

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Agraïments

En primer lloc he d'agrair a la meva tutora Arantza Danés la seva guia i assessorament durant tot el procés d'elaboració del meu projecte. Gràcies per la teva atenció, consells i paciència.

D'altra banda tampoc em puc oblidar d'agrair a tots els entrevistats que han dedicat part del seu temps a ajudar-me a recopilar tota la informació que necessitava. Marta Chevallard, Raúl Medina, Anna Puertas, Oriol Mor i José María Sebastian gràcies per respondre a les meves preguntes i resoldre els meus dubtes.

També gràcies al Centre d'Esplai l'Estel de Ripollet per fer-me créixer com a persona crítica i participativa en aquesta societat durant aquest anys de voluntariat. Gràcies per tots els coneixements i experiències que he viscut amb cadascun dels membres que han passat al llarg d'aquests anys per aquesta entitat. Formar part de l'Estel és la millor decisió que he pres en tota la meua vida. Seguiu fent el nostre meravellós i important treball amb moltes ganes i forces.

ÍNDEX

1. Introducció	4
1.1. Presentació i justificació del tema.....	4
1.2. Objectius del treball	6
1.3. Limitacions	7
1.4. Criteris metodològics	8
2. Marc Teòric: Conceptes bàsics de l'organització d'esdeveniments.....	9
2. 1. Que és un esdeveniment?.....	9
2. 2. Tipologia i categorització d'esdeveniments	11
2. 3. Les fases d'organització d'un esdeveniment.....	12
2. 4. Elaboració del projecte.....	14
2. 4. 1. L'estructura del projecte d'un esdeveniment segons Gustavo Figueroa.....	15
2. 5. Tendències en l'organització d'esdeveniments	16
2. 6. La situació actual dels esdeveniments culturals	17
2. 7. Fonts externes de recursos econòmics i materials.	18
2. 8. Estratègies per aconseguir fonts de finançament externes.....	19
2. 9. Estratègies de difusió per un esdeveniment.	20
2. 9. 1. Difusió d'un esdeveniment a través de les xarxes socials.....	22
2. 9. 2. Difusió d'un esdeveniment a través d'altres mitjans.	23
3. Anàlisi de la situació	26
3. 1. Entorn social i cultural.....	26
3. 2. Centre d'Esplai l'Estel	27
3. 3. Nit Jove	29
3. 3. 1. Localització	29

3. 3. 2. Públic	30
3. 3. 3. Activitats.....	31
3. 3. 4. Organització.....	32
3. 3. 5. Finançament	33
3. 3. 6. Difusió.....	34
3. 3. 7. Normativa.....	34
4. Diagnòstic de la situació: DAFO.....	38
4. 1. Debilitats	38
4. 2. Amenaces	39
4. 3. Fortaleses	39
4. 4. Oportunitats	40
5. X Nit Jove	42
5. 1. Nom de l'esdeveniment	42
5. 2. Objectius generals i específics.....	42
5. 3. Fonamentació del projecte	43
5. 4. Descripció	44
5. 4. 1. Planificació.....	44
5. 4. 2. Organització.....	72
5. 4. 3. Implementació.....	79
5. 4. 4. Control	84
5. 5. Carta de Gantt	87
5. 6. Pressupost	96
6. Conclusions.....	106
7. Bibliografia	108
8. Annexos.....	111

8. 1. Guió de les entrevistes	111
8. 1. 1. Guió entrevista a Oriol Mor, regidor de Cultura, Educació i Joventut.	111
8. 1. 2. Guió entrevista a Raúl Medina, organitzador de la Nit jove.	111
8. 1. 3. Guió entrevista a Anna Puertas, organitzadora de la Nit jove. (Correu electrònic)	112
8. 1. 4. Guió entrevista Marta Chevallard, professional de l'organització d'esdeveniments culturals.....	112
8. 2. 5. Guió entrevista a José María Sebastian, tècnic de joventut a l'ajuntament de Ripollet.	113
8. 2. Entrevistes.....	114
8. 2. 1. Entrevista a Oriol Mor, regidor de Cultura, Joventut i Educació.....	114
8. 2. 2. Entrevista a Raúl Medina, organitzador de la Nit Jove.....	118
8. 2. 3. Entrevista a Anna Puertas, organitzadora de la Nit Jove.	130
8. 2. 4. Entrevista a Marta Chevallard, organitzadora professional d'esdeveniments.	131
8. 2. 5. Entrevista a José María Sebastian.	146

1. Introducció

1.1. Presentació i justificació del tema

El meu Treball de Final de Grau consisteix en l'elaboració d'una proposta d'organització i programació de la desena edició de la Nit Jove, esdeveniment cultural del Centre d'Esplai l'Estel de Ripollet.

La Nit Jove va ser creada per un grup de joves del Centre d'Esplai l'Estel amb l'objectiu de solucionar l'escassa oferta d'oci i cultura dirigida als joves de Ripollet i dels municipis del voltant. Al llarg de les nou edicions anteriors la Nit Jove ha anat creixent gràcies a la bona acollida del públic i a les activitats que s'han afegit des de la primera edició.

Cal afegir que sé per experiència pròpia, com a voluntària a l'esplai Estel i a la Nit Jove, que sempre s'ha tingut com a meta fer de la desena edició d'aquest esdeveniment una gran festa de celebració proposant un programació atractiva pel seu públic i així incrementar la seva notorietat i consolidar-la com un esdeveniment musical de referència a la zona de Ripollet.

La Nit Jove sempre s'ha organitzat de forma amateur, és a dir, cap dels membres de les comissions eren ni són professionals de l'organització d'esdeveniments, sinó que són voluntaris motivats per organitzar un esdeveniment cultural no consumista al jovent de Ripollet i rodalies.

Personalment he participat en l'organització de la Nit Jove com a voluntària durant dues de les edicions anteriors i formo part de la comissió de la X Nit Jove, el que m'ha permès veure i treballar en totes les etapes que formen part de l'organització d'un esdeveniment encara que no de manera professional.

En un futur vull dedicar-me a l'organització d'esdeveniments culturals. És aquest fet el que m'ha motivat a voler realitzar una proposta organitzativa a nivell professional de l'esdeveniment de la X Nit Jove i d'aquesta adquirir més coneixement sobre la que vull que sigui la meva professió.

Un altre factor determinant que m'ha fet realitzar el projecte professional de la X Nit Jove com el meu Treball de Fi de Grau és que és un esdeveniment que es portarà a la pràctica realment i en el qual jo hi participo com a organitzadora. Per tal de que la meva proposta pugui ser aplicable a l'organització real de la X Nit Jove he utilitzat dades reals sobre els recursos econòmics, materials i humans dels que es disposen per la seva realització.

El pressupost inicial de la X Nit Jove és bastant limitat per cobrir els costos que té la realització d'una programació atractiva que incrementi la notorietat de la Nit Jove. Per aquesta raó les

aportacions dels patrocinadors seran un factor que determinarà l'organització de l'esdeveniment. Vull aprendre a relacionar-me i negociar amb els possibles patrocinadors per tal de poder aconseguir l'aportació pressupostaria necessària i d'aquesta manera de poder dur a terme aquest projecte.

D'altra banda per tal de donar a conèixer l'esdeveniment a més joves, tant de Ripollet com de rodalies, cal realitzar una campanya de difusió adient per tal d'acomplir els objectiu d'incrementar la notorietat i consolidar la Nit Jove com un esdeveniment cultural de referencia entre el seu públic objectiu.

1.2. Objectius del treball

Els objectius del meu Treball de Fi de Grau, com ja he explicat a la introducció, sorgeixen, principalment, de la meua motivació per conèixer en profunditat el món de l'organització d'esdeveniments, ja que és el sector al que em vull dedicar professionalment un cop finalitzi els meus estudis universitaris. Els objectius que persegueixo amb el desenvolupament del meu projecte són:

- Aprendre quines són les etapes i l'estructura que s'ha de seguir per tal d'organitzar professionalment un esdeveniment, per després posar-ho en pràctica en el projecte de la X Nit Jove.
- Conèixer quines són en l'actualitat les tendències en el sector de l'organització d'esdeveniments.
- Aplicar el procediment professional d'organització d'esdeveniments a un esdeveniment organitzat per voluntaris moguts per la motivació d'oferir al seu poble una proposta d'oci cultural atractiva i no consumista.
- Aprendre a realitzar una estratègia de finançament centrada en la recerca de patrocinadors per tal de poder dur a terme una proposta de la X Nit Jove atractiva pel seu públic objectiu a partir d'un pressupost.
- Conèixer quines són les estratègies i els mitjans més adients per difondre un esdeveniment.

1.3. Limitacions

La Nit Jove és un esdeveniment creat i organitzat pel Centre d'Esplai l'Estel, entitat dedicada a l'educació en el lleure d'infants i joves, de la que jo soc voluntària des de fa 3 anys. A més, tal i com he comentat anteriorment, formo part de la comissió organitzativa d'aquesta edició de la Nit Jove. Això m'ha permès accedir a documentació interna de l'entitat i tenir un contacte directe amb membres que formen o han format part de les comissions organitzatives de la Nit Jove. D'aquesta manera he pogut conèixer en profunditat l'evolució de molts dels aspectes de la Nit Jove al llarg de les edicions i saber quin és el punt de partida per la realització de la celebració de la desena edició. D'altra banda també cal dir que m'ha sigut difícil trobar documentació oficial que pogués citar al meu treball.

No obstant a l'hora d'obtenir informació sobre altres punts del meu Treball de Fi de Grau si que m'he trobat amb algunes limitacions.

La principal dificultat amb la que m'he trobat durant la realització del projecte de la X Nit Jove ha sigut trobar una base teòrica que després em permetés elaborar una estructuració del projecte adequada a les necessitats i als objectius concrets de l'esdeveniment, com és la creació d'una bona programació per celebrar la desena edició amb un pressupost ajustat que exigia l'elaboració d'una estratègia de finançament.

També cal dir que aquest projecte ha anat evolucionant al llarg de tot el procés d'elaboració el que ha fet que es creessin noves necessitats d'informació per tal de poder seguir avançant. És per aquesta raó per la qual he fet dues entrevistes més de les que m'havia plantejat (Anna Puertas i José María Sebastian) i d'aquesta manera poder completar certs apartats de la anàlisi de la situació de la Nit Jove.

1.4. Criteris metodològics

La metodologia que he utilitzat per dur a terme el projecte de la X Nit Jove és la següent. Amb l'objectiu de crear una base de coneixement sobre diversos aspectes de l'organització d'esdeveniments a partir de la qual poder elaborar el projecte de la X Nit Jove he realitzat un marc teòric creat a partir de literatura sobre aquesta temàtica i l'entrevista a una professional del sector, Marta Chevallard.

El pas següent va ser fer un anàlisi de la situació de la X Nit Jove en relació al poble de Ripollet, l'entitat organitzadora Centre d'Esplai l'Estel i l'evolució del propi esdeveniment al llarg de les edicions ja realitzades. La informació per fer aquest anàlisi la he obtingut realitzant una recerca de documents interns del Centre d'Esplai l'Estel, els quals no són oficials, i fent quatre entrevistes, una al regidor de Cultura, Educació i Joventut de Ripollet, Oriol Mor, i dues a dos dels organitzadors voluntaris d'algunes edicions de la Nit Jove, Raúl Medina i Anna Puertas. També vaig entrevistar breument a José María Sebastian, tècnic de joventut.

A partir de l'anàlisi de la situació de la X Nit Jove he realitzat el diagnòstic mitjançant un anàlisi DAFO.

Un cop finalitzats els procediments anteriors, he elaborat el projecte de la X Nit Jove de manera professional i adaptant l'estructura a la informació presentada al marc teòric i als objectius del propi esdeveniment. En aquest apartat es presenta una descripció detallada de cadascuna de les etapes d'organització de l'esdeveniment per tal de facilitar que es realitzi l'esdeveniment tal i com es troba plantejat en el projecte, en cas que finalment es posi en pràctica.

2. Marc Teòric: Conceptes bàsics de l'organització d'esdeveniments

2. 1. Que és un esdeveniment?

Si busquem el significat de la paraula esdeveniment al Diccionari de la llengua de l'Institut d'Estudis Catalans podem trobar les següents accepcions¹:

“1 1 m. [LC] [CO] Allò que s'esdevé. Els esdeveniments polítics. Produir-se un esdeveniment imprevist. Preveure els esdeveniments.

1 2 m. [LC] [CO] Fet extraordinari o important en la vida d'una persona, d'una col·lectivitat social, de la humanitat. Aquell esdeveniment el transformà. Per als nens la festa va ésser un esdeveniment. L'esdeveniment principal del segle. Aquell acte fou un esdeveniment.

2 m. [MT] En estad., resultat que hom pot considerar en una experiència aleatòria.”

Les definicions d'aquestes tres accepcions no toquen el concepte d'esdeveniment des de la vessant professional i organitzativa des de la qual vull enfocar aquest projecte. Es conceptualitza com un terme molt ambigu. Es per aquesta raó que s'ha de recórrer a definicions d'alguns experts en el sector.

Segons explica G. Maure (2007)² un esdeveniment és un “terme genèric que designa qualsevol tipus de reunió professional de tall científic, tècnic , cultural , esportiu , educatiu , polític, social, econòmic, comercial, religiós , promocional o d'una altra índole que faciliti l'intercanvi d'idees, coneixements, i / o experiències entre els participants.”

L'anterior definició d'un esdeveniment exposa la importància de la seva realització a l'hora establir sinergies entre els professionals i crear vincles entre el propis assistents i l'organització a través de l'experiència viscuda.

¹ Institut d'Estudis Catalans. *Esdeveniments*. DIEC2. [en línia] [Última consulta: 17/04/16] Disponible a: <http://dlc.iec.cat/results.asp?txtEntrada=esdeveniment&operEntrada=0>

² Maure Agüero, G. (2007). *Definiciones y tendencias del turismo de eventos*. [Última consulta: 12/04/16] Disponible a: <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

En la actualitat, segons diu la pròpia Associació Espanyola d'Anunciants³, ens veiem saturats per la gran quantitat de missatges a la que ens veiem exposats a diari, fet que fa que la publicitat perdi eficàcia i, fins i tot, pot arribar a afectar negativament als anunciantes. Per això, avui en dia, només aquelles empreses que aconsegueixen connectar amb el seu públic tenen èxit i fer un esdeveniment és una bona manera de fer-ho. Un esdeveniment comunica el missatge a través de l'experiència que es crea a partir de les decoracions, la música, les diferents activitats o el menjar. Això fa que l'assistent utilitzi els cinc sentits i creï un record molt més fort que amb un *spot* de televisió.

Com he comprovat un esdeveniment pot ser molt positiu per una marca o organització, però al mateix cop si no es planifica de la manera correcta pot tenir un impacte molt negatiu en la imatge d'aquesta tal i com comenta E. Mottard (2008)⁴ quan diu "és probablement la única eina de comunicació que pot tenir un impacte molt negatiu: una publicitat dolenta no tindrà molt impacte o pot afectar la marca de manera limitada, però un esdeveniment que falla en directe, per un problema tècnic per exemple, significa que els clients que volia impressionar tornaran a casa amb una imatge de fracàs del meu esdeveniment... i per tant de la meua marca".

També es fa referència al impacte positiu que pot tenir un esdeveniment en la imatge i reputació de les organitzacions a la contraportada del llibre *El ABC de la organización de eventos* de Carmen Cuadrado i Ruth Rodríguez (2014)⁵: "els esdeveniments són eines de comunicació a través de les quals les empreses transmeten missatges. Aquestes eines utilitzades amb habilitat poden convertir-se en el nostre millor aliat o, per el contrari, esdevenir en el nostre pitjor enemic, posant fins i tot en perill la reputació de la nostre companyia. Els missatges només podran arribar al públic objectiu de un manera eficaç mitjançant un control exhaustiu de cada fase del esdeveniment: planificació, producció, execució i seguiment."

³ Puro Marketing (2010). *La saturación publicitaria podrá transmitir sensaciones negativas sobre las marcas y anunciantes*. [en línia] [Última consulta: 16/01/16] Disponible a: <http://www.puromarketing.com/45/5587/saturacion-publicitaria-podria-transmitir-sensaciones-negativas-sobre-marcas-anunciantes.html>

⁴ Mottard, E. (2008). *Los eventos y las tendencias de marketing*. Marketing Directo. [en línia] [Última consulta: 16/01/16] Disponible a: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-eventos-y-las-tendencias-de-marketing-eric-mottard/>

⁵ Cuadrado Esclapez, C. i Rodríguez Cuadrado, R. (2014). *El abc en la organización de eventos*. Madrid: Fundación Confemetal.

Per tant, un esdeveniment és una eina que pot ser de molta utilitat per l'organització i la imatge d'aquesta, però si no s'organitza correctament i seguint totes les fases detingudament es pot convertir en una taca negativa en la imatge de l'organització.

2. 2. Tipologia i categorització d'esdeveniments⁶

Segons la *Fundación Universitas*, els esdeveniments es poden classificar segons diferents factors:

Segons l'organitzador:

- **Governamentals:** aquests esdeveniments són els organitzats per entitats del govern i són de caire social.
- **No governamentals:** organitzats per associacions, federacions, entitats intermèdies o ONG's.
- **Corporatives:** són els esdeveniments que són organitzats per una gran empresa sobre la qual gira l'esdeveniment.

Segons l'àmbit territorial:

- **Esdeveniments regionals:** en aquests els convidats provenen d'una zona amb característiques similars.
- **Esdeveniments nacionals:** en aquests esdeveniments els assistents provenen de regions d'un mateix país.
- **Esdeveniments internacionals:** els assistents a aquests esdeveniments provenen de diferents països.

Segons la forma de finançament:

- **Esdeveniments per contracte:** es signa un contracte entre la empresa o organització que vol fer l'esdeveniment i un organitzador professional de congressos per tal de que l'organitzi aquest.

⁶ *Tipología y clasificación de eventos. Fundación Universitas. Educación Superior. Pàg 1-3.* [en línia] [Última consulta: 02/03/16] Disponible a: <https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/lectura-nc2ba-2-1-tipologia-y-clasificac3b3n-de-los-eventos.pdf>

- **Esdeveniments “clau en mà”:** en aquest cas l’organitzador professional tindrà la responsabilitat d’encarregar-se des de la creativitat fins al finançament econòmic.
- **Esdeveniments oberts:** l’esdeveniment es finança a partir de les aportacions de patrocinadors i expositors, però la font de finançament més important prové dels diners que paguen els assistents per la inscripció.
- **Esdeveniments tancats:** només poden assistir-hi els convidats amb invitació. La font de finançament fonamental són els patrocinis tant governamentals com privats.

Segons l'àmbit de l'esdeveniment:

- **Esdeveniments socials:** Aquests esdeveniments tenen, normalment, l’objectiu de crear o enfortir el vincles humans. Són de caràcter privat o familiar i de caire festiu. Un exemple serien els aniversaris o les reunions.
- **Esdeveniments culturals:** tenen com objectiu primordial enriquir culturalment als assistents a través dels missatges que es transmeten a l’esdeveniment.
- **Esdeveniments esportius:** són els que tenen com objectiu desenvolupar competències entorn al culte al físic i l’esperit esportiu. Serveix per motivar als assistents a portar una vida activa i una vida més saludable.
- **Esdeveniments empresarials:** Formen part de les accions que es duen a terme per tal d’acomplir objectius com incrementar la notorietat de la marca o presentar un nou producte.
- **Esdeveniments polítics:** necessiten d’una planificació estricta i establir directrius i consignes, així com qui serà el responsable de comunicar aquestes directrius. Es poden diferenciar quatre tipus d’esdeveniments polítics: oberts puntuals (parades al carrer), oberts generals (concentracions), oberts mòbils (manifestacions) i tancats generals (*meeting* interns)

2. 3. Les fases d’organització d’un esdeveniment

Durant la revisió de la bibliografia sobre les fases en les que es divideix l’organització d’un esdeveniment he trobat una gran varietat de models que expliquen i divideixen aquest procés de maneres molt diferents. A continuació posaré el model que m’ha semblat el més adient per

a poder utilitzar-lo com a base per realitzar el meu projecte, ja que explica de forma breu, clara i detallada cadascuna de les fases d'organització d'un esdeveniment.

Segons Stella Pereyra (2012)⁷ les etapes de l'organització d'un esdeveniment es poden dividir en quatre.

Planificació

La primera etapa del procés de l'organització d'un esdeveniment és la planificació en el que s'han de dur a terme les següents tasques:

- Definir els objectius generals i específics que es persegueixen amb la realització de l'esdeveniment.
- Analitzar els esdeveniments prèviament realitzats: nombre i perfil dels assistents, activitats realitzades, localització, etc.
- Decidir la temàtica, imatge, localització i data entre altres.
- Establir el llistat de tasques, el pressupost i el calendari de treball amb totes les tasques que s'han de realitzar per dur a terme l'esdeveniment planificat.

Organització

La segona etapa d'un esdeveniment segons Stella Pereyra (2012) és la d'organització:

- S'elabora l'organigrama organitzatiu i es reparteixen les funcions i tasques a realitzar entre els diferents membres.
- Seguidament es realitza un llistat amb tots els recursos humans, materials i econòmics que són necessaris per la realització de l'esdeveniment. D'aquesta manera es pot començar a contractar al personal necessari que intervingui durant el procés d'organització de l'esdeveniment.

Implementació

Stella Pereyra (2012) anomena l'etapa en la que es du a terme l'esdeveniment l'etapa d'implementació, que és la tercera segons l'autora. En la implementació es realitza tot el que s'ha plantejat durant les dues etapes anteriors seguint el calendari i el pressupost. És necessari la verificació constant de que tots els punts s'estan duent a terme tal i com s'havia planificat.

⁷ Pereyra, S (2012). *Etapas en la organización de eventos*. . [en línia] [Última consulta: 02/05/16]
Disponible a: <http://www.slideshare.net/pereyrastella/etapas-en-la-organizacin-de-eventos-12493948>

Control

L'última etapa en l'organització d'un esdeveniment segons Stella Pereyra (2012) és el control. En l'avaluació de l'esdeveniment es mesuren els resultats a través de les dades obtingudes.

La Maribel Lárez Salazar (2010)⁸ divideix en quatre àrees les tasques que s'han de dur a terme després de la realització de l'esdeveniment:

- **Recopilar i guardar la informació extreta de l'esdeveniment.** S'han d'extreure conclusions sobre els resultats de l'esdeveniment, guardar la informació administrativa i acadèmica i elaborar la memòria sobre tot lo succeït.
- **Avaluar** qualitativa i quantitativament els que s'ha aconseguit i si s'ha realitzat el que s'havia programat. Això es farà mitjançant l'opinió dels assistents, membres de l'organització i altres com poden ser els artistes que actuïn a l'esdeveniment.
- **Enviar agraïments** a patrocinadors, voluntaris i altres col·laboradors.
- **Pagar** als proveïdors i els sous del personal contractat per la realització de l'esdeveniment i altres possibles deutes. També s'han de retornar els recursos que siguin préstecs als respectius propietaris.

2. 4. Elaboració del projecte

Segons Carmen Cuadrado i Ruth Rodríguez (2014)⁹ per tal de facilitar l'acompliment dels objectius de l'esdeveniment s'ha de realitzar un projecte elaborat on es detallin tots els recursos i factors que intervindran. Per aquesta raó un pla o projecte d'esdeveniment ha de ser breu, clar, fàcil de comprendre per qualsevol, encara que no hagi participat en el procés d'elaboració, i ha de ser possible adaptar-lo als canvis que sorgeixin durant qualsevol de les fases d'un esdeveniment.

⁸ Lárez, M. (2010). *Los eventos y sus etapas*. [en línia] [Última consulta: 12/05/16] Disponible a: <http://es.slideshare.net/laresal/los-eventos-y-sus-etapas>

⁹ Cuadrado Esclapez, C. i Rodríguez Cuadrado, R. (2014). *El abc en la organización de eventos*. Madrid: Fundación Confemetal. Pàg. 37.

2. 4. 1. L'estructura del projecte d'un esdeveniment segons Gustavo Figueroa.

Segons Gustavo Figueroa (2005)¹⁰ un projecte ha d'incloure els següents aspectes d'un esdeveniment:

- **El nom o títol del projecte:** ha de ser breu, expressar que volem aconseguir amb aquest esdeveniment i ha de perdurar tant temps com ho faci el propi projecte.
- **Objectius:** en aquest apartat es diferencien dos tipologies d'objectius: un objectiu general i els objectius específics.
- **Fonamentació del projecte:** s'explicarà perquè és necessària la realització d'aquest esdeveniment. Això es justificarà a partir de dades estadístiques, diagnòstics ja realitzats, detecció de carències, fortaleces i oportunitats, la visió estratègica i la participació.
- **Descripció del projecte:** es realitzarà una descripció detallada de totes les accions que es duran a terme per tal d'aconseguir cadascun dels objectius. També es dividirà el projecte en etapes de treball que aniran des de la planificació i organització inicial fins a l'execució i avaluació de l'esdeveniment.
- **La matriu d'activitats o carta de Gantt:** és una metodologia utilitzada per realitzar la programació d'esdeveniment. S'utilitza una matriu de doble entrada en la que es representen totes les tasques que es portaran a terme i el moment en el que es realitzaran.
- **Pressupost:** en aquest apartat s'hauran de plasmar tots els costos necessaris per dur a terme el projecte. Es poden dividir en tres tipus: la inversió en bens materials que duraran tot el cicle de vida del projecte, les operacions o costos de bens fungibles i el sou del personal. Per altre banda també cal parlar de les aportacions econòmiques. Aquestes aportacions poden provenir de la pròpia institució i els externs o patrocinis. Les aportacions pròpies generen confiança en el projecte ja que denota que la pròpia entitat confia i aposta pel projecte.

¹⁰ Figueroa, G. (2008). *La metodología de elaboración de proyectos como herramientas para el desarrollo cultural*. [en línia] [Última consulta: 17/01/16] Disponible a: http://eprints.rclis.org/6761/1/serie_7.pdf

2. 5. Tendències en l'organització d'esdeveniments¹¹

Segons Elisenda Estanyol i Casals (2012) les xarxes socials i les noves tecnologies estan revolucionant el món dels esdeveniments. S'han tornat en elements determinants a l'hora de planificar, executar i avaluar aquests actes. La incorporació de codis QR o d'aplicacions faciliten als professionals del sector l'organització d'esdeveniments que involucren i impacten als seus assistents. Actualment es parla de 7 tendències a l'alça:

- **Co-creació:** gràcies a les xarxes socials i altres novetats tecnològiques el públic pot participar en la creació del format i programació dels esdeveniments. Aquest mitjans permeten tenir una conversa propera i directe amb el nostre *target* i d'aquesta manera poden participar en el procés de planificació activament. Aquest fet ens permet conèixer que és el que volen i quines són les expectatives que tenen en l'esdeveniment.
- **Integració:** totes les accions estan integrades en un sol pla de comunicació corporatiu amb un missatge clar i directe, que busca acomplir els objectius marcats prèviament. Una bona comunicació integrada farà guanyar notorietat i perdurabilitat en el temps.
- **Tematització:** la tematització ajuda als organitzadors a plasmar el missatge i valors de l'empresa a través d'un eix definit. S'ha de cuidar que la temàtica es vegi reflectida en tots els elements del l'esdeveniment, des de la decoració, fins a la música o l'aroma. Ha de ser una experiència que impliqui els 5 sentits dels assistents.
- **Gamification:** aquest concepte fa referencia al procés d'acabar amb la passivitat dels assistents als esdeveniments per tornar-los participants actius a través dels jocs. Tallers participatius com els *do it yourself* o jocs de rol motiven als assistents a participar i augmenten el record de l'esdeveniment.
- **Sostenibilitat:** la RSC té una gran influencia sobre la imatge de les empreses que es forma la societat, és per això que s'intenta que els esdeveniments deixin la mínima

¹¹ Estanyol i Casals, E. (2012). *Nuevas tendencias en organización de eventos*. *Revista De Estudios De Las Ciencias De La Información Y De La Comunicación*. [en línia] [Última consulta: 19/01/16] Disponible a: <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-Elisenda-Estanyol.html>

empremta mediambiental possible. Això s'intenta utilitzant interiorisme fet amb materials reciclats com per exemple utilitzar *stands* de cartró reciclat.

- **Reducció de l'ostentació:** això es dona per dos factor. El primer és la reducció de pressupost per aquesta mena d'accions que han patit algunes empreses a causa de la crisi. D'altra banda també pot donar mala imatge de l'organització utilitzar una gran quantitat de recursos en un esdeveniment tenint en compte la situació precària econòmica de moltes persones. Per això hi ha una tendència creixent cap a l'austeritat.
- **Hibridació:** una altra tendència del sector és increment dels elements virtuals en els esdeveniments presencials. Les últimes innovacions tecnològiques han permès la creació d'esdeveniments virtuals a través de la incorporació del *videostreaming* o les videoconferències. Aquestes novetats han suposat una important reducció de costos. D'altra banda cal destacar, que penjant aquests continguts a la xarxa aconseguixen obtenir una major perdurabilitat en el temps i incrementar el nombre de persones impactades per l'esdeveniment

2. 6. La situació actual dels esdeveniments culturals

Segons la publicació *Puro Marketing* (2015)¹² en la actualitat no es pot organitzar un esdeveniments sense tenir en compte nous mitjans en creixement com les xarxes socials. Aquestes son unes eines essencials per mantenir un tracte proper amb els nostra públic, ja que ens permeten generar converses amb ells i transmetre'ls emocions. S'han convertit en un element determinant per l'èxit i la difusió dels esdeveniments.

Una recent investigació feta per la companyia Tagkast¹³ ha revelat que els concerts i esdeveniments musicals, juntament amb els esportius, els recreatius i els que són per recaptar fons, són els que presenten una participació més activa per part dels usuaris de les xarxes socials. Tots tenen un índex de participació social superior al 50%.

¹² *Puro Marketing* (2015). *Deportes y conciertos, los eventos en vivo que mejor funcionan en redes sociales*. [en línia] [Última consulta: 19/01/16] Disponible a: <http://www.puromarketing.com/31/25106/deportes-conciertos-eventos-vivo-mejor-funcionan-redes-sociales.html>

¹³ *Puro Marketing* (2015). *Deportes y conciertos, los eventos en vivo que mejor funcionan en redes sociales*. [en línia] [Última consulta: 19/01/16] Disponible a: <http://www.puromarketing.com/31/25106/deportes-conciertos-eventos-vivo-mejor-funcionan-redes-sociales.html>

Segons Marta Chevallard (2016)¹⁴, organitzadora professional d'esdeveniments culturals, els festivals són una de les tendències més destacables del seu sector professional: "Llavors ara el *boom*, des de fa uns anys, ha sigut amb els festivals. Des de fa ja anys surten festivals com bolets, perquè els grups treuen discos i es posen a tocar per guanyar diners, perquè amb els discos no en guanyen.". Això es degut a que en aquesta mena d'esdeveniments els assistents poden viure una experiència única a través de la música en directe i les altres activitats que poden trobar als festivals. Marta Chevallard (2016) també destaca que els festivals i esdeveniments culturals de música en directe són molt adients per fer difusió amb les xarxes socials gràcies a la participació activa del públic. Ella posa l'exemple de fer un concurs de fotografies per xarxes socials a través d'un *photocall* patrocinat per una marca. Això permet involucrar al públic activament, fer difusió de l'esdeveniment durant i després, a través d'un *clipping*, i afegeix un mitjà molt atractiu per vendre als patrocinadors.

Segons el mateix article anteriorment citat de la publicació digital *Puro Marketing* (2015) aquests arguments són els que han aconseguit que cada cop més empreses i altres organitzacions que organitzen un esdeveniment busquin la manera de que els seu públic interactuï amb les xarxes socials per tal de que puguin compartir els continguts (imatges, vídeos, comentaris, etc.) amb els seus amics i seguidors. Explotant el potencial d'aquest mitjà aconseguim impactar a un major nombre de persones, conèixer opinions i experiències i generem contingut amb més perdurabilitat en el temps. També cal destacar l'increment de la taxa d'intercanvi de continguts que provenen de marques entre els propis usuaris.

2. 7. Fonts externes de recursos econòmics i materials.

Una de les qüestions he de resoldre és com es finançarà el projecte. Segons la *Fundación Universitas*¹⁵ aquestes són altres fonts d'on aconseguir recursos per la realització plantejada d'un esdeveniment:

¹⁴ Entrevista completa a l'apartat 8. 2. 4. dels annexos.

