

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DEL  
EVENTO PRESENCIAL DE LANZAMIENTO DE LA NUEVA MARCA DE IFEMA**

**EXP.- 20/219 - \_2000018263**

**COMISIÓN DE COMPRAS**  
**Madrid, diciembre 2020**

---

# PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO PRESENCIAL DE LANZAMIENTO DE LA NUEVA MARCA DE IFEMA

EXP.- 20/219 - SP\_2000018263

---

## 1. OBJETO DEL CONTRATO.-

Es objeto del presente pliego la prestación y contratación de un servicio integral para el evento presencial con espectáculo del lanzamiento de la nueva marca de IFEMA, que si se desarrolla en su totalidad, respondería al concepto de “llave en mano” contemplando todos los trabajos necesarios para culminar el evento con éxito. En la producción global se integran: concepto, diseño, planificación, producción, contratación técnica y artística, así como el desarrollo del evento espectáculo el día del lanzamiento, con una duración aproximada de 1 hora y 30 minutos.

## 2. SITUACIÓN DE INCERTIDUMBRE POR LA COVID-19

La incertidumbre que atravesamos debido a la pandemia de la COVID-19 y la imposibilidad de cerrar en la licitación el compromiso de un día definitivo para el lanzamiento, requieren que el proyecto se ejecute en fases independientes pero consecutivas.

El interés de IFEMA se focaliza en ejecutar las 3 fases del proyecto en las que se enmarca el servicio pero debido a las cambiantes circunstancias que semana a semana vivimos por los rebotes de coronavirus, se debe contemplar la posibilidad de que, durante el periodo de vigencia de contrato, IFEMA pudiera renunciar a la ejecución de alguna de las fases (fase 3 o fases 2 y 3) o paralizar la ejecución en una fase intermedia de alguna de ellas, bien porque la celebración del evento espectáculo para el lanzamiento de la nueva marca no sea viable o porque no sea oportuno en la estrategia de la Institución, debido a las futuras circunstancias que vivamos por la crisis sanitaria y/o la crisis económica.

IFEMA tomará la decisión correspondiente para autorizar o no la fase siguiente y lo comunicará al adjudicatario. Cada decisión se irá evaluando en función de cómo evolucione la pandemia y la normativa establecida por las autoridades competentes para la celebración de eventos, así como los aforos permitidos.

## 3.- PREVISIÓN DE LA FECHA DEL EVENTO

IFEMA **tiene como previsión** que la realización del evento presencial para el lanzamiento de la nueva marca, se realice **entre los días 9 y 12 de marzo de 2021**, siempre y cuando la situación sanitaria lo permita. El día del evento no está cerrado en calendario y se determinará con el adjudicatario.

Si las circunstancias no permiten celebrarlo en este intervalo de fechas e IFEMA se viera obligada a la anulación del evento, lo comunicará al adjudicatario antes del 8 de febrero de 2021 (treinta días naturales previos a la primera fecha prevista), pudiendo ejecutarse una ampliación de la vigencia de contrato hasta el 30 de noviembre de 2021. Este nuevo horizonte temporal facilitará que IFEMA y el adjudicatario estudien el aplazamiento al día y mes más convenientes para su desarrollo con garantías de viabilidad y con el cumplimiento de las características desarrolladas en el presente pliego.

#### **4.- LUGAR DE CELEBRACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO**

La celebración del evento está prevista en el Auditorio de IFEMA PALACIO MUNICIPAL. Será un evento de interior. La entrada al hall y antesala del auditorio se utilizarán para la recepción y despedida de los invitados por el equipo de animación durante el desarrollo de sus acciones.

IFEMA Palacio Municipal es el escenario previsto por IFEMA si el evento puede realizarse en la fecha deseada (entre el 9 y el 12 de marzo de 2021).

El aforo de su auditorio es de 1.365 butacas en platea y de 447 butacas en el anfiteatro.

Los planos y documentación técnica de IFEMA Palacio Municipal acompañan a este pliego en documento aparte denominado "*Auditorio IFEMA Palacio Municipal*" para preparación de la oferta técnica solicitada.

Ante las incertidumbres que nos ocupan, en el caso de que IFEMA, por compromisos adquiridos con terceros, no tuviera disponible este espacio en el momento que finalmente se concrete la celebración del evento, facilitará al adjudicatario un espacio alternativo en Feria de Madrid: el Auditorio norte del Centro de Convenciones.

