

PROGRAMA DE DESCOBRIMENT DEL TALENT JOVE
FESTIVAL SITGES NEXT I NIVELL 10 D'INICIATIVES ECONÒMIQUES
DE L'AJUNTAMENT DE SITGES

BRÍFING:
CAMPANYA INSTITUCIONAL
CIVISME DE SITGES

1. INTRODUCCIÓ:

- Des de l'Ajuntament de Sitges s'aposta per fomentar el civisme en totes les seves vessants. Una vila és una comunitat de persones interrelacionades on els actes d'uns tenen impacte en la vida dels altres, tant en un sentit positiu com negatiu. Volem que la ciutadania s'impliqui en aquest sentit comunitari: amb els seus veïns i amb el seu entorn.
- Volem que la ciutadania es faci seva la idea d'un Sitges net, segur i amable, un Sitges on la gent és protagonista i on, amb la implicació de tots puguem gaudir del Sitges que volem.
- Un moment de crisi econòmica, és un moment de noves oportunitats i per tant és l'hora de buscar noves fórmules per seguir avançant i donar a conèixer aquesta aposta com a tret diferencial i com a valor afegit.
- Una de les cares d'aquest civisme està relacionat amb la pandèmia. Cal que tots siguem cívics, respectuosos, seguir amb les normes establertes amb motiu de la pandèmia. Perquè només així, serem capaços d'aturar la cadena de transmissió. L'esperit de la ciutadania en moments complicats com el del confinament, ens ha d'ensenyar i l'hem de poder aplicar en el nostre dia a dia.

2. ASPECTES GENERALS:

- Volem potenciar un Sitges comunitari en tots els sentits. Amb els propis veïns però també amb l'entorn, com la neteja, ajudar a qui més ho necessita...
- Sitges es caracteritza entre altres aspectes pel seu tarannà. Obert, cosmopolita i innovador. On hi conviuen diversitat de nacionalitats.
- El municipi està acreditat amb la certificació Biosphere Destination des del 2006 que el reconeix com a destinació de turisme sostenible i saludable.
- Sitges compta amb un nou contracte de recollida de neteja i de residus de prop de 7 milions d'euros, 3 més que l'anterior contracte.

- Per aconseguir la imatge de Sitges que tots volem, necessitem de la col·laboració ciutadana

3. DESCRIPCIÓ:

- El civisme pot ser l'eix vertebrador d'una manera de fer i de ser, i que des de l'Ajuntament volem potenciar. Treure a la llum aquella persona bona que tothom té dins.
- Pel que fa a la neteja, per exemple, l'Ajuntament ha incorporat millores com són:
 - **Millores del servei de neteja (dies de servei, les zones, etc.)**
 - **Millores del servei de recollida**
 - Parc de vehicles i contenidors totalment renovat
 - Totes les ubicacions disposen de contenidors de les 5 fraccions
 - **Millores en educació ambiental i control del servei**
 - Increment personal

4. ESTIL DE LA COMUNICACIÓ:

- Estil de comunicació:
 - Ha de ser molt concret a on es reflecteixin els missatges d'una manera clara i entenedora.
 - Haurà de tenir una imatge innovadora, fresca, seductora i que entusiasmi a la ciutadania.
 - Ha de ser una comunicació suau, evitant culpabilitzar a ninguna persona. Però sí, hem de remoure consciències.
 - Ha de seguir l'estètica de la identitat corporativa de la marca recentment creada Fem Sitges Net / Fem Sitges Verd del nou contracte de neteja. Sense que sigui exactament la mateixa imatge. Però sí que es vegi que se segueix una mateixa línia.

5. CONDICIONANTS:

- Moments d'utilització:
 - Valorar la idoneïtat de celebrar un acte oficial per presentar la campanya a prescriptors
 - Roda de premsa de presentació de la campanya
 - Presentacions a grups reduïts
 - Altres condicionants
 - Idiomes: 3 versions, català, castellà i anglès.
 - Crèdits: Ajuntament de Sitges

6. PÚBLICS:

- Públics:
 - Sitges. Població en general, grups polítics municipals i líders d'opinió.
 - Sectors econòmics: sector turístic, comercial, associació de platges, sector de la restauració i teixit empresarial de Sitges.
 - Sector esportiu
 - Sector cultural
 - Associacions i entitats
 - Mitjans de comunicació.

