



Pla de comunicació 2024

Festival Musik N Viu

GRAJOVE

Plaça de l'Església, 8,
08401 Granollers, Barcelona

ÍNDEX

1. Introducció i Objectius
2. Audiència del festival
3. Missatge i posicionament
4. Estratègies de comunicació
5. Actes relatives a la comunicació
6. Calendari d'aplicacions de disseny
7. Avaluació i mètriques

1. Introducció i Objectius

Musik N Viu és el festival de música en directe a l'aire lliure de l'estiu. El certamen va néixer l'any 2005 fruit de la demanda de diverses entitats i grups de joves de disposar d'espais d'oci nocturn a la ciutat, així com de la necessitat de crear una programació alternativa i de referència en el mapa musical de Catalunya.

L'objectiu principal del festival és oferir una alternativa d'oci nocturn a l'estiu. El festival aposta per la música en directe amb una programació atractiva en un espai adequat per a la celebració de concerts a l'exterior. El Musik N Viu és gestionat entre el Servei de Joventut de l'Ajuntament de Granollers i les entitats musicals de la ciutat.

Com a objectius secundaris tenim:

- Fomentar la diversitat musical i promoure el talent local, brindant una plataforma per a artistes emergents i consolidats.
- Enfortir el teixit cultural i comunitari de Granollers, involucrant entitats locals en la coorganització del festival i promovent-ne la participació activa.

La base que enriqueix aquest projecte és la implicació de les entitats granollerines com a coorganitzadores, de manera que no només en són les beneficiàries, sinó que també són responsables del bon funcionament del festival.

- Consolidar la identitat visual del festival a través d'una proposta gràfica coherent i atractiva, que en reflecteixi l'essència i els valors.

Aquest 2024 celebrem la 19^a edició del Festival el 28 i 29 de juny, on sempre, al Recinte Firal de Granollers, amb la participació de dues entitats de la ciutat: Diables de Granollers i One Drop (Associació Reggae de Granollers). Comptem amb la participació de Pisca, estudi de disseny gràfic que s'encarrega de la proposta gràfica d'aquesta edició, seguint la línia estètica de la identitat visual del festival dels últims darrers anys.

One Drop organitzarà els concerts el dia 28 de juny i Diables de Granollers el 29 de juny.

2. Audiència del festival

Musik N Viu atrau a una gran multitud de persones cada edició. Podem destacar les següents característiques, extretes de l'experiència vivencial dels treballadors del Musik N Viu d'anys anteriors.

El perfil demogràfic del públic del festival ve caracteritzat per joves i adults d'entre 18 i 40 anys, interessats en la música en viu nocturna a l'aire lliure i en activitats culturals, com és la música. Són residents de Granollers i rodalies, majoritàriament.

Són persones interessades en la música en directe de diferents gèneres, incloent-hi el rock, pop, reggae i altres estils alternatius.

Les persones joves, principalment de la generació Z i Alpha, és molt activa a les xarxes socials i les plataformes digitals. Busquen informació sobre esdeveniments culturals en línia, per tant, creiem important i imprescindible comunicar de manera eficient i amb suficient previsió per donar difusió del festival. Aquesta informació, però, no exclou la necessitat de generar suports comunicatius i publicitaris externs, com poden ser les pancartes, toberones o cartells, per complementar la tasca digital, i per donar una difusió total, de cara a altres perfils demogràfics d'audiència.

3. Missatge i posicionament

Pel festival Musik N Viu, el missatge i posicionament són fonamentals per comunicar el propòsit i diferenciar-se d'altres propostes culturals del mercat a la zona i rodalies.

El missatge que volem transmetre a la nostra audiència jove es basa en la creació de comunitat, la participació, la cultura local i la diversitat musical. Volem generar un vincle únic amb el públic, destacar la varietat de gèneres musicals representats al festival i crear una experiència immersiva per l'audiència. Generar un espai de comunitat i col·laboració, entre el públic, les entitats i l'Ajuntament, un esdeveniment que reflecteixi els valors de la comunitat i fomenti el sentiment de pertinença.

