

# **Promoció d'artistes i companyies a FiraTàrrega**

Actualització 01/04/19

## **INTRODUCCIÓ**

La participació a FiraTàrrega és una finestra d'oportunitat per a la promoció de les companyies. En primer terme perquè és un festival amb una gran repercussió mediàtica, amb una afluència de públics molt diversos i amb una presència molt destacada a les xarxes socials. D'altra banda perquè és un dels mercats de referència de les arts escèniques. En cada edició s'hi acrediten una mitjana de 800 professionals de més de 400 organitzacions d'una vintena de països.

Pel seu públic i pel seu perfil, la Fira és una plataforma d'excepció per als projectes artístics seleccionats a la programació, en termes de promoció, d'imatge i, sobretot, de mercat, perquè s'hi poden fer nous contactes de cara a la difusió, venda i impuls nacional i internacional de l'espectacle i de la companyia.

Aquest document sintetitza els recursos de què disposeu les companyies per a l'aprofitament màxim d'aquest espai de promoció. Us recomanem una lectura atenta i l'aprofitament de totes les eines que FiraTàrrega posa a la vostra disposició.

## A. PROMOCIÓ ENTRE ELS PROGRAMADORS

La participació a FiraTàrrega suposa un seguit d'oportunitats de promoció que les companyies i els artistes inclosos a la programació heu de saber aprofitar. Un dels objectius principals de la vostra participació hauria de ser contactar amb el màxim de professionals possible. Per fer-ho, cal que us plantegeu amb antelació una estratègia de promoció i venda i tenir clar quins resultats voleu aconseguir. És imprescindible fer una anàlisi acurada de les estratègies de màrqueting i comunicació més apropiades per al vostre espectacle en el context de la Fira i planificar les accions que podeu dur a terme.

### Abans de la Fira

1. Planificació. Definir l'estratègia, els objectius de la participació a la Fira, els mercats que són interessants per al vostre espectacle, els elements de difusió que us poden ser d'utilitat, el pressupost...
2. Material de promoció. Us recomanem editar material senzill, clar i fàcil de transportar. És molt convenient tenir un bon dossier en versió digital (PDF, issuu) en tants idiomes com mercats als quals us vulgueu adreçar. També és bo preparar presentacions d'imatges o extractes. Per als dies de Fira us recomanem portar materials de promoció física (*flyer*, postal...) on pugueu escriure coses i donar-les personalment als professionals i venir amb un PC portàtil o tauleta per presentar el material, les imatges i els vídeos. Si disposeu de pressupost, podeu produir algun material extra de promoció (samarretes o *gadgets*). Com més original i ajustat al to de l'espectacle millor.
3. Segmentació. És molt important saber a quin tipus de programador li pot interessar el vostre espectacle i seleccionar els programadors amb qui voleu contactar. Al llarg de l'estiu, la Fira posa a disposició de les companyies que participeu llistats<sup>1</sup> provisionals dels professionals que van confirmant la seva assistència. La llista definitiva es publica just abans de l'inici i a final de la Fira s'actualitza amb els professionals inscrits durant l'esdeveniment.

<sup>1</sup> La Fira no publica llistes en formats oberts (word, excel...) en compliment estricte de la normativa de Protecció de Dades i per evitar la temptació de trameses d'informació massives. Us recomanem que eviteu aquest tipus d'accions que poden ser considerades *spam* i acaben sent contraproduents per a la vostra promoció. Trebal·leu bé els perfils del vostre destinatari i feu missatges personalitzats i molt ben segmentats. Ref: [Llei orgànica 3/2018, de 5 de de desembre, de Protecció de dades personals i garantia dels drets digitals](#)

Si el vostre espectacle està programat en un espai de pagament, també disposareu, uns dies abans de l'inici, del llistat de les entitats que han demanat invitacions anticipades per al vostre espectacle, com us expliquem més endavant.

4. Primer contacte. Una part molt útil de l'estratègia de promoció prèvia a la Fira consisteix a posar-vos en contacte amb els professionals susceptibles de programar el vostre espectacle, enviar-los documentació i convidar-los a assistir a les representacions. L'Àrea Professional ([pro@firatarrega.com](mailto:pro@firatarrega.com)) és a la disposició de les companyies programades per oferir-vos assessorament en la vostra relació amb els professionals acreditats.

