



PROMOCIÓ D'ARTISTES I COMPANYIES A FIRATÀRREGA

INTRODUCCIÓ

La participació a FiraTàrraga suposa un seguit d'oportunitats de promoció que les companyies han de saber aprofitar. És imprescindible fer una anàlisi acurada de les estratègies de màrqueting i comunicació més apropiades en el context de la Fira i planificar les accions que es poden dur a terme amb els programadors, els mitjans de comunicació i el públic assistent, abans, durant i després del certamen. Nosaltres **us en suggerim algunes**.

PROMOCIÓ ENTRE ELS PROGRAMADORS

La Fira és un molt bon mercat, però amb molta competència. A continuació us suggerim algunes accions que us poden ajudar a vendre el vostre espectacle:

Abans de la Fira

Concretar l'estratègia, els objectius de la participació, el pressupost i definir el programador al qual us voleu adreçar:

1- **Preparar la campanya** de promoció que es farà durant els dies de la Fira:

- Editar dossiers amb la fitxa artística i tècnica per als programadors. Si és possible, fer còpies de vídeos, CD-Rom, DVD... per repartir a programadors.
- És una bona inversió inserir un anunci al Programa o al Manual Professional de la Fira. Aquests suports van destinats principalment al públic professional, de manera que els serveixen d'informació els dies de la Fira i, posteriorment, durant tota la temporada. Al llarg de l'any és distribueixen a les fires i festivals en què Tàrrrega està present. Per tant, un anunci a les seves pàgines té la garantia que serà llegit per programadors de tot el món durant, almenys, un any de vigència del seu contingut.
- Si el pressupost ho permet, contractar un estand a La Llotja on la companyia destaquï un representant permanentment, per tal d'atendre els professionals que mostrin interès en l'espectacle.

2- **Decidir a quin tipus de programador va dirigit l'espectacle** i seleccionar els programadors que es volen contactar. A principi d'agost, la Fira envia a totes les companyies que participen un llistat provisional dels professionals que han confirmat la seva assistència a Tàrrrega. Una part molt útil de l'estratègia de promoció prefira es **posar-se en contacte amb els professionals susceptibles de programar l'espectacle**, enviar-los documentació i convidar-los a assistir a les representacions de Tàrrrega (o convidar-los a demanar invitacions a l'Àrea de Professionals en cas de fer un espectacle en un espai tancat de pagament).

Accions durant la Fira previstes amb antelació

La Fira posa a disposició de les companyies una sèrie d'eines de gran utilitat. Cal analitzar quines accions es poden fer i preveure la reserva d'espais i la concertació de trobades, prèviament a la Fira:

- **Presentacions.** El Pavelló Firal (La Llotja) té una sala d'actes on es poden fer presentacions. La companyia pot demanar reserva d'un horari

per a la presentació (a l'Àrea de Professionals pro@firatarrega.com) i convocar els professionals abans de la Fira. (Cal tenir-ho previst amb antel·lació ja que els horaris per a presentacions són molt limitats)

- **Trobades.** Una bona estratègia per contactar amb programadors és concertar reunions prèviament a la Fira, per presentar-los qualsevol producció. La Llotja és un espai idoni per a fer aquestes trobades (al bar, si són informals, o a la Sala d'Actes en cas de fer una trobada amb material: La Llotja compta amb un servei públic de TV/vídeo a disposició dels acreditats.)

Durant la Fira

Entre el material que es lliura a les companyies participants hi ha un llistat definitiu dels professionals acreditats i un llistat dels expositors de **La Llotja**. En arribar, és convenient revisar amb atenció els llistats definitius per incloure nous noms a la campanya de promoció.

La Llotja (Pavelló Firal) és el punt de trobada de professionals. Es recomana a les companyies fer-hi visites sovint per contactar amb programadors i entitats.

A la Llotja hi ha:

- Estands de productores, institucions, companyies i entitats.
- Bústies dels programadors. Cada entitat acreditada que ho ha sol·licitat disposa d'una bústia on les companyies poden deixar el material personalitzat per al programador o l'agència.
- Bar-restaurant.
- Sala d'actes, on es poden fer presentacions, trobades i visionats de material en vídeo. (Per poder gaudir d'aquests serveis cal demanar informació i sol·licitar-ho ABANS DE LA FIRA a l'Àrea de Professionals pro@firatarrega.com)

Contractar un estand

Si el pressupost i la disponibilitat de personal ho permeten, és una bona idea reforçar la presència de la companyia amb un estand al Pavelló Firal. Hi ha diferents preus i possibilitats de contractació, que faciliten l'accés a companyies. (Els estands es posen a la venda al mes d'abril. Informació al tel. 973 501 368).