¹⁵ *Tipología y clasificación de eventos. Fundación Universitas. Educación Superior*. Pàg. 8-9. [en línia] [Última consulta: 02/03/16] Disponible a: <https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/lectura-nc2ba-2-1-tipologia-y-clasificac3b3n-de-los-eventos.pdf>

- **Els patrocinadors que fan una aportació econòmica** són institucions públiques o privades que inverteix en l'esdeveniment ajudant al seu finançament amb diners. Normalment ho fan a canvi de que la imatge de l'organització tingui visibilitat tant en la campanya de comunicació com en el propi esdeveniment. Obtenen visibilitat i notorietat a canvi del seu patrocini.
- **Els patrocinadors que fan una aportació en espècies** són institucions que tenen el poder d'oferir els seus productes o serveis amb descomptes o sense cap cost per l'organització de l'esdeveniment. Per exemple, el propi govern pot ser patrocinador en espècies d'un esdeveniment reduint els aranzels per la difusió de cartells o tríptics de l'acte. Aquesta institució també pot convidar a assistir a l'esdeveniment als seus propis convidats.
- **Adherents:** es tracta de persones o d'organitzacions públiques o privades que canvia els seus serveis o productes a canvi d'obtenir publicitat a l'esdeveniment.

Segons la Fundació *Universitas*, és recomanable proporcionar-los informació sobre la temàtica, les característiques dels assistents i mostrar-li la teva proposta de l'esdeveniment amb una actitud de seguretat i confiança. S'ha de fer un document on s'inclogui el resum d'aquesta informació, acompanyat de plànols i propostes de programacions entre altres elements de l'esdeveniment

2. 8. Estratègies per aconseguir fonts de finançament externes.

Crear un seguit d'estratègies és essencial per tal d'aconseguir els recursos necessaris per poder a dur a terme l'esdeveniment amb èxit i acomplint els objectius marcats. Aquest punt té encara més importància si cal quan es tracta d'un esdeveniment organitzat des d'una organització sense ànim de lucre i que disposa de poc pressupost per invertir en fer l'activitat.

L'organitzadora professional d'esdeveniments culturals Marta Chevallard (2016) aconsella seguir una sèrie de fases per tal de captar els recursos que necessitem de patrocinadors.

La primera part consistiria en redactar un document on s'expliqués l'esdeveniment i quins són els punts forts que té i que el fan interessant com a punt de contacte amb el seu *target*. El projecte de l'esdeveniment. Després s'hauria de fer un llistat de totes les empreses o particulars que per tema de proximitat geogràfica o perquè el seu públic objectiu sigui proper al nostre esdeveniment. Un cop fer aquesta llista s'haurien de crear diferents estratègies segons la

grandària de cada empresa, és a dir, diferenciar entre petits comerços locals, empreses mitjanes i grans empreses o marques.

Marta Chevallard (2016) recomana que per tal d'aconseguir en patrocini econòmic o en espècies de marques o empreses grans busquem oferir-los una oferta exclusiva, personalitzada per a cadascuna.

“No els hi envieu al típic dossier que feu per a tots. No és lo mateix. Ho heu de personificar. Li heu de donar la feina feta a aquell que s'ho està llegint. Si és Moritz, demaneu-li exactament, ens faria falta “De vosaltres hem pensat que, sinó voleu donar diners, ens doneu tal, la cervesa amb no sé que.”. O, escolta, pot ser Estrella Damm us pot donar unes entrades per no sé quin festival i llavors vosaltres o podeu sortejar o podeu fer una rifa. No us tanqueu i intenteu exprimir que us pot donar a aquells que aneu i intenteu anar a contactar, que sàpigues que com a mínim llegiran el correu.”.

D'altra banda també creu convenient diferenciar una estratègia amb empreses mitjanes o grans que es trobin instal·lades en el poble o rodalies. Per obtenir el seu patrocini se'ls oferiria diferents *pack* que inclourien els suports publicitaris que s'utilitzaran durant l'esdeveniment o per donar-li difusió. El cost dels *packs* aniran en funció del tipus de suports i la quantitat d'ells on el patrocinador vulgui aparèixer. Els *packs* de patrocini més cars anirien destinats a grans empreses i marques. Als comerços locals se'ls oferiran *packs* amb un preu baix, adaptat al seu pressupost.

2. 9. Estratègies de difusió per un esdeveniment.

La difusió de l'esdeveniment de la forma correcta també és un punt determinant en l'èxit d'aquest, ja que per una banda és la manera de donar a conèixer de la seva existència al seu públic objectiu o d'informar-los més profundament en el cas que el coneguin, és a dir, és fonamental per generar notorietat i *engagement* cap al públic al qui va dirigir l'esdeveniment.

Marta Chevallard (2016), organitzadora d'esdeveniments culturals, aconsella seguir la següent estratègia per tal de diferenciar-te dels altres davant del teu públic.

“A vegades també va bé fer una història d'allò que estàs creant. O sigui, no només venem això i tal, sinó que si teniu opció d'anar a la ràdio o de fer un article feu allò que diuen ara d'un *storytelling*. Donar-li forma, no? Fer-lo pot ser des del punt de vista del voluntariat o del poble,

per intentar també que l'història enganxi, no? Feu una història. Ara venen molt les històries humanes, no? Doncs, "Som un grup de joves...és totalment voluntària...". No sé. Donar-li forma, buscar anècdotes que facin gràcia, que enganxin."

Segons Marta Chevallard (2016) seguir aquesta estratègia també pot ser molt útil a l'hora de vendre el projecte a un patrocinador, ja que les empreses grans, especialment, reben molts correus amb nous projectes, iniciatives i esdeveniments en busca de finançament. Creant una història s'humanitza i s'apropa el projecte a aquell que la llegeix i la escolta el que facilita el record i la diferenciació d'aquest.

Segons Natalia Vasca (2012)¹⁶ per tal d'establir una estratègia de difusió que aconseguixi atreure al públic objectiu de l'esdeveniment s'ha de començar des de la fase de planificació definint el missatge i el perfil del públic.

Per comprovar si el missatge que volem comunicar és l'adient i s'adequa als nostres objectius i públic objectiu ha de respondre a les 6W: *What, Who, When, Where, Why i How*. O traduït: Què, Qui, Quan, On, Perquè i Com.

Després de definir el missatge i el perfil dels assistents potencials ja es poden seleccionar els mitjans que siguin més efectius per fer la difusió de l'esdeveniment en concret.

Segons Teresa Álvarez (2015)¹⁷, als mitjans que són més efectius per fer difusió dels esdeveniments en l'actualitat són les xarxes socials. Aquesta afirmació que fa Teresa Álvarez (2015) es basa en un estudi de *Maximillion Events* sobre l'opinió que tenen les marques sobre el paper que juguen les xarxes socials en els esdeveniments.

L'estudi que he citat revela que la gran majoria de les marques (75%) consideren que les xarxes socials són un mitjà de vital importància a l'hora de promocionar un esdeveniment, gairebé el 50% consideren que les xarxes socials són útils per difondre un esdeveniment i un 20% més les veuen com un mitjà eficaç per incrementar la seva venda.

¹⁶ Vasca, Natalia (2012). *Cuál es la mejor estrategia de difusión para mi evento*. Marketing. Eventbrite [en línia] [Última consulta: 20/04/16] Disponible a: <https://www.eventbrite.com.ar/blog/difusion/cual-es-la-mejor-estrategia-de-difusion-para-mi-evento/>

¹⁷ Álvarez Martín – Prieto, T. (2015). *Las redes sociales se consolidan como la herramienta más eficaz en promoción y difusión de eventos*. Puro Marketing [en línia] [Última consulta: 12/04/16] Disponible a: <http://www.puromarketing.com/16/24806/redes-sociales-consolidan-como-herramienta-mas-eficaz-promocion-difusion-eventos.html>

Les empreses entrevistades també van revelar quines eren les xarxes socials que més utilitzaven per promocionar els esdeveniments que organitzen. En cap es situa Facebook (78%), en segon lloc Twitter (56%) i en tercera posició LinkedIn (49%).

El mateix estudi de *Maximillion Events*, que cita Teresa Alvarez (2015) al seu article, destaca que tot i que Facebook és la xarxa social més utilitzada no és la més eficaç, ja que la seva utilitat principal està més encarada a mantenir les relacions personals amb persones del l'entorn de l'usuari. Twitter és la xarxa social que s'imposa en primera posició com a xarxa social més eficaç per a promocionar esdeveniment. Aquest fet es degut a que permet arribar a un públic més ampli, no només coneguts, i a més amb instantaneïtat. Fomenta la retransmissió en directe a través dels *tweets*, fotos i *hashtags* que publiquen els propis usuaris de Twitter. És una eina de difusió que serveix a les organitzacions per fer arribar a més gent el seu esdeveniment, el seu missatge, més enllà del moment en el que es fa l'esdeveniment gràcies a la perdurabilitat de les publicacions. Genera consciència durant, però també abans i després del propi esdeveniment.

2. 9. 1. Difusió d'un esdeveniment a través de les xarxes socials

Donada la importància de les xarxes socials en la promoció i difusió d'un esdeveniment cal conèixer de quines maneres es pot treure el màxim profit d'aquestes per fer que un esdeveniment sigui un èxit.

Javier Lorente (2014)¹⁸ afirma que les xarxes socials són fonamentals per fer arribar al públic objectiu el missatge de l'esdeveniment. Això es degut a que a través d'elles els assistents, professionals del sector o *influencers*, per exemple, generen continguts sobre l'esdeveniment que arriben a un públic molt ampli.

Segons Javier Lorente (2014) el primer pas per començar a crear una estratègia de difusió *online* és analitzar els perfils de les diferents xarxes socials. Abans de l'esdeveniment també és recomanable començar a generar expectació entre el públic amb publicacions sobre l'esdeveniment en les diferents xarxes socials que s'han seleccionat prèviament. Crear

¹⁸ Lorente, J. (2014). *Los eventos y las redes sociales ¿una pareja muy bien?* Marketing Directo. [en línia] [Última consulta: 13/04/16] Disponible a: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-eventos-y-las-redes-sociales-una-pareja-muy-bien-avenida/>

esdeveniment, el *hashtag*, publicar el cartell amb la programació o un vídeo, per exemple, pot ser molt atractiu pels seguidors.

Durant el propi esdeveniment, l'organització ha de explicar el que està passant a través de les xarxes socials, d'aquesta manera el receptor d'aquest contingut també podrà rebre el missatge, valors, filosofia, que es vol transmetre amb l'organització de l'esdeveniment. Javier Lorente (2014), també recomana no fer masses publicacions ja que el públic es pot veure saturat i es pot convertir per tant en un fet negatiu per la pròpia marca.

Segons Javier Lorente (2014), després de l'esdeveniment les xarxes socials també són d'utilitat per comunicar l'esdeveniment. Proposa la creació de diferents continguts a partir d'altres generats durant l'esdeveniment com per exemple vídeos. També permeten poder fer un *clipping* a través de tot el contingut que s'ha creat i d'aquesta manera poder mesurar el resultat de les diferents accions. Aquests materials post-esdeveniment poden servir per incrementar la visibilitat i notorietat de l'esdeveniment.

2. 9. 2. Difusió d'un esdeveniment a través d'altres mitjans.

Web de l'esdeveniment

Segons Inma Turbau (2011)¹⁹ la pàgina web tindrà un paper molt important en la difusió de l'esdeveniment, ja que és el suport en el que es recullen totes les novetats, la informació i els continguts (vídeos o imatges) que es penjaran en les xarxes socials. El llançament de la web oficial, segons Inma Turbau (2011), s'ha de fer tres mesos abans de l'esdeveniment que es quan es concentren la majoria d'accions de comunicació.

Estefanía Moll (2014)²⁰ descriu deu punts importants a tenir en compte a l'hora de crear la web d'un esdeveniment:

- **Url.** La *url* de la pàgina web i el seu títol de l'esdeveniment han de ser curts i fàcils de recordar.

¹⁹ Turbau, I. (2011). *¿Por dónde empiezo? Guía práctica para programar, financiar y comunicar eventos culturales*. Madrid: Editorial Planeta. Pàg.77.

²⁰ Moll, E. (2014). *Cómo crear la página web de tu evento*. El Blog Estefanía Moll [en línia] [Última consulta: 15/05/16] Disponible a: <https://masquesocial.com/2014/06/17/como-crear-pagina-web-evento/>

- **Imatge de l'esdeveniment.** La imatge, la tipografia i el contingut han de dissenyar-se amb l'objectiu de captar l'atenció del públic objectiu de l'esdeveniment. La creativitat en el disseny gràfic pot ser determinant per l'èxit de l'esdeveniment.
- **Títol i descripció de l'esdeveniment.** Tant el títol com una breu descripció de l'esdeveniment han d'aparèixer a la part superior de la pàgina web per tal de que l'usuari es faci una idea de que tracta ràpidament i sense haver de navegar gaire per la pròpia web.
- **Data i localització.** La data i la localització en la que es realitzarà l'esdeveniment també han de ser molt visibles en la pàgina web. Es recomana afegir el mapa amb la localització que es pot fer amb el *widget* de *Google Maps*, per exemple.
- **Hashtag i Twitter de l'esdeveniment.** Per ajudar a viralitzar les novetats sobre l'esdeveniment i altres és recomanable donar visibilitat al *hashtag* a través de la web. Un altre consell que dona Estefanía Moll (2014) és afegir el *widget* de Twitter per agilitzar que es generi conversació amb els usuaris d'aquesta xarxa social.
- **Registre.** Segons Estefanía Moll (2014) incloure un apartat a la web de l'esdeveniment on els usuaris es puguin registrar ajudarà a millorar el posicionament de la pàgina i a que sigui més atractiva pel públic.
- **Programa.** També cal donar a conèixer els horaris de les diferents activitats i actuacions de l'esdeveniment, així com fer una descripció en que consistirà cadascuna.
- **Enllaç a totes les xarxes socials de l'esdeveniment.** Per facilitar la difusió de l'esdeveniment a través de les diferents xarxes socials Estefanía Moll (2014) recomana afegir un botó perquè puguin compartir fàcilment l'esdeveniment a través dels seus perfils en diferents xarxes socials. D'aquesta manera s'ajudarà a que l'esdeveniment es doni a conèixer a un públic més ampli.
- **Contacte.** En la pàgina web també ha d'aparèixer un contacte a través del qual els usuaris puguin rebre més informació, si així ho desitgen, o resoldre els dubtes que els hi sorgeixin.
- **Altra informació.** Es pot afegir altra informació que es consideri rellevant per l'esdeveniment, com vídeos, fotografia o notícies relacionades.

Prensa

Segons Inma Turbau (2011)²¹ és molt important mantenir una bona relació amb la premsa. Per aquest motiu l'organització ha de recopilar tota la informació, com la programació, fotografies o els CV de convidats, que després es passarà a la premsa.

Inma Turbau (2011) recomana realitzar una roda de premsa de presentació uns dies abans de la realització de l'esdeveniment on el cap de l'organització de l'esdeveniment, junt amb un membre d'alguna de les empreses patrocinadores i algun convidat rellevant expliquin en que consistirà l'esdeveniment.

Segons Inma Turbau (2011) convé repartir acreditacions de premsa especialment quan es tracta d'actes multitudinaris. D'aquesta manera l'organització podrà tenir un control sobre la cobertura que donarà la premsa i assegurar-nos de que obtinguin tota la informació i fotografies i vídeos que desitgin. La roda de premsa de presentació pot ser el moment ideal per repartir les acreditacions ja que hi assistiran molta premsa.

Publicitat exterior

Segons l'agència de comunicació *Quimeras* (2014)²² la publicitat exterior és una bona opció per donar a conèixer un esdeveniment, ja que permet impactar a un gran nombre de persones a un cost, comparat amb el d'altres mitjans, relativament baix. També presenta l'avantatge de que permet segmentar fàcilment el públic per àrees geogràfiques per les que es vol donar a conèixer l'esdeveniment pel que és molt eficaç en campanyes de difusió a nivell local.

D'altra banda, segons l'agència de comunicació *Quimeras* (2014) s'ha de tenir en compte que la publicitat exterior serveix com a complement de la difusió que es fa de l'esdeveniment a altres mitjans de comunicació. D'aquesta manera s'aconsegueix a un públic més ampli que pot ser no hagin sigut impactat per les accions realitzades a altres mitjans. El disseny, els suports i les àrees geogràfiques on es col·locarà la publicitat exterior es seleccionaran en funció al perfil del públic objectiu de l'esdeveniment per tal de captar la seva atenció cap a l'anunci.

²¹ Turbau, I. (2011). *¿Por dónde empiezo? Guía práctica para programar, financiar y comunicar eventos culturales*. Madrid: Editorial Planeta. Pàg.107-111.

²² *Quimeras*. (2014). La publicitat exterior, una bona eina per ampliar el nostre públic. [en línia] [Última consulta: 15/05/16] Disponible a: <http://quimeras.cat/la-publicitat-exterior/>

3. Anàlisi de la situació

3. 1. Entorn social i cultural

Ripollet és un poble de 37.967 habitants amb una extensió de 4,39 m². Es troba a la província de Barcelona limitant al sud i al sud-oest amb Cerdanyola, a l'est i al sud-est amb Montcada i Reixac i al nord amb Barberà²³.

El passat 13 de juny Decidim Ripollet va entrar al govern, amb José Maria Osuna com a alcalde, desbancant a la llista més votada anteriorment, el PSC²⁴. La regidoria de Cultura, Joventut i Educació va a passar a ser càrrec del actual regidor Oriol Mor.

Segons el propi regidor de cultura, quan van arribar al poder es van trobar amb una política cultural que no havia evolucionat des de feia 20 anys. Per aquesta raó, tal i com explica Oriol Mor (2016)²⁵, el nou govern està prenent mesures per tal de "... teixir tot el que seria la sobirania cultural, és a dir, posar en relació la cultura, el patrimoni, l'educació, la joventut i el que serien els esports per crear tot el que és una àrea de desenvolupament comunitari, perquè creiem que no hi ha cultura, sinó hi ha un relat comunitari al darrera. És per això que nosaltres estem lluitant per crear aquestes sinergies entre diferents departaments que sempre havien estat separats, per confluïr en polítiques globals".

L'associacionisme entre les diferents organitzacions i entitats també és fonamental perquè les noves iniciatives es puguin dur a terme amb èxit. Tal i com comenta el regidor Oriol Mor (2016), establir sinergies, unir forces entre tots és clau per crear el teixit social i cultural del poble.

Un altre dels problemes que es van trobar quan van arribar al poder va ser la situació de l'oferta cultural i d'oci dirigida cap al jovent de Ripollet, ja que tal i com comenta Oriol Mor (2016) "L'oferta cultural cap als joves és nul·la, perquè poca d'ella s'enfoca directament als joves ni es fa un pla comunicatiu que arribi realment als joves". L'oferta d'oci nocturn és igual. És escassa, perquè la majoria d'oci nocturn no està enfocat cap a un oci educatiu, molt més per a joves". Per tal de solucionar aquestes carències la regidoria de Cultura, Joventut i Educació de Ripollet vol demostrar al poble que des de l'ajuntament es volen dur a terme noves activitats d'aquest

²³La fitxa de Ripollet. Ajuntament de Ripollet. [en línia] [Última consulta: 26/05/16] Disponible a: <http://ripollet.cat/asp/content.asp?sf=/static/fitxa.html>.

²⁴José María Osuna, investit alcalde de Ripollet. Plens. Ajuntament de Ripollet. [en línia] [Última consulta: 26/05/16] Disponible a: http://info.ripollet.cat/asp/llistat_noticies.asp?ID=22445

²⁵Entrevista completa a l'apartat 8. 2. 1. dels annexos.

caire dirigides al públic jove, així com estan oberts a acollir propostes provinents d'entitats del poble o altres. En aquest projecte, segons Oriol Mor (2016), el paper que juguen les entitats és fonamental perquè les noves iniciatives i projectes proposats tinguin una bona acollida en el poble:

“Doncs juguen els que és la clau, és a dir, nosaltres podem fer des de l'ajuntament, podem organitzar qualsevol tipus d'esdeveniment adreçat pels joves, que mentre una entitat juvenil no hi sigui al costat o cultural, sabem que no tindrà ni la mateixa repercussió. I això està comprovat, és a dir, si un acte el fa una entitat doncs té el doble de resposta que pot tenir quan l'organitza un ajuntament. Primer perquè l'entitat és algú reconegut molt més fàcilment per una altra part, i un ajuntament és una organització molt gran que quan proposa una cosa a la joventut no creus que puguis fer un canvi allà”.

És a dir les entitats juvenils i culturals s'han de convertir en els dinamitzadors de l'oferta cultural i d'oci dirigida cap als habitats de Ripollet i rodalies. No són simples intermediaris entre els ciutadans i l'ajuntament. Per aquesta raó és molt important que tinguin la iniciativa de obrir-se a nous projectes i activitats que sorgeixin des del propi ajuntament o des d'una entitat.

3. 2. Centre d'Esplai l'Estel

Per el meu coneixement com a membre actual de l'entitat sé que el Centre d'Esplai l'Estel és una entitat del municipi de Ripollet que van crear un grup de joves el 22 de novembre de 1980 al veure que en el seu poble hi mancava l'oferta de lleure alternatiu dirigit als infants i joves. Des de llavors la seu de l'Estel és Can Mingrat que es troba al carrer Tamarit nº 80 de Ripollet.

Per tal de solucionar la falta de dinamisme social l'Estel va començar a fer esplai els dissabtes per la tarda, però també van prendre la iniciativa d'organitzar altres activitats obertes a tot el municipi de Ripollet. Algunes d'aquestes activitats són la Baixada de Carretons, el Tio a la Rambla o la Nit Jove.

L'assemblea és l'òrgan organitzatiu principal del Centre d'Esplai d'Estel. Totes les decisions que es prenen es fan a través de l'assemblea en el que tots els membres que la forma han de participar activament. La metodologia que s'utilitza en l'assemblea de l'Estel és el consens, és a dir, s'ha d'arribar sempre a prendre una decisió que en la que tots els membres estiguin d'acord. Cadascuna de les persones que formen l'assemblea estan obligades a participar i a donar la seva opinió en tots els temes, no es poden quedar al marge en cap pressa de decisió. En l'actualitat

l'assemblea del Centre d'Esplai l'Estel està formada per setze membres amb edats compreses entre els 17 i els 24 anys.

Per tal de dur a terme les tasques necessàries per al funcionament correcte de l'entitat del Centre d'Esplai l'Estel i organitzar les diferents activitats que es fan al esplai, algunes de obertes a tots els habitants de Ripollet, s'utilitzen les comissions. Les comissions són equips de treball que es poden classificar en dos grans grups, segons el Projecte Educatiu de Centre de l'esplai l'Estel, que són les internes o les d'activitats. Trobem les següents comissions segons el Projecte Educatiu de Centre de l'esplai l'Estel²⁶:

“Comissions de caràcter intern

- Secretaria: realitza les gestions administratives i burocràtiques de l'entitat.
- Tresoreria: administra els recursos econòmics de l'entitat.
- Casal d'estiu: planifica i organitza els casals del període estival.
- Casa i jardí: s'encarrega de la rehabilitació i manteniment del recinte de Can Mingrat, seu del Centre d'Esplai l'Estel.
- Entitats: coordina les relacions amb club de petanca “Si no fos” i la colla Sardanista, amb les quals compartim espai a la Torre de Can Mingrat.
- Material: realitza el manteniment i l'abastiment del material necessari per al correcte funcionament de l'esplai i els casals.
- Difusió: dissenya i produeix les diferents formes de publicitat de l'entitat. També s'encarrega de la gestió de les xarxes socials i el contacte amb els mitjans de comunicació.
- Colònies: organitza i gestiona les colònies de l'esplai d'hivern.
- Ensabonades: coordina i organitza les jornades de formació de monitors.
- Tancades: organitza les jornades anuals de planificació del curs d'hivern.

Comissions organitzadores d'activitats:

- Carnestoltes: s'encarrega d'organitzar la comparsa anual que l'entitat realitza a la rua de Ripollet.
- Tió: organitza la cagada del Tió a la nostra vila.

²⁶ Projecte Educatiu del Centre del Centre d'Esplai l'Estel (2015). Centre d'Esplai l'Estel, Ripollet. Document no publicat.

- Sant Jordi: dissenya i organitza la parada del Centre d'Esplai l'Estel en la celebració de la diada de Sant Jordi a la nostra vila.
- Nit Jove: organitza la Nit Jove a Ripollet, projecte sorgit d'un grup de joves de l'esplai ara fa nou anys.
- Carretons: organitza i gestiona de la Baixada de Carretons de la vila de Ripollet.
- Aniversari: organitza i gestiona les festes d'aniversari de la nostra entitat.
- Castanyada: prepara la festa de Castanyada a la Torre de Can Mingrat.”

La comissió organitzadora de la Nit Jove, per tant forma part de les d'activitats segons la divisió que fa el Centre d'Esplai l'Estel.

3. 3. Nit Jove

La Nit Jove és un esdeveniment sorgit del projecte d'*An-txoves* (grup de joves) de l'any 2007. El seus monitors van decidir deixar-los la llibertat de crear aquest nou esdeveniment a Ripollet, per a que ells mateixos comencessin a treballar per si sols en els seus projecte i així fomentar la seva iniciativa i autonomia. Des de la meua experiència com a voluntària de l'entitat Centre d'Esplai l'Estel sé que és un esdeveniment que surt de les motivacions d'un conjunt de joves amb ganes de oferir al seu poble un esdeveniment dirigit per ells i cap a ells. El seu treball com a organització és sense ànim de lucre propi. Això és perquè el projecte prové del Centre d'Esplai l'Estel una entitat sense ànim de lucre portada per un equip de voluntaris durant els mesos de curs escolar.

Donat la bona acollida que va tenir la primera edició del'esdeveniment pel jovent de Ripollet l'activitat es va seguir fent i des de llavors ha crescut i ha anat afegint alguns canvis.

3. 3. 1. Localització

En un començament l'esdeveniment de la Nit Jove es va començar a fer al patí del Centre Cultural de Ripollet, un espai petit, recollit i cèntric. Segons descriu un dels organitzadors actuals, en Raúl Medina (2016)²⁷, és un espai que permet una assistència bastant limitada de gent, però que a la vegada genera un clima acollidor gràcies a la seva forma d'amfiteatre.

²⁷ Entrevista completa a l'apartat 8. 2. 2. dels annexos.

En les primeres edicions la Nit Jove només es feia durant una nit, però donat que l'activitat havia anat creixent amb noves activitats, com el dinar popular i les activitats de la tarda, i també s'havia incrementat notòriament el nombre d'assistents, la comissió organitzativa de la VIII edició de la Nit Jove van proposar a l'assemblea ampliar l'esdeveniment a dues nits i així va ser.

D'altra banda també cal destacar que localitzar la Nit Jove al patí del Centre Cultural ocasionava algunes queixes per part dels veïns pel soroll nocturn, el que feia que l'organització després tingués problemes també amb l'ajuntament.

Segons explica Raúl Medina (2016) aquest ambiciós canvi es feia amb l'objectiu de fer créixer més l'esdeveniment. Així doncs la comissió de la VIII Nit Jove van haver de buscar una altra localització per la seva celebració. El lloc escollit va ser el Parc del riu Ripoll de Ripollet. El Parc del riu Ripoll té diversos avantatges respecte la localització antiga. És un espai més obert on poden assistir molt més públic. A més es troba situat a la perifèria, prop de l'estació de Renfe de Cerdanyola del Vallès, on no es causen tantes molèsties als veïns.

3. 3. 2. Públic

La Nit Jove és un esdeveniment, que com el seu nom indica, està dirigit principalment al jovent. No obstant això, la gran varietat d'activitats que s'han encabir a l'esdeveniment durant les nou edicions anteriors deixen palès que des dels més petits fins als més grans poden gaudir també d'aquest esdeveniment. Segons Anna Puertas (2016)²⁸, organitzadora d'algunes edicions de la Nit Jove, el públic objectiu principal i el secundaris es poden definir de la següent manera.

Públic principal.

Segons Anna Puertas (2016) el públic al que principalment es dirigeix l'esdeveniment de la Nit Jove és al jovent d'entre 16 i 25 anys residents al municipi de Ripollet i a les seves rodalies.

La majoria d'aquests joves són estudiants i disposen de poc pressupost per dedicar al seu temps d'oci. Per aquesta raó busquen una proposta d'oci no consumista, un espai on no estiguin obligats a pagar una entrada o a consumir per tal de gaudir de les activitats.

²⁸ Entrevista completa a l'apartat 8. 2. 3. dels annexos.

Molts tenen un caràcter crític i obert pel que els hi agrada descobrir noves perspectives i activitats que els satisfacin no només a nivell de diversió, sinó que també ho facin intel·lectualment.

Segons Anna Puertas (2016), els seus gustos a nivell musical giren entorn el rock, l'*ska*, la rumba o el *reggae* entre altres.

Tal i com comenta la Marta Chevallard (2016), la música en directe és una activitat atractiva per ells ja que els ofereix la possibilitat de socialitzar-se i passar-ho bé a la vegada que gaudeixen d'un espectacle musical únic.

Públic secundari.

Segons Anna Puertas (2016) el públic secundari trobem als adults de més de 25 anys. Normalment són persones que han estat vinculades a la entitat del Centre d'Esplai l'Estel: ex monitors, mares i pares que porten als seus fills a l'esplai o antics infants o joves de l'Estel. També trobem a altres persones majors de 25 que estan o han estat participatives en la dinamització social del municipi.

Aquest públic tenen més ingressos i per això solen gastar més en el seu oci. Assisteixen més a les activitats de migdia-tarda, com el vermut-jazz. També hi ha qui assisteix als concerts nocturns.

3. 3. 3. Activitats

Segons la meua pròpia experiència com a voluntària del Centre d'Esplai l'Estel sé que la primera edició de la Nit Jove va començar amb un concert a les 7 de la tarda, seguit d'un concurs, el dinar popular i tres grups fins finalitzar a les 12:30 de la nit.

La segona edició de la Nit Jove va seguir el mateix esquema en la programació. L'únic que es va canviar va ser l'hora d'inici, a les 20 hores, i el concurs d'onomatopeies de la primera per un concurs d'acudits. En el projecte III Nit Jove que he trobat en la recerca d'informació sobre aquest esdeveniment, al 2009, es va passar l'esdeveniment del juny al setembre. L'altre canvi respecte l'edició anterior va ser canviar el concurs d'acudits per un d'*air guitar*.

Segons sé per experiència pròpia coma a voluntària del Centre d'Esplai l'Estel, la Nit Jove del 2010 van entrar dues de les activitats que s'han mantingut fins l'última edició. Aquestes

activitats van ser el concurs de les cadires, organitzat entre concert i concert i amb molt bona acollida, i el torneig de futbolí, que es fa a partir de les 18 hores. No obstant a la cinquena edició es va substituir a la programació el torneig de futbolí per la projecció de curts.

En la VI Nit Jove es van fer alguns canvis també. Segons explica Raúl Medina (2016), organitzador i voluntari de la Nit Jove, l'esdeveniment va començar al migdia amb un vermut jazz seguit d'una paellada popular. Segons Raúl Medina (2016) la paella va sortir molt bona, però no van poder treure benefici donat l'elevat cost dels ingredients del dinar. El dinar popular a l'edició següent van passar a ser unes econòmiques molles, tal i com diu Raúl Medina (2016)

Segons Raúl Medina (2016) a la VIII edició és quan es va fer el pas de fer una nit a fer-ne dues, el que a part de la localització va suposar molts altres canvis, que ampliaré en altres apartats. En quant a les activitats, el gran canvi van ser el nombre de concerts. Es va decidir que la primera nit seria un espai destinat per els grups locals de Ripollet, per tal d'oferir un espai per donar-se a conèixer. Aquest punt també va permetre que el cost de fer dues nits no es disparés amb els caixets dels grups de música. En la segona nit es seguien fent concerts de grups una mica més coneguts als que s'havien de pagar els seus caixets.

Segons explica Raúl Medina (2016) va incorporar com a novetat el fet de canviar les llaunes de cervesa per tiradors, ja que la marca català Moritz va patrocinar l'esdeveniment.

També sé pel meu recorregut com a voluntària en l'esdeveniment i en l'entitat organitzadora, que els grups de música que han actuat en les diferents edicions de la Nit Jove eren grups poc coneguts, amb un caixet baix, donat el limitat pressupost de l'esdeveniment. Els estils dels grups de música que han tocat en directe en la Nit Jove han sigut d'estils molt variats dins del panorama alternatiu: grups d'*ska*, rock, *heavy*, rap o *reggae*. Alguns d'ells han triomfat actualment en el panorama musical actual com Itaca Band, que va actuar a la III Nit Jove, o AlQuadrat a la setena edició.

3.3.4. Organització

Com ja he explicat l'organització del primer any la van formar el grup de joves d'aquell any. L'any següent es va començar a treballar amb membres pertanyents a l'assemblea del Centre d'Esplai l'Estel. És una comissió que es va renovant i mai a tingut un nombre de membres mínim, com explica en Raúl Medina (2016), un dels anys que va estar van ser tres persones a la comissió mentre que en l'actualitat la formem vuit persones.