5. Interlocució. Considerem imprescindible que la companyia compti amb una persona dedicada a la distribució. Ha de ser el nexa entre la companyia i els programadors abans, durant i després de la Fira. Ha de conèixer la companyia i l'espectacle, així com l'estratègia de promoció establerta. A partir del mes de juliol, ha de fer la campanya de promoció entre els professionals. Un cop a Tàrrrega, aquesta persona haurà d'estar localitzable per tal d'atendre els professionals interessats en el vostre treball. És molt recomanable que domini el català, el castellà i, si esteu interessats en el mercat internacional, que tingui un bon coneixement de l'anglès i/o de les llengües dels mercats als quals voleu accedir. Mitjançant la WebApp Pro de la Fira, els professionals acreditats tenen accés a la relació alfabètica de companyies participants a la programació oficial on s'inclou el nom i el telèfon mòbil d'aquesta persona de contacte de la companyia durant la Fira.

5. Agenda de trobades. Malgrat que la intensitat de l'esdeveniment fa que molts programadors no puguin preveure la seva agenda amb molta anticipació, és bo que intenteu concertar el màxim de reunions i trobades. L'espai professional «La Llotja» és el lloc idoni per a fer aquestes trobades. Si teniu estand, us proposem que sigui el vostre punt de trobada. Si no, La Llotja disposa d'un *corner* de trobades.

### **Durant la Fira**

1. Acreditació i documentació. En arribar a Tàrrrega, els artistes que participeu a la programació heu d'anar a l'Oficina de Recepció de Companyies on us acreditarem i us donarem la informació logística sobre la vostra estada.

2. Presència a La Llotja. Tant si teniu un estand com si no, tingueu present que La Llotja és el lloc on es troben els professionals i que la vostra presència en aquest espai us pot resultar molt profitosa. Hi trobareu

- Estands de productores, institucions, companyies i altres entitats.
- Espai de presentacions
- Espais de reunions
- L'Oficina d'Atenció als Professionals
- El Servei de Premsa
- Estand d'informació per a professionals i Taquilles Pro.
- Bar-Cafeteria

3. Presència al Club Pro. Un altre punt de trobada és el Club Pro, un espai exclusiu per a companyies, programadors, convidats i premsa acreditada on es pot prendre copes, sopar i fins i tot ballar. És un espai per a contactar amb els professionals de manera informal i relaxada.

### **Després de la Fira**

1. Seguiment. La tercera fase del procés consistirà en el seguiment dels contactes i de les gestions realitzades durant la Fira. Aquesta fase és tan important com les anteriors i us recomanem fer-la en els 20 dies posteriors. Contacteu amb tots els professionals amb qui hàgiu parlat durant la Fira i sondegeu l'interès real que tenen pel vostre espectacle.

2. Resultats. Tingueu en consideració que els resultats de participació en un mercat no són immediats. Alguns s'obtenen durant l'esdeveniment, altres a curt o mitjà termini i altres es poden concretar fins a 2 anys després. El vostre seguiment actiu dels contactes fets és imprescindible perquè hi hagi bons resultats. Després de la Fira l'Àrea de Professionals segueix a la vostra disposició a [pro@firatarrega.com](mailto:pro@firatarrega.com).

## **B. PROMOCIÓ EN L'ÀMBIT DE LA PREMSA I LES XARXES SOCIALS**

### **B1. ÀMBIT DE LA PREMSA**

1. Servei de Premsa de la Fira. El Servei de Premsa de FiraTàrrega ([premsa@firatarrega.com](mailto:premsa@firatarrega.com)) treballa per aconseguir la màxima difusió de tots els espectacles programats. En aquest sentit, és molt convenient que les companyies seleccionades hi col·laboreu activament, facilitant tota la informació textual o gràfica que us sigui requerida dins els terminis estipulats.

2. Material de difusió de la companyia. Si esteu ultimant material de promoció del vostre espectacle, el podeu enviar al Servei de Premsa en formats digitals. És molt important facilitar bones imatges fotogràfiques, ben contrastades i amb una resolució òptima si es disposen en format digital (mínim 300 píxels per polzada i 18 x 15 cm en disposició horitzontal). També és molt important enviar vídeos, tràilers o clips de promoció dels vostres espectacles, en format mp4, mov o altres. Si el material té un pes excessiu, podeu enviar un link de descàrrega (tipus WeTransfer). Sovint la publicació d'un reportatge és més fàcil si es disposa de material gràfic atractiu. Us recomanem que poseu nom als arxius de foto i vídeo amb la referència de l'companyia, espectacle i *copyright* que hauria de constar de l'autoria de les imatges (exemple: Companyia\_Espectacle©NomDeLAutor.jpg).