L'estand és un lloc de trobada i espai d'exposició, per tant és important que sigui atractiu i estigui ben organitzat. Els suports d'imatge com el vídeo o les presentacions multimèdia (tipus PowerPoint) poden ajudar moltíssim a l'hora convèncer un programador. En aquest cas caldrà proveir-se dels suports necessaris (DVD/TV, ordinador).

En cas de contractar un estand, és una bona idea enviar emails a tots els

programadors acreditats informant de la presència de la companyia al Pavelló i convidar-los a visitar-vos.

Després de la Fira

La tercera fase del procés consistirà en el seguiment dels contactes i les gestions realitzades durant la Fira i la concreció dels contractes pactats amb els programadors. Després de la Fira, l'organització proveeix a les companyies participants d'un llistat dels professionals que han demanat invitacions per veure el seu espectacle, si s'ha presentat en espais de pagament. Es recomana contactar amb tots ells i sondejar l'interès que tenen per l'espectacle. És gairebé la darrera oportunitat per a vendre l'espectacle i, per tant, s'ha d'aprofitar al màxim.

LA CAMPANYA DE PREMSA A LA FIRA

Cal saber que el Servei de Premsa de la Fira treballa durant tota la campanya d'estiu per aconseguir la màxima difusió dels espectacles programats. En aquest sentit, és molt convenient que les companyies seleccionades **col·laborin intensament amb el Servei de Premsa**, facilitant tota la informació textual o gràfica que els sigui requerida dins els terminis estipulats. 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). Sovint **la publicació d'un reportatge és més fàcil si es disposa de material gràfic atractiu**. Tanmateix, la Fira no pot garantir que els mitjans publiquin informació (gràfica o textual) de totes les companyies.

Accions que pot realitzar la companyia

Les companyies que vulguin fer la seva pròpia campanya de premsa han de contactar amb els mitjans amb temps -a mitjan juliol- per anunciar la seva presència a FiraTàrrrega i intentar que durant el mes d'agost aparegui alguna informació referent a la seva participació al certamen. Si l'espectacle té un interès molt especial, és convenient intentar que es publiqui alguna entrevista o nota individual. Cal oferir-se per tal de proveir la informació que els periodistes i crítics demanin i s'ha de tenir provisió de fotografies, vídeos, dossiers, etc.

No s'ha 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 a la Fira de Tàrrrega i poden proporcionar bons reportatges. En el cas de la premsa de Lleida, pot ajudar molt a vendre entrades, ja que bona part del públic és d'aquesta procedència.

PROMOCIÓ ENTRE ELS ESPECTADORS DE LA FIRA

Quan una companyia presenta un espectacle a la Fira ha de competir amb una extensa oferta artística, sovint simultània. Aconseguir el màxim nombre possible d'espectadors es converteix, per tant, en un dels seus objectius prioritaris.

Hi ha diverses accions possibles per tal de captar l'interès dels espectadors:

1- Distribuir material imprès durant els dies de la Fira. El material més apropiat són cartells i octavetes.

- Els cartells es poden col·locar a les tanques publicitàries municipals o repartir-los pels comerços locals. **En qualsevol cas, caldrà atendre l'ordenança municipal i no es podrà enganxar cap tipus de publicitat en els suports de senyalització propis de l'organització.**
- Les octavetes anunciant l'espectacle es poden repartir a mà o deixar-les en llocs d'afluència de públic.

2- Pancartes: S'han de respectar els punts que l'organització es reserva per als compromisos publicitaris que hagi adquirit. Abans de penjar una pancarta, és imprescindible consultar amb l'organització (Àrea de Recursos. Tel. 973 310 854 recursos@firatarrega.com). Posteriorment a la Fira cal despenjar les pancartes.

3- Accions al carrer: Preparar una petita acció per promocionar l'espectacle a peu de carrer és un sistema que funciona molt durant els dies de la Fira. És el moment adient per a repartir octavetes publicitàries de l'espectacle.

4- Realitzar una inserció publicitària al programa de la Fira). Aquest suport que es posa durant el mes de juliol i és consultat per milers de persones abans de i durant la Fira.

5- Fer una campanya de falques a la ràdio local o a les emissores comarcals, anunciant la presència de la companyia a FiraTàrrega.