Raúl Medina (2016) també explica que la motivació per part dels membres de la comissió Nit Jove sempre queda palesa després en que resulta l'esdeveniment, és a dir, si els membres tenen una nova idea i es veuen motivats a tirar-la endavant es fa. Són els principals autors de tots els canvis que ha patit l'esdeveniment i que l'ha fet créixer.

En quant als canvis organitzatius no hi ha gaires. Segons Raúl Medina (2016) el més destacat va ser en la VIII Nit Jove, quan es van començar a fer dues nits. Aquest fet va suposar que alguns dels membres de la comissió s'haguessin de quedar a passar la nit al parc de l'ajuntament per tal de vigilar l'equip de so i començar a preparar els recursos necessaris per començar la diada següent.

3.3.5. Finançament

Segons explica Raúl Medina (2016), organitzador voluntari d'algunes edicions de la Nit Jove, les fonts principals de finançament de la Nit Jove sempre han estat la inversió del Centre d'Esplai l'Estel, la subvenció de 900 euros per part de l'ajuntament i els recursos que s'aconsegueixen en la recerca de patrocinadors.

Tal i com comenta Raúl Medina (2016), la inversió econòmica per part de l'esplai Estel sempre ha tingut molt de pes en el finançament de la Nit Jove. Fins la VII Nit Jove tots els diners que s'aconsegueixen com a benefici es reinvertien en l'esplai, però al 2012 es va decidir que tots els diners que s'havien guanyat es guardarien per reinvertir-los en la pròpia Nit Jove i d'aquesta manera fer créixer l'esdeveniment més. Segons Anna Puertas (2016), una altra de les organitzadores voluntàries d'alguna de les edicions de la Nit Jove, el Centre d'Esplai l'Estel amb motiu de la celebració de la desena edició de la Nit Jove ha decidit donar 5.000€.

La subvenció de l'ajuntament, en canvi, no s'ha incrementat. Tal i com explica Raúl Medina (2016), aquests 900 euros de subvenció per la Nit Jove servien per cobrir el cost de l'equip de so quan es feia una sola nit. Al ampliar l'esdeveniment a dos dies el lloguer del equip de so també es va pujar, però no va ser així amb la subvenció.

D'altra banda estan els patrocinadors que tenen un paper clau en cada edició, ja que és aquesta la part més variable del finançament, tot depèn del treball que facin els membres de la comissió venent la Nit Jove a la llista d'empreses patrocinadores potencials. Segons explica l'organitzador voluntari d'alguna de les edicions de la Nit Jove Raúl Medina (2016), gràcies a la bona feina de l'equip de la comissió de la vuitena edició es van aconseguir 500 euros en una setmana amb el

que van poder portar el grups que ells volien, *Microguagua*. Això és un clar exemple de la gran influència que aquesta partida de finançament juga en el resultat final de cada edició.

3. 3. 6. Difusió

Segons Raúl Medina (2016), en les primeres edicions el principal suport que s'utilitzava per donar a conèixer la Nit Jove eren els cartells, que s'enganxaven pels pivots de publicitat i taulells d'anuncis de poble de Ripollet principalment. En l'actualitat aquest segueix sent un dels principal mitjans que l'organització utilitza per fer difusió de la Nit Jove. Cal destacar que la imatge de la Nit Jove ha canviat molt des de la primera fins la última edició.

Segons sé per experiència pròpia com a voluntària del Centre d'Esplai l'Estel, no va ser fins al 2012 quan es van crear les xarxes socials de la Nit Jove i es va fer una estratègia de difusió de l'esdeveniment per Facebook, *Twitter* i un *blog* en els que és publicaven les últimes notícies sobre la següent edició, vídeo i fotografies generats durant alguna de les edicions de la Nit Jove. En les tres darreres edicions la xarxa que s'ha mantingut més activa ha estat el Facebook de la Nit Jove que actualment compta amb més de 300 seguidors. La premsa local també ha estat fonamental per la difusió de les nou edicions de la Nit Jove que ja s'han celebrat.

Raúl Medina (2016), organitzador de quatre de les edicions de la Nit Jove, explica que també s'han dut a terme accions més creatives per fer difusió. Explica que es va contactar amb diferents il·lustradors per fer imatges sobre la Nit Jove que després es penjarien a les xarxes socials. Per fer la difusió d'un de les edicions es va empaperar el pivot publicitari del Centre Cultural de Ripollet amb paper de periòdic i es va pintar la programació d'aquell any amb pintura rosa per tal de cridar més l'atenció dels vianants. Raúl Medina (2016) també destaca que durant algunes edicions es penjava una pancarta gran al mig de la Rambla Sant Jordi de Ripollet i que pintava cada any els membres de la pròpia comissió de la Nit Jove.

3. 3. 7. Normativa.

Per tal de saber quins són els requeriments a nivell legal que s'han d'acomplir per poder realitzar un esdeveniment com la X Nit Jove vaig preguntar-li al tècnic de joventut de l'ajuntament de

Ripollet, José María Sebastian Miranda (2016)²⁹, que hem va respondre lo següent segons la informació que li havia donat el departament d'activitats de l'ajuntament de Ripollet:

“Principal normativa d'aplicació: Llei 3/2010, de prevenció i seguretat en matèria d'incendis en establiments, activitats, infraestructures i edificis; Decret 30/2015, pel qual s'aprova el catàleg d'activitats i centres obligats a adoptar mesures d'autoprotecció i es fixa el contingut d'aquestes mesures; Decret 176/2009, pel qual s'aprova el Reglament de la Llei 16/2002, de protecció contra la contaminació acústica; Reglament Electrotècnic de Baixa Tensió, segons R.D. 842/2002 (en especial, ITC-BT-30 i 34); la vigent sobre seguretat i prevenció de riscos laborals i sobre règim general dels artistes, intèrprets o executants; la vigent sobre accessibilitat i supressió de barreres arquitectòniques (Llei 20/1991 i Decret 135/1995); Llei 11/2009 de regulació administrativa dels espectacles públics i les activitats recreatives; Decret 112/2010, pel qual s'aprova el Reglament d'Espectacles Públics i Activitats Recreatives (REPAR); R.D. 199/2010, per el què es regula l'exercici de la venda ambulant o no sedentària; Decret legislatiu 1/1993, sobre comerç interior (i modif. posteriors); així com qualsevol altra que fos preceptiva.

D'acord als articles 20 i 23 de la Llei 3/2010, en les condicions que s'especifiquen en aquest informe, aquesta activitat no es considera de risc important (aforament ≤ 1000 pers).

Vista la documentació aportada, a banda de l'indicat en la memòria descriptiva, per poder autoritzar aquestes activitats desmuntables i recreatives de caràcter extraordinari, en virtut dels articles 29, 32 i 41 de la Llei 11/2009 i 39, 40, 42, 43, 57, 68, 73, 77 a 83, 92, 95 a 105, 107 a 109, 111 a 115, 117, 131, 135, annex I.V.b) i I.VI del REPAR, cal que l'organitzador adopti i/o justifiqui les següents prescripcions:

- Limitarà l'assistència a un màxim de 500 persones. Per tant, segons Decret 30/2015 no serà necessari disposar d'un Pla d'Autoprotecció (PAU).
- D'acord amb l'establert al Decret 344/2006 no cal presentar estudi d'avaluació de la mobilitat generada (aforament < 2000 persones).
- Faran constar noms, adreça i telèfons de, com a mínim, dues persones responsables.
- En cas d'altres espectacles amb risc i/o normativa específica, s'hauran de comunicar a l'Ens competent i no es podran realitzar sense l'autorització prèvia pertinent, si s'escau.

²⁹ Text complet a l'apartat 8. 2. 5. dels annexos

- Disposarà de cabines dotades de vàter i lavabo en nombre suficient, com a mínim una d'elles adaptada, i dels dispositius d'assistència sanitària pertinents segons REPAR (almenys una farmaciola amb els materials i equips adequats).
- El lloc d'instal·lació dels possibles focus de molèsties (sorolls, fums, olors, etc.), han d'estar prou separats de l'ús residencial per tal d'evitar aquestes al veïnat.
- Suspendrà les activitats quan així ho recomanin les autoritats competents en matèria de seguretat, protecció civil i/o per condicions meteorològiques clarament adverses.
- No generarà sorolls superiors als llindars d'immissió establerts per l'Ordenança municipal reguladora del soroll i les vibracions (BOPB de 18/11/2014), en especial, allò indicat als articles 15 i 16. Donat que no aporta valoració d'impacte acústic, les activitats programades, inclòs el muntatge i desmuntatge, hauran de moderar l'emissió de so en horari vespre (21-23h) i aturar-ne l'emissió en horari nocturn (23-07h), a no ser que acrediti la instal·lació de limitadors de so als aparells d'amplificació electroacústics, que garanteixin un volum adequat per a no destorbar els veïns (en horari nocturn es limitarà en 50 dB(A) (LAeq, 30 minuts) a la façana més exposada).
- Les Assegurances de Responsabilitat Civil contractades inclouran totes les activitats, riscos i seran vigents, complint el què estableixen els articles 77 a 83 del REPAR.
- Disposaran d'extintors de pols polivalent, d'eficàcia mínima 21A-113B, en nombre suficient, fàcilment accessibles i en correcte estat de funcionament (a menys de 15 m de tots els punts susceptibles d'ignició de foc).
- Durant els concerts disposarà de personal de control d'accés, identificat i degudament habilitat, en la proporció a establerta als articles 57 a 65 del REPAR (almenys 2 persones).
- Realitzarà declaració responsable per a la manipulació i/o venda d'aliments de la Regidoria de Salut Pública, compliran almenys el Codi Alimentari (Decret 2484/1967), el Reial Decret 3484/2000 i el 191/2011, la Llei 17/2011, el reglament (CE) Nº 852/2004 i el Decret 32/2005, pel qual es regula la senyalització de les limitacions en la venda de begudes alcohòliques.
- La col·locació de cartells, rètols, pancartes, adhesius o qualsevol altre forma de publicitat, anunci, tanques o similars, haurà d'efectuar-se únicament en els llocs expressament habilitats i sense impedir la correcta circulació de persones o vehicles.
- Es responsabilitzarà de la brutícia derivada de la celebració dels actes i gestionarà correctament els residus, d'acord al Decret 93/1999 i el Decret Legislatiu 1/2009.

- Entregarà còpia de les sol·licituds de contractació dels serveis de subministrament (aigua, electricitat, residus,...), si s'escau.

En conseqüència, una vegada l'organitzador justifiqui el compliment de les mesures indicades o bé declari responsablement el fet d'haver-les adoptat, llevat vici o defecte amagat, estimo que la seva efectivitat tècnica serà la prevista i les considero SUFICIENTS, dins l'àmbit de les competències pròpies del sotasignat per tal de procedir, si s'escau, a autoritzar la celebració de l'esdeveniment indicat. Finalment, considero que aquest tipus d'activitat merita taxes municipals d'ocupació de via Pública i/o d'activitats, segons Ordenances Fiscals nº 6 (article 6, grup II, tarifa 4ª-b) i nº 22 (article 6, tipus 2.26)."

4. Diagnòstic de la situació: DAFO.

Taula 1 DAFO. Diagnòstic de la situació de la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

Debilitats	Amenaces
- Pressupost inicial petit - Molts membres de la comissió nous. - Falta de coneixements sobre l'organització d'esdeveniments a nivell professional.	- Celebració d'altres esdeveniments musicals a les proximitats.
Fortaleses	Oportunitats
- Celebració de la desena edició. - Motivació intrínseca dels membres de l'organització. - Increment de la inversió de l'esplai en l'activitat respecte els altres anys. - Activitats d'esplai que el diferencien d'altres esdeveniments culturals de caire alternatiu. - Experiència de les nou edicions anteriors de la Nit Jove.	- Nou govern obert a noves propostes per millorar la situació actual de l'oferta d'oci i cultura a Ripollet. - Donar a conèixer la Nit Jove a municipis del voltant. - Fomentar l'associacionisme entre diferents entitats del municipi de Ripollet.

4. 1. Debilitats

Pressupost inicial petit.

Tot i que el pressupost de l'activitat ha augmentat respecte anys anterior, ja que el Centre d'Esplai l'Estel ha decidit posar 5.000 euros d'inversió degut a la celebració del 10é aniversari, el pressupost segueix estant bastant limitat per poder aconseguir tots els recursos necessaris per a poder a terme la Nit Jove acomplint els objectius. Per aquesta raó el treball buscant patrocinadors és determinant per aconseguir els recursos econòmics i materials que permetran que la X Nit Jove sigui un èxit.

Molts membres de la comissió nous.

Oriol Mor (2016) comenta que una de les principals debilitats que té un esdeveniment organitzat per una entitat que constantment renova els seus membre és que es per part de tot el que han après el membres de l'organització per la seva experiència. Així doncs es necessari realitzar un bon traspàs dels membres més antics als novells per tal de que aquest també aprenguin de les experiències bones i dolentes que han tingut organitzant edicions anteriors de la Nit Jove.

Falta de coneixements sobre l'organització d'esdeveniments a nivell professional.

Cap dels membres de la comissió actual en Nit Jove tenen experiència prèvia muntant esdeveniments a nivell professional, encara que alguns si que han organitzat aquesta i altres activitats relacionades amb l'esplai.

4. 2. Amenaces

Celebració d'altres esdeveniments musicals a les proximitats.

Abans d'establir la data en la que es realitzarà la Nit Jove s'ha de tenir en compte que no estigui fixat cap esdeveniment del mateix caire en aquestes dates, entre mitjans i finals de setembre, com la Mercè o les festes del Pont Vell a Ripollet.

4. 3. Fortaleses

Celebració de la desena edició.

Aquesta edició de la Nit Jove és la desena, fet important ja que denota que és un esdeveniment amb recorregut en el poble i amb bona acollida per part del públic. Complir deu edicions fent la Nit Jove també és conseqüència de que tant l'entitat del Centre d'Esplai l'Estel, com l'ajuntament de Ripollet i altres patrocinadors volen seguir apostant per ella i els objectius que es persegueixen amb la seva organització.

Així doncs la X Nit Jove és el moment que membres de la comissió porten temps desitjant celebrar per fer-ho amb una festa gran perquè tothom conegui aquest projecte.

Motivació intrínseca dels membres de l'organització.

Tots els membres que han format la comissió al llarg de totes les edicions de la Nit Jove sempre han sigut voluntaris sense ànim de lucre, és a dir, hi formen part perquè creuen en el projecte i

el que defensa: dinamitzar el teixit social d'un poble amb una oferta escassa d'oci i cultura juvenil a través de la iniciativa i el treball autònom.

Increment de la inversió de l'esplai en l'activitat respecte els altres anys.

Segons explica Anna Puertas (2016), organitzadora voluntària d'algunes edicions de la Nit Jove (incloent la desena), el Centre d'Esplai l'Estel ha decidit invertir 5.000 euros en fer l'activitat aquest any per tal de poder portar un bon cap de cartell i altres activitats noves per atreure a un nou públic.

Activitats d'esplai que el diferencien d'altres esdeveniments culturals de caire alternatiu.

Tal i com va explicar la Marta Chevallard (2016), els concursos com el joc de les cadires o curses de sacs són un tret diferencial de la Nit Jove que altres esdeveniments culturals musicals no tenen. Són marca "d'esplai". Per tant aquesta mena d'activitats s'han de potenciar i donar a conèixer al públic objectiu de l'esdeveniment.

Cal destacar que els concursos faciliten la participació activa i la implicació emocional dels participants fent que recordin l'esdeveniment com una experiència única.

Experiència de les nou edicions anteriors de la Nit Jove.

El fet de que la Nit Jove no sigui un esdeveniment nou fa que es tingui la experiència d'errors i encerts que s'han comés en edicions anteriors, facilitant que es puguin evitar o preveure i així trobar ràpidament solucions.

4. 4. Oportunitats

Nou govern obert a noves propostes per millorar la situació actual de l'oferta d'oci i cultura a Ripollet.

Tal i com explica l'Oriol Mor (2016), el govern actual, al poder des del juny del 2015, vol millorar la oferta d'oci i cultura propulsant nous projectes i iniciatives establint sinergies entre les diferents organitzacions i entitats del poble. Així doncs es mostren més flexibles i oberts a les propostes que l'antic govern amb el que, com va comentar Raúl Medina (2016), havien tingut algun moment tens de negociació degut, per exemple, als problemes amb les queixes dels veïns quan es celebrava al Centre Cultural.

Donar a conèixer la Nit Jove a municipis del voltant.

Fins a la novena edició els assistents eren en la seva majoria del municipi de Ripollet, amb un baix percentatge de gent de pobles del voltant. Portant una programació més atractiva amb, per exemple, un cap de cartell més conegut es pretén donar a conèixer l'esdeveniment de la Nit Jove a més gent de la zona i fer que hi vulguin assistir-hi.

Fomentar l'associacionisme entre diferents entitats del municipi de Ripollet.

Crear sinergies entre les diferents entitats de Ripollet, com poden ser el Centre d'Esplai l'Estel, La Careta Teatre o els Diables de Ripollet pot ser molt beneficiós per a totes, ja que d'aquesta manera s'aconsegueix oferir una bona programació més variada i sense la necessitat d'invertir tants recursos econòmics i/o materials.

5. X Nit Jove

Seguint el model de projecte presentat al apartat 2. 4. 1. L'estructura del projecte d'un esdeveniment segons Gustavo Figueroa i les fases d'un esdeveniment segons defineix Stella Pereyra elaborarà una proposta detallada i professional de la X Nit Jove per tal d'acomplir els objectius que determino més endavant.

Un altre factor que ha determinat l'estructura del projecte de la X Nit Jove són les necessitats concretes d'aquest. Per exemple, donat l'ajustat pressupost hauré d'elaborar una estratègia de finançament a través de patrocinadors. Això ha fet que hagi d'incloure aquest punt en la fase de planificació d'un esdeveniment tot i que Stella Pereyra no ho especificava en el seu model de etapes d'un esdeveniment.

També, cal dir que, per tal de no donar informació reiterativa, he decidit posar la llista de tasques que s'han de fer durant la fase de planificació de l'esdeveniment directament a la carta de Gantt, en la que també s'indica l'espai temporal en el que s'han de realitzar.

5. 1. Nom de l'esdeveniment

El nom de l'esdeveniment és la Nit Jove, com en anteriors edicions, perquè el públic que la coneix i hi ha assistit reconegui l'esdeveniment. El nom anirà acompanyat de la xifra 10 en números romans, és a dir, X per destacar el recorregut de la Nit Jove des del 2007 i així incentivar que es consolidi com un esdeveniment d'oci cultural no consumista de referencia a Ripollet i als municipis de rodalies.

5. 2. Objectius generals i específics

La Nit Jove va néixer de la inquietud d'uns joves que veien que al seu poble l'oferta d'oci i cultura era molt escassa. És per això que amb motiu de la celebració de la desena edició de la Nit Jove es vol **consolidar com un esdeveniment referent d'oci cultural pels habitants de Ripollet i rodalies de caire no consumista** segueix sent l'objectiu principal que es vol acomplir amb l'organització també de la X Nit Jove.

El segon objectiu principal és **incrementar la notorietat de la Nit Jove entre els joves de Ripollet i rodalies**. Donar a conèixer l'esdeveniment a més gent. Aprofitant que aquest any es celebra la X Nit Jove es vol oferir una programació amb activitats més atractives. Per aconseguir això caldrà

ampliar el pressupost respecte altres edicions anteriors de la Nit Jove, pel que s'haurà de crear una estratègia de finançament.

Els objectius específics són:

- Oferir una plataforma perquè els grups locals es puguin donar a conèixer.
- Oferir una programació variada on s'encabeixin diferents tipologies d'activitats d'acord amb els gustos dels joves als que dirigim l'esdeveniment.
- Crear un espai de trobada dins del municipi pels joves de Ripollet i rodalies.
- Fomentar la participació activa del públic assistent.
- Incloure la utilització de les xarxes socials durant la celebració de la X Nit Jove per tal de generar continguts i incrementar la visibilitat de l'esdeveniment abans, durant i després del propi.

5. 3. Fonamentació del projecte

Tal i com explica Oriol Mor (2016), regidor de Cultura, Educació i Joventut a Ripollet, la situació de l'oferta d'oci i cultura dirigida cap als joves en Ripollet és alarmant, ja que és completament nul·la. Oriol Mor (2016) explica que per arreglar aquesta problemàtica és fonamental el paper com a dinamitzadors socials de les entitats, ja que tenen una capacitat de crida més elevada que l'ajuntament degut als seus seguidors fidels. Per això portar a terme nous projectes ambiciosos o fer créixer altres ja reconeguts, com la Nit Jove, és essencial perquè els joves ripolletencs puguin gaudir d'una proposta d'oci i cultura que els satisfaci sense la necessitat d'haver de marxar fora del seu municipi.

D'aquesta casuística va sorgir la primera edició de la Nit Jove al 2007 impulsada per un grup de Joves del Centre d'Esplai l'Estel. Donat la bona acollida de l'esdeveniment i la resposta que han rebut les activitats, que han anat fent créixer l'esdeveniment any rere any, es vol oferir una programació atractiva i variada que satisfaci les inquietuds i gustos del públic jove de Ripollet i rodalies. Cal dir que la Nit Jove és un esdeveniment que tot i estar dirigit cap als joves, està obert a tothom que hi vulgui assistir.

El Centre d'Esplai l'Estel conscient de la seva responsabilitat com a dinamitzador social del municipi de Ripollet vol apostar per fer créixer, tal i com explica Anna Puertas (2016), la Nit Jove incrementant la seva inversió fins al 5.000 euros, a més de fer que els propis membres de

l'entitat, i altres col·laboradors relacionats amb aquesta, siguin els que duguin a terme totes les tasques organitzatives i de producció.

5. 4. Descripció

5. 4. 1. Planificació

Pressupost inicial

El pressupost inicial del que parteix l'organització de la X Nit Jove és la inversió de 5.000€ del Centre d'Esplai l'Estel amb motiu de la celebració de la desena edició d'aquest esdeveniment més la subvenció de 900 € que l'ajuntament de Ripollet dona. Aquestes dues partides sumen un total de 5.900€.

Per tal d'aconseguir tots els recursos econòmics, materials i humans necessaris per l'organització de la X Nit Jove es desenvoluparà una estratègia per captar patrocinadors que facin una aportació econòmica o en espècies. Aquesta estratègia de finançament es definirà després de conèixer tots els costos fixos i variables que suposa la realització de la proposta de la X Nit Jove descrita a continuació.

Públic objectiu

El perfil del públic objectiu de la X Nit Jove coincidirà amb el del públic que ha assistit a les anteriors edicions i que s'explica a l'apartat 3. 3. 2. Públic. Tot i això es vol aconseguir més assistents provinents d'altres municipis propers a Ripollet.

Totes les activitats i pressupost es faran comptant que en la totalitat de la X Nit Jove hi assistiran al voltant de 700 persones, però no més del 500 a la vegada al mateix espai per tal de respectar la normativa legal.

Temàtica

La Nit Jove és un esdeveniment cultural, regional i organitzat per una entitat no lucrativa, que té com a fil conductor la música. Amb la realització de la X Nit Jove es persegueix, principalment, oferir una alternativa d'oci i cultura no consumista als joves de Ripollet i rodalies, encara que és un esdeveniment obert a tothom. Es vol oferir una programació que satisfaci els gustos musicals

i d'oci del públic objectiu i per això en la programació hi hauran grups i activitats musicals d'estils molt variats: blues, *hip hop*, reggae, rumba o *ska*.

El Centre d'Esplai l'Estel és l'entitat organitzadora de la Nit Jove. L'esplai l'Estel és una entitat molt reconeguda al poble de Ripollet com a organització dedicada al lleure de nens i joves. L'esperit de l'Estel com a esplai quedarà plasmat en els concursos i jocs, la majoria propis d'un esplai, que es realitzaran durant els dos dies de la X Nit Jove. D'aquesta manera es fomenta la participació del públic, que ajudarà a crear un vincle i record més fort en relació a la seva assistència a la X Nit Jove.

Per tant la temàtica central de l'esdeveniment serà la música, que anirà acompanyada de jocs i activitats pròpies d'un esplai que li donaran un aire divertit, dinàmic i informal.

Disseny

En la desena edició de la Nit Jove es mantindrà el logotip que es va començar a utilitzar a la vuitena edició per tal de consolidar la imatge de l'esdeveniment. El logotip segueix una estètica que *retro* i clàssica per la tipografia i la utilització de la combinació de colors blanc i negre.



Il·lustració 1 Logotip de la Nit Jove. Pàgina de Facebook de la Nit Jove (2014).

Aquesta estètica senzilla i *retro* es seguirà per crear la imatge global de l'esdeveniment: la comunicació *online* i *offline*, la decoració de l'emplaçament, el vestuari dels membres de l'organització i voluntaris, etc.

Per la decoració de la localització de la X Nit Jove s'utilitzaran els colors blanc i negre com a colors principals dels gairebé tots els elements que formaran part d'aquest esdeveniment. Un

exemple són les carpes de la barra o les pancartes que es col·locaran a la part superior i als laterals de l'escenari.

Duració i data

Seguint amb l'esquema de les dues edicions anteriors de la Nit Jove l'esdeveniment es dura a terme durant dos dies, començant un divendres a la tarda i finalitzant dissabte per la nit.

Per determinar aquesta data he tingut en compte que no coincideixi amb la data de cap esdeveniment cultural musical de caire alternatiu que es dugui a terme a la zona en el mes de setembre, després de la Festa Major de Ripollet (26, 27, 28 i 29 d'agost del 2016). Al setembre també és la Festa Major de Sabadell el primer cap de setmana de setembre (2 i 3 de setembre del 2016), el segon cap de setmana de setembre del 2016 coincideix amb la diada de Catalunya, que també té un públic objectiu molt similar al de la Nit Jove. Per últim les Festes de la Mercè es solen fer el cap de setmana abans del 24 de setembre, però aquest any el 24 cau en dissabte, per tant al no tenir clar si es farà els dies 18 i 19 de setembre o el 24 i 25 de setembre o en ambdós caps de setmana, la millor data per realitzar la X Nit Jove és el 30 i l'1 d'octubre.

Localització

La localització serà el Parc del riu Ripoll a Ripollet, en la zona que es troba entre la biblioteca municipal de Ripollet i l'hotel Ibis. És un espai públic que cedeix l'ajuntament gratuïtament per tal de poder realitzar l'esdeveniment.

Aquest emplaçament obert al públic ofereix un espai ampli on es poden encabir una gran varietat d'activitats que es poden dur a terme, si així és necessari, de forma simultània.

D'altra banda cal destacar que és un espai allunyat del centre del municipi de Ripollet, on es troba la concentració del nucli residencial del poble, fet que evita causar molèsties als veïns de la zona i conseqüentment evita problemes amb l'ajuntament de Ripollet.

Cal destacar que l'accés al Parc del riu Ripoll és molt fàcil. El parc es troba a prop de l'estació de tren de Cerdanyola del Vallés i té diverses parades de busos properes per on passen línies que connecten a Ripollet directament amb Cerdanyola del Vallés, Barcelona i Sabadell, el que ajudarà a portar a públic residents fora del municipi. També disposa d'una zona d'aparcament gratuït bastant ampla a just al costat d'on es realitzaran totes les activitats.

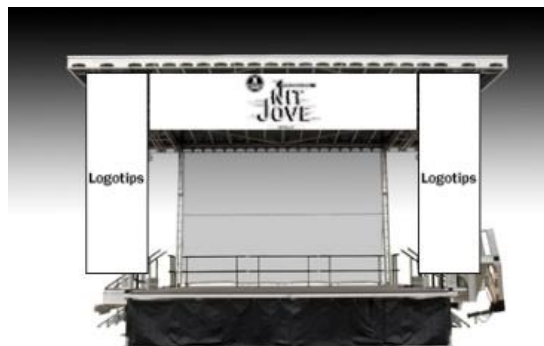
Un altre aspecte positiu és que l'accessibilitat per vehicles i persones amb mobilitat reduïda és molt bona ja que per arribar a l'espai on es celebra l'esdeveniment hi ha una rampa d'accés ampla a l'accés de l'aparcament de la biblioteca municipal de Ripollet.

Infraestructures

Per dur a terme totes les activitats plantejades a la programació de la X Nit Jove seran necessàries un seguit d'infraestructures.

Per a les actuacions que es realitzaran durant la X Nit Jove serà necessari un escenari (6 metres per 10 metres) i la seva estructura. Un equip de so i d'il·luminació per als dos dies. També es posarà a disposició dels músics un zona de descans darrere de l'escenari amb cadires i taules.

Cal destacar que a l'estructura de l'escenari aniran penjades tres pancartes: una a la zona superior amb el logotip de la X Nit Jove i una a cada lateral de l'estructura amb els logotips dels patrocinadors que hagin escollit un *pack* de patrocinis que contingui aquest suport de difusió.



Il·lustració 2 Croquis de l'escenari. Elaboració pròpia a partir d'una imatge extreta de Google Imatges.

Com ja he explicat anteriorment també hi haurà servei de barra en el que s'oferirà menjar i beguda als assistents, espai que es muntarà seguint el croquis que més endavant presentaré.

La disposició de les infraestructures necessàries es farà seguint el següent esquema.



Il·lustració 3 Croquis general de la X Nit Jove. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Cal tenir en compte que l'espai del Parc del riu Ripoll és un espai obert a tothom. Per això s'haurà de contractar personal de seguretat per a que la nit de l'1 d'octubre vigili que tot el material i infraestructures segueixi en les mateixes condicions en les que s'havia deixat al finalitzar l'última activitat.

Normativa legal

Durant el procés d'organització i realització de la X Nit Jove es tindrà en compte tota la normativa legal que ha d'acomplir (apartat 3.3.7) segons José María Sebastian, tècnic de joventut de l'ajuntament de Ripoll.

En quant els requeriments legals cal dir que el Centre d'Esplai l'Estel ja disposa de molts dels recursos necessaris dels que es necessiten per dur a terme l'esdeveniment, com els dos extintors, la farmaciola i l'assegurança de Responsabilitat Civil.

Per tal de poder acomplir tots els requeriments legals sense que suposi una gran despesa, es demanarà a l'ajuntament de Ripollet que s'encarreguin ells de contractar al personal de control d'accés i els dos lavabos portàtils.

Programació

Taula 2 Programació de la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

30 DE SETEMBRE	
Concurs de <i>breakdance</i> .	17:30 h – 20:30 h.
Concert de <i>Camaleón</i> .	21 h – 22:30 h.
Concert del Ventilador.	22:40 h – 00:15 h.
Cursa de sacs.	00:15 h – 00:30 h.
Concert <i>The Oldians</i> .	00:40 h – 2:00 h.
1 D'OCTUBRE	
Vermut i dinar popular. <i>Johnny Big Stone & The Blues Workers</i>	13:00 h – 15:00 h.
<i>Jam Session</i>	15:10 h – 16:30 h.
Torneig de futbolí	16:45 h – 18:30 h.
<i>Improshow</i>	19:00 h – 20:30 h.
Concert de <i>Lágrimas de Sangre</i>	22:30 h – 00:00 h.
Concurs de les cadires	00:05 h – 00:20 h.
Concert de Zoo	00:30 h – 2:00 h.
PD Gamerox	2:15 h – 4:00 h.

30 DE SETEMBRE

***Concurs de breakdance. 17:30 – 20:30**

La primera activitat serà el concurs de *breakdance* individual. En aquest concurs podran participar fins a setze ballarins d'aquest estil. La competició es farà mitjançant un màxim de tres rondes classificatòries i una final. En cada ronda dos ballarins competiran entre ells i el jutjat, format per tres professors de diferents escoles de ball de Ripollet, decidirà qui passa a la següent ronda dels dos. Durant l'activitat un dels membres de la comissió s'encarregarà de dinamitzar la competició.

Per captar als setze participants es contactarà amb escoles de ball de Ripollet i de municipis del voltant. Els interessats s'hauran d'inscriure enviant un correu electrònic amb les seves dades personals (Nom i cognoms, DNI i telèfon o correu de contacte). Per poder inscriure's a la competició hauran de ser major d'edat.

Premi: Targeta bescanviable per un tatuatge valorat en 200 €.

Patrocinador: *Hellfish Tattoo*, Ripollet.



Il·lustració 4 Croquis del concurs de breakdance. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Grup local: Camaleón. 21:00 – 22:30

Camaleón és un grup musical de joves de Ripollet i Cerdanyola del Vallés. Fan cançons pròpies i covers de cançons de rumba, *rock*, *ska* i *reggae*.

Cost: Tots el grups locals que hi actuïn ho faran gratuïtament, ja que per a ells suposa una gran oportunitat per donar-se a conèixer i sortir en un cartell conjuntament amb grups com Zoo i *Lágrimas de Sangre*.

Grup local: El Ventilador. 22:40 – 00:15

El Ventilador és un grup musical de rumba format per gent local. Tenen cançons pròpies i covers.

***Cursa de sacs. 00:15 – 00:30**

Es farà una cursa de sacs de 50 metres en la que podran participar un màxim de 15 persones.