Se acompañan también los planos y la documentación técnica del Auditorio norte del Centro de Convenciones de IFEMA, Feria de Madrid como documento denominado "*Auditorio Norte IFEMA Feria de Madrid*" con la finalidad que los ofertantes lo conozcan ya que, podría darse el caso, que hubiera que ajustar la oferta adjudicada a este espacio, sin que sea el espacio que IFEMA propone como ubicación inicial para el desarrollo del evento.

### **3 FASES DE LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO**

El servicio integral a prestar por el adjudicatario durante la ejecución del servicio se distribuye en 3 fases de ejecución, consecutivas pero independientes entre sí.

Se detallan a continuación las Fases previstas:

## **Fase 1: Diseño Creativo**

Esta Fase 1 tiene por objeto la preparación del evento. Se trata de definir, concretar y documentar en detalle todo lo necesario para la celebración del evento de lanzamiento de la nueva marca de IFEMA hasta contar con la aprobación definitiva.

Es la fase en la que se recogerán los ajustes que correspondan al diseño creativo de la adjudicación, así como todas las necesidades para la buena ejecución del servicio. Se establecerá la confección de los planos técnicos para el desarrollo del evento, adecuados al lugar de celebración previsto (Auditorio de IFEMA Palacio Municipal), que deberán contar con la supervisión y autorización de IFEMA.

Deberá quedar aprobados la conceptualización, el hilo argumental, los diseños de escenografía, ambientación del espacio, diseño de vestuario y la intervención en el evento de la iluminación, sonido y efectos audiovisuales.

Deberán quedar aprobados y recogidos en el entregable de esta Fase:

- Conceptualización del evento
- Hilo conductor argumental
- Diseño de escenario / escenografía y/o decoración
- Recursos escénicos y de ambientación
- Descriptivo de los medios audiovisuales a utilizar
- Descriptivo de las acciones de video y/o de video mapping
- Efectos de impacto
- Propuesta de Guión
- Relación de actuaciones para el tiempo de espectáculo
- Relación de posibles presentadores con posibilidades reales de contratación. (por caché y disponibilidad de fechas)
- Diseño de las acciones del equipo de animación: bienvenida, desarrollo y despedida del evento a través de experiencias o acciones que “inspiren” dentro del contexto actual.
- Diseño de recepción y atención de los invitados y participantes corporativos.
- Descriptivo de coordinación entre la Fase 1 y Fase 2.
- Propuesta de calendario óptico en línea de tiempo, con la ejecución del servicio global, los tiempos de cada fase y el desglose de tareas con los tiempos estimados de las tareas que se realizarían en paralelo en cada fase.

Duración : Tiempo estimado de ejecución para la Fase 1

El tiempo estimado para la ejecución de la Fase 1 será al menos, de 2 semanas desde la adjudicación del contrato.

**Entregable de la Fase 1:** Memoria resumen con la presentación del evento aprobado por IFEMA.

IFEMA deberá comunicar por escrito al adjudicatario la autorización para el inicio **de los trabajos de la Fase 2.**

### **Fase 2: Planificación y Producción de Contenidos**

La segunda fase, tiene por objeto establecer la planificación de la producción del evento, así como la preparación de los contenidos audiovisuales, producción y planificación de los técnicos y condiciones generales que regirán la contratación de los servicios de producción, escenografía, vestuario, provisión de infraestructuras de montaje y desmontaje, así como los medios humanos y técnicos, materiales y audiovisuales necesarios y adecuados al desarrollo del evento espectáculo. Asimismo establecerá una prenegociación para la contratación de presentador/a y artistas propuestos, al igual que una planificación para la contratación del resto de personal implicado en el evento espectáculo.

#### **Descripción de las tareas a realizar:**

- Planificación y producción de contenidos audiovisuales (video y/o video mapping )
- Planificación y producción de escenografía
- Producción de vestuario
- Producción de atrezzo
- Producción de efectos
- Diseño de iluminación y sonido
- Planificación de equipos audiovisuales (pantallas/monitores/microfonía, etc)
- Propuesta y prenegociación del elenco artístico y del presentador/a que actuará como conductor/a del evento espectáculo.
- Diseño de materiales y soportes de branding y señalética para el espacio del evento, no solo en el interior del Auditorio, dónde se desarrolle el evento espectáculo, sino también en la antesala del Auditorio (hall de recepción).  
El diseño y branding será exclusivamente de elementos identificativos de IFEMA y precisará su autorización previa a la producción.
- Actualización del calendario propuesto en la Fase 1.