3. Estratègia pròpia. La Fira no pot garantir que els mitjans publiquin informació (gràfica i/o textual) de totes les companyies. Per això és convenient que les mateixes companyies integreu la vostra presència a FiraTàrrega dins l'estratègia global de difusió i comunicació de l'espectacle, en especial si es tracta d'una estrena. En aquest sentit, serà una bona idea que convidem els periodistes que considereu estratègics a presenciar l'espectacle en el marc de la Fira.

4. Treballar amb temps. Hauríeu de contactar els mitjans amb temps per anunciar-los la vostra presència a FiraTàrrega i intentar que durant els mesos d'estiu publiquin alguna informació, nota o entrevista referent al vostre espectacle o a la vostra participació al certamen. Us podeu oferir per tal de proveir la informació que pugui ser d'utilitat als periodistes i als crítics i heu de tenir provisió de fotografies, vídeos, dossiers, etc. És recomanable que tingueu present el nostre Servei de Premsa per coordinar esforços.

5. Premsa comarcal. No heu d'oblidar la premsa comarcal. Els diaris comarcals i les ràdios locals són molt sensibles a la presència d'una companyia de la seva demarcació d'origen a FiraTàrrega i poden proporcionar bons reportatges. En el cas de la premsa territorial de Lleida, pot ajudar molt a generar expectativa de

públic i a vendre entrades, ja que una part important de l'audiència és d'aquesta procedència.

## **B2. XARXES SOCIALS**

1. Xarxes oficials de FiraTàrrega. FiraTàrrega té un bon nombre de seguidors en els seus perfils socials oficials. A partir de la presentació de la programació al mes de juny, fem difusió dels continguts artístics també a través de Facebook, Twitter i Instagram, esmentant els perfils de xarxes de les companyies. Si teniu una presència activa a les xarxes, podem fer efecte multiplicador si referencieu els nostres perfils @firatarrega i etiquetes #FiraTàrrega, #FiraTàrregaPro i #FiraTàrrega2019.

2. Xarxes socials de la companyia. No menystingueu el gran potencial de les xarxes socials per a la difusió del vostre projecte (tant al públic generalista com als professionals), sobretot si les utilitzeu de forma solidària i no invasiva. Si no el teniu, creeu un perfil en aquelles xarxes que cregueu més adients al vostre projecte i al vostre *target*. Si treballeu amb espectacles molt visuals, no oblideu Instagram, Youtube, Vimeo o fins i tot Pinterest. Feu-vos seguidors de projectes artístics afins al vostre, de festivals que trobeu interessants, d'institucions i entitats del vostre àmbit, de persones que tinguin un criteri que trobeu interessant. Compartiu continguts d'altres perfils i doneu-los suport, fins i tot de companyies que operen al vostre espai de mercat. Sigueu generosos i dialogueu amb tothom. Aproveiteu totes les oportunitats —fins i tot les aparentment adverses— per a explicar-vos de forma amable i amena. Dialogueu amb els vostres seguidors i doneu resposta sempre a les seves interpellacions.

### **Abans de la Fira**

1. Enllaceu i comuniqueu. Enllaceu les vostres xarxes socials amb les de la Fira i comuniqueu la presència de la companyia a FiraTàrrega, amb les etiquetes genèriques i professionals.

2. Genereu expectativa. Mostreu imatges relacionades amb el procés de producció o assajos finals del vostre espectacle. Realitzeu accions que enganxin els vostres seguidors. Per exemple, un compte enrere dels dies que falten per estrenar... Enllaceu sempre amb les xarxes de la Fira.

### **Durant la Fira**

1. Enregistreu l'experiència. Aproveu la primera representació a la Fira per gravar i publicar minivídeos amb aquelles parts de l'espectacle que comuniquin amb més exactitud la vostra proposta artística, pensant en el públic i també en els programadors. Incloeu en la narració la reacció o experiència del públic. Tingueu present que una part del públic funciona per impulsos d'última hora per prendre la decisió d'assistir a un espectacle.

### **Després de la Fira**

1. Agraïment. Agraïu al públic i als programadors la seva presència a l'espectacle. Expliqueu alguna anècdota divertida.
2. Fair Play. Parleu de propostes interessants d'altres companyies o d'experiències professionals compartides que hàgiu viscut a Tàrraga.
3. Continuïtat. Utilitzeu el material inèdit generat en la presència a la Fira per seguir comunicant diferents aspectes de la proposta artística. Si és el cas, anuncieu gires o actuacions tancades a Tàrraga. Comuniqueu properes actuacions pensant en el públic finalista però també en els professionals susceptibles de tenir interès en la vostra proposta i que no hàgiu pogut contactar a Tàrraga.