El nostre posicionament contempla:

1. Situar el festival Musik N Viu com un esdeveniment sòlid amb una història que s'actualitza any rere any, adaptant-se a les necessitats del públic.
2. Promoure un festival accessible, divers, amb compromís social i ambiental
3. Mantenir la nostra reputació com un festival on l'autenticitat i la qualitat musical és prioritat.

4. Estratègies de comunicació

A continuació es detallen les estratègies de comunicació plantejades per aquesta edició 2024. Per a més informació sobre les aplicacions gràfiques plantejades, anar al punt 6 del pla de comunicació.

a) Estratègies de comunicació digital:

I. Relatoria de xarxes socials:

L'estratègia de comunicació a xarxes socials comença la setmana del 20 de maig i continua durant el mes previ del festival, passant per la cobertura de les dues nits i la cloenda informativa que es basa en el resum del festival, dies després de la seva finalització. Per tant, podem enumerar les següents accions:

- Programació de continguts visuals i atractius i publicitat digital pagada:

Primera setmana: Desvetllem a xarxes que el festival es torna a celebrar aquesta edició. Publiquem un resum històric del festival com a introducció, desvetllem nits, ubicació, quines entitats organitzen i quins són els col·laboradors.

El dia 28 de maig es desvetlla el cartell del festival amb les entitats i els grups que els acompanyen. A partir d'aquesta data es publica a xarxes socials el cartell complet, tenint tot un mes per treballar la difusió a xarxes.

Prèviament a aquesta data es coordina un calendari de publicacions per pactar els dies que es desvetllen les aplicacions i creativitats per tal d'estar coordinats amb les entitats. Es fan publicacions conjuntes a Instagram per augmentar l'audiència, generar una difusió conjunta, de cara a arribar a un públic més gran. En aquest calendari s'especifica tot el que necessitem per l'organització (descripció de cada publicació, anotacions, imatges o aplicacions, etiquetats i hashtags).

Aquest any també es decideix apostar per la publicitat pagada, de cara a poder donar difusió al cartell final del Musik N Viu. Al calendari també s'especifica les dates on es farà publicitat, el pressupost assignat, per tal de monitorar el desenvolupament de l'anunci. La relatoria quedarà tancada la primera setmana de maig, de cara a poder comunicar i organitzar amb temps l'inici de la difusió, el 20 de maig. Es prioritzarà el

contingut en format vídeo o motion graphic, per tal de fer més visual la difusió.

- Interacció amb la comunitat:

Com cada any, es prioritza poder interactuar al màxim amb l'audiència a les xarxes socials, responent comentaris, generant preguntes i mencions, i fomentant la participació del públic a través d'enquestes interactives. Aquesta estratègia es podrà aplicar durant la primera setmana de la difusió, introduint la història del festival mitjançant preguntes directes a l'audiència. És una manera de fidelitzar el públic i també saber si coneixen el festival, o si tenen interès en aquesta programació. Mitjançant l'ús de les «històries» a Instagram o les retransmissions en viu, durant la cobertura del festival, compartim contingut efímer, però interessant de l'escena del festival, estratègia que ofereix al públic una experiència immersiva.

II. Comunicació a la pàgina web del festival

La pàgina web del festival s'actualitzarà amb les dades de l'edició d'aquest any, durant la primera setmana de difusió, que comença el 20 de maig. S'actualitzaran les dades bàsiques, que no comporten desvetllar el cartell, de cara al fet que la comunicació estigui sincronitzada amb les xarxes socials. Després de desvetllar el cartell el 28 de maig, s'actualitzarà completament la web amb les dades que faltaven, excepte el llibret del festival, que és on apareix la presentació i descripció dels grups. El llibret estarà penjat quan la part de relatoria de la community manager on es desvetllen els grups s'hagi completat.

b) Presència en mitjans locals:

Des del GRA enviarem notes de premsa al gabinet de comunicació de l'Ajuntament per tal d'oferir informació sobre el festival que pugui ser interessant comunicar des de mitjans locals (programació musical, artistes destacats, dates, horaris, etc.).

c) Estratègies de comunicació externa:

El dia 28 de maig tindrà lloc la roda de premsa de cultura a la Sala Francesc Tarafa, on també es presentarà la 19^a edició del Musik N Viu. Es desvetllarà el cartell del festival, amb les entitats i els grups que els acompanyen.