**Duración:** Tiempo estimado de ejecución para la Fase 2

El tiempo estimado para la ejecución de la Fase 2 será al menos, de 2 semanas desde que IFEMA autorice su inicio.

**Entregable de la Fase 2:** Todas las planificaciones desarrolladas, así como los contenidos audiovisuales y los diseños de vestuario, escenografía, atrezzo, etc. una vez finalizados y aprobados, serán entregados a IFEMA por el adjudicatario y éste los podrá facturar en su totalidad.

**IFEMA deberá comunicar por escrito al adjudicatario la autorización para el inicio de los trabajos de la Fase 3.**

### **Fase 3: Celebración presencial del evento espectáculo de lanzamiento de la nueva marca de IFEMA**

La fase 3 tiene por objeto la puesta en escena y el desarrollo del evento, aplicando los diseños y producciones ya realizadas en fases anteriores, así como la contratación del personal implicado, los equipos técnicos, la dirección del evento y la coordinación de todos los elementos que propicien el correcto desarrollo presencial del evento espectáculo diseñado especialmente para el lanzamiento de la nueva marca de IFEMA.

#### **Descripción de las tareas a realizar:**

- Dirección del evento
- Contratación del personal artístico (actuaciones, bailarines, músicos, actores, etc.)
- Dirección artística
- Contratación de personal de animación de bienvenida
- Contratación de presentador/a
- Contratación de equipamiento y material técnico (equipos audiovisuales, pantallas led, realización de video, equipos de sonido e iluminación, rigging),
- Contratación del personal técnico
- Coordinación/regiduría del evento
- Coordinación del personal implicado en el desarrollo del evento
- Control de la logística integral de todo el evento y del equipo técnico y humano.
- Coordinación de Ensayos Técnicos y Artísticos
- Montaje y desmontaje
- Diseño de branding de IFEMA en el espacio de celebración del evento
- Producción gráfica de materiales y soportes de branding y señalética en el espacio de celebración del evento: producción de vinilos y/o lonas microperforadas, etc.
- Propuesta técnica y planos del montaje y producción técnica para validación y autorización del área técnica de IFEMA.

- Planos de recepción y salida de invitados para validación y autorización del área de seguridad de IFEMA.
- Personal de limpieza ante posibles imprevistos.
- Distribución, señalética y equipamiento (si se precisa) en camerinos
- Propuesta de calendarios de trabajo (montaje / desmontaje / ensayos técnicos y artísticos, etc...).
- Cumplimiento de protocolo COVID-19: Contratación de personal/disposición de medidas que velen por el cumplimiento del protocolo establecido (control de temperatura / mascarillas / geles hidroalcohólicos, etc.)

### Duración: Tiempo estimado de ejecución para la Fase 3

El tiempo estimado para la ejecución de la Fase 3 será al menos, de 2 semanas desde que IFEMA autorice su inicio.

**Se considerará “entregable” de la Fase 3**, la celebración del evento propiamente dicha.

## **6.- BRIEFING DEL EVENTO.-**

IFEMA con 40 años de historia y 30 años con la marca actual, muy presente en Madrid, renueva su imagen y da un impulso a su estrategia partiendo de un evento presencial de lanzamiento de la nueva marca de IFEMA.

Este cambio de identidad y todas las acciones que conlleven serán un punto de partida de actividad y un impulso hacia el futuro después de un período de suspensión de su actividad por la emergencia sanitaria vivida a nivel mundial.

La nueva identidad es parte de la transformación que se está llevando a cabo en todas las áreas de la Institución, tanto de actividad, espacios, líneas de negocio, cultura de empresa, forma de relación interna y externa, así como los canales de comunicación con las distintas audiencias. Con la nueva marca se busca dar un giro en la imagen, en la estrategia, construyendo una identidad más corporativa, actual, moderna y sobre todo, innovadora.

IFEMA busca **inspirar**, hacer sentir **y vivir experiencias únicas**, y este evento tiene que ser la puesta en escena de este “cambio”, de la revisión que se hace del posicionamiento de IFEMA y de sus líneas de actuación preferentes.