## **C. SUPORTS DE DIFUSIÓ OFICIALS**

1. Suports propis. L'Àrea de Comunicació de la Fira té cura de l'edició del programa oficial, els dossiers i notes de premsa i dels continguts del web oficial ([www.firatarrega.com](http://www.firatarrega.com)).
2. Redacció de la informació sobre els espectacles. Els textos explicatius dels espectacles que apareixen en els suports oficials són redactats per l'Àrea de Comunicació a partir dels dossiers informatius que proporcioneu les companyies i d'acord amb un criteri estratègic i d'estil unificat. Abans de donar-los per definitius us els farem arribar perquè els valideu.

## **D. COM ES GESTIONEN ELS AFORAMENTS DE PAGAMENT DE FIRATÀRREGA**

1. Aforament disponible. Els aforaments dels espais de pagament de FiraTàrrega tenen aquesta distribució inicial:

1.1 Entrades per a la companyia. Del total de localitats de cada un dels espais de pagament hi ha un primer bloc que va destinat a la companyia (quantitat condicionada a l'aforament i especificada per contracte). Amb aquestes entrades les companyies podeu convidar programadors o periodistes que no hagin demanat invitacions prèviament o aquelles persones (empreses, amistats...) a les quals la Fira no pot proveir invitacions.

1.2 Entrades per a professionals. De les entrades restants, el 50% de l'aforament es destina a cobrir les demandes que els professionals acreditats (programadors, premsa, institucions) sol·liciten a través del Formulari d'Entrades Professionals o bé a accions promocionals dirigides al públic (via mitjans de comunicació, associacions d'espectadors, sortejos en xarxes socials, patrocinadors i mecenes...)

1.3 Entrades a la venda. El 50% d'aforament restant el posem a la venda per al públic general. Quan la demanda dels espectadors supera aquesta previsió inicial es deriven a la venda de forma progressiva les invitacions professionals que hi hagi disponibles.

2. Professionals acreditats. Les entitats professionals que s'acrediten tenen accés a un nombre limitat d'entrades pensat perquè una persona de l'entitat pugui veure l'espectacle. El període de petició s'inicia la darrera setmana de juliol i acaba 4 dies abans de la Fira. Totes les entitats acreditades reben un email amb la informació i diferents recordatoris. L'objectiu de Fira és que el màxim d'entitats acreditades demanin les seves entrades amb antelació.

3. Limitació d'entrades professionals. El nombre d'entrades professionals és limitat i, en la mesura que sigui possible, ha de garantir que els professionals acreditats dins els terminis establerts tinguin accés als espectacles de pagament programats. L'Àrea Professional té una persona treballant exclusivament perquè els professionals tinguin accés a allò que els interessa veure.

4. Gestió de les entrades de la companyia. Quan s'exhaureixen les entrades professionals d'un espectacle, l'Àrea Professional facilita el nom de la persona de la companyia encarregada de la distribució, perquè us contactin per demanar-vos una entrada. Vosaltres teniu la potestat d'assignar les vostres invitacions a aquells professionals que considereu més interessants per al vostre projecte.

5. Llistat d'entitats que han demanat entrada. La mateixa setmana de la Fira, rebreu un llistat amb les entitats professionals que han demanat entrada per al vostre espectacle. En aquest llistat no s'especifica el passi exacte al qual assistirà, ja que el nostre sistema no ho permet. Però allò realment important és saber quines entitats estan interessades en la vostra proposta artística.

6. Seients lliures. FiraTàrrega preveu que els seients que queden lliures just en el moment de començar una representació els puguin ocupar professionals acreditats que s'han quedat sense entrada, per tal que no quedin cadires buides i programadors sense opció de veure l'obra. La companyia és qui decideix qui ocupa aquests seients. Us recomanem que obriu una llista d'espera i que citeu aquests programadors a l'hora del passi a l'espai d'actuació, advertint-los que només podran entrar si hi ha seients disponibles. Si aquest és el cas, just abans de tancar portes, el regidor de l'espai deixarà que els programadors de la vostra llista d'espera ocupin aquests espais, fins a completar l'aforament. Recordeu de tenir la persona de distribució a la porta de l'espai d'actuació abans de cada passi per fer una bona gestió d'aquestes localitats i per fer d'enllaç amb l'organització. Una bona selecció i tracte al programador, en aquesta situació, és clau i molt rendible. Tingueu en compte que el regidor de l'espai tindrà sempre l'última paraula per dur a terme aquesta operació.