El concurs es difondrà prèviament per xarxes socials per tal de que es puguin apuntar enviant un correu electrònic amb les seves dades personals (Nom i cognoms, DNI i telèfon o correu de contacte). També es repartiran *flyers* dels concursos que es realitzaran per fomentar la participació. Es podran inscriure durant el propi esdeveniment fins les 0 h del dia 1 d'octubre.

Premi: Dues entrades per anar als cinemes el Punt del Vallés (Cerdanyola del Vallés) i dos menús amb crispetes i beguda gran amb valor de 25€.

Patrocinador: El Punt del Vallés.



Il·lustració 5 Croquis de la cursa de sacs. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Grup local: *The Oldians*. 00:30 – 2:00

The Oldians és un grup musical nascut a Ripollet. El seu estil musical es centra en el *reggae* i el *rock*.

1 D'OCTUBRE

Vermut musical i dinar popular. Johnny Big Stone & The Blues Workers. 13:00 - 15:00.

La primera activitat del dissabte comptarà amb la presència del grup musical *Johnny Big Stone & The Blues Workers* que amenitzaran l'hora del vermut i el dinar.

El vermut s'oferiran tapes fetes per alguns bars de Ripollet, com el *Caribe* o la Neu de l'Eixida (50 plats aproximadament). La Neu de l'Eixida a més de patrocinar en espècies el vermut també ho farà amb el dinar popular. S'oferiran plats (120 aproximadament) de molles amb diversos components (cancel·lada, meló o xistorra). L'aportació del bar el *Caribe* es valora en 50 € i la de la Neu de l'Eixida en 250 €.

***Jam Session*. 15:10 – 16:30.**

Tot aquell que vulgui i porti el seu instrument musical podrà sortir a improvisar a l'escenari. Un dels organitzadors s'encarregarà de controlar que la majoria de gent que vulgui sortir a tocar tingui l'oportunitat.

***Torneig de futbolí. 16: 45 - 18:30.**

Es farà un torneig de futbolí amb equips format per parelles. Es podran presentar fins a setze equips. Es realitzaran tres rondes i una final. Les classificacions les anirà apuntant el membre de la comissió que s'encarrega de dinamitzar el torneig i apuntar els guanyadors de cada ronda en una pissarra que es portarà des de l'esplai.

Per fomentar la participació del públic es difondrà el Torneig de Futbolí a través de les xarxes socials de la X Nit Jove on es facilitarà el correu electrònic a través del qual es podran inscriure facilitant les seves dades personals. També es podran inscriure durant el propi esdeveniment a la barra fins les 15 hores del dia 1 d'octubre.

Premi: Dues entrades pel *Natupark* de Cerdanyola del Vallés. Valorat en 50 €.

Patrocinador: Bosc Tancat.



Il·lustració 6 Croquis del torneig de futbolí. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Improshow. 19:00 - 20:30.

La companyia *Improshow* realitzarà el seu espectacle còmic en el qual improvisen monòlegs a partir de les frases proposades prèviament pel públic. A la pista es disposaran 70 cadires pel públic assistent. Quinze minuts abans de començar l'espectacle es repartiran paper (ho portarà la companyia *Improshow*) i llapis entre els assistents.



Il·lustració 7 Croquis Improshow. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Concert de Lágrimas de Sangre. 22:30 - 00:00

Grup de rap alternatiu del Maresme. Van néixer al 2006 i porten a la seva trajectòria sis àlbums discogràfics.

Cost: La tarifa d'aquest grup segons la promotora musical Bandera Negra és de 2.500 €. Es pretén aconseguir que actuïn per un màxim de 1.500 € argumentant que és la celebració de la desena edició d'un esdeveniment organitzat per una entitat sense ànim de lucre i els seus voluntaris.

Concurs de les cadires. 00:05 – 00:20.

És un dels concursos que més vegades s'han realitzat al llarg de totes les edicions. Per participar-hi no serà necessària la inscripció prèvia com en els altres concursos. Quan el dinamitzador del concurs vegi que està tot preparat es faran cinc rondes, deixant les cadires necessàries per a que en l'última cançó hi hagi un guanyador.

Premi: Dues entrades pel cinema amb menú que inclou crispetes i refresc gran el Punt del Vallés valorades en 25 €.

Patrocinador: El Punt del Vallés.



Il·lustració 8 Croquis del concurs de les cadires. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Concert de Zoo. 00:30 – 2:00.

Zoo és un grup valencià molt popular entre els joves actualment. Alguns dels seus temes més popular són Estiu, Vull o Corbells. Els assistents podran gaudir de música *reggae*, electrònica, *ska* i rock en català.

Cost: La tarifa de Zoo segons la promotora Propaganda pel fet és de 5.500 € però se'ls hi demanarà que ens facin una rebaixa pel fet de ser un esdeveniment organitzat des d'una entitat sense ànim de lucre i per voluntaris. L'objectiu que el cost de la seva actuació no passi dels 4.500 €.

PD Gamerox. 2:15 – 4:00.

Per finalitzar l'esdeveniment punxarà PD Gamerox, resident a Ripollet. Els assistents podran gaudir de música *rock*, *reggae*, *ska* entre d'altres fins les 4 del matí.

Cost: També se li demanarà que actuï gratuïtament pel prestigi que li aportarà fer-ho després de grups tant reconeguts com *Lágrimas de Sangre* i Zoo.

*Cal dir que el tots els concursos que es realitzaran durant els dos dies de la X Nit Jove tindran un preu d'inscripció simbòlic d'1 € per participant, exceptuant el concurs del joc de les cadires que estarà obert a tothom que vulgui participar. En quant als premis dels concursos tots seran donats a mode de patrocini en espècies per comerços o empreses situades a Ripollet o a municipis propers com Cerdanyola del Vallés o Montcada.

Menjar i beguda

Durant tot l'esdeveniment de la X Nit Jove hi haurà servei de barra obert al públic, és a dir, divendres 30 de setembre de 18 hores a 1:30 hores i dissabte 1 d'octubre de 13 hores a 3:30 hores del diumenge 2 d'octubre. El servei de barra es tancarà les dues nits mitja hora abans de finalitzar l'última activitat del dia per tal d'agilitzar el desallotjament i la recollida de l'espai.

La varietat de begudes s'oferirà serà:

- Refrescos de llauna (33 cl)
 - Fanta de llimona.
 - Fanta de taronja

- Coca – Cola.
- Ampolles d'aigua (50 cl).
- Gots de 25 cl de cervesa Moritz.
- Barreja de Vi i Coca – Cola en got de 25 cl-
- Vermut en got. Només dissabte al migdia.

També s'ofrirà sopar divendres i dissabte de 21 a 23 hores:

- Botifarra en pa de pagès.
- Entrepans de bacon.
- Entrepans de llom.
- Complements pels entrepans.
 - Formatge.
 - Ceba a la planxa.

Al migdia de dissabte també es realitzarà vermut i dinar popular:

- Tapes. Es demanarà com a patrocini en espècies a un bar o restaurant.
- Molles. Els ingredients es demanaran com a patrocini en espècies a la Neu de l'Eixida, restaurant de Ripollet.

Per tal de poder comptabilitzar més eficientment la beguda i menjar que es ven i poder fer una bona gestió dels ingressos els clients hauran de comprar el tiquet d'allò que volen – hi haurà un tiquet diferent per cadascuna de les begudes i menjar que s'oferiran per després bescanviar-lo pel producte a la zona de barra.

Per aquesta raó cal separar la zona de barra en quatre parts: Venta de tiquets, zona de begudes (on es servirà la beguda), zona de menjar (on es servirà el menjar als clients) i zona de cuina.



Il·lustració 9 Distribució de les zones de barra a la X Nit Jove. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Maps.

Per organitzar el servei de barra es faran torns de 2h aproximadament en els que hi haurà d'haver tres membres de la comissió més el personal voluntari. Hi hauran sis persones en cada torn de barra, a les que s'afegiran quatre més quan hi hagi servei de cuina. Les tasques es repartiran de la següent manera:

- **Zona de venda de tiquets:** hi haurà un membre de la comissió encarregat de la venda de tiquets i caixa. Disposarà de l'ajuda d'un voluntari.
- **Zona de servir beguda i menjar:** un altre membre de la comissió organitzarà tota la zona de servir i coordinarà als tres voluntaris que hi haurà per tal d'oferir als assistents un servei àgil i de qualitat.
- **Zona de cuina:** un dels membres de la comissió coordinarà al personal voluntari de cuina en els torns en els que hi hagi. Seran necessàries quatre persones per torn. En el primer torn de sopar hauran de preparar les brases de la barbacoa i tot el necessari per començar a cuinar de les fins a les 11 de la nit, quan als que els hi toqui torn hauran de recollir i netejar el material que hagin embrutat.

Els torns s'hauran de repartir entre els membres de la comissió i els voluntaris dues setmanes abans de la realització de l'esdeveniment. El membre de la comissió que s'encarrega d'organitzar

el servei de barra serà el responsable de que s'acompleixin els torns seguint les següents graelles:

	30 de setembre			
	17:30 h - 19:30 h	19:30 h - 21:30 h	21:30 h - 23:30 h	23:30 h - 1:30 h
VENTA DE TIQUETS				
Membre de la comissió fixa				
Voluntari				
SERVEI DE BEGUDA I MENJAR				
Membre de la comissió fixa				
Voluntari				
Voluntari				
Voluntari				
SERVEI DE CUINA				
Membre de la comissió fixa				
Voluntari				
Voluntari				
Voluntari				

Taula 3 Graella de torns de barra del 30 de setembre. Elaboració pròpia.

	1 d'octubre						
	13h - 15h	15 h - 17 h	17 h - 19 h	19 h - 21 h	22 h - 23 h	23 h - 1 h	1 h - 3:30 h
VENTA DE TIQUETS							
Membre de la comissió fixa							
Voluntari							
SERVEI DE BEGUDA I MENJAR							
Membre de la comissió fixa							
Voluntari							
Voluntari							

Voluntari							
SERVEI DE CUINA							
Membre de la comissió fixa							
Voluntari							
Voluntari							
Voluntari							

Taula 4 Graella de torns de barra de l'1 d'octubre. Elaboració pròpia.

D'altra banda per tal de mantenir l'espai el més net que sigui possible no es podran treure les llunes ni ampolles de la zona de barra, on es posaran diferents punts per llençar els residus sense molestar al públic que gaudeix dels concerts i altres. S'oferiran gots de plàstic reutilitzables que es podran comprar a la zona de tiquets per 1€ i si abans de finalitzar el servei de barra el tornen se'ls retornarà el cost del got. Aquest got serà de color blanc amb el logotip de la Nit Jove en color negre, seguint l'estètica de tot l'esdeveniment.



Il·lustració 10 Disseny del got reutilitzable de la X Nit Jove. Elaboració pròpia a partir d'una imatge de Google Imatges.

Els preus seran els següents:

Beguda	Preu /Unitat
Refrescos	1, 5 €
Ampolles d'aigua	1 €
Vi amb Coca – Cola	1, 5 €
Cervesa	1, 5 €
Vermut	1, 5 €
Menjar	Preu /Unitat
Entrepans de llom/bacon	3, 5 €

Complements per entrepans	+0,5 €
Botifarra en pa de pagès	3 €
Tapes	1 €
Molles	3 €

Taula 5 Preus de venda de beguda i menjar a la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

Cal destacar que per reduir el cost que total de les begudes i el menjar que es servirà a la barra es vol aconseguir el patrocini de Moritz i de Casa Tió, gran empresa que té botiga a Montcada (la seva aportació es valorarà en 200 €). Gairebé tots els recursos materials es compraran cadena de supermercats majoristes Makro.

Missatge

El missatge que es vol fer arribar al públic objectiu de la X Nit Jove és que han de venir a celebrar amb el Centre d'Esplai l'Estel la X Nit Jove els dies 30 de setembre i 1 d'octubre del 2016 al Parc del riu Ripoll a Ripollet on podran gaudir de bona música i altres activitats d'oci en les que podran participar activament.

Per tal de comprovar que el missatge que es vol transmetre es correcte cal respondre a les preguntes que proposa Natalia Vasca (2014):

- Que? La celebració de la X Nit Jove.
- Qui? El Centre d'Esplai l'Estel.
- Quan? El 30 de setembre i 1 d'octubre del 2016
- On? Al Parc del riu Ripoll a Ripollet (Zona del costat de la biblioteca municipal)
- Com? Amb activitats participatives i actuacions musicals de qualitat.
- Perquè? Perquè gaudiran podran gaudir de diferents grups musicals i participar activament a través dels concursos i altres activitats.

En el cartell de la X Nit Jove es veu plasmat el missatge de l'esdeveniment de la següent manera. Cal dir que s'han afegit al dissenys elements musicals (guitarres) per tal de fer referencia a la temàtica de l'esdeveniment.

Il·lustració 11 Cartell de la X Nit Jove. Elaboració pròpia a partir de l'eina Canva.



● **PARC DEL RIU RIPOLL** ●

30 DE SETEMBRE

**CONCURS DE BREAKDANCE - CAMALEÓN -
EL VENTILADOR - CURSA DE SACS - THE
OLDIANS.**

1 D'OCTUBRE

**VERMUT I DINAR POPULAR: JOHNNY BIG
STONE & THE BLUES WORKERS - JAM
SESSION - TORNEIG DE FUTBOLÍ -
IMPROSHOW - CONCURS DE LES
CADIRES**

**LÁGRIMAS DE SANGRE
ZOO**

MÉS INFORMACIÓ A:

WWW.NITJOVE.WORDPRESS.COM



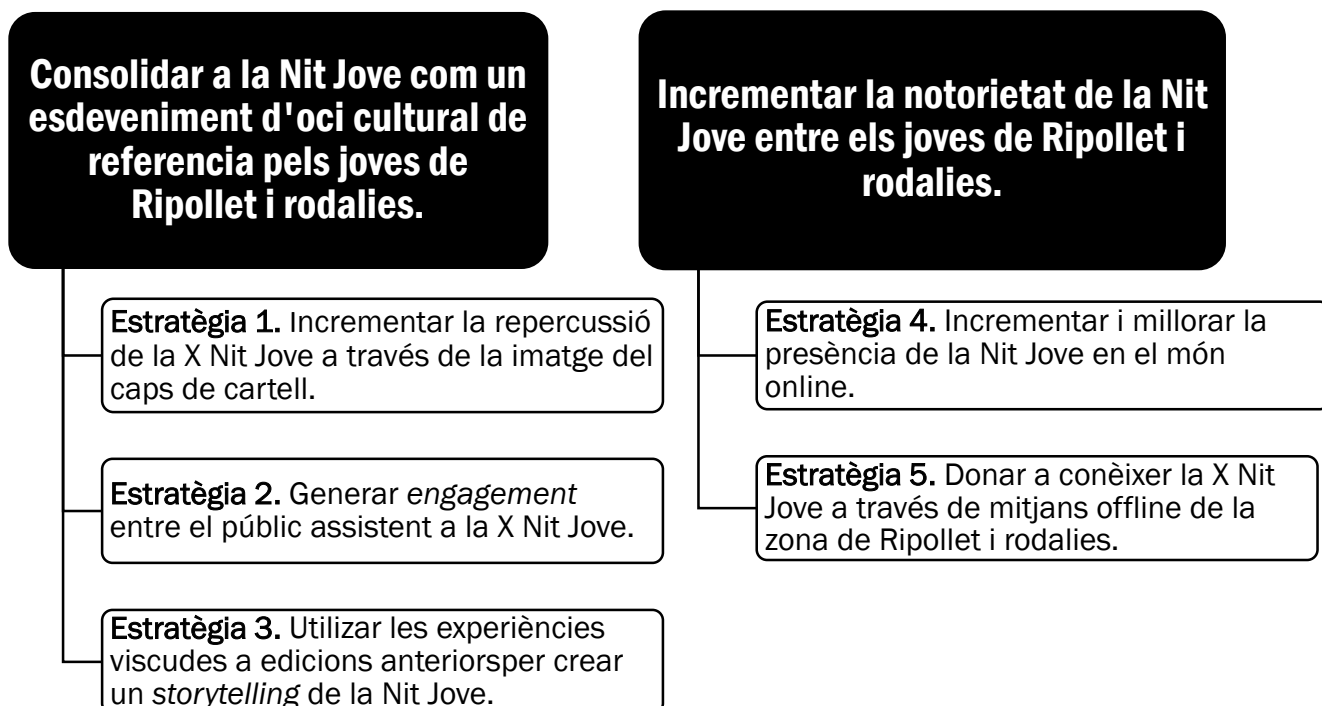
#CELEBREM NIT JOVE

COL·LABORADORS: AJUNTAMENT DE RIPOLLET

LOGOTIPS DELS PATROCINADORS

Estratègies de difusió

Prenent com a referència el dos objectius generals de la X Nit Jove que he determinat prèviament s'han seleccionat diverses estratègies de difusió que van dirigides al seu acompliment i a través de les quals es difondrà el missatge de l'esdeveniment. Les estratègies de difusió per a cada objectiu són:



Il·lustració 12 Estratègies de difusió de la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

Estratègia 1: Incrementar la repercussió de la X Nit Jove a través de la imatge del caps de cartell

La fama dels dos grups musicals principals, *Làgrimes de Sangre* i Zoo, s'utilitzarà per fer arribar l'esdeveniment a més gent i captar a més assistents. Es farà difusió a través dels mitjans *online* com *offline*. Les accions que es duran a terme com a part d'aquesta estratègia seran:

- Campanya online d'expectació sobre els caps de cartell.
- Difusió de la X Nit Jove pel Facebook dels caps de cartell.

Estratègia 2: Generar engagement entre el públic assistent.

En la meua investigació sobre tendències en el món dels esdeveniments he trobat que en l'actualitat un punt clau perquè un esdeveniment tingui èxit és el foment de la participació activa del públic a través de les diferents activitats que es realitzen en l'esdeveniment. Això s'està

donant perquè quan els assistents participen activament en l'esdeveniment generen un record més perdurable sobre aquest.

Durant la X Nit Jove es faran diversos concursos propis d'un esplai entre concert i concert amb la intenció de crear engagement amb el públic assistent. És fomentará la participació en els diversos concursos tant abans com durant la realització de la X Nit Jove:

- Promocionar els diferents concursos a través de les xarxes socials.
- *Flyer* explicatiu dels concursos i premis.

Estratègia 3: Utilitzar les experiències viscudes a edicions anteriors per crear un *storytelling* de la Nit Jove.

Tal i com em va recomanar la Marta Chevallard (2016), que és organitzadora d'esdeveniments professionals, es crearà un *storytelling* a base d'anècdotes d'anteriors edicions de la Nit Jove. Aquesta estratègia ajuda a donar un valor diferencial al esdeveniment i també a visualitzar el recorregut i l'acceptació d'anteriors edicions el que ajuda a consolidar l'esdeveniment.

- Campanya online sobre la història de la Nit Jove.
- Nota de premsa per mitjans locals sobre la història de la Nit Jove.
- Roda de premsa per mitjans locals i dels municipis del voltant.

Estratègia 4: Incrementar i millorar la presència de la Nit Jove en el món online.

La comunicació a nivell online té una gran importància a l'hora de fer arribar un esdeveniment al nostre públic objectiu, tal com diu Javier Lorente (2014), sobretot les xarxes social. És una manera efectiva i amb costos baixos que permet generar notorietat sobre un esdeveniment abans, durant i després de la seva realització. Les accions *online* que ajudaran a incrementar la notorietat de la Nit Jove són:

- Creació de la pàgina web/blog de la Nit Jove.
- Utilització d'un *hashtag* abans, durant i després de la realització de la X Nit Jove.
- Creació d'un esdeveniment per Facebook.
- Concurs de fotografies al *photocall* de la X Nit Jove.
- Vídeo post esdeveniment del contingut generat en les xarxes socials.
- Àlbum de fotos de la X Nit Jove a Facebook.

Estratègia 5: Donar a conèixer la X Nit Jove a través de la publicitat exterior de la zona de Ripollet i rodalies.

El públic objectiu de la X Nit Jove es troba localitzat principalment en l'àrea geogràfica de Ripollet i rodalies, el que fa que la publicitat exterior sigui un mètode molt adient per la seva campanya de difusió. Donat el pressupost ajustat del que es disposa per la realització de la X Nit Jove s'utilitzaran suports de publicitat exterior gratuïts, com són espais d'ús públic (pívots, taulells d'anuncis, etc.)

Les accions de publicitat exterior que es duran a terme són:

- Adhesius de la Nit Jove.
- Cartells en pívots i taulells d'anuncis de Ripollet i rodalies.
- Pancarta gran a la Rambla de Ripollet

Per reduir el cost de les accions de difusió de la X Nit Jove es vol aconseguir el patrocini d'una impremta de la localitat de Ripollet com *Ache Graphic Studio*. L'estratègia que es seguirà per tancar aquest patrocinador s'explicarà més endavant.

Pla de difusió

ESTRATÈGIA 1

Campanya online d'expectació sobre els caps de cartell.

A través de les xarxes socials (Facebook, Twitter, YouTube i Instagram) i la nova pàgina web de la Nit Jove s'aniran fent diverses publicacions donant pistes sobre quins seran els caps de cartell de la X Nit Jove, per un mes abans fer el llançament de la programació final. D'aquesta manera es genera expectació entre el públic incentivant així la seva motivació per assistir a l'esdeveniment.

Difusió de la X Nit Jove a través de les pàgines de Facebook oficials dels caps de cartell

Aprofitant el gran número de seguidors que tenen *Lágrimas de Sangre* (12.412 seguidors) i Zoo (24.120 seguidors) al Facebook se'ls demanarà que publiquin el cartell i l'esdeveniment a les seves pàgines per tal de generar consideració entre els seguidors d'ambdós grups musicals i que tinguin interès en assistir a l'esdeveniment.

ESTRATÈGIA 2

Promocionar els diferents concursos a través de les xarxes socials.

Els concursos i altres activitats com l'*Improshow* fomenten la participació activa del públic en un esdeveniment. Per tal d'incentivar l'interès del públic objectiu per participar als diversos concursos i, per tant, també incentivar la seva assistència a la X Nit Jove, es publicaran al Facebook, el Twitter i l'Instagram de l'esdeveniment una curta explicació del concurs i del premi pels guanyador. Aquestes publicacions es faran durant les dues setmanes abans de l'esdeveniment.

Flyer explicatiu dels concursos i premis.

Durant la realització de la X Nit Jove també es potenciarà la participació dels assistents als concursos repartint un *flyer* entre el públic i els vianants que passin pel Parc del riu Ripoll. En aquest *flyer* s'explicarà en que consisteix cada concurs, quin serà el premi i quan es realitzarà.

Campanya online sobre la història de la Nit Jove.

A les xarxes socials de la Nit Jove s'aniran fent publicacions des de tres mesos abans de l'esdeveniment sobre anècdotes i experiències que han succeït durant la celebració d'edicions anteriors. D'aquesta manera es destaca el recorregut de la Nit Jove, que ja porta nou edicions, i es fomenta la conversació i l'*engagement* amb el públic que ja ha assistit a algunes de les Nit Jove anteriors.

Un exemple d'aquests *posts* seria recordar alguns dels grups que han actuat en alguna de les nou Nit Joves anteriors, com per exemple *Itaca Band* o *Microguagua*. Se'ls etiquetarà a les publicacions per tal de guanyar visibilitat entre els seus seguidors.

ESTRATÈGIA 3

Nota de premsa per mitjans locals sobre la història de la Nit Jove.

S'enviarà als mitjans locals de Ripollet una nota de premsa que giri entorn la celebració de la desena Nit Jove i el recorregut i la acollida que han tingut les anteriors edicions. Com a titular s'utilitzarà el nom dels caps de cartell per tal d'aconseguir cridar l'atenció dels periodistes i del públic objectiu de la X Nit Jove.

Aquesta nota de premsa s'enviarà a La revista de Ripollet, el Butlletí, Ripollet al dia i Ripollet Radio.

Roda de premsa de la X Nit Jove per mitjans locals i dels municipis del voltant.

El 22 de setembre del 2016 es realitzarà la roda de premsa final on s'explicarà la gran programació d'aquesta Nit Jove que s'ha fet en motiu de la celebració de la desena edició. Estaran convidats els mitjans de premsa escrita, digital, radio i televisió locals de Ripollet i municipis de les rodalies:

Taula 6 Mitjans que es convocaran a la roda de premsa de la X Nit Jove.

Nom	Mitjà	Municipi
Ripollet al dia	Prensa escrita i digital	Ripollet
La revista de Ripollet	Prensa escrita i digital	Ripollet
El Butlletí de Ripollet	Prensa escrita	Ripollet
Ripollet Radio	Radio	Ripollet
Cerdanyola al dia	Prensa escrita i digital	Cerdanyola
Tot Cerdanyola	Prensa escrita i digital	Cerdanyola
Laveu.cat	Prensa digital	Montcada
Tot Sant Cugat	Prensa escrita i digital	Sant Cugat
Sant Cugat Avui	Prensa escrita i digital	Sant Cugat
Èxit Vallés	Prensa escrita i digital	Sabadell
Sabadell a mà	Prensa escrita	Sabadell

Durant la roda de premsa es repartiran les acreditacions als mitjans per tal de poder controlar la cobertura a nivell de premsa que tindrà la X Nit Jove.

ESTRATÈGIA 4

Creació de pàgina web de la X Nit Jove.

El món *online* és un mètode molt efectiu a l'hora de donar a conèixer un esdeveniment, ja que s'aconsegueix impactar a un públic molt segmentat i a un cost relativament baix. A part de les xarxes socials de l'esdeveniment també es crearà una pàgina web de la Nit Jove. Aquesta web actuarà com a punt central de la comunicació de la X Nit Jove en el món *online*, ja que podran trobar tota la informació i novetats sobre l'esdeveniment i tots els continguts, com vídeos o fotografies que es penjaran també a les xarxes social.

Seguin les recomanacions de Estefanía Moll per elaborar la web d'un esdeveniment s'ha realitzat el disseny i l'estructura dels continguts.

La *url* de la pàgina web de la Nit Jove serà: www.nitjove.wordpress.com. No es posarà el número de l'edició la pàgina es podrà seguir utilitzant en properes Nit Jove. Cal dir que s'ha deixat la paraula *wordpress* a la *url* perquè és un domini completament gratuït.

El nom de l'esdeveniment, conjuntament amb una breu descripció i la data i la localització en la que es realitzarà es troba a la part superior de la pàgina web de la Nit Jove per fer arribar el missatge a l'usuari de forma clara i senzilla.

En la pàgina principal s'aniran publicant les darreres novetats sobre l'esdeveniment, destacant sempre els caps de cartell i les altres activitats de la programació. També s'ampliarà la descripció de l'esdeveniment i junt amb la data i la localització apareixerà el *gadget* de *Google Maps*.

En la barra de menú hi hauran quatre seccions:

- **La Nit Jove:** en aquesta pàgina s'explicaran l'història de la Nit Jove i la seva evolució al llarg de les darreres edicions.
- **Programació:** s'explicarà detalladament totes les activitats de les que podran gaudir els assistents durant la X Nit Jove.
- **Participa-hi:** en aquesta secció es fonamentarà la participació als concursos explicant en que consistiran els premis i posant vídeos i fotografies dels concursos realitzats en edicions anteriors.
- **Contacte:** aquí podran registrar-se deixant el seu nom i correu electrònic a través del qual rebran més informació o estar actualitzats sobre les últimes notícies de la desena edició.

També trobaran els enllaços de les xarxes socials per tal de fomentar i facilitar que comparteixin els continguts de la web. També hi haurà el *widget* de Twitter destacant el *hashtag* de la X Nit Jove.

Hashtag de la X Nit Jove

Com a fil conductor de totes les accions online es crearà un *hashtag* de la X Nit Jove que s'utilitzarà abans, durant i després de la realització de l'esdeveniment. Els *post* a les xarxes socials tant de la campanya d'expectació sobre els caps de cartell, com els de la promoció dels concursos o els de *storytelling* sobre la Nit Jove aniran sempre acompanyats del *hashtag* #CelebremXNitJove. S'ha escollit aquest *hashtag* amb l'objectiu de destacar que la desena edició de la Nit Jove serà una celebració en la que es vol fer participar a tothom (verb celebrar en primera persona del plural). Afegint el *hashtag* #CelebremXNitJove a l'*storytelling* i a totes les publicacions sobre novetats, les activitats i actuacions, es vol comunicar que amb motiu de la celebració de la X Nit Jove s'ha creat una programació especial i atractiva pel seu públic objectiu.

Un cop acabat l'esdeveniment el *hashtag* s'utilitzarà per realitzar un *clipping* amb tot el contingut generat durant la X Nit Jove tant per la pròpia organització com pels assistents. D'aquesta manera l'impacte de l'esdeveniment es podrà allargar en el temps i generar *engagement* a través dels records en els assistents que vegin el recull de continguts online (vídeos, fotografies i textos).

Creació d'un esdeveniment per Facebook.

En el moment en el que es faci el llançament del cartell final de la X Nit Jove es crearà l'esdeveniment a Facebook oficial. Es difondrà per la pàgina de Facebook de la Nit Jove, la de l'*Improshow* i la de tots els grups que actuen durant l'esdeveniment (s'haurà de comentar amb ells prèviament).

En l'esdeveniment hi haurà una descripció on s'expliqui que amb motiu de la celebració de la X Nit Jove s'ha creat una programació especial, amb un text en to emotiu (*storytelling*). També s'hi penjarà el cartell amb la programació de la X Nit Jove i vídeos musicals dels grups que actuaran.

Concurs de fotografies al *photocall*

Durant la nit del dissabte 1 d'octubre es realitzarà un concurs de fotografies a través de Facebook i Instagram. Aquells que vulguin participar s'hauran de fer una fotografia al *photocall* i pujar-la a les xarxes socials amb el *hashtag* de la X Nit Jove. El concurs es farà conjuntament

amb la marca patrocinadora de la barra, per aquesta raó el seu logotip apareixerà junt amb el de la X Nit Jove al fons. La fotografia que més *likes* obtingui una setmana després guanyarà una samarreta de Zoo signada per tots els membres del grup.

Per tal de seguir la temàtica musical de l'esdeveniment els usuaris del *photocall* podran disfressar-se amb accessoris d'aquesta temàtica.

Aquesta activitat es realitzarà el dia 1 d'octubre de 22 hores a 0 hores. Hi haurà un voluntari vigilant el material de disfresses aquestes dues hores en les que es realitza.

Vídeo post esdeveniment del contingut generat en les xarxes socials.

Durant el mes d'octubre del 2016 es publicarà un vídeo creat a partir del material audiovisual generat pels assistents. Aquest vídeo que resumirà l'experiència que el públic ha viscut durant l'esdeveniment es difondrà a través de les xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram i YouTube) i la pàgina web de la Nit Jove.

Àlbum de fotos de la X Nit Jove a Facebook.

També a partir de les fotografies de la X Nit Jove pujades a les xarxes socials amb el *hashtag* #CelebremXNitJove es crearà un altre àlbum al Facebook de l'esdeveniment, per tal de generar més notorietat i *engagement* amb els assistents. També es penjarà aquest àlbum a la web de la X Nit Jove.

ESTRATÈGIA 5

Adhesius de la Nit Jove.

Es farà un adhesiu de la X Nit Jove que s'enganxarà en espais públics de Ripollet i altres ciutats dels voltants (Cerdanyola del Vallés, Montcada, Barbera, Barcelona, Sabadell, etc.) en el que el preu pel suport sigui gratuït (parades de bus, faroles, bancs, etc.). L'adhesiu serà de forma rodona i hi haurà el logotip de la X Nit Jove juntament amb el *hashtag* i la direcció de la web. Això facilitarà que el públic interessant pugui saber-ne més sobre la X Nit Jove a través dels mitjans *online*. Es faran 200 unitats d'adhesius de les qual 50 s'enganxaran a Ripollet, localitat on es realitza l'esdeveniment en concret.

Cartells en pivots i taulells d'anuncis de Ripollet i rodalies.

S'enganxarà el cartell amb la programació de la X Nit Jove als pivots i taulells d'anuncis, que són espais publicitaris gratuïts, a Ripollet i a municipis propers. Utilitzar aquests suports publicitaris ajudarà a ajustar el cost total de l'esdeveniment al pressupost ajustat amb el que es compte. S'imprimiran 300 cartells dels quals 100 s'enganxaran a Ripollet i a Cerdanyola del Vallès, Montcada, Barbera i Sabadell 50 cartells per municipi.

El disseny del cartell segueix l'estil senzill i retro del logotip de la X Nit Jove. Els colors principals seran el blanc i el negre. A la part inferior del cartell es posaran els logotips dels patrocinadors que hagin escollit un dels *packs* de patrocini que inclogui aquest mitjà de comunicació.

Pancarta de la X Nit Jove a la Rambla Sant Jordi de Ripollet.