El lanzamiento de marca será un elemento clave de inicio de esta nueva etapa, deberá generar expectación entre los asistentes y deberá estar a la altura de una gran presentación de producto. Tras la COVID-19, este acto cobra aún mayor proyección y

relevancia de cara a la reactivación de la actividad ferial a partir del segundo trimestre del año 2021.

Asimismo, el evento servirá para presentar la estrategia de la Institución y el nuevo posicionamiento de la marca.

Será un evento corporativo, con un apartado institucional con discursos de los máximos representantes de las instituciones de Madrid, que forman parte de IFEMA y con un espacio lúdico amenizado por un espectáculo.

## 6.1 Objetivos

- Diseñar y crear un evento memorable que permita la presentación de la nueva marca de IFEMA a sus diferentes audiencias presentes en el acto.
- Que suponga un punto de partida de lanzamiento de la nueva marca y un impulso para retomar su actividad de cara al segundo trimestre del año.
- Un evento corporativo, actual, moderno e innovador, acorde a la nueva imagen y la estrategia de la Institución.
- Que ofrezca los ingredientes necesarios de sorpresa, expectación e impacto, para convertirse en una experiencia única y memorable.
- Que el diseño y concepto del espectáculo en vivo sea inmersivo. Debe integrar al invitado desde la llegada al espacio con acciones singulares por parte del equipo de animación en la recepción, celebración y despedida.
- Que haga partícipes a los invitados y les haga sentir que la nueva marca y los valores que representa está dirigida a cada uno de ellos.
- Que respire la nueva imagen de IFEMA ya sea en los elementos gráficos, escenográficos como audiovisuales; la nueva marca será protagonista desde el momento que se desvele.
- Con efectos especiales y acciones impactantes que apoyen el concepto y los valores que se presentan y creen una experiencia envolvente para los invitados.
- Con algún guiño en el espectáculo, a modo de “despedida”, del logo actual que ha representado y acompañado a IFEMA durante 30 años. Esta mención podría unirse a la aparición fugaz del logo del 40 Aniversario de IFEMA, que finaliza en diciembre 2020 y que, debido a la pandemia, no ha podido festejarse.

## 6.2 Público Invitado

Los diferentes públicos que asistirán al evento, de aforo limitado, previa invitación y confirmación forman parte de alguno de los siguientes:

- Máximas autoridades del Estado y de Madrid.
- Órganos de gobierno de IFEMA (Junta Rectora y Comité Ejecutivo).
- Empleados.
- Principales proveedores.
- Grandes clientes (empresas organizadoras / grandes expositores).



- Medios de comunicación.
- Invitados VIP.

### 6.3 Aforo previsto

IFEMA prevé la posibilidad de contar con un aforo de invitados entre 600 y 1.200 aproximadamente.

El aforo del auditorio de IFEMA Palacio Municipal es de 1.365 butacas en platea y de 447 butacas en el anfiteatro.

IFEMA adecuará el aforo de sus invitados en función del número de asistentes que permita la normativa vigente y la valoración de la oportunidad de que el acto deba ser más abierto o que proceda reducirse el número de invitados.

### 6.4.- Contenido

Deberá presentarse y diseñarse un storytelling con el desarrollo del lanzamiento de marca dentro de un marco de espectáculo integral con intervenciones artísticas (música, baile, magia, etc.) que hagan de la convocatoria, una celebración de carácter festivo y lúdico.

Todo el evento debe girar en torno a la nueva marca y la estrategia y valores que representa, con una estructura que dé sentido a todas las piezas y una interconexión entre todos los elementos que formen parte de la convocatoria.

IFEMA trabajará con el adjudicatario para ajustar la construcción del relato propuesto, ya que deberá tener en cuenta los elementos, la imagen, colores de marca y los vídeos de marca y video de posicionamiento que componen los primeros elementos corporativos y de imagen de la nueva marca de IFEMA y que le serán proporcionados por ésta. Sin ser mandatorios para el evento, contienen elementos de interés (música, baile) que pudieran enriquecer la propuesta de la oferta de adjudicación del diseño del evento. La nueva marca tiene hasta su lanzamiento un carácter confidencial y se trasladará únicamente al adjudicatario previa firma del acuerdo de confidencialidad con IFEMA.

