

SERVICIO DE EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNACIONAL DE ARCOmadrid 2027

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

1. OBJETO DEL SERVICIO

Con el objetivo de reforzar la proyección internacional de **ARCOmadrid 2027** y consolidar su posicionamiento como una de las ferias de arte contemporáneo de referencia, se requiere la contratación de una **agencia internacional especializada en comunicación cultural y relaciones públicas** en el ámbito del arte contemporáneo, con capacidad demostrable de actuación en los mercados estratégicos definidos.

El contrato se ejecutará inicialmente para la edición ARCOmadrid 2027, En caso de posibles prórrogas, el servicio deberá permitir una evolución progresiva de las acciones para consolidar relaciones, posicionamiento editorial y resultados de manera acumulativa, manteniendo en todo caso la plena operatividad del servicio anual.

La empresa adjudicataria deberá desarrollar las acciones necesarias para el desarrollo del Plan de Comunicación Internacional de ARCOmadrid incluyendo la gestión activa de la relación con medios internacionales y sus principales interlocutores(periodistas, editores, prescriptores) , la identificación y desarrollo de oportunidades editoriales, la propuesta, elaboración y adaptación de contenidos dirigidos a medios, y la generación de cobertura mediática cualificada dirigida a mercados estratégicos prioritarios.

Los **mercados prioritarios** serán: **Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Suiza, Bélgica, Portugal, Países Bajos, Austria y Latinoamérica**. Asimismo, IFEMA MADRID podrá valorar la **incorporación puntual de mercados secundarios** cuando exista una oportunidad estratégica debidamente justificada y previamente aprobada.

La empresa adjudicataria actuará en todo momento bajo la **coordinación, supervisión y autorización previa** de la Dirección de Comunicación y Prensa de IFEMA MADRID para la ejecución de cualquier acción de comunicación.

2. ALCANCE DEL SERVICIO

La agencia adjudicataria deberá planificar y ejecutar el Plan de Comunicación Internacional de ARCOmadrid con el objetivo de reforzar su presencia en los mercados prioritarios, a través de una combinación equilibrada de **relación continuada con medios**, propuesta y adaptación de contenidos, acciones de relaciones públicas cualificadas y atención a prensa internacional, garantizando la coherencia del mensaje institucional y el rigor informativo.

El servicio se prestará de forma continuada durante todo el periodo de ejecución del contrato.

A tal fin, el servicio comprenderá, al menos, las siguientes líneas de actuación:

2.1. Gestión de comunicación con medios: distribución, seguimiento y relación continuada

La agencia gestionará la distribución y seguimiento de informaciones, así como la relación estable con medios especializados, generalistas, económicos y culturales, con atención preferente a aquellos con mayor capacidad de prescripción en cada mercado. Esta línea incluye la actualización de contactos, seguimiento de publicaciones y la identificación de oportunidades y nuevos perfiles editoriales.

2.2. Medios estratégicos por mercado

La agencia deberá definir y trabajar un conjunto reducido de **medios estratégicos por país/mercado**, desarrollando con ellos una relación continuada (propuestas editoriales, briefings, acceso planificado a portavoces, etc.), con el fin de consolidar una presencia cualificada y sostenida, más allá de acciones puntuales.

2.3. Contenidos: adaptación editorial y propuestas temáticas

La agencia se responsabilizará de la edición y adaptación editorial por mercados del material elaborado por el Departamento de Comunicación de ARCOMadrid, así como de proponer temas, enfoques y formatos acordes con el interés real de cada ecosistema mediático. La adaptación deberá ser editorial (no solo lingüística) y alineada con el estilo y criterios de IFEMA MADRID. Asimismo, podrá elaborar contenidos específicos cuando sea necesario para la generación de oportunidades editoriales, siempre bajo validación previa de ARCOMadrid

2.4. Declaraciones y formatos

La agencia apoyará la gestión de declaraciones y testimonios de interés vinculados a ARCOMadrid, pudiendo emplear formatos texto/audio/video cuando proceda, siempre bajo validación previa de IFEMA MADRID y con garantía de veracidad y precisión.

2.5. Entrevistas, artículos y presencia editorial

La agencia propondrá y gestionará entrevistas y contenidos editoriales (reportajes, perfiles, artículos de análisis/opinión o formatos equivalentes) que refuercen el posicionamiento internacional de ARCOMadrid y de sus portavoces, comisarios y programas, en coordinación con IFEMA MADRID.

Estas acciones deberán desarrollarse de forma planificada y continuada a lo largo del periodo de ejecución del contrato, en función de las oportunidades editoriales identificadas en los distintos mercados.