- **Suports comunicatius externs:** L'endemà, el 29 de maig es penjaran la pancarta horitzontal (zona de la Plaça Josep Maluquer i Salvador) i el toblero (a la Plaça de l'Església, davant del GRA).

- **Impressió cartell en format A3:** El dia 10 de maig està previst rebre l'aplicació gràfica del cartell definitiu. A partir d'aquesta data s'organitzarà la impressió de cartells en format A3 per enviar a diferents equipaments municipals de la ciutat. Es preveu imprimir unes 100 unitats, per tal de poder enviar unitats als equipaments, a les entitats que organitzen el festival i a Granollers Pedala, per tal d'enganxar cartells a la via pública per tota la ciutat.

5. Actes relatives a la comunicació

ACTA MUSIK N VIU – 6 DE MARÇ ESPECIAL COMUNICACIÓ

Assistents:

Referents de One Drop (Marc Adalid, Gemma)
Referents de Diables de Granollers (Miquel, Marta i Maria)
Toni, Marta i Anna
Irma i Sergio de PISCA, estudi de disseny

Ordre del dia:

- Informació de l'edició 2024
- Presentació nova referent de comunicació del GRANOLLERS
- Idees per la proposta gràfica de l'edició 2024 del Musik N Viu. Repàs d'aplicacions.
- Organització de dades clau

1. Informació de l'edició 2024

Aquest any 2024 participaran dos dels tres grups de l'edició passada: One Drop i Diables de Granollers. Seran dues nits, el 28 i 29 de juny.

2. Presentació nova referent de comunicació

Es presenta l'Anna Tena, que és la nova referent de Comunicació del GRA. Les entitats estaran en contacte amb ella per l'organització i gestió del disseny gràfic de les aplicacions. Es demana que s'enviïn els noms i telèfons dels referents de comunicació de cada entitat, ja que es farà un nou grup de WhatsApp. L'Anna enviarà la plantilla per la creació del dossier de grups/artistes que cal que les entitats facin arribar amb tota la informació.

3. Idees per la proposta gràfica de l'edició 2024 del Musik N Viu

Després de dos anys amb la mateixa línia gràfica, es decideix continuar apostant per aquesta, ja que anteriorment va agradar molt, i s'ha convertit en un punt diferencial del festival. És una línia gràfica actual i dinàmica, que després de dos anys, és fàcilment reconeixible com a identitat del festival. La Irma i en Sergio de PISCA ens presentaran proposta gràfica per aquesta edició, sense perdre la línia pactada, amb les aplicacions estètiques i animades.

Es parla de poder incorporar un cartell estàtic per xarxes socials de cada grup (One Drop i Diables), de cara a la campanya de promoció en les seves pròpies xarxes socials. També es comenta la facilitat que van tenir per personalitzar els seus continguts amb el fons d'ones que va preparar PISCA per posar un filtre a les imatges dels grups de música.

Es concreta que prioritzarem aplicacions per anar creant-les en ordre de prioritat, segons calendari de producció d'aquestes.

Es recorda que la roda de premsa de l'any passat com a acte de presentació amb la programació de cultura va agradar molt, però que seria interessant poder fer públic el cartell abans, de cara a

fer difusió, tant en l'àmbit digital com en paper, per part de les entitats i artistes.

L'Anna Tena enviarà el dossier d'aplicacions corregit a les entitats.

4. Organització de dades clau

10 ABRIL:

- Següent reunió MUSIK N VIU
- PISCA envia proposta gràfica genèrica

22 ABRIL:

- Dia màxim per rebre el dossier d'artistes de cada entitat (One Drop i Diables)

20 MAIG: Comencem la difusió del festival

ACTA MUSIK N VIU – 10 D'ABRIL

Assistents:

Referents de One Drop (Marc, Gemma)
Referents de Diablers de Granollers (Miquel, Marta i Maria)
Toni i Anna
Gemma Bartrés (Community Manager)

Ordre del dia:

- Presentació de la proposta gràfica per part de PISCA
- Repàs dates claus i resolució de dubtes
- Repàs aplicacions per tancar el llistat