La nueva marca no podrá ser desvelada con anterioridad al momento del lanzamiento. Se podrán utilizar elementos que anticipen la comunicación de la nueva marca (colores, mensajes, imágenes, etc.) pero de forma neutra para no desvelar el momento principal del evento, objeto de la convocatoria. El momento de lanzamiento podría acompañarse de un despliegue de nuevos elementos / iluminación, cartelería u otros, que hagan que la nueva marca permanezca presente hasta el final del evento.

Para la preparación de la oferta técnica, los ofertantes deberán trabajar con una marca simulada.

---

## 6.5 Mensajes principales

Como ya hemos anticipado, los **2 ejes de comunicación principales** en el evento serán: **“Siente la inspiración”** y **“Vive tu experiencia”**.

Facilitamos una amplia batería de mensajes clave que estarán presentes en la campaña de publicidad preparada para difundirse al día siguiente de la celebración del evento de lanzamiento, que pueden ser útiles para desarrollar los ejes de comunicación del evento. Son los siguientes:

- La inspiración es el comienzo de todo
- Bienvenidos al corazón de la inspiración
- Nos transformamos para seguir inspirando
- Impacto, Conexión, Vitalidad, Ingenio
- Siente la inspiración
- Vive tu experiencia

Y dentro de la estrategia, hay que visualizar como grandes objetivos:

- Digitalización
- Internacionalización

El evento deberá tener un **enfoque corporativo**, recreando a modo de espectáculo el universo tanto de la inspiración como de la experiencia; poniendo en valor el contacto humano y la interacción directa; ofreciendo un evento espectáculo que identifique a IFEMA y a su nueva marca en la vanguardia y la innovación.

IFEMA inspira brindando experiencias únicas. El propio evento debe ser una declaración de principios. Una experiencia memorable, que encierre la esencia de lo que queremos ofrecer.

## 6.6 Presencia en el evento del Sonic Branding de la nueva marca (Música original y huella sonora)

En la construcción del relato también deberá contar con un gran protagonismo la nueva composición musical que se ha elaborado expresamente para acompañar los materiales y comunicaciones corporativas de IFEMA.

La música ha sido creada por el estudio The Lobby (Fede Pájaro). IFEMA facilitará al adjudicatario, si éste lo requiere, los contactos para cualquier aclaración o colaboración por parte del compositor.

El impacto de la música en directo puede ser un gran apoyo para la traslación de mensajes y desarrollo del espectáculo, ya que la música cuenta con instrumentos de diferentes países, que le aporta un carácter universal.

La huella sonora, que actuará como firma musical de cierre para video, radio, etc. es importante que se repita para que los invitados la identifiquen como un signo relevante en la comunicación de IFEMA y de inmediato reconocimiento.

IFEMA facilitará los archivos de la nueva música al adjudicatario para estudiar su integración durante el desarrollo del evento espectáculo.

### **6.7 Carácter del evento y Requerimientos Artísticos, de Animación y Técnicos**

- Evento con tono corporativo, pero carácter festivo y singular. El espectáculo elevará la convocatoria como evento memorable para la presentación de una nueva marca de una empresa pública.
- La historia guionizada debe posicionar al espectador en el contexto que vive IFEMA y trasladarle la expectación del momento único que va a vivir: conocer el lanzamiento de la nueva marca de IFEMA, su estrategia a futuro y el nuevo posicionamiento para conseguir sus principales objetivos.
- El acto debe discurrir en un tono dinámico, fresco, vitalista, ingenioso, vanguardista e innovador.
- Animación previa desde el acceso del público, durante el desarrollo del acto y al final del evento a través de experiencias o acciones que inspiren dentro del contexto del momento.

Los actores/animadores harán que los invitados se involucren en el evento desde su llegada de forma amable y simpática. El equipo de animadores en la recepción de invitados pueden servir de apoyo al equipo de azafatas de IFEMA para agilizar la acomodación de los invitados en su zona.

- Presentador/a que conduzca el acto con debe sintonizar con el tono del evento y tener versatilidad de registros (amable pero fresco, resuelto y profesional)
- El adjudicatario puede proponer la forma de dinamizar las intervenciones institucionales con algún recurso audiovisual, artístico, o con el apoyo de la intervención del presentador/a del evento, para no romper el ritmo del evento.