Es posarà una pancarta d'1 metre d'alçada per 4 d'amplada a la part central de la Rambla Sant Jordi de Ripollet (Al costat del centre cultural). Aquest punt de Ripollet té molta afluència de gent, ja que és la zona comercial del municipi. D'aquesta manera s'aconseguirà un gran nombre d'impactes a un públic ampli entre els que es troba el públic objectiu de la X Nit Jove que són majoritàriament joves residents a Ripollet.

L'espai publicitari s'ha de demanar prèviament a l'ajuntament per a que ens ho cedeixin, però és gratuït. L'únic cost d'aquesta acció és la impressió de la pròpia pancarta, ja que el disseny el crea la comissió de voluntaris organitzadora de l'esdeveniment.

En la pancarta hi haurà el logotip de la X Nit Jove amb la data i la localització on es dura a terme. També hi haurà el *hashtag* de l'esdeveniment per fomentar la conversació amb els usuaris de les xarxes socials, la pàgina web perquè els interessats puguin ampliar la informació que tenen sobre l'esdeveniment, els noms dels grups que hi actuaran (destacant Zoo i *Lágrimas de Sangre*) i el nom d'altres activitats. A la part inferior del cartell hi hauran els logotips del patrocinadors que hagin escollit un *pack* de patrocini que inclogui aquest mitjà de comunicació.

TIMING D'ACCIONS

	JULIOL				AGOST					SETEMBRE				X NIT JOVE	OCTUBRE			
ACCIONS DE DIFUSIÓ	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 1	S 2	S 3	S 4		S 1	S 2	S 3	S 4
Estratègia 1																		
Campanya d'expectació <i>online</i> sobre els caps de cartell																		
Difusió de la X Nit Jove pel Facebook dels caps de cartell																		
Estratègia 2																		
Promocionar els diferents concursos a través de les xarxes socials.																		
Flyer explicatiu dels concursos i premis.																		
Estratègia 3																		
Campanya online sobre la història de la Nit Jove.																		
Nota de premsa per mitjans locals sobre la història de la Nit Jove.																		
Roda de premsa final sobre la X Nit Jove																		
Estratègia 4																		
Pàgina web de la Nit Jove.																		
Hashtag de la X Nit Jove.																		
Esdeveniment de la X Nit Jove a Facebook.																		

- **Gestor de grups.** Donarà la benvinguda als grups i als membres de la companyia *Improshow*. Resoldrà tots els seus dubtes i els facilitarà les peticions de recursos materials que ells tinguin. Comptarà amb l'ajuda d'un voluntari.
- **Organitzador i dinamitzador dels concursos.** S'encarregarà de tenir controlats tots els recursos materials necessaris per els concursos, gestionar inscripcions, organitzar les competicions i dinamitzar-les. Comptarà amb l'ajuda d'un voluntari.
- **Venta de tiquets i caixa.** Controlar l'inventari de begudes i menjar a través dels tiquets disponibles, vendre tiquets, cobrar diners dels concursos, fer comandes directament al coordinador de cuina i vigilar que sempre hi hagi canvi a la caixa. Comptarà amb l'ajuda d'un voluntari.
- **Coordinador de cuina** Coordinar les comandes que es fan des del servei de tiquets, repartir les tasques a realitzar segons la quantitat de comandes entre el personal de cuina i donar les comandes al personal del servei de barra. Comptarà amb l'ajuda de tres voluntaris. Tots el personal que treballi a la zona de cuina haurà de comptar amb el certificat oficial de manipulador d'aliments.
- **Coordinador del servei de barra.** Assegurar-se de que hi ha beguda freda a les neveres i gel, recarregar neveres amb més material, coordinar als voluntaris de cada torn i assegurar-se que s'acompleix la llista de torns prèviament feta. Comptarà amb l'ajuda de tres voluntaris. Tots el personal que estigui fent servei de barra per tal de poder servir begudes alcohòliques haurà de ser major d'edat.
- **Comunnity manager.** S'encarregarà pujar fotografies i vídeos acompanyats amb el *hashtag* per anar actualitzant les xarxes social per tal de que els usuaris d'aquestes siguin participants de l'esdeveniment.

D'altra banda cal afegir que els membres de l'organització i els voluntaris provinents del Centre d'Esplai l'Estel hauran de vestir de blanc i negre i portar una samarreta negra amb el logotip de la X Nit Jove per la part frontal i per la part del darrere posarà organització. Això facilitarà que si alguns dels assistents tenen algun dubte o problemàtica puguin distingir als membres de l'organització i així solucionar la casuística, si escau, àgilment.

Recursos humans

Cal tenir en compte que els membres actuals de l'assemblea del Centre d'Esplai l'Estel (setze persones en total) treballen voluntàriament durant l'esdeveniment fent diverses tasques que delimita la comissió de la X Nit Jove. Igual que passa amb la comissió organitzadora els membres d'anteriors assemblees del Centre d'Esplai l'Estel també hi poden col·laborar. Per aquest motiu l'organització els hi enviarà un correu electrònic per saber si algun d'ells estaria interessats en participar com a voluntaris en la celebració de la desena edició de la Nit Jove.

El total del personal necessari, com he descrit en la llista de tasques de l'organització, seran són set membres de la comissió de la X Nit Jove i vuit voluntaris com a mínim. S'intentarà aconseguir vuit voluntaris més per poder repartir en torns les tasques. La captació de més voluntaris es farà enviant un correu electrònic a antics membres de l'assemblea del Centre d'Esplai l'Estel.

Per tant el personal que s'haurà de contractar serà un vigilant i un tècnic de so, el qual ve inclòs amb la contractació de l'equip de so. Es demanarà a l'Ajuntament de Ripollet que es faci càrrec de contractar al personal de control d'accés necessari.

Com a recurs material també compto els grups musicals que actuaran a la X Nit Jove.

Recursos materials

A continuació es detalla la llista de recursos materials necessaris per dur a terme la proposta de l'activitat realitzada així com de quin proveïdor o organització s'aconseguirà. Per a reduir les despeses de l'esdeveniment es buscarà que la majoria de recursos materials siguin cedits o donats per altres organitzacions o entitats del poble.

Cal afegir que per transportar alguns dels recursos necessaris que es compraran o ens donaran s'alquilarà un furgoneta durant els dies 30 de setembre, 1 d'octubre i 2 d'octubre.

En l'apartat de "localització" hi ha especificats tots els recursos materials genèrics que s'utilitzaran tant pels diferents concursos com per la zona de barra com les taules, les cadires o les carpes.

		Recurs material	Quantitat	Proveïdor
Localització		Espai	1	Ajuntament de Ripollet
		Carpa	6	Ajuntament de Ripollet
		Taula	5	Ajuntament de Ripollet
		Taulells	12	Ajuntament de Ripollet
		Cavallets	36	Ajuntament de Ripollet
		Furgoneta (dos dies)	1	<i>Topfurgo</i>
		Cadira	120	Ajuntament de Ripollet
		Punt de llum	4	Ajuntament de Ripollet
		Tanques	30	Ajuntament de Ripollet
		Suport <i>photocall</i>	1	Ajuntament de Ripollet
		<i>Photocall</i> (400 cm X 200 cm)	1	<i>Onlineprinters</i>
		Farmaciola	1	Esplai
		Extintors	2	Esplai
		Lavabos portàtils	2	Ajuntament de Ripollet
Programació	Actuacions: Concerts, <i>Jam Session</i> , <i>Improshow</i> i <i>PD Gamerox</i> .	Escenari i estructura.	1	Ajuntament de Ripollet
		Equip de so	1	<i>Sclat</i>
		Tècnic de so	1	<i>Sclat</i>
		Equip d'il·luminació	1	Ajuntament de Ripollet

		Pancarta superior (100 cm X 800 cm)	1	<i>Self Printing</i>
		Pancartes laterals (100 cm X 400 cm)	2	<i>Onlineprinters</i>
	Vermut i dinar popular	Plats de molles.	120	La Neu de l'Eixida
		Tapes (plats)	50	Bars patrocinadors
	Concurs de breakdance	Tarima de ball	1	Ajuntament de Ripollet
		Targeta per valor d'un tatuatge de 200 €	1	<i>Hellfish tattoos</i>
	Cursa de sacs	Sacs d'arpillera	15	Esplai
		Dues entrades per anar al cinema	1	el Punt del Vallés
		Cinta americana	2	Esplai
	Torneig de futbolí	Futbolí	2	Bars patrocinadors
		Tises	1	Esplai
		Dues entrades per anar al <i>Natupark</i>	1	Bosc Tancat
		Pissarra per la classificació	1	Esplai
	Improshow	Llapis	100	Esplai
		Papers	150	<i>Improshow</i>
	Concurs de les cadires	Dues entrades per anar al cinema	1	el Punt del Vallés

Barra	Zona de venta de tiquets	Caixa registradora	1	Ajuntament de Ripollet
		Gots	600	<i>Ecofestes</i>
		Tiquets	3000	Esplai
	Zona de cuina	Barbacoa	2	Ajuntament de Ripollet
		Planxa de cuina	2	Esplai
		Caixa de 100 guants	1	Makro
		Paquet 200 tovallons	5	Makro
		Litres oli d'oliva	5	Makro
		Quilos de botifarra	17	Casa Tió
		Quilos de llom	15	Casa Tió
		Quilos de bacon	15	Casa Tió
		Quilos de formatge	1	Makro
		Quilos de ceba	10	Makro
		Quilos pa de pagès	10	MaxiPà
		Barra de pa (baguetes)	110	MaxiPà
		Pinces de barbacoa	4	Esplai
		Espàtules	3	Esplai
		Pack 100 culleres de plàstic	2	Makro
		Pack 100 ganivets de plàstic	2	Makro
		Pack 100 forquilles de plàstic	1	Makro

		Drap de neteja	4	Esplai
		Rentaplats	1	Esplai
		Barra de servir	3	Moritz
		Tirador de cervesa	3	Moritz
		Barril de cervesa de 30 litres	20	Moritz
		Ampolla Vermut (750ml)	10	Makro
		Llauna (33cl) Coca - Cola	600	Makro
		Llauna (33cl) Fanta de llimona	300	Makro
		Ampolla d'aigua (50 cl)	200	Makro
		Llauna (33cl) Fanta de taronja	300	Makro
		Litres de vi	60	Makro
		Ampolla (2 Litres) de Coca - Cola	30	Makro
		Quilos de gel	25	Makro
		Pica gel	2	Esplai
		Cubell pel gel	2	Esplai
		Nevera	3	Moritz
Difusió	Cartell	300	Ache Graphic Studio	
	Adhesius	200	Ache Graphic Studio	
	Flyer dels concursos	300	Ache Graphic Studio	

	Pancarta a la Rambla Sant Jordi (100 cm X 400 cm)	1	<i>Onlineprinters</i>
	Acreditacions	20	<i>Ache Graphic Studio</i>
Organització	Samarretes d'organització	25	<i>Bananaprint</i>

Taula 8 Recursos materials necessaris per la realització de la X Nit Jove.

5. 4. 3. Implementació.

En la fase d'implementació de la X Nit Jove és el moment en el que es du a terme tot el que s'ha planificat i organitzat anteriorment, és el moment en el que es realitza l'esdeveniment. Per tal de que tot surti com esta plantejat s'hauran de seguir els croquis de l'espai, la llista de tasques i assegurar-se de que tots els recursos materials i humans estiguin llestos pel moment en que siguin necessaris.

A continuació s'exposa un cronograma amb la llista de tasques que s'hauran de dur a terme els dos dies que es faran la X Nit Jove i qui serà el responsable de cadascuna.

Taula 9 Cronograma d'implementació de la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

Dia	Horari	Tasca	Persona responsable	Observacions
30 de setembre	11h-14h	Muntatge escenari i la seva infraestructura.	Tècnic de l'ajuntament	Ho portarà i muntarà la Brigada de Ripollet seguint el croquis previ. També posaran les pancartes situades a la part superior i laterals de l'escenari
30 de setembre	12h - 14h	Arribada i muntatge de la il·luminació i equip de so.	<i>Sclat</i>	S'encarregarà de deixar-ho tot en ordre el tècnic de so de l'empresa contractada.
30 de setembre	12h-14h	Instal·lació punts de llum.	Tècnic de l'ajuntament	Ho portarà i muntarà la Brigada de Ripollet seguint la il·lustració 3.
30 de setembre	12h	Arribada de les dues barbacoes, cadires.	Tècnic de l'ajuntament	Ho portarà la Brigada de Ripollet.

30 de setembre	13h	Arribada de les neveres i barra cedides pel patrocinador.	Moritz	El transport d'aquest material el farà la marca de patrocinadora.
30 de setembre	13h-14h	Muntatge de les zones de barra i cuina.	Membres de la comissió i voluntaris	S'encarregaran la comissió amb l'ajuda dels voluntaris. Implementar il·lustració 9.
30 de setembre	14h - 17h	Proves de so dels grups locals.	Tècnic de so	Les proves de so es faran per ordre d'actuació. Cada grup tindrà 1 h com a màxim per fer la seva prova de so.
30 de setembre	15h	Arribada del menjar i les begudes.	Coordinadors de cuina i servei de barra	S'encarregaran la comissió amb l'ajuda dels voluntaris de transportar-lo des de l'esplai estel fins a la localització i descarregar-lo allà
30 de setembre	15h - 16h	Omplir les neveres amb les begudes i menjar.	Coordinador del servei de barra	S'encarregaran la comissió amb l'ajuda dels voluntaris
30 de setembre	16h - 16:30 h	Arribada i muntatge la tarima de ball.	Tècnic de l'ajuntament	Ho portarà i muntarà la Brigada de Ripollet. Implementar il·lustració 4.
30 de setembre	16h - 17:30 h	Penjar preus a punt visibles de la barra i col·locar cubell d'escombraries.	Venta de tiquets	Durant aquesta hora la comissió organitzadora amb l'ajuda dels voluntaris realitzaran les últimes tasques prèvies
30 de setembre	17:30 h	Inici del primer torn de barra.	Coordinador torn de barra	Segons taula 3 completada.
30 de setembre	17:30 h - 20:30 h	Concurs de <i>breakdance</i> .	Organitzador i dinamitzador de concursos.	-
30 de setembre	19:30 h	Canvi del torn de barra.	Coordinador servei de barra	Primer torn de cuina.
30 de setembre	20:30 h - 21 h	Recollir la tarima de ball i preparar l'escenari pel concert de <i>Camaleón</i> .	Organitzador i dinamitzador de concursos.	Es posarà música en a través de l'equip de so durant la recollida.

30 de setembre	21 h - 22:30	Concert <i>Camaleón</i>	Gestor de grups	-
30 de setembre	21:30 h	Canvi del torn de barra.	Coordinador servei de barra	Segons taula 3 completada.
30 de setembre	22:30 h - 22:40 h	Canvi de grup	Gestor de grups	-
30 de setembre	22:40 h - 0:15 h	Concert el Ventilador	Gestor de grups	-
30 de setembre	23:30 h	Canvi de torn de barra	Coordinador servei de barra	Segons taula 3 completada.
1 d'octubre	0 h - 0:15 h	Preparació cursa de sacs	Organitzador i dinamitzador de concursos.	Agafar tants sacs com participar i marcar les línia de sortida i arribada. Preparar premi. Implementar il·lustració 5.
1 d'octubre	0: 15 h - 0:30 h	Cursa de sacs.	Organitzador i dinamitzador de concursos.	Demander a tots els concursants que es preparin, fer la cursa de sacs i entregar els premis.
1 d'octubre	0: 15 h - 0:30 h	Canvi de grup.	Gestor de grups	Es preparen <i>the Oldians</i> per tocar.
1 d'octubre	0: 30 - 2 h	Concert <i>the Oldians</i> .	Gestor de grups	-
1 d'octubre	1:30 h	Tancament servei de barra.	Coordinador del servei de barra	Ja no es vendran més tiquets ni es servirà més beguda.
1 d'octubre	1:30 h	Rebre vigilant de l'espai.	Coordinador de venda de tiquets	-
1 d'octubre	1:30 h - 2:30h	Recollida de la zona de barra i residus de la pista	Coordinador del servei de barra	Es llençaran les escombraries als contenidors més propers.
1 d'octubre	10 h - 13 h	Carregar neveres amb menjar i begudes i endreçar la zona de barra.	Coordinador del servei de barra	-
1 d'octubre	11 h	Arribada del suport del <i>photocall</i> , taulells, cavallets, cadires (vermut i dinar) i pantalla de projecció.	Tècnic de l'ajuntament	Ho portarà la Brigada de Ripollet.

1 d'octubre	12:30 h	Arriben les tapes fetes pels bars patrocinadors.	Coordinador de cuina	Els propis bars s'encarregaran de portar les tapes fins a la localització de la X Nit Jove.
1 d'octubre	12:30 h - 13 h	Proves de so de <i>Johnny Big Stone & the Blues Workers</i> .	Gestor de grups	-
1 d'octubre	13 h	Inici del primer torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons taula 4 completada.
1 d'octubre	13 h - 15 h	Vermut musical i dinar popular. <i>Johnny Big Stone & The Blues Workers</i> .	Gestor de grups	-
1 d'octubre	13:30 h	Arriben les molles fetes per la Neu de l'Eixida.	Coordinador de cuina	S'aniran a buscar les molles i els complements (meló, cancel·lada, xistorra, etc.) a la Neu de l'Eixida amb la furgoneta.
1 d'octubre	13:45 h	Es comencen a servir les molles.	Coordinador de cuina	-
1 d'octubre	15 h	Canvi de torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons taula 4 completada.
1 d'octubre	15 h	Es deixa de servir dinar.	Coordinador de cuina	-
1 d'octubre	15 h - 15:10 h	Preparació de la <i>Jam Session</i> .	Organitzador i dinamitzador de concursos.	Un dels membres de la comissió pujarà a l'escenari a animar al públic a assistir-hi.
1 d'octubre	15:10 h - 16:30 h.	<i>Jam session</i> .	Gestor de grups.	Per tal de que l'organitzador dels concursos es pugui encarregar de preparar el torneig de futbolí el gestor de grups dinamitzarà la <i>jam session</i> .
1 d'octubre	15:30 h - 16 h.	Organitzar primeres parelles del Torneig de futbolí.	Organitzador i dinamitzador de concursos	-
1 d'octubre	15:30 h	Transport dels dos futbolins dels bars al Parc de riu Ripoll.	Organitzador i dinamitzador de concursos	S'aniran a buscar als dos bars amb la furgoneta.
1 d'octubre	16:15 h - 16:45 h	Muntatge espai torneig de futbolí.	Organitzador i dinamitzador de concursos	Implementar il·lustració 6.

1 d'octubre	16:45 h - 18:30 h	Torneig de futbolí.	Organitzador i dinamitzador de concursos	Presentació de les parelles de competició, inici de les rondes del torneig. Donar premi als guanyadors.
1 d'octubre	17 h	Canvi torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons taula 4 completada.
1 d'octubre	18:30 h - 19 h	Recollida torneig de futbolí.	Organitzador i dinamitzador de concursos	Es tornaran els futbolins als bars amb la furgoneta.
1 d'octubre	18:30 h - 19 h	Preparació <i>Improshow</i> .	Gestor de grups	Arribada del artistes. Implementar il·lustració 7.
1 d'octubre	19	Canvi del torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons taula 4 completada.
1 d'octubre	19 h - 20:30 h	<i>Improshow</i> .	Gestor de grups	Dos membres de la comissió ajudaran a repartir els papers als assistents per posar les frases i després de recollir-los.
1 d'octubre	20:30 h - 20:45 h	Recollida del <i>Improshow</i> i preparació proves de so.	Gestor de grups	-
1 d'octubre	21 h	Muntatge del <i>photocall</i> .	Organitzador i dinamitzador de concursos	Es col·locarà enfront de la tanca del costat de l'escenari.
1 d'octubre	21 h	Canvi torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons taula 4 completada.
1 d'octubre	20:45 h - 22:20 h	Proves de so de <i>Lágrimas de Sangre</i> i Zoo.	Gestor de grups	-
1 d'octubre	22:00 h - 0 h	Concurs de fotografies al <i>photocall</i> .	Organitzador i dinamitzador de concursos	Un dels voluntaris ajudants del dinamitzador dels concursos vigilarà que tot transcorri amb normalitat al <i>photocall</i> .
1 d'octubre	22:20 h - 22:30 h	Preparació <i>Lágrimas de Sangre</i> .	Gestor de grups	-
1 d'octubre	22:30 h - 0h	Concert <i>Lágrimas de Sangre</i> .	Gestor de grups	-
1 d'octubre	23 h	Canvi torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons la taula 4 completada. Tancament de servei de cuina a les 23 h.

2 d'octubre	0:05 h - 0:20 h	Concurs de cadires.	Organitzador i dinamitzador de concursos	El membre de la comissió pujarà a convidar als assistents a participar el concurs i a anunciar el premi. Es realitzaran cinc rondes en total. Implementar il·lustració 8.
2 d'octubre	0: 20 h - 0:30 h	Recollida del concurs de les cadires i <i>photocall</i> .	Organitzador i dinamitzador de concursos	-
2 d'octubre	0: 20 h - 0:30 h	Preparació del concert de Zoo.	Gestor de grups	-
2 d'octubre	0:30 h - 2h	Concert Zoo.	Gestor de grups	-
2 d'octubre	1h	Canvi torn de barra.	Coordinador del servei de barra	Segons taula 4 completada.
2 d'octubre	2 h - 2:15 h	Recollida concert de Zoo.	Gestor de grups	-
2 d'octubre	2 h - 2:15 h	Preparació PD Gamerox.	Gestor de grups	-
2 d'octubre	2:15h - 4h	Actuació PD Gamerox.	Gestor de grups	-
2 d'octubre	3:30 h	Tancament del servei de barra.	Coordinador del servei de barra	A partir d'aquell moment ja no podran retornar els gots.
2 d'octubre	3:30 h - 5h	Recollida de la zona de barra i residus de la pista.	Membres de la comissió i voluntaris	Es carregaran tot el material que ens han cedit diferents organitzacions (excepte el cedit per l'ajuntament) a la furgoneta i es portarà a l'esplai.

5. 4. 4. Control

Recollida i devolució del material cedit.

Mitjà hora abans de la finalització de l'última activitat del programa (3:30 hores del 2 d'octubre) es tancarà la barra i els membres de l'organització i els voluntaris començaran a recollir tots els materials (begudes, menjar, estris per cuinar, caixa amb ingressos i altres). Cadascú haurà d'encarregar-se de recollir la zona de barra en la que hagi estat treballant.

Després de finalitzar l'actuació del punxa discos es recolliran les pancartes de l'escenari i es llençaran les bosses de residus als contenidors més propers.

Tot el material sobrant, inclòs el cedit pels patrocinadors i altres entitats, es ficarà en una furgoneta que es llogarà pel transport (també pel muntatge) dels recursos necessaris. El recursos materials restants s'emmagatzemaran a la seu de l'esplai Estel, Can Mingrat (C/Tamarit nº 80). Durant la setmana després de l'organització de la X Nit Jove tot els recursos materials llogats o cedits gratuïtament es retornaran als seus propietaris. També durant aquesta setmana es pagaran els possibles deutes que es tinguin amb els proveïdors.

La resta d'infraestructura de l'escenari i altre material cedit per l'ajuntament ho recollirà la Brigada de Ripollet al dia següent. L'empresa proveïdora de l'equip de so també s'encarregarà de recollir el seu material just després de finalitzar l'última actuació.

Valoració de la realització de la X Nit Jove.

La valoració de la X Nit Jove es farà de la següent manera:

- La valoració de la X Nit Jove per part dels membres de la comissió organitzativa és realitzarà durant la setmana després de la realització de l'esdeveniment. Per realitzar aquesta tasca els membres de la comissió hauran de seguir el següent guió:
 - Acompliment dels objectius.
 - Valoració de l'etapa de planificació.
 - Estratègia de difusió
 - Estratègia de finançament
 - Valoració etapa d'organització
 - Seguiment del cronograma intern i dels croquis.
 - Imprevistos.
 - Afluència de públic durant les diferents activitats.
 - Concerts i punxa discos
 - *Improshow*.
 - Concursos.
 - Organització a la zona de barra.
 - Recollida
 - Balanç econòmic.
 - Devolució de tot el material cedit.
 - Tracte i pagament a altres proveïdors.

Recopilació d'informació generada per la X Nit Jove.

Tots els documents administratius, com les factures i contractes dels proveïdors, la valoració per escrit dels membres de la comissió organitzativa de la X Nit Jove i tots els arxius de disseny (logotip, cartell, croquis, etc.) es guardaran ordenadament en la seu del Centre d'Esplai l'Estel per tal de que les properes comissions puguin accedir a aquest i utilitzar-los com a referència per saber com actuar i millorar els possibles errors que es puguin cometre durant el procés d'organització de la X Nit Jove.

D'altre banda també es recopilaran tots els continguts fotogràfics, audiovisuals o textuals generats per la comissió de la X Nit Jove en les seves xarxes socials (Facebook, Twitter i Instagram) o bé pels usuaris. El *hashtag* #CelebremXNitJove serà una eina que facilitarà molt aquesta tasca, ja que només pressionant-lo apareixeran ràpidament tots els continguts que s'han pujat juntament amb el *hashtag*.

Les fotografies, vídeos i textos recopilats s'utilitzaran per fer difusió després de l'esdeveniment a través de les xarxes socials i la web de la Nit Jove, com ja he explicat anteriorment durant l'estratègia de difusió. D'aquesta manera es pretén generar *engagement* en els assistents amb el record l'experiència viscuda i fer arribar el seu missatge a altres usuaris que no hi han assistit.

Agraïments

A través del correu electrònic de la Nit Jove s'enviarà un *email* d'agraïment als patrocinadors, voluntaris i artistes que han col·laborat en la realització de la desena edició de la Nit Jove.

- **Voluntaris.** El missatge que se'ls enviarà tindrà un to emotiu i informal agraint-los tota la feina que han fet gràcies a la qual la X Nit Jove s'ha pogut realitzar. Durant l'esdeveniment es realitzarà una fotografia amb els membres de la comissió i tota la resta de voluntaris que després s'adjuntarà en aquest *email*.
- **Patrocinadors.** El to del correu electrònic serà formal i professional. Amb l'objectiu de fer-los veure l'impacte del seu patrocini s'ajuntarà al seu correu un *clipping* amb fotografies i vídeos on es pugui veure el paper que ha tingut la seva col·laboració de amb la X Nit Jove.

- **Artistes.** S'enviarà a tots els artistes que actuïn durant la X Nit Jove un missatge d'agraïment amb un to formal i professional. S'ajuntaran fotografies i vídeos de les seves actuacions generats pels usuaris de les xarxes socials amb l'objectiu de fer-los veure l'experiència que ha viscut el públic durant la seva actuació.

5. 5. Carta de Gantt

Aquesta és la carta de Gantt de la X Nit Jove en que es pot veure quan es faran cadascuna de les tasques que s'han de realitzar segons lo plantejat al projecte:

Taula 10 Carta de Gantt de la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

	JUNY					JULIOL				AGOST					SETEMBRE				X NIT JOVE	OCTUBRE				
ACTIVITATS	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4		S1	S2	S3	S4	S5
Planificació																								
Data i localització:																								
Reunir-se amb l'ajuntament per saber si es disposa del Parc del riu Ripoll de Ripollet els dies 30 de setembre i 1 d'octubre del 2016.																								
Disseny:																								
Contactar amb l'ajuntament per saber si disposen de carpes de color blanc i negre.																								
Demanar pressupost per fer samarretes d'organització amb el logotip de la X Nit Jove i els dels patrocinadors.																								
Confirmar comanda de samarretes d'organització de la X Nit Jove.																								
Disseny del <i>photocall</i> .																								
Agafar accessoris de l'esplai que segueixin la temàtica musical pel <i>photocall</i> .																								
Programació.																								
Reunir-se amb l'ajuntament per presentar proposta de programació.																								
Contactar i negociar amb patrocinadors dels concursos (premis).																								
Concurs de breakdance:																								
Demanar tarima de ball per realitzar el concurs de <i>breakdance</i> .																								

[illegible]

Fer parelles inicials per la competició de *breakdance*.

Concerts de grups locals:

Cursa de sacs:

Inscriure als participants a través del correu electrònic de la Nit Jove i el mateix dia 30 de setembre fins a les 0 hores en el cas que quedin places o falli algun dels apuntats per *email*.

Vermut musical:

Demander assortiment de tapes com a patrocinis en espècies a bars de Ripollet.

Dinar popular:

Jam Session:																								
Contactar amb músics de Ripollet i municipis del voltant per convidar-los a tocar a la <i>Jam Session</i> (portant els seus propis instruments)																								
Torneig de futbolí:																								
Demandar dos futbolins com a patrocini en espècies a bars de Ripollet.																								
Inscriure als participants a través del correu electrònic de la Nit Jove i el mateix dia 1 d'octubre fins a les 15 hores en el cas que quedin places o falli algun dels apuntats per email.																								
Improshow:																								
Contactar amb la companyia <i>Improshow</i> per preguntar disponibilitat i negociar el preu de l'espectacle.																								
Concert Lágrimas de Sangre:																								
Contactar amb el grup per saber la seva disponibilitat en la data marcada i negociar el preu de la seva actuació.																								
Concurs de les cadires:																								
Demandar cadires a l'ajuntament (tasca d'infraestructures)																								
Concert Zoo:																								
Contactar amb el grup per saber la seva disponibilitat en la data marcada i negociar el preu de la seva actuació.																								

PD Gamerox:																								
Contactar amb el grup per saber la seva disponibilitat en la data marcada i negociar que actuï gratuïtament.																								
Menjar i beguda:																								
Fer llista de totes les begudes i menjar necessaris i quantitats de cadascun.																								
Buscar pressuposts del llistat de begudes i menjar.																								
Buscar pressupost per fer els gots de la X Nit Jove.																								
Contactar amb Moritz i Casa Tio per aconseguir el seu patrocini en espècies.																								
Fer la comanda dels gots de la X Nit Jove.																								
Comprar beguda i menjar que resti de la llista elaborada prèviament.																								
Emmagatzemar i reunir tots el material necessari per la barra a l'esplai.																								
Fer tiquets per a cada producte que es vendrà a la barra.																								
Repartir als membres de l'organització i voluntaris segons les quatre zones diferenciades de barra.																								
Transportar material fins a la localització on es realitzarà la X Nit Jove.																								

Difusió																								
Recopilar continguts audiovisuals d'anteriors edicions de la Nit Jove per realitzar el <i>storytelling</i> .																								
Llançament del <i>hashtag</i> de la X Nit Jove.																								
Disseny del cartell.																								
Dissenyar l'estètica i continguts de la pàgina web de la X Nit Jove.																								
Llançar pàgina web de la X Nit Jove.																								
Crear esdeveniment de la X Nit Jove a Facebook.																								
Contactar amb els dos grups principals per a que difonguin el cartell i esdeveniment per les seves pàgines de Facebook.																								
Publicar en les xarxes socials els <i>post</i> per generar expectativa sobre els caps de cartell.																								
Publicar xarxes socials els <i>post</i> del <i>storytelling</i> de la Nit Jove.																								
Publicar a les xarxes socials i la web informació relativa als concursos que es realitzaran per promocionar-los.																								
Dissenyar adhesius de la X Nit Jove.																								
Dissenyar pancarta gran de la X Nit Jove que es penjarà a la Rambla Sant Jordi de Ripollet.																								

[illegible]

Organització																								
Enviar correu electrònic per aconseguir més voluntaris.																								
Repartir tasques que es faran durant el dia de la X Nit Jove entre els membres de la comissió.																								
Designar tasques als voluntaris.																								
Designar torns de barra als voluntaris.																								
Anar a buscar els recursos materials cedits.																								
Comprar recursos materials que faltin.																								
Agafar material de l'esplai necessari per realitzar les activitats plantejades. També s'inclouen els extintors i la farmaciola.																								
Contractar a un vigilant nocturn.																								
Implementació																								
Seguiment del cronograma i croquis.																								
Control																								
Enquesta de valoració als assistents.																								
Recollida.																								
Devolució del material cedit.																								
Reunió valoració de la comissió.																								
Correu d'agraïment a patrocinadors, artistes i voluntària.																								
Recopilació de la informació generada per la X Nit Jove.																								

5. 6. Pressupost

A continuació presento el pressupost amb les despeses que implica la realització de la meua proposta d'organització de l'esdeveniment de la X Nit Jove.

Per aconseguir els preus dels diferents recursos he contactat amb els proveïdors a través de la seva pàgina web o per correu electrònic. També he utilitzat factures del Makro sobre els costos d'altres activitats de l'esplai Estel els darrers mesos.

Per tal d'estalviar en costos lo màxim possible es molts dels recursos materials seran cedits per l'ajuntament de Ripollet. També s'aprofitarà material del que ja disposa l'esplai Estel com poden ser els extintors, la pissarra o els llapis.