7. IDEES FORÇA:

- Punts forts de Sitges:
 - Ubicació geogràfica de Sitges: Mediterrani, connexions aeroportuàries, proximitat a una gran ciutat, etc.
 - La seva relació històrica amb l'art.
 - No estem sols. Entre tots, conjuntament, tindrem un Sitges millor. Amb beneficis per Sitges.

8. INSCRIPCIÓ:

- La participació és gratuïta.
- L'únic requeriment és registrar-se al lloc web del Festival Sitges Next, secció Talent Jove, emplenar correctament tots els camps, seguir les instruccions i acceptar les condicions de participació. (Veure les bases de participació)
- Tots els inscrits rebran, de forma també gratuïta una formació virtual per part de professionals de reconegut prestigi d'assistència obligatòria.
- Cal llegir i acceptar les bases legals publicades en annex adjunt.
- Els participants cedeixen els drets del seu treball a l'Ajuntament de Sitges, com organitzador del concurs.
- Tots els inscrits hauran de seleccionar i participar en el Programa de desenvolupament de Talent Jove en una de les categories que a

continuació és detallen.

9. FORMACIÓ:

Formació gratuïta desenvolupada per reconeguts professionals del món de la comunicació publicitària.

Les classes seran virtuals i l'assistència serà obligatòria.

Més endavant s'informarà dels horaris definitius de les classes, així com dels professors.

Es donaran cinc classes, una per cadascuna de les categories de participació en aquest programa i cada classe serà de 90 minuts de duració, més un temps afegit per a preguntes i respostes. Cada professor atindrà possibles dubtes i qüestions relatives als temes impartits.

Els professors formaran part del jurat el qual decidirà els guanyadors de cada categoria, juntament amb membres representants de l'Ajuntament de Sitges i de l'Associació Festival Sitges Next.

10. CATEGORIES:

- Estratègia/Marca
- Creativitat
- Digital
- Vídeo
- Relacions Públiques

11. QUÈ HAN DE FER ELS PARTICIPANTS DE CADA CATEGORIA:

Categoria Estratègia/Marca:

- Estratègia:
 - descripció d'una proposta estratègica d'un producte o servei que respongui al brífing i d'una llargada no superior a 200 paraules.

Categoria Disseny:

- Disseny d'un logotip i d'una identitat de marca aplicada en un cartell que reflecteixi un concepte de campanya a través de la imatge, el titular i els textos que doni resposta al brífing.

Categoria Digital:

- Disseny d'una campanya pensada pels mitjans digitals on quedi reflectida un concepte de campanya i expressada en la creativitat en banners (3 formats: quadrat, vertical i horitzontal de mides estandarditzades i un pes no superior a 100Kb)
- Aquesta mateixa campanya s'ha d'aplicar a les plataformes: Facebook, Twitter i Instagram. Format a elecció del participant.

Categoria vídeo:

- Disseny d'un concepte de comunicació que doni resposta al brífling rebut expressat en un format de vídeo filmat i editat i d'una durada de 60 segons.

Categoria Relacions Públiques:

- Definició d'una estratègia de relacions públiques que doni resposta al brífling de la campanya. També cal presentar una nota de premsa que anunciï la voluntat de l'Ajuntament en l'inici d'aquesta campanya.

12. RECONeixEMENTS:

Cada participant inscrit rebrà:

- Formació gratuïta
- Accés gratuït a totes les ponències del Festival de les edicions 2020 i 2021
- Els guanyadors gaudiran d'un reconeixement del Festival Sitges Next i de l'Ajuntament de Sitges
- Els guanyadors tindran un espai per a presentar el seu projecte en el Festival Sitges Next 2021.
- Difusió dels guanyadors en els mitjans de comunicació del Festival i de l'Ajuntament
- Els guanyadors de cada categoria rebran un cap de setmana pagat en un hotel de Sitges.

13. CALENDARI:

- 29/11: data límit per a fer la inscripció
- 30/11 al 04/12: Classes de formació dels participants
- 07/12 al 13/12: període per al desenvolupament de les propostes dels participants.
- 13/12 (23:55) data límit per pujar les propostes de cada participant al lloc web.
- 14-15/12: el jurat decideix els guanyadors de cada categoria.
- 16/12: s'informa als guanyadors i s'inicia la difusió dels premis i dels guanyadors en els mitjans de comunicació del Festival i de l'Ajuntament de Sitges.
- 21/12: lliurament dels reconeixements i premis als guanyadors.