1. Proposta gràfica i estratègia de comunicació

PISCA no es presenta a la reunió i aprofitem per fer un recordatori de l'anterior reunió. Llegim l'acte anterior i repassem el llistat d'aplicacions per acordar que estem tots d'acord amb el llistat. Es recorda la importància de tenir una imatge del cartell complet per nit, de cara al fet que cada entitat pugui difondre la seva nit i els seus artistes. Aprofitem per recordar la importància d'entregar el dossier d'artistes en la data pactada i quedem en ampliar una setmana més, per poder donar marge als artistes internacionals, a poder respondre amb la seva informació. Es recorda que l'hora de tancament als concerts és les 5 h, i que no es pot moure més enllà d'això.

Continuem fent una pluja d'idees sobre l'estratègia de comunicació per poder proposar millores per aquest any:

- Es planteja realitzar enquestes o un «quizz» sobre la història del festival, a mode introductori la primera setmana de difusió del festival. D'aquesta manera ens apropem al públic i generem més interacció.
- Es proposa generar contingut en format vídeo per les presentacions de les entitats, on puguin aparèixer els mateixos membres, de cara a humanitzar les entitats. És una estratègia que té molts beneficis, entre els quals trobem: connectar amb el públic, mostrar-nos transparents, autèntics, compromesos. Aquest tipus de vídeos, acompanyats per subtítols, tenen un potencial alt de tornar-se virals a les xarxes socials. One Drop fa cinc anys aquest 2024, i plantegem la possibilitat de vincular-ho en algun dels vídeos.
- Es recomana fer publicacions conjuntes a les xarxes durant la difusió del festival, de cara a augmentar l'abast d'usuaris, i així generar també major interacció.
- Se suggereix generar un sorteig a Instagram amb l'objectiu de què, per participar, els usuaris hagin de fer difusió del cartell. Es va valorar que l'any anterior va faltar temps i accions per difondre el cartell, per tant, és interessant la idea plantejada. Es planteja poder fer el sorteig amb marxandatge de les entitats. D'aquesta manera es promociona la seva marca com a entitat, es fidelitza els seus seguidors i es genera visibilitat addicional, tot a un cost baix.

Es repassen els últims dubtes en l'àmbit logístic i de planificació de preus, i es tanca l'acte, a esperes que la mateixa setmana rebem per part de PISCA la proposta gràfica del festival.

6. Calendari d'aplicacions de disseny

APLICACIONS	DATA D'ENTREGA	QUÈ		Est/Di n	Especificacions
1. Instagram	10 MAIG	1. Aplicació en buit	IG Post 1080x1080	E	
			IG Story 1080x1920	E	
	10 MAIG	2. Aplicació Pastilla Instagram	IG Post 1080x1080	D	General : dates + logo + bloc info granollers, parc firal, entrada lliure...
IG Post 1080x1080			D	Atenció : logo + atenció!	
IG Post 1080x1080			D	Recordeu que: logo + recordeu que...	
IG Post 1080x1080			D	Últimes notícies: logo + últimes notícies	
	10 MAIG	3. Avatar	IG 320x320	E	logo
	10 MAIG	4. Icones Stories Destacats	IG 320x320	E	ic horaris
IG 320x320			E	ic one-drop	
IG 320x320			E	ic diables	
IG 320x320			E	ic normativa	

2. Banners generals	10 MAIG	1. Banners	Banner 851x315	D	General: logo + bloc informatiu granollers, parc, dates, entrada gratis, etc...
			Banner 1196x448	D	General: logo + bloc informatiu granollers, parc, dates, entrada gratis, etc...
			Banner 1500x400	D	General: logo + bloc informatiu granollers, parc, dates, entrada gratis, etc...
			Banner 1500x500	D	General: logo + bloc informatiu granollers, parc, dates, entrada gratis, etc...
3. Banners Especifics entitats	20 MAIG	1. One Drop	IG 1080x1080	D	logo musiknviu + data + info nit onedrop + logo rebeldiamaq
			IG 1920x1080	D	logo musiknviu + data + info nit onedrop + logo rebeldiamaq
	20 MAIG	2. Diables	IG 1080x1080	D	logo musiknviu + data + info nit diables
			IG 1920x1080	D	logo musiknviu + data + info nit diables
	20 MAIG	3. Musik'n'viu NITs	Banner 1500x400	D	logo musiknviu + info nit 1
			Banner 1500x400	D	logo musiknviu + info nit 2