Taula 11 Pressupost de la X Nit Jove. Elaboració pròpia

	Recurs material	Quantitat	Proveïdor	Preu/ Quantitat	Preu total
Localització	Espai	1	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Carpa	6	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Taula	5	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Taulells	12	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Cavallets	36	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Furgoneta (cap de setmana)	1	Topfurgo	124 €	124 €
	Cadira	120	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Punt de llum	4	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Tanques	30	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €
	Suport photocall	1	Ajuntament de Ripollet	0 €	0 €

Programació		<i>Photocall</i> (400 cm X 200 cm)	1	<i>Onlineprinters</i>	92,01 €	92,01 €
		Hores vigilant nocturn	7	<i>Control Steward</i>	21,9 €	153 €
		Personal de control d'accés	2	Ajuntament de Ripollet	0,0 €	0,0 €
		Farmaciola	1	Esplai	0,00 €	0,00 €
		Extintors	2	Esplai	0,00 €	0,00 €
		Lavabos portàtils	2	Ajuntament de Ripollet	0,00 €	0,00 €
	Actuacions: Concerts, Jam Session, Improshow i PD Gamerex.	Escenari i estructura.	1	Ajuntament de Ripollet	0,00 €	0,00 €
		<i>Camaleón</i>	1	-	0 €	0 €
		El Ventilador	1	-	0 €	0 €
		<i>The Oldians</i>	1	-	0 €	0 €
		Johnny Big Stone & The Blues Workers	1	-	200 €	200 €
		<i>Improshow</i>	1	<i>Improshow</i>	500 €	500 €
		<i>Lágrimas de Sangre</i>	1	Bandera Negra	1.500 €	1.500 €
		Zoo	1	Propaganda pel fet	4.500 €	4.500 €
		Equip de so	1	<i>Sclat</i>	2.088,22 €	2.088,22 €
		Tècnic de so	1	<i>Sclat</i>	Inclòs al preu de l'equip de so	
		Equip d'il·luminació	1	Ajuntament de Ripollet	0,00 €	0,00 €
		Pancarta superior (100 cm X 800 cm)	1	<i>Self Printing</i>	81,61 €	81,61 €

		Pancartes laterals (100 cm X 400 cm)	2	<i>Onlineprinters</i>	52,09 €	52,09 €
	Vermut i dinar popular	Plats de molles.	120	La Neu de l'Eixida	0,00 €	0,00 €
		Tapes (plats)	50	Bars patrocinadors	0,00 €	0,00 €
	Concurs de breakdance	Tarima de ball	1	Ajuntament de Ripollet	0,00 €	0,00 €
		Targeta per valor d'un tatuatge de 200 €	1	<i>Hellfish tattoos</i>	0,00 €	0,00 €
	Cursa de sacs	Sacs d'arpillera	15	Esplai	0,00 €	0,00 €
		Dues entrades per anar al cinema	1	el Punt del Vallés	5,00 €	5,00 €
		Cinta americana	2	Esplai	0,00 €	0,00 €
	Torneig de futbolí	Futbolí	2	Bars patrocinadors	0,00 €	0,00 €
		Tises	1	Esplai	0,00 €	0,00 €
		Dues entrades per anar al <i>Natupark</i>	1	Bosc Tancat	0,00 €	0,00 €
		Pissarra per la classificació	1	Esplai	0,00 €	0,00 €
	Improshow	Llapis	100	Esplai	0,00 €	0,00 €
		Papers	150	<i>Improshow</i>	0,00 €	0,00 €
	Concurs de les cadires	Dues entrades per anar al cinema	1	el Punt del Vallés	0,00 €	0,00 €
Barra	Zona de venda de tiquets	Caixa registradora	1	Ajuntament de Ripollet	0,00 €	0,00 €
		Gots	600	<i>Ecofestes</i>	238,30 €	238,30 €

		Tiquets	3000	Esplai	0,00 €	0,00 €
	Zona de cuina	Barbacoa	2	Ajuntament de Ripollet	0,00 €	0,00 €
		Planxa de cuina	2	Esplai	0,00 €	0,00 €
		Caixa de 100 guants	1	Makro	3,75 €	3,75 €
		Paquet 200 tovallons	5	Makro	1,05 €	5,25 €
		Litres oli d'oliva	5	Makro	1,87 €	9,35 €
		Quilos de botifarra	17	Casa Tió	2,08 €	35,36 €
		Quilos de llom	15	Casa Tió	1,73 €	25,95 €
		Quilos de bacon	15	Casa Tió	2,10 €	31,50 €
		Quilos de formatge	1	Makro	4,33 €	4,33 €
		Quilos de ceba	10	Makro	0,99 €	9,90 €
		Quilos pa de pagès	10	MaxiPà	1,02 €	10,20 €
		Barra de pa (baguetes)	110	MaxiPà	0,48 €	52,80 €
		Pinces de barbacoa	4	Esplai	0 €	0 €
		Espàtules	3	Esplai	0 €	0 €
		Pack 100 culleres de plàstic	2	Makro	1,65 €	3,30 €
		Pack 100 ganivets de plàstic	2	Makro	1,65 €	3,30 €
		Pack 100 forquilles de plàstic	1	Makro	1,65 €	1,65 €
		Drap de neteja	4	Esplai	0 €	0 €

		Rentaplats	1	Esplai	0 €	0 €
		Barra de servir	3	Moritz	0 €	0 €
		Tirador de cervesa	3	Moritz	0 €	0 €
		Barril de cervesa de 30 litres	20	Moritz	0 €	0 €
		Ampolla Vermut (750ml)	10	Makro	2,15 €	21,50 €
		Llauna (33cl) Coca - Cola	600	Makro	0,41 €	246,00 €
		Llauna (33cl) Fanta de llimona	300	Makro	0,33 €	99,00 €
		Ampolla d'aigua (50 cl)	200	Makro	0,25 €	50,00 €
		Llauna (33cl) Fanta de taronja	300	Makro	0,33 €	99,00 €
		Litres de vi	60	Makro	0,85 €	51,00 €
		Ampolla (2 Litres) de Coca - Cola	30	Makro	1,05 €	31,50 €
		Quilos de gel	25	Makro	2 €	50 €
		Pica gel	2	Esplai	0 €	0 €
		Cubell pel gel	2	Esplai	0 €	0 €
		Nevera	3	Moritz	0 €	0 €
Difusió		Cartell	300	<i>Ache Graphic Studio</i>	0 €	0 €
		Adhesius	200	<i>Ache Graphic Studio</i>	0 €	0 €
		<i>Flyer dels concursos</i>	300	<i>Ache Graphic Studio</i>	0 €	0 €

	Pancarta a la Rambla Sant Jordi (100 cm X 400 cm)	1	<i>Onlineprinters</i>	52,09 €	52,09 €
	Acreditacions	20	<i>Ache Graphic Studio</i>	0 €	0 €
Organització	Samarretes d'organització	25	<i>Bananaprint</i>	193 €	193 €
TOTAL DESPESES					10.624 €

Estratègia de finançament de la X Nit Jove

Per tal de dur a terme la X Nit Jove tal i com la he plantejat és necessari obtenir finançament per part de patrocinadors ja que el pressupost inicial del que disposa l'esdeveniment no és suficient per cobrir tots els costos generats per la realització d'aquest esdeveniment. Les aportacions dels patrocinadors les podran fer amb diners o en espècies.

Segons la organitzadora professional d'esdeveniments la Marta Chevallard s'han de realitzar diferents estratègies per aconseguir finançament de patrocinadors segmentant-los en tres grups: petits comerços locals, empreses mitjanes o grans localitzades a Ripollet o rodalies, grans marques. No obstant abans de determinar l'estratègia que es seguirà amb cada segment de patrocinadors objectius primer s'ha de fer un llistat amb comerços, empreses o marques concretes que puguin estar interessades en col·laborar amb una aportació econòmica o en espècies a la realització de la X Nit Jove. A canvi del seu patrocini se'ls oferirà diferents suports on el logotip de la seva empresa tindrà visibilitat. Combinant aquests suports es faran *packs* de patrocini als que se'ls hi posarà un valor que els patrocinadors objectius podran pagar fent una aportació monetària o en espècies a la X Nit Jove. Els suports que s'oferiran als *packs* de patrocinadors són:

- Xarxes socials i web de la Nit Jove.
- Cartell de la X Nit Jove.
- Samarretes dels membres de l'organització.
- Pancarta a la Rambla Sant Jordi de Ripollet.
- Pancartes situades a cada costat de l'escenari de la X Nit Jove.
- *Photocall*.

- *Flyer* de concursos.

A l'hora de contactar amb tots els possibles patrocinadors s'utilitzaria com a principal argument de venda el recorregut i l'història de la Nit Jove, així com la visibilitat que donaran a l'esdeveniment els dos caps de cartell. Altres dades que també s'utilitzaran per negociar amb ells serà el nombre de seguidors a les xarxes socials i la quantitat de cartells que s'enganxaran.

Durant l'etapa de planificació s'han definit alguns patrocinadors objectius per tal d'aconseguir premis per als concursos, menjar, beguda o altres recursos necessaris per tal poder realitzar la X Nit Jove tal i com està planificada.

Als patrocinadors dels concursos (*Hellfish tattoo*, el Punt del Vallés i el Bosc Tancat), els bars i restaurants que aporten les tapes i el dinar popular se'ls hi obtindran un *pack* de patrocinis, dels que es descriuran a continuació segons el valor de la seva aportació.

En quant als bars que ens deixen els seus futbolins per dur a terme la competició durant la tarda de dissabte el seu logotip sortirà al cartell de la X Nit Jove i també a les xarxes socials com a un dels patrocinadors del torneig de futbolí junt amb l'empresa que dona el premi als guanyadors.

En el cas de *Ache Graphic Studio* Ripollet es pretén aconseguir que ens imprimeixi tots els cartells, adhesius, *flyers* i acreditacions de manera gratuïta a canvi de que el seu logotip surti en els quatre suports de difusió, així com en els cartells de properes activitats del Centre d'Esplai l'Estel com la baixada de carretons o l'aniversari de l'esplai.

També vull aconseguir el patrocini en espècies de la carn que s'utilitzarà per fer els sopars. El patrocinador objectiu en aquest cas és l'empresa alimentària catalana Casa Tio que té una botiga situada a Montcada i Reixac. La proposta en concret que es farà a aquesta empresa serà que a canvi del seu patrocini el seu logotip sortirà en les xarxes socials de la X Nit Jove, la pàgina web, el cartell la pancarta de la Rambla, les samarretes i les dues pancartes dels laterals de l'escenari. També es donarà difusió a l'empresa posant el seu logotip en el cartell de preus que hi haurà a la barra durant l'hora de sopar.

El patrocini en espècies més important serà el de Moritz. L'estratègia que s'utilitzarà per aconseguir la seva aportació s'explicarà a l'apartat d'estratègia de patrocini enfocada a marques.

A continuació es troba una llista amb altres possibles patrocinadors de la Nit Jove amb els que es contactarà:

Taula 12 Proposta de patrocinadors potencials de la X Nit Jove. Elaboració pròpia.

Comerços locals	Empreses mitjanes i grans	Marques
Forn Ordeig	Uppali	Vans
Tots colors (botiga de roba)	Esports Creus (botiga de roba de marca)	Bullpark
Ruta 66 (bar)	McFit	Mr. Wonderful
Gimnàs Bunkay	Lidl	Monster
Gimnàs Diverfit	Benzinera Nuri	Redbull
Òptica Fàbrica	Benzinera Net Oil	Coca-Cola
Vinalium	Nutrisports	Nestlé
Nanses (botiga de roba)	YesSí (acadèmia d'idiomes)	Port Aventura
Bolsos J. Blasco	Casa Atmeller	Cacaolat

Aquestes són les ofertes que s'oferiran als diferents segments de patrocinadors.

Estratègia enfocada a comerços locals

Tal i com la Marta Chevallard em va recomanar els *packs* de patrocini que s'oferiran als comerços locals suposaran inversió petita que sigui assumible per aquests. El valor del *pack* de patrocini que escollin el podran pagar amb diners o en espècies (si els productes que venen són part dels recursos materials necessaris per l'organització de la X Nit Jove.

Els *packs* de patrocini que s'oferirà als comerços locals són:

- **Pack de 50 €.** Amb l'aportació de 50 € a la X Nit Jove el logotip del comerç apareixerà en la pàgina de Facebook de la Nit Jove en un post d'agraïment per la seva col·laboració i en el cartell que es penjarà per Ripollet i rodalies.
- **Pack de 100 €.** Amb l'aportació de 75 € a la X Nit Jove també es posarà el seu logotip a la pancarta gran que es posarà a la Rambla Sant Jordi de Ripollet.

Per tal de fer arribar aquesta oferta de patrocini als comerços locals els membres de la comissió aniran durant el mes de juny al seu lloc físic. Allà se'ls demanarà el seu correu electrònic per on es tornarà a passar l'oferta i, en el cas que estiguin interessats en col·laborar, s'acabarà de negociar quina serà la seva aportació per aquest mitjà.

Estratègia enfocada a empreses mitjanes o grans

Els *packs* de patrocini per a les empreses mitjanes o grans situades a Ripollet i rodalies tindrà un valor més elevat ja que el pressupost del que disposen és més gran que el dels petits comerços locals.

Els *packs* de patrocini que s'oferiran a les empreses mitjanes o grans situades a Ripollet i rodalies són:

- **Pack 200 €.** El logotip del patrocinador que esculli aquest *pack* sortirà també, a part d'en les xarxes socials, el cartell i la pancarta a la Rambla Sant Jordi, en les samarretes que portaran els membres de l'organització durant la X Nit Jove.
- **Pack 300 €.** A més d'aparèixer en tots els suports que s'inclouen en els *packs* de patrocini anteriors el seu logotip també apareixerà a una de les pancartes dels laterals de l'escenari de la X Nit Jove.

Aquestes ofertes de patrocini se'ls hi farà arribar a través d'un correu electrònic a la pròpia empresa a partir del qual es començarà a negociar la seva aportació, si hi estan interessats.

Estratègia enfocada a marques

Per últim es seleccionaran marques que tinguin un públic objectiu similar al de la X Nit Jove i ofereixin productes o serveis necessaris per a la realització de la X Nit Jove.

Segons la Marta Chevallard les marques solen tenir una part del pressupost destinat a patrocinis i per aquesta raó la aportació que poden fer pot tenir un valor més elevat que els dos segments de patrocinadors anteriors. S'oferiran ofertes exclusives per a cada marca en funció del que ens interessi d'aquesta, sempre deixant un marge per negociar. Aquestes ofertes s'enviaran per correu electrònic a contactes directes d'aquestes marques que s'hauran de buscar prèviament. L'aportació de les marques també pot ser en diners o en espècies.

Un dels objectius d'aquesta estratègia és aconseguir una marca patrocinadora que ens ajudi a finançar els costos de la barra, és a dir, els costos de la beguda i menjar.

Com ja he comentat abans es vol aconseguir que Moritz sigui el patrocinador principal de la X Nit Jove aportant tres barres, tres neveres i 20 barrils de 30 litres de cervesa. Per aquesta gran aportació el seu logotip sortirà en totes les xarxes socials, la pàgina web de la X Nit Jove, el cartell la pancarta de la Rambla, les samarretes, la barra, en el got i en les dues pancartes dels laterals de l'escenari de l'esdeveniment. A més d'utilitzar com argument el recorregut de la Nit Jove com a esdeveniment realitzat per voluntaris d'una entitat sense ànim de lucre i la visibilitat que li donaran Zoo i *Lágrimas de Sangre*, també se'ls oferirà l'oportunitat de patrocinar exclusivament el concurs del *photocall* que es mourà per les xarxes socials i crearà conversació amb els usuaris d'aquestes incrementant així la notorietat de la marca de cerveses i l'esdeveniment.

Les altres marques amb les que es contactaran hauran de fer una aportació d'un valor igual o superior a 400 € per tal de que el seu logotip surti en tots els suports que s'ofereixen en els *packs* afegint el got i les dues pancartes de l'escenari (no una com als altres). També podran escollir un dels *packs* menys costos si volen fer una inversió més petita o no disposen de tant pressupost.

Cal dir que per contactar amb aquestes marques s'haurà de fer una recerca prèvia d'un contacte directe per tal de que quan s'envii la proposta per correu electrònic ens assegurem o a menys existeixin més possibilitats de que se'l llegeixi, que si l'enviéssim a un *email* general de la marca.

6. Conclusions

Després de tot el procés que he seguit durant l'elaboració del meu projecte sobre la X Nit Jove he extret les següents conclusions.

Amb la realització d'aquest Treball de Final de Grau he après que organitzar un esdeveniment és un procés que exigeix un treball molt estructurat i detallat per tal de que tot surti tal i com està plantejat. Per començar a elaborar la proposta d'un esdeveniment el que s'ha de tenir clar sempre que es vol aconseguir amb la seva realització i quins són els recursos inicials dels que es parteixen. Quan vaig començar a buscar una manera d'estructurar professionalment el meu projecte sobre la X Nit Jove em vaig adonar que no trobaria cap model universal que servis al 100% per aquest esdeveniment en concret, sinó que hauria d'adaptar-la a les necessitats i objectius concrets del projecte.

A mesura que vaig anar avançant en les etapes del meu projecte vaig poder comprovar que constantment sorgien canvis que en feien retocar molts dels punts de l'estructura. L'organització d'un esdeveniment és un procés dinàmic i en evolució constant.

D'altra banda també cal que cada punt de la proposta de l'esdeveniment estigui redactat de manera detallada, breu i clara perquè sigui fàcil de comprendre per a totes les persones que intervenen en el procés d'organització de l'esdeveniment. Per fer aquesta tasca són molt útils materials com els croquis o cronogrames que ajuden a implementar pas a pas tota la proposta de l'esdeveniment.

Un punt molt important que determina l'èxit o no d'un esdeveniment és l'estratègia de comunicació que es segueixi. Tal i com s'explica al marc teòric d'aquest projecte el món *online* està guanyant moltíssima importància en aquest terreny, ja que ajuda a incrementar la notorietat i la fidelització de públic de l'esdeveniment abans, durant i després d'aquest. Les xarxes socials i la web, com explico al meu projecte, s'utilitzaran per generar conversació entre els usuaris, crear sinèrgies i donar més visibilitat a la X Nit Jove. A més cal destacar que els mitjans *online* requereixen de molt poca inversió el que els fa ideals per a un projecte que compte amb un pressupost limitat.

A l'hora d'escollir les activitats que s'inclouran a la programació s'han de tenir molt en compte els gustos i preferències del públic ja que és el factor més determinant que els hi farà assistir o no a l'esdeveniment. No obstant amb un pressupost ajustat cal plantejar estratègies de finançament per captar patrocinadors que possibilitin realitzar una proposta ambiciosa a nivell

d'inversió. El fet del que s'aconsegueixin captar els recursos suficients per a poder realitzar aquest projecte dependrà del treball de l'equip organitzatiu i la seva motivació per dur a terme aquesta ambiciosa proposta sobre la X Nit Jove.

7. Bibliografia

MONOGRAFIA

- Cuadrado Esclapez, C. i Rodríguez Cuadrado, R. (2014). *El abc en la organización de eventos*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Turbau, I. (2011). *¿Por dónde empiezo? Guía práctica para programar, financiar y comunicar eventos culturales*. Madrid: Editorial Planeta.

WEBGRAFIES

- Álvarez Martín – Prieto, T. (2015). *Las redes sociales se consolidan como la herramienta más eficaz en promoción y difusión de eventos*. *Puro Marketing* [en línea] [Última consulta: 12/04/16] Disponible a: <http://www.puromarketing.com/16/24806/redes-sociales-consolidan-como-herramienta-mas-eficaz-promocion-difusion-eventos.html>
- *Bananaprint*. [en línea] [Última consulta: 30/05/16] Disponible a: <http://www.bananaprint.es/>
- Estanyol i Casals, E. (2012). *Nuevas tendencias en organización de eventos*. *Revista De Estudios De Las Ciencias De La Información Y De La Comunicación*. [en línea] [Última consulta: 19/01/16] Disponible a: <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-Elisenda-Estanyol.html>
- Figueroa, G. (2008). *La metodología de elaboración de proyectos como herramientas para el desarrollo cultural*. [en línea] [Última consulta: 17/01/16] Disponible a: http://eprints.rclis.org/6761/1/serie_7.pdf
- *Imprenta online – impresión digital y offset*. *Onlineprinters*. [en línea] [Última consulta: 30/05/16] Disponible a: <https://www.onlineprinters.es/>
- Institut d'Estudis Catalans. *Esdeveniments*. DIEC2. [en línea] [Última consulta: 17/04/16] Disponible a: <http://dlc.iec.cat/results.asp?txtEntrada=esdeveniment&operEntrada=0>
- José María Osuna, investit alcalde de Ripollet. Plens. Ajuntament de Ripollet. [en línea] [Última consulta: 26/05/16] Disponible a: http://info.ripollet.cat/asp/llicitat_noticies.asp?ID=22445

- La fitxa de Ripollet. Ajuntament de Ripollet. [en línia] [Última consulta: 26/05/16]
Disponible a: <http://ripollet.cat/asp/content.asp?sf=/static/fitxa.html>.
- *Lagrimas de Sangre Crew*. Pàgina de Facebook. [en línia] [Última consulta: 16/05/16]
Disponible a: <https://www.facebook.com/LagrimasDeSangreCrew/?fref=ts>
- Lárez, M. (2010). *Los eventos y sus etapas*. [en línia] [Última consulta: 12/05/16]
Disponible a: <http://es.slideshare.net/laresal/los-eventos-y-sus-etapas>
- Lorente, J. (2014). *Los eventos y las redes sociales ¿una pareja muy bien? Marketing Directo*. [en línia] [Última consulta: 13/04/16] Disponible a: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-eventos-y-las-redes-sociales-una-pareja-muy-bien-avenida/>
- Makro.es. [en línia] [Última consulta: 30/05/16] Disponible a: <https://www.makro.es/>
- Maure Agüero, G. *Definiciones y tendencias del turismo de eventos*. (2007). [Última consulta: 12/04/16] Disponible a: <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>
- Moll, E. (2014). *Cómo crear la página web de tu evento*. El Blog Estefanía Moll [en línia] [Última consulta: 15/05/16] Disponible a: <https://masquesocial.com/2014/06/17/como-crear-pagina-web-evento/>
- Mottard, E. (2008). *Los eventos y las tendencias de marketing*. Marketing Directo. [en línia] [Última consulta: 16/01/16] Disponible a: <http://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-eventos-y-las-tendencias-de-marketing-eric-mottard/>
- Nit Jove Ripollet. Pàgina de Facebook. [en línia] [Última consulta: 16/05/16] Disponible a: <https://www.facebook.com/nitjove/?fref=ts>
- Pereyra, S (2012). *Etapas en la organización de eventos*. . [en línia] [Última consulta: 02/05/16] Disponible a: <http://www.slideshare.net/pereyrastella/etapas-en-la-organizacin-de-eventos-12493948>
- Puro Marketing (2010). *La saturación publicitaria podrá transmitir sensaciones negativas sobre las marcas y anunciantes*. [en línia] [Última consulta: 16/01/16] Disponible a: <http://www.puromarketing.com/45/5587/saturacion-publicitaria-podria-transmitir-sensaciones-negativas-sobre-marcas-anunciantes.html>
- Puro Marketing (2015). *Deportes y conciertos, los eventos en vivo que mejor funcionan en redes sociales*. [en línia] [Última consulta: 19/01/16] Disponible a:

<http://www.puromarketing.com/31/25106/deportes-conciertos-eventos-vivo-mejor-funcionan-redes-sociales.html>

- Quimeras. (2014). La publicitat exterior, una bona eina per ampliar el nostre públic. [en línia] [Última consulta: 15/05/16] Disponible a: <http://quimeras.cat/la-publicitat-exterior/>
- SelfPrinting Impresiones Gran Formato - Lonas publicitarias, vinilos personalizados, banderas, forex... [en línia] [Última consulta: 30/05/16] Disponible a: <http://www.selfprinting.es/>
- Tipología y clasificación de eventos. Fundación Universitat. Educación Superior. [en línia] [Última consulta: 02/03/16] Disponible a: <https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/lectura-nc2ba-2-1-tipologia-y-clasificac3b3n-de-los-eventos.pdf>
- Vasca, Natalia (2012). *Cuál es la mejor estrategia de difusión para mi evento*. Marketing. Eventbrite [en línia] [Última consulta: 20/04/16] Disponible a: <https://www.eventbrite.com.ar/blog/difusion/cual-es-la-mejor-estrategia-de-difusion-para-mi-evento/>
- VASOS REUTILIZABLES - vasos, platos, vajilla reutilizables reciclables. Ecofestes. [en línia] [Última consulta: 30/05/16] Disponible a: <http://www.ecofestes.com/es/>
- Vehículos - Topfurgo. [en línia] [Última consulta: 30/05/16] Disponible a: <http://topfurgo.com/>
- Zoo. Pàgina de Facebook. [en línia] [Última consulta: 16/05/16] Disponible a: <https://www.facebook.com/zooposse/>

ALTRES

- Projecte Educatiu del Centre del Centre d'Esplai l'Estel (2015). Centre d'Esplai l'Estel, Ripollet. Document no publicat.

8. Annexos

8. 1. Guió de les entrevistes

8. 1. 1. Guió entrevista a Oriol Mor, regidor de Cultura, Educació i Joventut.

Presentació del tema i entrevistador.

Presentació de l'entrevistat.

1. Des de fa quant ocupa el càrrec?
2. Amb quina política cultural es va trobar quan va ocupar el càrrec?
3. Quines mesures han pres ja per promoure les activitats cultural ha Ripollet?
4. Quines mesures tenen previst portar a terme més endavant?
5. Com descriuries l'oferta d'oci cultural que poden trobar el joves d'avui en dia a Ripollet?
6. I l'oferta d'oci nocturn?
7. Que és podria fer per millorar la situació?
8. Quin paper juguen les entitats locals en l'oferta cultural de Ripollet?
9. Hi ha alguna mesura prevista per potenciar aquest paper?
10. Coneixes la Nit Jove organitzada pel Centre d'Esplai l'Estel?
11. Des del teu punt de vista com a regidor de cultura quins consells ens donaries?
12. I des del teu punt de vista com a jove?

8. 1. 2. Guió entrevista a Raúl Medina, organitzador de la Nit jove.

Presentació del tema i entrevistador.

Presentació de l'entrevistat.

1. Que és la Nit Jove?
2. Com va sorgir l'idea de realitzar aquest esdeveniment?
3. Quins canvis hi ha hagut des de la primera fins a l'actual edició?
4. La forma d'organització sempre ha esta la mateixa?
5. Quin és el públic objectiu d'aquest esdeveniment?
6. Quina estratègia de comunicació seguiu per fer difusió de la Nit Jove?
7. Com es finança l'esdeveniment?
8. De quina manera ajuda el ajuntament a dur a terme la Nit Jove?
9. Que és el que voleu que diferencia la desena edició de la Nit Jove de la resta?

10. Quina estratègia voleu seguir per aconseguir-ho?

8. 1. 3. Guió entrevista a Anna Puertas, organitzadora de la Nit jove. (Correu electrònic)

1. Quin és el perfil dels assistents a la Nit Jove, el seu públic objectiu? (Edat, procedència, gustos, hàbits, etc.)?
2. Hi ha altres públics secundaris de la Nit Jove? Com definiries el seu perfil? ? (Edat, procedència, gustos, hàbits, etc.)
3. Quin és el pressupost inicial del que es disposa per organitzar la X Nit Jove?
4. Quin és el paper de l'Ajuntament de Ripollet en l'organització de la Nit Jove?
5. Quin és el paper de l'Ajuntament de Ripollet en l'organització de la Nit Jove?

8. 1. 4. Guió entrevista Marta Chevallard, professional de l'organització d'esdeveniments culturals.

Presentació del tema i entrevistador.

Presentació de l'entrevistat.

1. Quan va començar en el món de l'organització d'esdeveniments?
2. Quins dels esdeveniments que ha organitzat destacaria?
3. Perquè?
4. Que creus que és el que fa que un esdeveniment tingui èxit o no?
5. Quins han sigut els errors que ha comés durant la teva experiència dels que més has après?
6. Has participat algun cop en l'organització d'un esdeveniment cultural de caire alternatiu?
7. Quins consells donaries a algú que està començant en el món de l'organització d'esdeveniments?
8. Quines diries que són les tendències actuals en l'organització d'esdeveniments?
9. Quina mena d'activitats tenen més èxit en els esdeveniments culturals destinats a un públic jove?
10. A l'hora d'organitzar un esdeveniment cultural amb un pressupost petit que creus que és més important prioritzar?

11. Quins arguments de venda creus que són clau per convèncer a una empresa gran per que participi com patrocinador en el teu esdeveniment?
12. Quins arguments de venda creus que són clau per convèncer a una empresa gran per que participi com patrocinador en el teu esdeveniment?
13. Quina estratègia de comunicació seguiries per comunicar al seu públic un esdeveniment com la Nit Jove?

8. 2. 5. Guió entrevista a José María Sebastian, tècnic de joventut a l'ajuntament de Ripollet.

Quina és la normativa legal que ha d'acomplir un esdeveniment com la Nit Jove?

8. 2. Entrevistes.

A continuació es troben les entrevistes completes a Oriol Mor, Raúl Medina, Anna Puertas, Marta Chevallard i José María Sebastian.

Cal destacar que les meves intervencions (entrevistadora) es troben destacades en negreta per diferenciar-les de les dels entrevistats.

8. 2. 1. Entrevista a Oriol Mor, regidor de Cultura, Joventut i Educació

“Bueno”, doncs em presento una mica. Jo soc la Laia González, tinc 21 anys i estic estudiant Publicitat i Relacions Públiques. El tema del meu Treball de Final de Grau és la desena Nit Jove.

I, “bueno”, com ja sabràs aquest any volem fer la Nit Jove un esdeveniment més gran, convertir a la Nit Jove en un esdeveniment cultural de referencia a Ripollet i als pobles de rodalies.

Llavors, “bueno”, presentat una mica...

Jo soc l’Oriol Mor. Soc regidor de cultura de l’ajuntament de Ripollet, també d’educació i joventut, però no només faig això sinó que soc professor de secundària a una escola de música i res doncs des de la vessant política és una miqueta també un *hobby* per poder fer coses a nivell del meu poble que sempre m’ha cridat molt l’atenció.

I des de quan ocupes aquest càrrec?

Aquest càrrec des del juny de l’any passat. Porto gairebé un any.

Si, si.

Però encara no.

Quan vau arribar al poder, diguem, a l’ajuntament quina era la situació de la política cultural aquí, al poble?

“Bueno”, era una situació marcada per uns límits, per uns marcs, no? Que des del nostre punt de vista no s’havien canviat des de fa 20 anys, sinó que s’havia anat jugant amb aquests marcs, no? A nivell cultural, a nivell d’associació, a nivell de projecte cultural de ciutat. De fet les entitats no es plantejaven objectiu comuns des de l’any 2007, és a dir, que veníem d’una política doncs que, això, doncs que es dedicava a seguir una miqueta l’herència...

Que no hi havia una evolució, no?

Si.

I, “bueno”, ara ja esteu prenent mesures, actualment, per canviar això una mica?

Si, de fet el que estem intentat fer és a nivell organitzatiu doncs teixir tot el que seria la sobirania cultural, és a dir, posar en relació la cultura, el patrimoni, l'educació, la joventut i el que serien els esports per crear tot el que és una àrea de desenvolupament comunitari, perquè creiem que no hi ha cultura, sinó hi ha un relat comunitari al darrera, és per això que nosaltres estem lluitant per crear aquestes sinergies entre diferents departaments que sempre havien estat per separat, per confluïr en polítiques globals. Sempre tenint en compte que el que volem és recuperar això, la sobirania cultural, tant en quant les entitats han de voler saber que és el que volen i com ho volen i poder arribar a realitzar-lo.

Clar. Diguem que esteu tancant una mica les normes que hi havia abans i ho esteu reestructurant ara tot des del principi.

Si, si.

Com descriuries actualment l'oferta d'oci cultural qui hi ha pels joves avui en dia a Ripollet?

L'oferta cultural cap als joves és nul·la, perquè poca d'ella s'enfoca directament als joves ni es fa realment un pla comunicatiu que arribi realment als joves. Nosaltres sabem que als joves els tenim als instituts, però realment nosaltres som conscients de que no tenim tota la informació que hauríem de tenir o com a mínim sabem que no estem allà on hauríem d'estar, perquè el nivell de contacte de nosaltres amb els joves, l'ajuntament, és bastant escàs. Llavors, doncs si que és veritat que ens trobem amb això, que no trobem a l'altre costat de la joventut. No sabem on hi són. O sigui, que sabem on són, però que nosaltres encara no arribem, doncs, a on realment estan que són als parcs, que són a les places, que són, “bueno”, en diferents infraestructures d'oci d'altres ciutats o realment anant a buscar l'oci a altres iniciatives del voltant.