- Coreografía con Bailarines que llenen el espacio y otorguen dinamismo y vitalidad al evento.
- Músicos en directo interpretando la música original.
- Podría ser posible la integración de una intervención artística del MAGO YUNKE –por su vinculación con IFEMA y disposición para colaborar (si su agenda lo permite)-
- Medios audiovisuales, con utilización de elementos dentro y/o fuera del escenario
- Iluminación, sonido, microfonía (in ears) para los oradores, etc..
- Efectos especiales: basados en el concepto que se presente.
- Espectacularidad: Mapping u otros efectos de iluminación espectacular para dar mayor impacto y transmitir sensaciones a partir de los contenidos audiovisuales que se presenten o las presentaciones y proyecciones sobre el escenario.
- Diseño creativo del branding para el escenario y para los espacios colindantes al Auditorio, en los que se desarrollen acciones del evento.
- Diseño de las invitaciones a la convocatoria con el concepto que se presente.

El resultado debe ser impactante, dinámico, vivo, ágil y que suscite interés desde el primer momento y desde la entrada al evento y mantenga la expectación durante todo el desarrollo y que proyecte la nueva imagen moderna y renovada de la marca de IFEMA.

## **6.8 Cronograma inicial**

19:00 a 19:30h. Llegada de los invitados. Serán acompañados a sus mesas. Animación musical y de personajes durante este tiempo.

19:45h Inicio de la llegada de las autoridades.

20:00 a 20:05h Bienvenida del Director General, Eduardo López-Puertas.

20:05h. El presentador del acto da inicio al evento.

20:05 a 20:20h. Primer espectáculo que introduce a los asistentes en el contexto de la presentación, tomando como eje conductor el mundo de la inspiración y la experiencia.

20:20 a 20:35h. Saludo del Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA, José Vicente de los Mozos. Intervención para trasladar el nuevo posicionamiento estratégico de IFEMA y los valores que soportan la nueva marca.

20:35 a 20:50h Espectáculo que dará a conocer la nueva marca de la institución.

20:50 a 20:55h Intervención del Alcalde de Madrid.

20:55 a 20:00h Intervención de la Presidenta de la Comunidad de Madrid.

21:00 a 21:05h Intervención máxima autoridad del Estado (en su caso).

21:05 a 21:35h Espectáculo de cierre.

21:40h Despedida de invitados con animación y entrega de obsequio con merchandising de la nueva marca.

## **7.- IFEMA FACILITARÁ AL ADJUDICATARIO PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO**

- El espacio para la celebración del evento: Auditorio de IFEMA PALACIO MUNICIPAL. Allí podrá instalar el equipamiento necesario (equipos y material técnico, escenográfico, audiovisual, etc.) previamente autorizados por la Dirección Técnica de IFEMA para la realización del evento.
- Documentación técnica, normativas generales, planos, rigging y todos los requerimientos técnicos que sean necesarios para el desarrollo de la producción del evento, adicionales a los que se facilitan junto al presente pliego.
- Se concertará con el adjudicatario una visita técnica al Auditorio de IFEMA Palacio Municipal para que realice las consultas oportunas que le permitan ajustar la propuesta de diseño técnico que deberá ser aprobada por IFEMA (Dirección Técnica, Dirección de Seguridad, etc.).
- Personal de seguridad asignado por IFEMA en el Palacio Municipal
- Espacio y tiempo para los ensayos artísticos y técnicos. Si el escenario de IFEMA Palacio Municipal no tuviera disponibilidad para dichos ensayos, IFEMA proporcionará un espacio alternativo en las instalaciones de Feria de Madrid para los mismos hasta los días de montaje.
- Aparcamiento gratuito para los invitados y el equipo involucrado en la producción y desarrollo del evento.
- Obsequio con objetos de merchandising de la nueva marca para entrega por las azafatas en la despedida.
- Azafatas que se ocuparán de la recepción de invitados: control de acceso y acomodación, así como entrega de obsequio en la despedida del evento.
- Servicio de catering en el caso que IFEMA así lo decidiera.
- Trabajos en horarios nocturnos, si se precisan, en los días anteriores a la fecha del evento.
- Los gastos de consumo eléctrico durante el evento y en pruebas y ensayos en días precedentes correrán por cuenta de IFEMA.