2.6. Base de datos y mapeo de prescriptores

La agencia deberá contar y mantener una base de datos actualizada que incluya medios y periodistas, así como **prescriptores cualificados** del sector (editores, críticos, comisarios, autores y otras voces relevantes). Cualquier activación de perfiles en entornos digitales deberá mantener un enfoque reputacional y coherente con ARCOMadrid.

2.7. Programa de prensa invitada y atención durante la feria

La agencia propondrá periodistas líderes para su inclusión en el programa de prensa invitada, con justificación por mercado y cabecera. Asimismo, prestará atención personalizada a medios internacionales durante la feria, facilitando información,

orientación editorial y, cuando proceda, la coordinación de entrevistas y declaraciones con portavoces.

2.8. Activaciones internacionales y presencia de ARCOmadrid en otras ciudades

En el marco de presentaciones, visitas o participación en ferias u otras acciones programadas fuera de España, previamente definidas por ARCOmadrid/IFEMA MADRID-, la agencia podrá gestionar encuentros con prensa local y generación de oportunidades editoriales, siempre previa aprobación.

2.9. Programas comisariados y contenidos curatoriales

La agencia contribuirá a dar visibilidad cualificada a los contenidos de los programas comisariados, mediante la propuesta de enfoques informativos y editoriales en coordinación con comisarios y responsables, y su gestión en medios internacionales, bajo supervisión de IFEMA MADRID.

2.10. Seguimiento, clipping e informes

La agencia elaborará un sistema de seguimiento que incluya informe mensual de actividad y evolución, un informe post-feria y una memoria de prensa con entrega en dos fases (pre-memoria y memoria final), conforme a los plazos establecidos, con recopilación ordenada de impactos y análisis cualitativo.

Sobre medición: se incorporarán indicadores cuantitativos (volumen y tipología de impactos) y un análisis cualitativo razonado (relevancia de cabeceras, enfoque/tono, mensajes clave recogidos, highlights y evolución por mercados). Se evitarán métricas no comparables o de difícil verificación si no se define metodología homogénea.

2.11. Evolución del servicio y gestión de valor añadido a largo plazo

El adjudicatario deberá contemplar como parte del alcance del servicio, la planificación, desarrollo y ejecución de acciones de valor añadido orientadas al posicionamiento estratégico y a la consolidación del proyecto en el medio y largo plazo.

Estas acciones formarán parte de la gestión continua del servicio y deberán ser activadas cuando IFEMA MADRID lo determine, en el marco de la planificación anual o de las necesidades estratégicas del proyecto, sin que supongan modificación del alcance contractual ni de los compromisos del servicio.

A estos efectos, el adjudicatario deberá estar en disposición de diseñar y ejecutar, entre otras, las siguientes actuaciones:

- Desarrollo de briefings de contexto y relación con periodistas clave en mercados prioritarios.
- Desarrollo de acciones orientadas a la generación de relaciones de valor con medios y prescriptores, incluyendo encuentros, acceso a portavoces y dinámicas de interacción editorial.
- Diseño y dinamización de formatos de conversación editorial (encuentros, entrevistas, mesas de diálogo u otros formatos afines).

- Creación, mantenimiento y evolución de un archivo editorial internacional, que integre contenidos, materiales de referencia y activos reutilizables para la proyección del proyecto.

La ejecución de estas acciones deberá realizarse garantizando la coherencia con la estrategia global de comunicación, asegurando su alineación con los objetivos de posicionamiento de IFEMA MADRID y su integración con el resto de los servicios contratados.

3. PLAN DE COMUNICACIÓN

Los licitadores deberán presentar un proyecto técnico que contemple, como mínimo, un **Plan de Comunicación Internacional para ARCOmadrid 2027** con capacidad de puesta en marcha inmediata, y una **propuesta de evolución** para prórrogas, en caso de producirse, siempre sujeta a aprobación anual por IFEMA MADRID.

La empresa adjudicataria deberá planificar y ejecutar el Plan de Comunicación Internacional de ARCOmadrid conforme a las directrices establecidas por IFEMA MADRID. A tal fin, deberá desarrollar una planificación operativa del servicio que permita organizar y estructurar las acciones de comunicación a lo largo del periodo de ejecución del contrato.

Dicha planificación deberá:

- estructurar las acciones por fases de trabajo, en coherencia con el calendario del proyecto
- facilitar la coordinación con IFEMA MADRID
- priorizar mercados y líneas de actuación en función de los objetivos definidos
- adaptarse de manera continua a las oportunidades editoriales y necesidades del proyecto

La planificación operativa será revisada y validada por IFEMA MADRID y deberá mantenerse actualizada durante la ejecución del contrato incluyendo las fases previas, de celebración y posteriores a la feria.

Asimismo, el servicio deberá incorporar una orientación a la mejora continua y a la generación de valor a medio y largo plazo, mediante la identificación de oportunidades que contribuyan a reforzar el posicionamiento internacional de ARCOmadrid.

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