4. Cartell Genèric	10 MAIG	1. Contraportada Butlletí Municipal A4	A4 PDF cartell	E	cartell A4 + sang + línies de tall --> 10 de maig s'ha d'entregar
			A4 JPG cartell		
	8 MAIG	2. Cartell A3 amb tota la informació	A3 PDF cartell	E	cartell A3 + sang + línies de tall → amb grups, dates i imatge del festi i d'on veure més info. Tota la informació.
			A3 JPG cartell	E	cartell A3
	10 MAIG	3. Pancarta horitzontal	480x80 cm	E	Pancarta horitzontal – PDF
	20 MAIG	4. Cartell de cada nit estàtic JPG	IG 1080x1080		cartell A3 de cada nit amb els grups, dates, imatge del festi
			IG 1920x1080		

5. Preus i senyalització	24 MAIG	1. Cartell Preus	100x140cm PDF	E	cartell preus, llistat begudes + preus del llistat
	24 MAIG	2. Senyalització Bany	A3	E	banys + fletxa esquerre
			A3	E	banys + fletxa dreta
			A3	E	banys
			A3	E	banys dones
			A3	E	banys homes
			A3	E	banys home, dona i no binari
			A3	E	banys persones amb diversitat funcional
6. Pancarta Vertical (Toblerone)	10 MAIG	1. Toblerone	480x100cm PDF	E	Logo, + 2 nits + bloc informatiu granollers parc firal + entrepans i begudes + organitza / promou / col·labora i logo

7. Wordpress	10 MAIG	Generar-ho tot a 1x i a 2x	Pastilla-227x170	E o D	data 1 + organitzador
			Pastilla-227x170	E o D	data 2 + organitzador
			Pastilla 227x170	E o D	funcionament concerts
			Pastilla 227x170	E o D	Parc firal com arribar-hi
			Pastilla 227x170	E o D	Qui som?
8. Llibret digital	20 MAIG	1. Llibret digital interactiu	format any passat	E	agafar el de l'any passat de base, i actualitzar colors, artistes i info.
9. Camió Escenari	20 MAIG	Genèric del festival, no de cada edició	2,20m x 7,70m	E	Posaríem les dates genèriques: logotip i promotors

7. Avaluació i mètriques

Seguiment i anàlisis de resultats:

A part dels informes de valoració per part dels professionals que treballem en l'organització del festival, creiem indispensable realitzar un informe analític dels resultats en l'àmbit digital. Es planteja l'execució d'un informe de xarxes socials, específicament d'Instagram, on extreure resultats que ens donin informació de l'impacte digital. Proposem també analitzar la pàgina web del Musik N Viu mitjançant Google Analytics. Per aquesta tasca es durà a terme una plantilla en format Excel, i s'extrauran les dades dels Insights d'Instagram, els resultats de la publicitat pagada i de Google Analytics, pels resultats de la pàgina web.

A manera de resum, a **Instagram** podem analitzar:

PERFIL	POSTS	REELS	HISTÒRIES
Impressions	Engagement	Engagement	Engagement
Abast	Interaccions	Interaccions	Interaccions
Visites al perfil	Abast	Abast	Abast
Nº de publicacions	Impressions	Visualitzacions	Nº d'històries
Clics a la web	Nº de posts	Nº de reels	Activitat en el perfil
Interaccions	Activitat en el perfil	Activitat en el perfil	
Seguidors			

A manera de resum, a **Google Analytics** podem analitzar:

- Usuaris totals, nous i recurrents
- Sessions a les pàgines
- Percentatge de rebot
- Adquisició del tràfic (orgànic, pagat, social, referral...)
- Temps per sessió
- Vistes totals, per pàgina i pàgines de sortida
- Usuaris per dispositiu
- Dades demogràfiques i geogràfiques dels usuaris