencia, de manera orgánica, de perfiles de celebridades y creadores de contenido a los desfiles de MBFWMadrid.

El adjudicatario deberá trabajar en esta propuesta desde el inicio del contrato siguiendo las indicaciones:

- Deberá realizar una propuesta de, al menos, 4 perfiles de celebridades, creadores de contenido, nombres influyentes o influencers especializados en moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura, para su asistencia a cada uno de los desfiles de cada edición de MBFWMadrid que se celebren en IFEMA MADRID. El número de desfiles por cada edición podrá variar, teniendo en cuenta la media actual de de 21 desfiles, incluyendo 4 de ellos en la ciudad, por edición. El adjudicatario deberá seguir las indicaciones de IFEMA MADRID en cuanto a los perfiles propuestos, así como las que trasladen cada uno de los diseñadores participantes.
- El adjudicatario deberá aportar una estrategia cronológica de invitación al evento.
- El adjudicatario será el responsable de recibir y acompañar al invitado hasta la grada donde corresponde sentarse. Del sitting será responsable el equipo de IFEMA MADRID.

- El adjudicatario deberá acordar con los invitados su participación para su posado y participación en la creación de contenidos de redes sociales de MBFWMadrid, como vídeos saludando, posando en la sala de desfiles, en el plató oficial, Cibelespacio, etc.
- Como máximo dos semanas después de la finalización de cada edición de MBFWMadrid, el adjudicatario deberá entregar un informe de cierre y resultados que incluya, al menos, los siguientes KPIs: nº asistentes por desfile y nº asistentes en total. Además, de cada uno de los perfiles invitados se detallarán los siguientes KPIs: nº contenidos realizados, alcance de estos, interacciones detallando los compartidos, alcance, impresiones, credibilidad de la audiencia, género de la audiencia, procedencia de la audiencia.
- En caso de que se celebren, por cada edición, dos actos o eventos coincidentes con las fechas del calendario de desfiles y se consideren interesantes para la Dirección de la pasarela, se podrán incluir la invitación de celebridades, creadores de contenido, nombres influyentes o influencers especializados según la temática de dicho evento, siempre y cuando se celebren en el marco de la celebración de MBFWMadrid

FASE 3. Selección de perfiles e invitación, de manera orgánica, para su asistencia a los actos o eventos celebrados fuera de la celebración oficial de MBFWMadrid.

En caso de que IFEMA MADRID organice hasta un máximo de dos actos o eventos en fechas distintas a la celebración oficial de las dos ediciones anuales de MBFWMadrid, el adjudicatario deberá presentar una propuesta para invitar a 5 celebridades, creadores de contenido, nombres influyentes o influencers especializados en moda, el lujo, el estilo de vida y la cultura, confirmando su asistencia a cada uno de los actos o eventos. Estos podrán ser de temática abierta e irán alineados con la estrategia de MBFWMadrid en cada una de sus ediciones.

- Una vez la propuesta esté aprobada por IFEMA MADRID, el adjudicatario deberá gestionar su asistencia al acto o evento, y la publicación, de forma orgánica, de su presencia en las redes sociales propias de cada uno de los invitados.
- Como máximo una semana después de la celebración del acto o evento, el adjudicatario deberá presentar un informe de cierre con, al menos, los siguientes KPIs: número de asistentes al acto o evento. Además, de cada uno de los perfiles se detallarán los siguientes KPIs: nº contenidos realizados en el marco del acto o evento, alcance de los mismos, interacciones detallando los compartidos, alcance,

impresiones, credibilidad de la audiencia, género de la audiencia, procedencia de la audiencia.

FASE 4. Invitación de periodistas internacionales para cubrir el evento

Esta fase, que desarrollará la empresa adjudicataria, tendrá por objetivo reforzar la posición de MBFWMadrid en el mercado internacional, poniendo el foco en los países anteriormente mencionados, a través de la invitación de periodistas internacionales Tier 1 y difusión informativa de la Feria entre los medios de comunicación especializados, de acuerdo con la Dirección de pasarela y el presupuesto asignado.

Se requieren las siguientes áreas de trabajo:

- Propuesta de invitación de periodistas líderes para su inclusión en el Programa de Prensa Internacional Invitada.
- Propuesta y ejecución de plan de actividad para complementar los desfiles en el marco de MBFWMadrid incluido dentro de un Plan de gestión de bienestar y experiencia en Madrid.
- Atención a los medios durante la celebración de la feria. Labores de acompañamiento y asistencia para la elaboración de sus reportajes, seleccionando lo más significativo, las principales novedades, y facilitando el contacto con portavoces para declaraciones y entrevistas).
- Elaboración de una Memoria de Prensa post-evento con los resultados de la repercusión informativa, en un periodo máximo de dos meses después de la finalización del evento. Se solicita separar el clipping de invitados, del resto de noticias recopiladas tras la difusión y gestión de contenidos de manera orgánica.
- La empresa adjudicataria deberá proponer un proyecto en el que se realice una exposición de todos los objetivos a alcanzar, así como la propuesta de perfiles específicos, 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 contar siempre con la autorización previa de la Dirección de Comunicación, para la realización de cualquier tipo de acción de comunicación.

FASE 5. Gestión de la información, distribución internacional y seguimiento.

Se deberá distribuir contenido, a partir de la información y notas de prensa que se generen por MBFWMadrid a través de la base de datos internacional de la empresa adjudicataria adaptando el estilo y contenido siempre y cuando sea necesario, y siempre de acuerdo a los criterios marcados por la Dirección de Comunicación y el propio certamen.

Se valorará positivamente la propuesta proactiva de creación de contenidos específicos para mejorar el alcance y la visibilidad del evento en determinados mercados.

Será a través de acciones específicas, de la investigación, difusión de contenido 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.

El ofertante recibirá toda la información/ notas de prensa desde la Dirección de Comunicación y Prensa, y deberá contar con las herramientas y habilidades para la adaptación/edición de los contenidos en función del idioma escogido para su difusión o país al que se dirige, así como de contar con una base de datos de prensa internacional de valor para que reciban el contenido difundido.

Herramientas requeridas para el correcto desarrollo del servicio.

El adjudicatario deberá contar con licencia de uso de una aplicación tipo Kolsquare o similar, que permita lectura, análisis y documentación de los perfiles en redes sociales de los perfiles susceptibles a ser invitados en las distintas fases del servicio mencionadas anteriormente. Además, deberá poner a disposición del equipo de IFEMA MADRID al menos un acceso a esta plataforma para poder utilizarla internamente.

3. PERSONA DE CONTACTO

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deben proceder conforme a lo previsto en los apartados 5.- CONSULTAS y 6.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.

NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES- del cuadro de características-

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

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.