Si, i, “bueno”, l'oferta d'oci nocturn també és una mica del estil, no?

L'oferta d'oci nocturn és igual. És escassa, perquè la majoria d'oci nocturn no està enfocat cap a un oci educatiu, molt més per a joves.

Clar i també ara que han tancat els bars on es feia més caliu no trobes un lloc on trobar-te amb els amics o la gent.

Però, “bueno”, els bars sempre es tanquen i s’obren de nous.

Ja, ja, ja.

El que fan falta són això propostes realment que vagin adreçades per mantenir viu aquest esperit.

I que es podria fer per millorar una mica la situació?

Doncs posar-hi recursos sobretot, per que la gent vegi que Ripollet es mou a nivell d’oci alternatiu, “bueno”, com a mínim hi ha oci a Ripollet.

Ja.

Hem de deixar, doncs això, des de l’ajuntament hem de deixar pales que, o sigui, que tenen iniciatives i es vol que al pobles es facin activitats per als joves, per als i les joves, però també es necessita doncs una resposta de les entitats, ja siguin juvenils o culturals per també que portin a terme, doncs, projectes, que recolzin una miqueta a l’ajuntament també.

Parlant de tot això una mica, quin papers creus que juguen les entitats locals en tota l’oferta cultural?

Doncs juguen els que és la clau, és a dir, nosaltres podem fer des de l’ajuntament, podem organitzar qualsevol tipus d’esdeveniment adreçat pels joves, que mentre una entitat juvenil no hi sigui al costat o cultural, sabem que no tindrà ni la mateixa repercussió. I això està comprovat, és a dir, si un acte el fa una entitat doncs té el doble de resposta que pot tenir quan l’organitza un ajuntament. Primer perquè l’entitat és algú reconegut molt més fàcilment per una altra part, i un ajuntament és una organització molt gran que quan proposa una cosa a la joventut no creus que puguis fer un canvi allà.

Ja. O sigui que creus que juguen com un paper d’intermediaris entre...

Més que intermediari, eh, o sigui... són qui han de portar a terme les activitats culturals i d’oci.

O sigui els dinamitzadors diguem?

Si. Que sense ells l’ajuntament podria fer molt, però gairebé mai trobaria una gran resposta, sinó l’acompanyen les entitats.

Clar. Coneixes les Nit Jove organitzada pel Centre d’Esplai l’Estel, no?

Si.

Hi has assistit algun cop?

Molts cops (riu).

“Vale”. Des del teu punt de vista com a regidor de cultura, quins consells ens donaries per millorar l’activitat i per fer-la créixer?

Ui.. Ara puc ser molt crític jo... (riu)

Pots dir-ho, pots dir-ho.

Jo crec que és una iniciativa molt interessant i que realment doncs té molt recorregut, però si que crec que és molt ambiciosa per part de només una entitat i sabent, “bueno”, que les entitats juvenils es renoven molt fàcilment, no sempre és la mateixa gent i crec que és una mica difícil per això, perquè donada la vida de les entitats proposar “algo” així, doncs, ha d’estar molt clar que es pot tirar endavant i que no és cosa d’una ni de dos, sinó que es tracta de treballar-ho a llarg termini. Si que és veritat que penso que no aprofita doncs algunes situacions – o sigui, cadascú fa el que vol, eh?- però si que és veritat que no aprofita situacions perquè aquest pas cap a ser un referent del panorama, doncs no aprofita les oportunitats que té la vida cultural de Ripollet. Perquè seria molt més fàcil que això tingués molta més resposta i molt més fàcil si es nodreixen d’activitats com la Festa Major i amb infraestructures que ja l’ajuntament inverteix per coses com això, no? Que a lo millor seria molt més fàcil fer el salt perquè ja està tot pagat, no és fer una altra inversió un mes després de la Festa Major, quan hi han les festes del barri de Pont Vell pel mig, no sé... Penso que, jo que sé, trobo molt encertada una proposta com Ripollet Rock, que s’ha encabint dins d’un panorama festiu i això els hi ha fet agafar a ells embranzida i no moure’s del panorama, “bueno”, de ser un referent dins del panorama, i crec que l’Estel si continua en aquesta via que vol portar de continuar reivindicant la seva festa i tot això doncs els hi costarà una miqueta més, però això no és ni millor ni pitjor, sinó que a l’hora de veure els resultats doncs també hem de ser conscients de veure’ls o més fàcils o més llunyans.

Clar, o sigui que és això de moment el major impediment que tenim són els diners perquè volem portar a grups grans i, si, l’Estel vol invertir, però, clar, hem de ser conscients de que aquests diners han costat molts, molts, molts anys arribar a tenir aquests estalvis, llavors treure aquests diners per la festa doncs... però es vol apostar per això, és el que vull dir. Aquest any volem que sigui la festa gran i es converteixi en un esdeveniment de referencia i que tothom el conegui...

Des del teu punt de vista com a jove que va a l'esdeveniment com veus la Nit Jove? Quins punts veus que es podrien millorar o quins punts creus que milloraries... Que canviaries o afegiries a la Nit Jove?

O sigui grups grans, però en realitat la proposta és genial. O sigui hi ha de tot. Hi ha des d'oferta gastronòmica, fins a oferta cultural, fins a oferta musical, fins a oferta... O sigui teixir-ho de més. Jo el que milloraria és la difusió, el com s'aprofita això i com se li dona cabuda perquè vingui més gent.

Clar.

Però a nivell d'activitats, a nivell de... jo crec que no...

Doncs ja estem. Fins aquí l'entrevista. Moltes gràcies.

8. 2. 2. Entrevista a Raúl Medina, organitzador de la Nit Jove

"Bueno", et pots presentar una mica? Ja pots, ja pots. Està gravant.

"Bueno", mira soc en Raúl, porto ja quatre edicions organitzant la Nit Jove, des de que vaig ser monitor a l'esplai, però ara ja estic... ja vaig acabar el meu temps allà dins, però igualment segueixo en la comissió. I "bueno", des de que vaig entrar és una activitat que m'ha agradat molt, tant a nivell de moure una mica una cultura més alternativa a Ripollet, tant a nivell musical i de portar a terme una activitat d'aquest caire a Ripollet.

Que diries que és la Nit Jove, així una mica per sobre?

Mira, la Nit Jove és una activitat que va néixer... jo crec que la Nit Jove és el fruit d'una inquietud perquè com va néixer arran d'un grup de joves que veien que al seu poble li faltava, "bueno", hi havia una mancança d'oci nocturn, tant d'oci com de cultura pel jovent. Van decidir com empoderar-se d'això, no? I dir ""Vale", fem "algo". Anem organitzant-nos i anem a fer alguna cosa pel nostre poble, o sigui, tant per nosaltres com pel nostre poble". Llavors, per mi la Nit Jove és una activitat com d'això i d'empoderament i de voler resoldre les teves inquietuds sense la necessitat d'haver d'anar a un espai, sinó fent-ho tu a partir de la teva iniciativa.

"Bueno", ja m'ho has explicat una mica ara tu, el segon concepte que era d'on va sorgir aquesta idea.

“Bueno, jo no vaig estar, no vaig ser d’aquest grup de joves, no? Però si que durant aquestes edicions si que he estat... O sigui, quan jo vaig començar hi havia gran part de la comissió... la formaven gent que va ser com la promotora, no? I “bueno”, va sorgir arran d’això, arran de veure. “Bueno” el grup de joves de l’esplai que com objectiu del seu projecte... Clar, també és que l’esplai, o sigui, els monitors amb els nens i, en aquest cas, amb els joves tenen un projecte més, no? Llavors una part d’aquest projecte va consistir en deixar una mica obert, no? I dir “Vale”. Què és el que vosaltres voleu?”, no? Llavors, en aquell moment les seves inquietuds i les seves, “bueno”, les seves idees van anar encaminades en aquest sentit i van portar a terme la Nit Jove, que és “algo” que encara...”bueno” es por veure, no? Que encara fa falta fer-la. No és “algo” que fos “algo” puntual, sinó que sempre hi ha hagut gent que té les mateixes inquietuds i vol seguir en aquesta línia.

Quins canvis hi ha hagut des de la primera edició?

Bé. Quan va començar la Nit Jove – i jo me’n recordo perquè vaig assistir, no com a organització, sinó com per ballar i tal, no? – doncs es feia al patí del Centre Cultural, es feien amb grups que no són del mateix caire que ara i, per suposat, la quantitat que hi havia i que hi assistia era molt menor que la d’ara, no? Llavors es va a començar a fer al patí del Centre Cultural que és un espai com molt acollidor, perquè tot i que hi hagi poca gent sempre... o sigui, al ser... amb unes escales, o sigui, no sé com explicar-ho...

Com un bol, si.

Doncs això fa que encara que hi hagi poca gent hi ha ambient.

I a més és al centre.

I a més al ser un espai cèntric i a més és el Centre Cultural de joves, que és un dels altres punts. A més un dels avantatges que tenia muntar allà l’activitat era que l’escenari estava muntat, llavors no havies ni de molestar a l’ajuntament, ni d’haver de contractar a alguna empresa perquè et muntés l’escenari, el que és un avantatge.

Que va passar? Que van haver edicions, edicions, edicions...sobretot, moltes idees per provar, moltes coses a voler portar a terme i va arribar un punt, que va ser a la setena edició diria.

A la vuitena.

A la vuitena, que, “bueno”, es va veure que havíem de donar el salt, tant pel fet de gent que hi entrava allà a dins com pel veïns, que vam tenir molts problemes perquè, tot i ser un lloc cèntric,

sempre hi havia queixes de totes les activitats que es feien allà amb els veïns. Llavors vam decidir anar allà, a l'ajuntament. A l'ajuntament l'espai va agradar, perquè és molt ampli i és a prop de l'estació de Renfe i, ja que vam donar aquell salt, vam decidir fer dos dies. Ara aquest format és el que s'ha mantingut, fins ara. També, "bueno", s'ha inclòs, al fer dos dies, una mica el format és de una primera nit de grups locals, que abans ja estava integrada a la nit majoritària, no? I després al migdia es fa..."bueno", vam intentar un any de matí una mica cultural, que no va tirar, i ara s'està mantenint més el tema de fer un vermut jazz, activitats durant la tarda i durant la nit els concerts com grans, que també hi ha algun local però... Vols que t'expliqui alguna...

Com què?

Del "rotllo" que abans a les edicions que es feien sempre hi havia hagut problema perquè a l'esplai de la tarda no sabíem ben bé que fer. Una cosa que va sortir durant els primers, que ja s'ha deixat de fer, però que pot ser seria interessant recuperar, és que durant aquell espai es posaven curts.

El què?

Es posaven curtmetratges.

Ah, està "guay".

Llavors era una manera de tenir a la gent una mica allà perquè no marxés i d'una activitat que no et comporta cap cost.

A nivell organitzatiu a canviat alguna cosa? Des de la primera edició també.

Clar, jo des de la primera edició no t'ho puc dir, però des de que jo he estat crec que... "bueno" és que des de que jo he estat han canviat moltíssimes coses. Han canviat tant la nostra manera de fer, com la quantitat de gent que hi ha, que s'hi fica a la comissió. El primer any que jo vaig estar érem 4 persones, 3, i ara som 8, saps?

Si, si, si.

Això indica que hi ha molt treball i hi ha gent que li agrada la feina que es fa.

Que hi ha gent motiva per fer-ho.

A nivell organitzatiu ha canviat tot el tema de... "bueno", per exemple, tot el tema d'equip de so que ara s'ha de... "bueno" hem de fer allà un impàs d'una nit, algú s'ha de quedar per guardar l'equip. Al haver-hi un espai més gran hem d'invertir en un equip més bo, a l'hora que portes

grups més bons has de portar un equip més bo. També el tema de la barra que, “bueno”, l’any passat es va decidir fer tiradors en comptes de llaunes, que eren el que sempre estàvem fent. Llavors, els diversos canvis, molts han estat a l’arrel de fer dues nits, però després hi ha com petits detallats que poc a poc anem arrodonint i...

I que al final canvia moltíssim d’una edició a una altra si ho compares.

Oi i tant.

Ja. “Bueno”, quin és el públic objectiu d’aquest esdeveniment? O sigui cap a qui va dirigit.

“Vale”. “Bueno”, el seu nom ho indica una mica, no? (riu) La Nit Jove va dirigit al jovent de Ripollet i rodalies, però “bueno” és una activitat que quan tu la veus no és només per joves perquè, no sé, sempre hem volgut com intentar aplegar el màxim de coses que poguéssim del nostre poble i un mica de diferents generacions. Me’n recordo un any que vam fer un espectacle de màgia i va haver una resposta de Ripollet increïble.

Del públic infantil també.

Clar. Era una activitat d’un noi d’aquí, de Ripollet, que era molt bo, que feia màgia i vam omplir, o sigui, tota la part de sota de cadires i es va omplir i va anar molt bé. Després el vermut jazz tampoc és només per joves, igual et ve una família i tal. Jo crec que és més Nit Jove per fet de...

De qui ho munta.

De qui ho munta i del moment en que va sorgir també i de com va sorgir. Sempre que muntés una activitat està clar que tu tens el públic objectiu, no? Però acabes “abarcant” molt més.

O sigui que hi ha com un públic principal que són els joves, però realment això, després fem activitats per una gran varietat de públic.

Clar. És el que es vol fer.

Si. “Bueno” al final és això. És una mica per dinamitzar l’oci que hi ha aquí a Ripollet. A veure, quina estratègia de comunicació seguia per fer la difusió de la Nit Jove més o menys cada anys?

El que s’utilitzava més abans... o sigui, cartells i després el que fèiem, que era molt divertit, era fer una pancarta, una pancarta que penjàvem al carrer...

Ja l’he vist alguna vegada.

I aquella pancarta...clar, la fèiem nosaltres amb pintura i llavors cada any l'havíem d'anar repintant, no? I era com molt visible perquè la ficàvem a la festa major i hi ha molta gent i la penjàvem en mig de la rambla. Ara això s'ha deixat de fer una mica i, pot ser, s'està fent més...

“Bueno”, no em sembla mala idea, no?

No. Crec que es pot reprendre. També s'ha invertit molt més en el tema de les xarxes socials, de moure-ho pel Facebook. També el mateix dia per Twitter i tot això. Jo crec que entra una mica en la societat en la que estem apuntat, no?

I alguna acció una mica més creativa heu fet?

Si. Mira, fa... una que a mi m'agrada molt, va ser d'una companya que va començar a contactar amb il·lustradors i amb gent més del...

Del disseny?

No. De la il·lustració es van fer com il·lustracions de la Nit Jove i tal. No li hem donat mai res, que s'hauria d'haver de fet, però si que va ser una cosa que...

Però a nivell de difusió o allà, a l'esdeveniment mateix?

No. Ho vam fer via Facebook. Com anàvem traient una cada més i tal vam treure 3 o 4. Va ser molt *“guay”*. Després un any, vam fer una mica també el *“punky”*. I per intentar canviar una mica la manera de fer, perquè també estem molt acostumats a anar per carrer i trobar-nos mil cartells, molts colors, molta lletra... i llavors és *“algo”* que també acabes ignorant, no? I, tant vam decidir un any a començar a fer cartells en blanc i negre, perquè creiem que el blanc i negre està una mica subestimat i va molt bé, no? També vam utilitzar... *“bueno”*, vam fer alguna reivindicació al moviment LGTBI i al moviment de palestí. Vam fer cartells amb aquests dissenys. I també, el que et deia que vam fer una mica el *“punky”*, va ser que vam anar pels...*“bueno”* a Ripollet hi ha pivots publicitaris. Llavors, els vam empaperar amb paper de diari i vam pintar la informació de la Nit Jove, però amb pintura rosa per intentar canviar una mica les maneres. Això va ser... no sé si va donar fruit, perquè al dia següent estaven la meitat arrencats (riu), però va ser una manera de canviar la manera de fer les coses, no?

Està *“guay”* fer accions d'aquestes. Jo crec que per aquesta desena edició hauríem de fer alguna cosa així.

Jo crec que estaria molt “guay”. I “també” el que estaria molt “guay” és ocupar espais nous, com el tema de fer cartell a les rotondes, jo crec que... perquè són espais que estan poc aprofitats i si saps posar el missatge on toca com que arriba molt més fàcil.

Ja pensaré alguna cosa així, “guay”. “Vale”. Després, parlem una mica del finançament. Quines són les vostres principals fonts de finançament?

“Bueno”, d’una banda tenim una subvenció que és la que ens dona... o sigui, que surt de la pròpia entitat. Això va sorgir un any que va haver un benefici i aquell benefici en comptes de reinvertir-se... o sigui, en les primeres edicions tot a l’esplai, no? Però va haver un anys que aquells guanys van decidir reinvertir-se per l’edició posterior i arran d’això s’ha canviat una mica la concepció i ara l’esplai va invertint més diners en Nit Jove. Si que sempre ens ha donat subvenció, però ara aquests guanys es conserven per l’edició posterior, no? Això d’una banda. D’altra banda també el fet de... “bueno”, tenim la subvenció de l’ajuntament, que per desgracia és la mateixa que tots els anys, que era la que històricament s’utilitzava per cobrir l’equip de so, que és uns 900 euros, però ara l’equip de so puja a uns 2.000.

Si, si, si.

I d’altra banda, una cosa de la que sempre acabem tirant és dels patrocinadors del poble. “Bueno”, fem com *packs* de patrocinis i llavors oferim tant un patrocini econòmic, que pot ser 50, 100, 200 euros, i els oferim l’espai dels cartells, moure-ho per Facebook, moure-ho a les samarretes i ara hi han cartells més grans. D’altra banda també tirem molt de patrocinis en especíes, que això va sorgir un any i va funcionar molt. Va haver un any que gairebé no vam fer patrocinis econòmics, sinó que vam fer la majoria en especíes i, “bueno” consistia en que la fruiteria et donés verdures i fruites per fer les “migas”, per exemple. I sempre ha sigut un patrocini que és molt més fàcil i que els comerços són molt més “col·laboratius” perquè, “bueno”, sabem que no tot són els diners i que això ho demostra.

Però traieu bastants diners en patrocinis, normalment, per la Nit Jove?

“Bueno”, depèn. Hi ha hagut edicions en que ens hem posat abans i hem anat a buscar patrocinis i n’hem tret més i edicions que pot ser no hem fet tanta feina. O sigui, al cap i a la fi els patrocinis varien molt en funció del temps que tu inverteixis, del pla, de la manera en que tu ho venguis el teu projecte.

Clar, però també, “bueno”, jo crec que també és lo que et determina després com serà la Nit Jove, també perquè és amb lo que tu pots una mica escollir després.

Clar.

Si tu fas una bona feina de patrocini llavors tindràs un munt de diners.

Clar. Podràs portar al grup que et proposis, no? Clar, fa dos anys vam decidir “Ei, vinga anem a portar a *Microguagua* que ens agrada molt”. Doncs vam a començar a moure patrocini i vam aconseguir els diners en una setmana.

I quants eren? 500 euros?

500 euros. Si, si.

“Vale”. De quina manera l’ajuntament ajuda a dur a terme la Nit Jove?

Bé. (riu)

Amb la subvenció, no?

Hi ha hagut una mica sempre allà conflicte ajuntament - Nit Jove. Perquè? Perquè el Centre Cultural era com un espai molt conflictiu a nivell ajuntament i llavors sempre ens passava que arribava un punt que arribava l’ajuntament i ens deia “A partir d’ara vosaltres us responsabilitzeu del que passi”. Arribava la policia.

Ja.

Perquè els veïns sempre es queixaven molt, no? Aquests anys sempre que era la reunió anaves una mica allà a negociar, a intentar treure el que poguessis i tot, no? Llavors poc a poc dona la sensació que han anat cedint una mica. I ara, últimament, amb el canvi de partit... “bueno”, aquest any s’han mostrat com molt més oberts a fer el que vulguem. Quan vam passar per l’ajuntament... no, l’últim anys abans de passar l’ajuntament ens van cedir un “*policlean*”, però això ens va costar discussions i tal. Després vam anar cap a l’ajuntament i ja, si que va ser una mica tens, com vam pactar una cosa i després quan vam arribar allà... Per exemple, vam pactar posar l’escenari a un lloc, “*vale*”? I quan vam arribar allà l’escenari no es podia posar allà perquè tal i vam haver-lo de posar nosaltres a un lloc on nosaltres no volíem posar-ho.

Això va ser el primer any...

Que vam baixar a l’ajuntament. Llavors com que ha sigut bona la relació, però també hi han hagut moment en els que hem hagut de fer un estira i arronsa per portar-ho una mica al nostre terreny.

“Bueno”, però ara amb el nou govern... jo crec que serà molt més fàcil, no?

Ara el nou govern, “bueno”. Si, s’ha mostrat molt flexible i a veure si després aquesta flexibilitat després es... “bueno”, ja s’està veient, no? Que estan buscant com ajudar més, però a veure que passa al final.

Jo crec que sortirà bé. “Vale”. Que és el que voleu que diferenciï a la desena edició de la Nit Jove de la resta?

“Bueno”, jo crec que a la desena edició el que volem que la diferenciï de la resta és que ha de ser... “Bueno”, és una data clau, que són 10 anys, no? Muntant la Nit Jove i ja només per aquest fet, ja és com molt diferenciador d’una anterior o una posterior, no? Quan fa una activitat així, saps? Que porta 10 anys. Saps que has d’invertir a nivell de que las vols fer, “bueno”, la gran festa, no. Llavors, crec que el que serà més diferenciador d’aquesta Nit Jove, crec que serà tant a nivell d’activitats que es realitzin, vull dir perquè, “bueno”, perquè ara mateix a la comissió som gent que estem motivada i jo crec que les activitats estaran treballades i no serà un treball que es faci al últim moment. O sigui, jo crec el que la diferenciarà serà el bon treball que es reflecteixi al final i els grups que portarem, perquè volem acollir, “bueno”, la major quantitat de gent que vulguem, tenim l’estació de tren al costat i això són, “bueno”... L’esplai també vol invertir en aquesta desena edició i això ja són factors que ja ens fan voler portar un bon grup.

Ja, que heu d’aprofitar totes les coses bones i és l’oportunitat que teniu ara mateix.

És l’oportunitat, “bueno”, de que la gent sàpiga que és la Nit Jove.

I teniu alguna estratègia per aconseguir-ho?

“Bueno”, el que t’he dit. Com una mica el treball més organitzatiu encara s’està duent a terme, jo crec que les estratègies encara les hem de treballar i han de sorgir. No crec que tinguem... “Bueno”, tenim el tema de les Nits d’Acústic, que encara no ho havíem comentat, però està fent molt i és veritat que està diferenciant la desena edició. A nivell d’estratègia el que volem és fer tot un treball, “bueno”, perquè ens hem posat una xifra que és, “bueno”, important, no és aconseguir 500 euros. I llavors el que volem fer és tot un treball de cercar patrocinis per aconseguir un gruix econòmic que et permeti arribar a aquests grans grups. I també, doncs, el que crec que és fonamentar és buscar les noves estratègies de... més a nivell, pot ser, comunicatiu de fer arribar la Nit Jove... o sigui, fer difusió de la Nit Jove. També serà molt important saber trobar activitats de tarda que ens permetin... “bueno”, perquè sempre ha sigut allà un “hueco” una mica que ha anat canviant, no? I trobar activitats que s’encaixin dins d’aquell temps i que siguin grans.

M'he oblidat d'explicar-te una cosa de canvis de Nit Jove.

"Vale". Ho pots explicar ara i ja està.

Que,"bueno", fa... quan vam passar... Quan va ser? No sé si va ser a la 7... Crec que ja va començar al Centre Cultural quan vam començar a moure el tema del torneig de futbolí al... per omplir també aquest espai de la tarda, no? Després del dinar que és un espai una mica mig "*chueco*". Llavors el que fem és que alguns bars del poble ens cedeixen els seu futbolí, com a patrocinador, i llavors muntem el torneig de futbolí, fem difusió pels bars, fem difusió a llocs on sabem que...

De només el torneig de futbolí.

De només el torneig de futbolí.

Una mica per això, per donar-li un espai propi a la tarda i que tingui...

Per portar una activitat que..."bueno", que pot ser un concert de rock o un concert de *punk* és una mica més limitat. Un torneig de futbolí "*abarca*" molt més, no? És una pràctica que és molt més normal en els joves, no tant com la gent que només li agrada el *punk* o...

Si. També és una mica com un impàs entre concert i concert, perquè al final al vermut toca un grup de blues, jazz, no sé que i després...

Després hi han hagut activitats que s'han canviat molt a nivell de concursos.

Ja.

Perquè com que sempre hem volgut trobar la marca de la Nit Jove, no? Trobar com el concurs que sigui clau. Una mica el que s'ha trobat, que és va fer des de la primera edició, va ser el concurs de les cadires que és un concurs que agrada moltíssim i que sempre triomfa, no? Però sempre hem buscat trobar un altre concurs per intentar com donar aquesta marca d'identitat. Concursos com: concurs de *air guitar*...

De *air guitar*?

De *air guitar*? També es va fer un concurs de crits, un concurs de lo los *Simpsons*, es va fer un concurs de... Què més?

La cursa de sacs.

La cursa de sacs. És veritat. Va haver-hi un que va sortir fatal que ara no me'n recordo de què, però és que vull dir que hem provat de fer les mil i una.

De flams també.

De flams. Aquest any jo crec que també hem de ser capaços de trobar aquesta marca, no? Que portem 10 anys buscant.

Jo crec que amb el concurs de cadires ja és una marca.

Oi i tant. Ja és.

No. Jo vaig parlar amb una organitzadora d'esdeveniments i, "bueno", li vaig comentar una mica tot el tema de la Nit Jove i em va dir que aquest concursos podrien ser la clau, perquè és una marca d'esplai i això és "super guay" que ho tinguem. I hem de potenciar més aquesta mena de concurs. No sé. Cada concert fer un concurs "xorra" d'aquests, saps? No sé. És una cosa molt diferencial de la Nit Jove.

És veritat. M'he oblidat de moltes coses, tio. També vam fer una vegada una promoció, que va sortir "super bé", i no la hem tornat a fer perquè no hem tingut aquest moment d'esforç, no? Que vam fer una promoció de jocs més a nivell de consumicions i tal. Posàvem gometes a les llaunes, llavors si et tocava algun gomet en especial, tenies com la següent que... Vam fer això. Que era com que tenies una birra gratis si et tocava el gomet. Després es va fer també el fet de... "bueno", vam posar una hora i a aquella hora vam agafar un megàfon i va ser com "A partir d'aquesta hora cada 5 consumicions hi haurà una gratis". Coses així. Aquell anys va sorgir molt efecte. Lo que de cara al any següent no es va repetir.

Perquè? Perquè no va sortir econòmic?

Perquè "bueno" la gent va canviant, cada vegada que fas una comissió... clar, ara hi ha uns quants que portem més anys, però la gent també va... Llavors en aquell moment hi vam coincidir com 3 o 4 que vam tenir aquelles idees, però després va canviar la gent i aquelles idees també van marxar una mica.

Ja.

Però si que és veritat que ara fent revisió, ostres, aquelles idees es podrien recuperar.

Doncs si. "Bueno", és la desena edició, no? Celebrem un aniversari.

També vam decidir quan vam passar a l'ajuntament de fer gots, que allò també va ser una altre pas perquè...

Abans eren gots de l'esplai.

Abans eren gots de l'esplai. Vam decidir fer els nostres propis de la Nit Jove. I hi han més coses, "tio". Hi han moltes coses que s'han fet.

De fet l'any passat, lo dels Diumenges crítics. Tantes coses.

Si perquè va passar que...

Si, si. Quantes? Quantes? (riu)

Que es va comprar molta beguda i, "bueno", també una mica perquè hi havia ganes de moure "algo" a nivell més social. Vull dir que la Nit Jove té com aquest component musical, però hi havia com aquella inquietud en la comissió d'aquell moment que volia moure "algo" més a nivell de reivindicació i es va fer els Diumenges Crítics, que van durar un hivern i, "bueno", no sé. Diguem com va anar?

"Bueno", això, que va sorgir una mica d'això, que va sobrar beguda, bastant beguda i vam dir de fer alguna cosa d'aquest caire també. Una mica per remoure pensaments i per donar una altra activitat d'oci diferent al poble de Ripollet i vam dir "Aquesta és la nostra oportunitat". Al principi el nostre objectiu si que era guanyar diners per la Nit Jove, recuperar els diners que s'havien invertit en les llaunes de "birra", essencialment, però després la gent que ho feia estava tant motivada que... és que donava igual ja guanyar diners. També va perdre una mica el seu objectiu, però ho fèiem una mica per motivació i no per benefici.

Clar. També en la part en que... els canvis que es van anar fent... –És una putada perquè ara m'estic recordant de tot – a la setena edició... A la setena? O a la sisena? Vam decidir, o sigui, ampliar el marc de la nit i passar-la al migdia. Llavors va ser quan vam decidir fer una paella. Llavors, què passa? Que vam invertir un "montón" de diners en fer aquella paella, que va quedar un paella boníssima, però va costar molts diners, "vale"? I llavors no vam treure gairebé benefici o ens va sortir com a 0 pot ser, saps? I, "bueno", vam veure que l'espai de muntar-ho al migdia molava i per això s'ha mantingut després el vermut jazz.

Però amb una cosa més barata, no?

I d'aquí vam decidir passar a les "migas", que les "migas" eren "algo" que només havíem d'anar als forns i demanar-li pa sec i amb això, amb tot el pa sec que ens van donar... "bueno", hi ha el seu moment de rallar que també cansa.

Si.

Però només havíem d'aconseguir el patrocini per res, per una mica de verdures o una mica de carn. No era aconseguir el marisc i tot, que allò va ser una inversió “*super burrada*”. Però això sí que va ser... o sigui, jo crec que va ser... l'ordre va ser: Centre Cultural al patí amb concerts, després hi va haver un any que va ploure i es va decidir fer amb l'aniversari de l'esplai.

No es va fer la Nit Jove?

O sigui va ploure el dia de la Nit Jove i es va ajuntar amb l'aniversari de l'esplai. Llavors aquell any també es va ajuntat tot, no? Després es va decidir ampliar, no només fer a la nit i fer al migdia. Vam fer lo de la paella, els curts i tal. Després es va decidir fer dos dies a l'ajuntament i, doncs, fins ara. Que a veure que passa l'any que ve, no? El que sempre hem anat amb aquella idea de “Als 10 anys ja veuràs que muntarem un festival al...”

O sigui sempre ho heu pensat, no? No es del pla”: “ La següent edició serà la millor”. No, no, els 10 anys.

Sempre hem sabut que és una activitat que anirà creixent i, “bueno”, “joder”, o sigui, ja es veu que no ens hem quedat en dir “Fem una nit de concerts i ja està”, sinó que sempre hem buscat anar a més, anar més, anar a més i només pel fet que aquest espai que es fa una vegada sigui més gran. I també per això les Nits d'Acústics és com una iniciativa “*guay*” d'aquest anys, perquè ens hem plantejat això, no? Que perquè fer una Nit Jove al any? Si ho podem fer una vegada al mes?

I guanyar diners.

I aquest objectiu que perseguíem per la Nit Jove, “*pues*” el podem perseguir cada mes, saps? I també això és una estratègia de comunicació, una estratègia de difusió, una estratègia de guanyar diners.

No i que al final vas com calant una mica a la gent a més a més i “Que “*guay*” això que munten”

Clar, clar, i que la gent et conegui.

Si, si. Jo crec que ho “petarem”.

Em sap una mica de greu, perquè s'ha desordenat una mica tot.

Es igual.

Després ja ho ordenaràs suposo.

“Bueno”, jo no tinc més preguntes així que fins aquí l’entrevista. Moltes gràcies per tot.

De res. A tu.

Molt bé.

8. 2. 3. Entrevista a Anna Puertas, organitzadora de la Nit Jove.

Hola Laia,

T'envio les respostes a l'entrevista del TFG, juntament amb el document de cessió d'opinions signat.

Salutacions!

Quin és el perfil dels assistents a la Nit Jove, el seu públic objectiu? (Edat, procedència, gustos, hàbits, etc.)?

Són joves (16-25 anys) que viuen a Ripollet o a municipis del voltant. Els hi agrada activitats d’oci que els aportin alguna cosa a nivell intel·lectual i que siguin divertides. En quant els seus estils musicals els hi agrada molt el rock, l’ska, el reggae o la rumba. Són de mentalitat oberta i els hi agrada participar activament en les activitats.

També cal dir el seu poder adquisitiu no es massa bo, ja que la majoria són estudiants sense ingressos o amb ingressos baixos.

Hi ha altres públics secundaris de la Nit Jove? Com definiries el seu perfil? ? (Edat, procedència, gustos, hàbits, etc.)?

Sí. També tenim públic més gran de 25 que solen ser ex-monitors de l’esplai o altre gent que ha estat activa en el teixit social de Ripollet. A vegades també venen amb les seves famílies a gaudir de les activitats, sobretot, que es fan en horari de tarda. No obstant, hi ha gent adulta als concerts nocturns també.