- Presentación de la nueva marca, los valores, videos, etc. con el fin de trasladar la articulación de la nueva marca, su personalidad, rasgos de identidad y mensajes y universo visual al diseño del evento.
- Información de la nueva marca diseñada por la agencia BRANDFOR (manuales de marca, tipografías, paleta de color, ilustraciones, imágenes, cierres audiovisuales, música original en diferentes versiones, etc.).
- Video de imagen de marca
- Video de posicionamiento de la nueva marca

La agencia PUBLICIS ha desarrollado la campaña publicitaria del lanzamiento de la marca y está preparada para su difusión a partir del día siguiente a la celebración presencial del evento espectáculo. Los originales de la campaña serán compartidos con el adjudicatario para que pueda integrarlos, si procede, como parte de los contenidos audiovisuales a proyectar durante el evento.

El evento en su conjunto es un integrador de la comunicación de la nueva marca. Debe tener una concepción de 360°. Todos los diseños, mensajes, etc. que pudieran ser de interés para la producción del evento, se facilitarán al adjudicatario por parte del equipo del área de Marca de la Dirección de Marketing y Estrategia Digital de IFEMA.

Se acompaña como documento al presente pliego el Manual de Reproducción de la Marca Actual de IFEMA con diferentes formatos de archivos del logotipo en sus versiones vertical y horizontal.

## **DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR**

El ofertante aportará cualquier material que ayude al equipo de IFEMA a visualizar la puesta en escena y el desarrollo de la propuesta presentada. Podrá acompañarse de bocetos, ilustraciones, fotografías, ejemplos de video, música, clips, etc. para representar las características técnicas y artísticas sugeridas y dar muestra del alcance de ésta.

En base al briefing y consideraciones del pliego de Prescripciones Técnicas, el ofertante deberá presentar como Documentación técnica de la oferta:

### **Dossier de Presentación del evento espectáculo, debiendo contener, al menos:**

--Descripción de las tareas creativas

- Propuesta del diseño del evento espectáculo, con la descripción del mismo y bocetos, ilustraciones, fotografías, videos, etc. que permitan trasladar de forma comprensible la idea creativa que se presenta.
- Concepto que lo articula y el hilo argumental.
- Boceto de la propuesta del escenario y ambientación escenográfica
- Propuesta de efectos a utilizar: luz / sonido / otros (humo, confeti, CO2, etc.)

- Propuesta del diseño creativo de la acción de animación: bienvenida / durante el evento / despedida, a desarrollar por el equipo de animación y líneas descriptivas o abocetadas de su vestuario.
- Líneas del diseño de iluminación
- Propuesta de contenidos audiovisuales a desarrollar

--Descripción de las propuestas artísticas

- Propuesta de actuaciones artísticas en el espacio de tiempo dedicado al espectáculo.
- Propuesta de presentadores del evento, con posible viabilidad.
- Propuesta de escaleta incluyendo las actuaciones y contemplando las intervenciones y el contenido corporativo e institucional indicado por IFEMA. Descripción de la dinámica de integración del momento “estrella” de la presentación de la nueva marca.

--Descripción del equipamiento técnico

- Relación de los equipos de iluminación
- Relación de los equipos de sonido
- Relación del equipamiento audiovisual

**EQUIPO DE TRABAJO:**

- Equipo de trabajo que estará implicado en la ejecución del servicio y las tareas que desarrollarán
- Experiencia profesional del equipo de trabajo
  - Se requiere al menos CV profesional y experiencia mínima de 5 años en tareas similares del equipo que ocupe las funciones de Dirección en todas las áreas que intervengan en el evento:
    - Dirección del evento
    - Dirección de producción
    - Dirección artística
    - Dirección de realización/regiduría
    - Dirección de arte

**CALENDARIO DE TRABAJO:**

- Propuesta de calendario óptico en línea de tiempo, con retrotiming desde el intervalo de días previstos para la celebración del evento (9 a 12 de marzo de 2021), detallando los tiempos de ejecución del servicio y los tiempos asignados a cada fase.

- Definir en el calendario propuesto, el orden de prioridades entre las tareas que integran cada fase, así como las tareas que se concentran en el mismo periodo de tiempo para reducir el plazo de producción.
- Definir en el calendario los hitos en los que deba intervenir IFEMA para aprobación y/o para facilitar la coordinación y logística del desarrollo de la producción del evento.