## **E. PROSPECCIÓ I AVALUACIÓ DE RESULTATS PER PART DE FIRATÀRREGA**

1- Enquestes de contractació. Anualment, FiraTàrrega fa prospeccions (mitjançant una consultoria externa) per saber quin és el volum de contractació que es desprèn de l'activitat realitzada per companyies i professionals en el marc de l'esdeveniment. Aquesta informació ens ajuda a avaluar l'impacte real de la Fira en els processos de compravenda d'espectacles i a modificar o validar les estratègies de l'organització, al temps que proporciona una informació valuosíssima que ens permet incidir en les polítiques de les institucions implicades sectorialment.

2- Seguiment de fins a tres anys. Atès que els resultats de la participació en una Fira es poden projectar en el temps, la Fira fa un seguiment de l'impacte immediat (el mateix any) i també de l'impacte a curt termini (fins a dos anys després) de la participació a la Fira.

3. Col·laboració de la companyia. És fonamental que les companyies que heu participat a FiraTàrrega col·laboreu amb aquest procés d'avaluació i seguiment i atengueu i respongueu les enquestes de la nostra consultora. FiraTàrrega garanteix la confidencialitat de les informacions proporcionades, que seran tractades genèricament i anònimament i respectant, com no pot ser d'una altra manera, la normativa vigent de protecció de dades.

4. Difusió. FiraTàrrega farà difusió pública dels resultats obtinguts de les enquestes de contractació, mitjançant un document de resum executiu, sempre en termes genèrics i amb xifres de conjunt i pensant especialment en la projecció i la rellevància sectorial d'aquesta informació.

## **F. SERVEIS DE FIRATÀRREGA QUE HEU DE CONÈIXER**

1. Oficina de Recepció de Companyies. Punt de referència a la ciutat per a les companyies quan arriben a Tàrrrega. Us proporcionem les acreditacions i tota la informació necessària per a la vostra estada a FiraTàrrrega. Ubicada al C/ de Guissona s/n, Edifici de Ràdio Tàrrrega.
2. La Llotja. Epicentre de l'activitat professional de FiraTàrrrega. És la zona d'estands i presentacions professionals i on hi ha els principals serveis professionals (Oficina d'Atenció a Professionals, Servei de Premsa, Taquilles Professionals i Estand d'Informació Pro. Ubicada al Pavelló Firal del C/ de La Plana, s/n. Horari: de dijous a diumenge de 10:00 a 19:00 h.
3. Auditori Pro i Jardí Pro. Espais on tenen lloc els debats, les conferències professionals i les presentacions a l'aire lliure. Ubicats just al davant de La Llotja, al C/ de La Granja, s/n.
4. Club Pro. Espai de trobada informal amb servei de bar per als professionals i artistes acreditats. Ubicat a la plaça de les Nacions. Horari: dijous a partir de les 23:30 h; de divendres a diumenge a partir de les 20:00 h.
5. Servei de Premsa. Espai de referència i informació per als periodistes acreditats. Inclou una Sala de Premsa amb ordinadors i wifi. Ubicat al pavelló de La Llotja.
6. Informació al Públic i Taquilles Espectadors. Servei d'informació i venda d'entrades per als espectadors. Ubicat a la plaça de les Nacions.
7. Seu administrativa de FiraTàrrrega. Tancada durant els dies de la Fira. Ubicada a la Pl. de St. Antoni, 1.

### **Mapa complet de serveis i espais d'actuació**

<https://www.firatarrega.cat/fira/info-practica/#espais>

## **G. PERSONES DE CONTACTE A LA FIRA**

Direcció Executiva: Lau Delgado Vilanova - [direccio@firatarrega.com](mailto:direccio@firatarrega.com)

Direcció artística: Anna Giribet Argilès - [art@firatarrega.com](mailto:art@firatarrega.com)

Àrea Artística: Maria Capell Pera - [cies@firatarrega.com](mailto:cies@firatarrega.com)

Àrea Professional: Mike Ribalta - [pro@firatarrega.com](mailto:pro@firatarrega.com)

Servei de Premsa: [premsa@firatarrega.com](mailto:premsa@firatarrega.com)

Àrea de Comunicació: Eduard Ribera - [comunicacio@firatarrega.com](mailto:comunicacio@firatarrega.com)

Administració: Cristina Pons - [admin@firatarrega.com](mailto:admin@firatarrega.com)

Esperem que aquestes indicacions us ajudin a comprendre quins són els mecanismes de promoció que més s'ajusten a la dinàmica de la Fira. Així i tot, sentiu-vos lliures d'aplicar els vostres propis criteris, respectant la mecànica organitzativa i no dubteu a consultar-nos els vostres dubtes. La nostra missió és treballar perquè la vostra participació a Fira sigui al màxim de còmoda i productiva. Desitgem que tingueu molts èxits.

**Moltes gràcies per la vostra col·laboració.**