Quin és el pressupost inicial del que es disposa per organitzar la X Nit Jove?

Aquest any amb motiu de la celebració de la X Nit Jove el Centre d’Esplai l’Estel ha decidit incrementar el pressupost fins a 5.000 €. L’Ajuntament de Ripollet també ens dona una subvenció municipal d’uns 900 €.

Com que aquest any volem muntar una festa ben grossa i fer que més gent conegui la Nit Jove, encara que comptem amb més pressupost, haurem de treballar molt en buscar patrocinadors, per arribar a duplicar aquests 6.000 € si cal.

Quin és el paper de l'Ajuntament de Ripollet en l'organització de la Nit Jove?

L'Ajuntament de Ripollet col·labora amb la cessió de l'espai i altres materials com l'escenari, l'equip d'il·luminació, la tarima de ball, els taulells, les cadires, les tanques o les carpes entre altres. També ens dona una subvenció de 900 €, com ja he dit. També ens ajuda amb el lloguer, per exemple, dels lavabos portàtils.

L'esplai l'Estel disposa dels recursos necessaris per acomplir els requeriments legals per realitzar l'esdeveniment?

L'Estel realitza moltes activitats de cara al poble de Ripollet per les que ja té contractat el segur de Responsabilitat Civil per cobrir qualsevol problema que es pugui ocasionar durant els esdeveniments. També té extintor i material de farmàcia.

8. 2. 4. Entrevista a Marta Chevallard, organitzadora professional d'esdeveniments.

Primer de tot, em presento. Jo soc la Laia González i soc una alumna de 4rt de Publicitat i Relacions Públiques de l'UAB. El meu TFG tracta sobre la Nit Jove. És un esdeveniment que portem fent ja deu anys, és de caire cultural i consisteix en fer activitats, sobretot, musicals com concursos de ball, que van destinats al públic juvenil de Ripollet. Aquesta serà la desena edició que fem, creiem que és una xifra molt important i per això creiem que és el moment de donar-li una empenta i convertir-lo en un esdeveniment de renom a Ripollet i rodalies. O sigui la zona de Ripollet, no se si la coneixes?

Molt poc.

És residencial i no hi ha gaire cosa pels joves, per aquesta raó les entitats s'han de dedicar a dinamitzar una mica l'oci.

L'objectiu és fer propostes d'oci que tinguin a veure o que siguin alternatives a anar de festa a l'alcohol i tot això, no?

Exacte. És oferir una mica un oci “no-consumista”, no? O sigui, ho fem en un espai públic, obert a tothom... “Bueno”, és això, és completament voluntari el treball que fem i llavors, clar, com ens financem? Busquem patrocinadors i l’ajuntament també ens dona una petita subvenció. Llavors aquest any volem portar activitats noves i grups d’aquest estil de renom. No sé si coneixes una mica l’estil?

No. Clar i heu de pagar caixets, no?

Clar.

I a quina edat està dirigit?

Realment per gent entre els 18 i els 30. Un públic jove. També l’any passat es va fer un concurs de break i hi havia gent més jove i més gran.

I el tipus de música, el tipus de concerts que voleu fer de quin estil serà?

En pla rumba, també una mica de *ska*, rock pot ser, *reggae*... Està bastant obert.

Molt obert. Val.

“Vale”. Doncs és una mica l’estil que es fa des de la primera edició. Creiem que és un esdeveniment que està bastant consolidat, per això volem que aquest any, “bueno”, creiem que tenim l’oportunitat de fer-lo més gran, no?

Fins ara que heu fet?

Fins ara que hem fet? Això concerts d’aquest estil i també, per exemple, activitats entre mitges. Per exemple un torneig de futbolí, concurs de menjar flams, d’aquest estil.

Quina afluència...?

L’any passat vam tenir com 700 persones o així. O sigui hi ve bastant gent. O sigui realment és un dels esdeveniments que es fan a Ripollet amb més influència i creiem que té bastant bona acollida.

És gratis...

És gratis.

Clar, llavors tot el que s’hagi de paga ha de ser a través de subvencions o patrocinadors.

Si, exacte. Aquest és un tema, no? Que volem trobar patrocinadors. Costa bastant trobar marques grans que ens vulguin patrocinar. Els comerços petits, clar, 50 euros ja els hi costa.

I teniu servei de bar?

Si tenim servei de bar.

I us dona beneficis una mica o no?

Si, si que ens dona beneficis. També fem vermut i tal. Fa un parell d'anys també vam fer com un esmorzar popular amb castellers en el que també van participar els diables. Va agrada bastant. Si et sembla comencem, “vale”?

“Vale”.

Com vas començar tu en el món de l'organització d'esdeveniments?

Doncs jo vaig començar, més o menys de forma professional, al acabar la carrera vaig començar pràctiques.

Que vas estudiar?

Humanitats. Quan vaig acabar vaig fer un *master* en gestió cultural, el de la UB i allà vaig començar a fer pràctiques al departament de comunicació de la FNAC i quan vaig acabar vaig tenir la sort de que hi havia una vacant i em vaig quedar allà llavors. Allà es quan de forma professional em fico a muntar esdeveniments.

I abans havies fet altres esdeveniments?

Una mica. Bàsicament el més important havia estat una exposició sobre els orígens de l'UE, que es va fer el centre comercial de l'Illa, i abans, a nivell amateur, doncs voluntariat i coses així.

***“Vale”.* Quin dels esdeveniments, dels que has fet fins ara, destacaries per sobre del altres?**

Per sobre dels altres? Doncs no sé. No he fet tants. De fet em quedaria amb algun aniversari. O amb l'aniversari de 10 anys de la FNAC o amb la inauguració d'una de les botigues. Vam fer la inauguració de la botiga d'Arenas, que de fet el vaig portar plenament jo. Pot ser no va ser tant gran com els 10 anys però...

Quin creus que és el punt que creus que fa un esdeveniment tingui èxit o no?

Clar, hi han molts indicadors. Això s'ha de respondre segons quins eren els objectius d'aquell esdeveniment, no? Perquè ja sigui una cosa petita per si, per la gent que ho està fent, o per donar a conèixer alguna cosa o per celebrar un aniversari o per implicar al jovent d'una població per fer un oci o una diversió diferent o per implicar als joves a la vida d'una població... hi han

molts objectius llavors. Tu quan decideixes fer un esdeveniment has de saber perquè ho estàs fent, marcar-te uns objectius i després has de mesurar els resultats en relació a aquells objectius.

Clar. Diries que has comés algun error, així, que destaquis?

En el món dels esdeveniments sempre cometràs errors. Llavors lo importat, d'un 10% del pressupost no ho assignis a cap partida, per que sempre hi haurà un error que hagi comés tu o un imprevist difícil de preveure. La paraula ho diu, no? Lo importat d'aquest tipus de coses és tenir cintura. Hi hauran moltes coses que dependran de tu, no dependran de tu, sinó que hauran d'anar canviant. Llavors has de saber a ser ràpida o flexible per saber-te adaptar. Des del tema d'una entrada o que hi ha una cua més llarga del que pensaves o que algú a tocat més temps o que a la botiga del costat hi ha problemes o aquell dia plou... Clar és que imprevistos hi han molts. Has d'intentar preveure'ls tots, però has de saber que hi haurà alguns que no podràs preveure i has de tenir la facilitat i la tranquil·litat de que al final això d'una forma o una altre o podràs solucionar. Al final, tampoc soc molt gran, no? Tot el que he après a que és un factor. Sempre hi hauran problemes. Si sortirà millor o pitjor, depèn de que sàpigues arreglar-ho o adaptar-ho, perquè allò no acabi sent un problema sinó que li busquis una solució. Llavors, una mica, això et passa tota la vida, que no és que no ho planegis tot perfecte, sinó que és allà quan al final quan et surt una cosa diferent a la que havies pensat, però acaba sortint bé.

Tu creus que hi han unes fases per organitzar un esdeveniment així molt marcades?

Totalment. Primer és fer perquè es crea un esdeveniment, fer aquest anàlisi de en quin punt ets, qui el vol crear, quan es vol fer... Ho dic així ara, que segur que trec els apunts i t'ho dic. Però perquè ho fas, perquè ho vols fer, qui ho vol fer, a qui va dirigit, que hem de fer per fer això que fa falta. Llavors és el com ho duus a terme, com "*desilbanant*". Una mica sempre intento imaginar-me com m'imagino les coses, llavors tot el que em fa falta: a qui haig de llogar l'equip, qui ho farà, les proves de so. Llavors hi han diferents responsables de cada cosa i cadascú es preocupa d'una cosa. Vas dirigint, vas tancant, vas parlant, llavors t'imagines com és tot, els *timings* que seran i vas lligant tot.

Nosaltres el que fem és treballar per comissions. Llavors aquests membres es van dividint en tasques més petites. Ho fem així també una mica.

Si és que al final tot és una mica per contacte. Quan no tens diners, doncs fer coses sense diners. A la FNAC també ens passava, no? Perquè era un pressupost molt petit per fer tantes coses. Clar,

teníem l'avantatge que érem la FNAC i llavors t'obrien les portes. Hi ha la promoció, hi ha no sé que. Heu de pensar en aquest cas que podeu oferir...

O sigui quin tret diferencial tenim?

Clar. Teniu quins són els vostres punts forts. Abans de començar o a deu anys vista... Us han parlat, no, del anàlisi DAFO?

Si, si.

Penseu, per exemple, ara estic pensant en el vostre problema. Sabeu que teniu aflluència, sabeu que teniu contactes. El vostre principal problema a resoldre ara són els diners, no? Pel que entenc jo. Doncs heu de fer un llistat de quins punts forts tenim que podem oferir. Doncs si això es fes a Barcelona en comptes de a Ripollet podria ser més complicat. A Ripollet segur que hi ha empreses allà ubicades o que, pot ser, no fan vida allà dintre del poble, però pot ser els interessa invertir. Fer un llistat: Som a Ripollet hi han no sé quants habitants. Fer un llistat: vam portar a l'última edició a 700 persones, hem involucrat a tota aquesta gent del barri, a diferents associacions, als diables, als castellers, l'ajuntament ho veu bé, és una proposta diferent a l'oci nocturn... Tot això, lo que teniu de punts forts. Llavors a qui pot interessar, directe o indirectament, estar relacionat amb aquest projecte. Llavors, si busqueu fer un llistat d'empreses, encara que no siguin merceria no sé que està a Ripollet, però empreses que estan allà instal·lades i són grans i que per elles, pot ser, 200/300 euros no és tant com 50 euros pel forn de pa o la merceria, saps? Inclòs, segur que tenen una partida de màrqueting o així que poden destinar doncs a aquestes coses.

Clar algun anys si que hem contactat amb el cinema, per exemple, que si que ens ha donat pot ser 200 euros. Aquest any necessitem molts diners. Volem treure uns 2000/3000 euros en patrocinadors.

Que els hi podeu oferir a canvi? O sigui penseu a quines marques, per qüestió de territori, o per vinculació, pots ser pels tipus de grups de música que porteu doncs Vans, per exemple, tipus de marques catalanes... perquè si aneu a Nike, és molt difícil. Jo que sé una marca de roba catalana o una marca de bambes o jo que sé.

L'any passat, per exemple, Moritz ens va rebaixar les cerveses.

Ja, per exemple, Moritz et podria posar gratis les cerveses. Ja et passaré el contacte del noi de màrqueting de Moritz. Doncs buscar quines associacions podeu fer per intentar buscar

patrocinador. No només per proximitat, sinó per edat, a qui va dirigit, que els hi podeu donar a canvi. Pot ser podeu fer lones o decorar.

Si, això ja ho he pensat. Fer com *packs*. Fer samarretes que posi “X Nit Jove” i per darrera els patrocinadors amb els logos. Per exemple, si pagues 100 euros pots sortir al cartell, a Facebook i a les samarretes, pots sortir també a la pancarta que posarem al costat de l’escenari o dalt.

Que surtin a les xarxes socials. Perquè ara vosaltres sou molt interessants, perquè ja sou els joves als que moltes marques volen arribar doncs. Podríeu inventar-vos un concurs o qualsevol cosa en Instagram o així que a nivell de joves... Jo tinc Instagram. Jo penjo fotos i rep 40 *likes* i la meva neboda de 13 anys aconsegueix 100. Perquè? Tots els seus amics tenen Instagram i en canvi els grans no. Com pot ser que aquesta “mocosa” aconsegueixi molts més *likes*? Clar...

Doncs mirar això, mirar les marques que us poden... i buscar i picar a la porta. No tingueu por. Clar és molt difícil trucar a porta freda. Mireu les llistes d’empreses. Pot ser coneixeu a algú que treballa, ha treballat en alguna.

Això a Moritz vam aconseguir contactar perquè un noi de la comissió treballa a Moritz.

Clar. Si, si és això. Doncs això. Anar provant. Clar si tothom sàpigues com aconseguir diners tothom seria milionari, però ja està. Llavors intentar també com rebaixar també els caixets. No sé si sabeu més o menys quin preu hi ha.

He estat mirant i *Itaca Band*. Els coneixes?

Si. Em sonen.

6000 euros i és clar... però per exemple *Dr. Calypso* o un altre que es diu *Juantxo Skalari* 5000 euros. Aquests, per exemple, són grups cars, però com que tenen un públic molt fidel pot ser si que ens surt a compte realment.

Es que és clar és d’entrada gratis. Clar això tindria sentit si tu dius “ Porto un cap de cartell que sigui gran amb catxe i després ho recupero amb l’entrada”, però clar tu no ho recuperaràs amb l’entrada. Llavors has de buscar formules. Pot ser de pagar un catxe més... O sigui vosaltres voleu cobrir costos o voleu tenir un benefici?

A veure cobrint costos ens conformem, però si tenim beneficis millor. Això sortirà per invertit en properes Nits.

Clar això dels grups... clar no se ben bé l’estil, però intenteu rebaixar caixets.

Si jo crec que si. Pel tema de ser una entitat sense ànim de lucre a vegades si que ens fan...

O intenteu anar a discogràfiques que pot ser els hi compreu un que sigui més top i un altre que no i pot ser. Jo et passaré el contacte d'una noia que treballa al Primavera, al segell. Llavors tenen grups. Feu-li un cop d'ull als grups del segell, no del festival, a veure si algun us interessaria. També et passaré el contacte d'una noia que porta diferents grups i té molts contactes. Jo crec que amb aquests podeu contar. Pot ser, m'equivoco eh, pots *D'Callaos* o aquest de Flor. No me'n recordo com es diuen. Són grups així una mica més alternatius, no sé si van amb el tipus d'estil...

Si, si és aquest estil. O sigui és el que havíem pensat això, grups que ja estan sonant, que ja la gent...

Alternatius.

Clar.

La Nuria que us passi propostes a veure que. Al final a veure si són 2000 en comptes de 2700.

Clar. Per grups tenim 6.000 euros. O sigui si traiem el 3.000 euros de patrocinadors. Primer hem d'aconseguir... Després ens podem plantejar "Amb aquests diners que podem fer, no?". Però si em de rebaixar... Tu has participat algun cop en l'organització d'un esdeveniment alternatiu?

Així de concerts i tal no.

De caire alternatiu res, no?

No.

I quins consells donaries a algú que està començant en l'organització d'esdeveniments?

És que és un sector molt ampli no?

De caire cultural.

Doncs la forma de començar és fent-ho gratuïtament. Jo crec que la clau és fer allò que t'agrada. Jo crec que és un sector que ara es comença a professionalitzar una mica, però que encara li costa molt. És un sector que va molt per boca orella, "Conec a aquest o qui fa això és amic meu", és un sector on moltes coses es mouen de nit, no? Concerts i tal i que va molt pel "*colegueo*". Llavors que si vols dedicar-te a això, encara que de moment cobris poc, fes allò que t'agrada. O sigui, jo el que he vist, en 10 anys vista o així, és que la gent que ha sigut fidel amb el que li

agradava ha acabat fent-se un lloc i trobant el seu camí, saps? Al final acaben treballant amb allò que els hi agrada i tal. Llavors...

Si que m'he de dedicar-me a una cosa que m'agradi. A veure jo crec que de moment si, però no saps mai on et portarà la vida.

Mai saps, però per exemple aquesta noia, que treballa amb el Primavera i tal, treballava en una altra discogràfica. Ella va fer mil voltes, però al final va acabar treballant en aquesta discogràfica que era com el seu somni. Era molt petitona, treballava allà, tampoc és que guanyés gaire, però clar estava encantada, a ella li agradava. Clar però ja implica concerts divendres dissabtes... és com una mica la teva vida, saps? Estàs allà “*super tancat*”.

Ja que no t'impliques més si no t'agrada. Quan és l'hora apagues i te'n vas i ja està.

Si. És que facis lo que facis t'ha d'agradar. Després pot ser descobreixes... la vida et porta a un altre lloc i que vas a algun lloc i t'agrada lo que ets, lo que fas i en aquell moment és lo que... És molt important que allò que facis que t'agradi, tot i que no sigui la teva passió, però trobar allò que t'ompli.

Home, es que si estàs allà a la feina sense...

Ja, però es que hi ha molta gent així, eh.

Però és que és normal també. Jo estic ara de becaria tot el dia fent tweets i és una mica rotllo, la veritat. Quines creus que són les tendències actuals en l'organització d'esdeveniments culturals?

Els festivals. Es que clar si parlem de música, perquè esdeveniments culturals pot ser des d'anar a veure una cosa de patrimoni cultural de les runes d'Empúries, fins a un museu d'art modern. Una exposició, una obra culturals és una cosa “*super amplia*”. Si és musical, clar, el sector, tal i com està el sector discogràfic, que des de fa més de 10 anys s'ha anat enfonsant, ara està estabilitzat, però el negoci és ara és en tocar en viu. Llavors ara el *boom*, des de fa uns anys, ha sigut amb els festivals. Des de fa ja anys surten festivals com bolets, perquè els grups treuen discos i es posen a tocar per guanyar diners, perquè amb els discos no en guanyen. Llavors, el sector des de fa uns anys hi havia la guerra amb el Primavera i no sé quins per veure qui pagava els caixets més alts per aconseguir els millors caps de cartell, perquè si que després aconsegueixes els diners amb les entrades, una mica va per aquí la cosa.

Clar. I les activitats o de la comunicació dels esdeveniments cap a on creus que està avançant?

La comunicació en quin sentit?

O sigui, com creus que s'hauria de comunicar?

Difondre?

Si, la difusió.

També amb els festivals. Mira el Primavera. Primer fa un llançament de... és secretíssim quin és el cartell i fan un llançament mundial per YouTube, per no sé que, espectacular, tal. Llavors després difusió. Sobretot és molt internet, xarxes socials... Imprès no se que fan, però jo crec que la dinàmica és una mica...

Clar. És que és això. És el que t'he comentat abans.

Si. És que també és molt boca orella a nivell de modes, què es porta ara, qui aconsegueix els millors caps de cartell, perquè després aquell és el festival on volen anar. Llavors, ràdio també és important, no?

Clar, és que és diferent. D'una banda tots els grups musicals han de fer tota la "*promo*" en ràdios, tocant en viu i tal. Una altra cosa és un festival. Ja una mica depèn. En el vostra cas, tot lo que pugueu fer a nivell local de "*promo*" a ràdios. No sé si hi ha la típica revisteta setmanal.

Si.

Tot això que pugueu fer. Clar, *flyers* al tren, enganxada de cartell funciona molt a nivell local. Jo crec que a nivell local heu de focalitzar, heu de fer un llistat de mitjans del poble, que pugueu arribar de forma fàcil – que és molt més fàcil que arribar a un RAC 1 o així - i pensar com fer-ho, saps?

De fet, un dels membres de la comissió és de la Revista de Ripollet, així que tenim "*enchufe*" per allà.

A vegades també va bé fer una història d'allò que estàs creant. O sigui, no només venem això i tal, sinó que si teniu opció d'anar a la ràdio o de fer un article feu allò que diuen ara d'un *storytelling*. Donar-li forma, no? Fer-lo pot ser des del punt de vista del voluntariat o del poble, per intentar també que l'història enganxi, no? Feu una història. Ara venen molt les històries humanes, no? Doncs, "Som un grup de joves...és totalment voluntària...". No sé. Donar-li forma, buscar anècdotes que facin gràcia, que enganxin.

Que "*guay*".

Això també és la forma de quan vagis a un patrocinador, quan piquis a la porta del patrocinador, que tinguis una historia. Ara el que venen són les histories, saps? Si tu vas allà “Som un festival i volem diners” et diran “Posa’t a la cua”, no? Però si tu t’inventes una tal o no t’inventes. És simplement donar-li forma a allò que feu, perquè segurament ja ho teniu: “Portem deu anys”, això on va començar, què volem fer, buscar anècdotes divertides... Coses que creieu que li poden donar reputació a aquella marca i us inventeu aquella historia o no us inventeu, li doneu forma perquè us serà molt més fàcil. Quan ho vens no és el mateix.

Està bé. Sempre hem buscat una manera així, més original, per comunicar-ho i aquesta pot ser una manera. La veritat és que no ho havíem pensat. I quina mena d’activitats creus que tenen més èxit en els esdeveniments musicals destinats al joves?

És que jo ara mateix em dedico al patrimoni i al turisme i aquest tema jo no el sé ara. No sé, musical, clar. Al final la música mou masses. Hi ha diferents segments que els hi agrada un tipus música o una altra. El *hip hop* mou moltíssim entre un sector de la població, cada cop més. El *hip hop*, fa uns anys, era un segment que s’assemblava a tota la música.

Pot ser em refereixo més al tema concursos o, jo que sé, una possible activitat és fer un mural. Portar a uns *graffiters* per que facin un esbós i llavors el guanyadors pintarà el mural. Una cosa d’aquest estil.

Clar, fer un *happening* allà amb *graffiters* pintant és la bomba i si feu *hip hop* que està lligat està molt bé. El típic *photocall* amb això d’Instagram o el de darrera amb els logos de no sé que, això si feu concurs de xarxes o podeu vendre a un patrocinador, que sigui el patrocinadors del concurs, i munteu un *photocall*. Això tothom va allà a fer-se la foto. Podeu posar núvols i que es puguin posar frases. Ara també hi ha una cosa molt “*chula*”, que he vist en algun casament”, la típica cabina de “*fotomantón*”. Ara hi ha per 1000 euros - que pot ser això ja és anar-se’n molt - que te la munten allà. Llavors la gent té les fotos. Si ho fas amb una marca, lligat a una marca, pot estar bé. Has de fer coses que la gent no llenci. Has de pensar lo que t’agradi a tu.

I que també sigui útil. Perquè clar, això del *photocall* et dona difusió al final.

Clar i si després quan t’imprimeixes les quatre fotos, a sota o al quadre, tens el “*logo*” de l’empresa no sé que, doncs això... Això pot ser és una mica més difícil de vendre no sé. Que pugui ser personalitzat, com els núvols on poden posar una frase a la pissarra o bigotis. No sé pensar coses que a la gent els hi pugui... També si trobeu un grup de música molt “*guay*” fer un concurs

on algú que guanyi pugui pujar al escenari a tocar una cançó, no? Buscar formules amb allò que teniu que afegeixi un “*algo*” més.

Que “*guay*”. Em sembla molt bona idea. A l’hora d’organitzar un esdeveniment d’aquest tipus, amb un petit pressupost, que creus que és el que s’ha de prioritzar més?

Que no quedeu amb deute (riu). Ficar-se al punt que sapigueu on sou, allò que voleu. Feu que sigui una cosa divertida, que sigui una cosa que us serveixi a vosaltres per créixer a l’organització. Perquè així al final és que aprens més que fent de becaria no sé on, perquè prens unes decisions que no et deixarien prendre. Ho fas tot, ho veus tot. Llavors, que us serveixi per aprendre, que la gent s’ho passi bé i que us ho passeu bé vosaltres, que no acabeu tots barallats (riu) i que tingui sentit, que no quedeu allà amb un impagat de no sé quants.

Clar que els diners ens ho gastem en lo important. La majoria de diners crec que anirà en grups, perquè els caixets són molt cars.

Però si acabeu tancant-ho bé és un “*super éxit*”. És que és molt importat. Després en un currículum, per mi, que tu expliquis allò, que tu has fet allò, és molt més “*guay*” que si tens el *first certificate*. Et dona realment, “Aquesta noia ha fet això i ho sap fer”. No és lo mateix, perquè clar a la feina tens els diners i tu el pagues i fàcil, no?

A més és una cosa que fem voluntària perquè ens agrada fer-la i que si que ens impliquem moltíssim. Això ja m’ho has dit abans. Era més que res això dels arguments de venda pels patrocinadors.

Clar penseu-ho bé, és la part més important. Jo primer faria un llistat a la gent que per motiu de territori o per tipus de públic o lo que sigui els pot interessar. Llavors, Moritz per cervesa. Que Moritz s’ofereix? Clar, pot ser això és ser una mica agressiu, no? Os apropau a Estrella Damm i els hi dieu “Moritz ens ofereix tal. Ens doneu “*algo*” més? I com que tenen aquesta guerra, pot ser només per la guerra ja us donarien. “Eh, doncs et poso la cervesa i a sobre el no sé que”.

A veure, si que ve bastant gent, però no deixem de ser un esdeveniment petit i ens costa bastant cridar a marques d’aquest estil. No sabem per on ficar-ho. Hem fet un dossier de patrocinadors dient “La Nit Jove és això...” O sigui ja hem fet tot això. “Aquesta gent a col·laborat altres anys i ha sortit en el Facebook...”

Però teniu contactes on anar després directament, o no? O sigui lo que és molt difícil... Mira, veus, per exemple jo jugava en una equip de futbol i intentàvem buscar patrocinadors, perquè

estàvem federades i tal. Clar i pensàvem marques com Ausonia, però clar és que ningú et contesta, perquè deuen rebre 50 correus com aquest. Llavors, jo em centraria a un lloc a on tingueu un contacte directe, o sigui a on pugueu arribar així directe. No que coneguis tu, sinó que, pot ser, un amic teu conegui a algú a qui li arribi directament, per que aquest correu se'l llegeixi. No els hi envieu al típic dossier que feu per a tots. No és lo mateix. Ho heu de personificar. Li heu de donar la feina feta a aquell que s'ho està llegint. Si és Moritz, demaneu-li exactament, ens faria falta "De vosaltres hem pensat que, sinó voleu donar diners, ens doneu tal, la cervesa amb no sé que.". O, escolta, pot ser Estrella Damm us pot donar unes entrades per no sé quin festival i llavors vosaltres o podeu sortejar o podeu fer una rifa. No us tanqueu i intenteu esprémer que us pot donar a aquells que aneu i intenteu anar a contactar, que sàpigues que com a mínim llegiran el correu.

El que fem normalment es anar a porta freda. Així, en pla, pels comerços del poble o del voltant.

Pot ser si així aconseguíu 100 anant a cinc començos que et donen 20 euros.

Però es que no aconseguim gaire.

Però, clar, perdeu una tarda i heu aconseguit 100 euros. Llavors si tots els que esteu allà penseu on podeu tenir contactes, el pare d'un, el germà d'un i el tiet d'un altre, segur que treballaran a fàbriques de l'entorn. Llavors, clar és una gran partida la comunicació. Els que tenen "pasta" han de poder destinar... Llavors, escriviu-los ja demanant un cosa en concret. No 1000 euros, però, jo que sé, un *pack*. "Escolteu si ens doneu un *pack* de 200 euros apareixereu aquí i aquí". Llavors ells s'ho poden desgravar fiscalment això. Llavors "Si vols ser el patrocinador del concurs d'Instagram – farem no sé que i darrera hi haurà el logo- costa tant, 1000 euros o 1500 euros".

O sigui tu li donaries una oferta en concret. "Mira jo t'ofereixo tal".

Una mica. Clar, jo primer faria un llistat de tots aquells als qui vulgueu atacar. Llavors o separaria per territori. O sigui comerços petits i els hi dieu. Comerços petits, clar, no pot ser una oferta diferent al forn que a la sabateria, perquè després s'ho parlaran i diran "Jo he posat 20 i tu només 5". Llavors els hi fas per 25 euros o per 50 euros o pel que sigui t'entra això, això i això. Doncs al "*logo*" a la no sé que o alguna cosa. Al final ell participaran perquè ets la filla de no sé qui o la neboda de no sé. "*Vale*", doncs això ja ho tens. Després, per territori, empreses mitjanes o grans, com la benzinera, que us poden donar més diners o pot ser si que podeu fer un *pack*. Dir-los que per 300 euros ja apareix el "*logo*" en no sé.

Si a la pancarta de dalt de l'escenari, no sé que...

Exacte. Després a Moritz directament o a Estrella Damm els hi demaneu si us poden donar la birra gratis o si tenen lots de productes per donar-vos. Coses que a ells saps que no els hi costa res i que a canvi ells tenen visibilitat. Moritz busca guanya quota de mercat, doncs saps que allò relativament no els hi costa molt.

Clar. Per exemple, els hi podríem dir a Moritz "Si ens dones les cervesa a meitat de preu seràs el patrocinador de tot el photocall".

Clar, per exemple. Ells mateixos perquè estiguin ells i no uns altres t'ho deixen tirat o quasi tirat, no? Llavors no tingueu por, per exemple, de segons a qui, d'anar demanant molt perquè ja us rebaixaran ells, saps? El mateix cas, eh. Et diran "Tot no, però la meitat", no ho sé, és anar mirant. Buscar el contacte. Si tu saps que hi ha un mestre a la teva "uni" que és amic de no sé qui de no sé que ves allà amb tot el "morro" i és això. Llavors també us podeu inventar, que també ven molt, que si hi ha beneficis aniran destinats a...

De fet ja van destinats a l'esplai, o sigui...

I t'inventes que és per reinserir també, jo que sé... ho maquilles una mica. Fa com una historia: " Fa deu anys (m'ho estic inventant, eh) a Ripollet... i ara amb l'esplai hem fet això, això i això i hem aconseguit tal. Els nois el dissabte a la tarda en comptes d'estar a les màquines o tal..."

A veure jo crec que és això és treballar també i fotre-li molta canya.

Si, hi ha molta feina. Quan és?

És a l'octubre. Si, tenim feina. Volem tenir-ho tancat cap a l'estiu. Sinó el que també hem plantejat, que començarem d'aquí a dues setmanes, començarem com fer petites Nits Joves, que seran les Nits d'Acústic a un lloc que tenim a Ripollet. Llavors a partir d'aquí volem donar a conèixer la Nit Jove i si podem guanyar alguns diners per invertir-ho allà.

Clar, a veure. Per exemple, el rotllo de les rifes és com molt arcaic, no? Però funciona, no? O sigui intentar aconseguir coses i allà, entre concert i concert, fer la rifa i que la rifa valgui 1 euro, saps? Però tot allò ho heu aconseguit gratis i...

El que fem a vegades són concursos.

Concursos...

Ens van regalar, per exemple, dues o tres entrades per un bosc urbà d'aquests i "bueno" ... Era un concurs de flams o un de karaoke...

Això dels flams és "*super* graciós", és molt graciós això.

1 euro inscripcions i és molt divertit. La gent "Jo vull participar també!", saps?

Clar, és molt divertit o, si és un esplai, també les típiques carreres de sacs o guerres de allò que t'ho poses aquí (senyalant-se l'esquena)...

També...

Inventar-se coses d'aquestes, que puguis fer entre mig i mig, que et donen molta "*vidilla*" i que la gent es pot partir. O inventar-se un concurs, jo que sé, com una mena de "*quiz*" o coses ràpides, que la gent, després, digui "Ostres, què divertit!" o "Quina tonteria, però quina gracia", no? O realment "Que diferent!". Que realment sigui una nit diferent, no? Que la Nit Jove sigui diferent. Això és muntar quatre jocs. O sigui, munteu quatre jocs que esteu farts de jugar dissabte a la tarda i de fer-los pels nens o no sé si l'esplai també és de nens..

Si, si, si. Per nens i joves.

O sigui, tu ets monitora.

Si.

Doncs coses d'aquestes. Als grans també els hi fa gracia. Nosaltres, a on treballo ara, fem visites guiades i tal, però també fem gimcanes i els hi fem fer "*chorrades*". Aquest estiu, al mig de la platja, els hi vam fer el joc del mocador i s'ho van passar "teta" i eren gent gran, és que... Fer una sardana en mig de no sé que o tonteries, saps?

Si. Nosaltres fèiem el joc de les cadires. Aquest és el joc mític de la Nit Jove que sempre entre concert i concert, un cop fèiem el joc de les cadires. O l'any passat, no, l'any passat no, l'anterior vam fer una cursa de sacs, per exemple. Sempre intentem allà ficar-ho una mica...

O fer un "*quiz*" de música, llavors el primer que pugui allà, el primer que la canti, jo que sé... Fer coses que també el públic pugui participar. "Bueno", és això al final, no?

Si, si, si.

Però 700 persones trobo que està "*super bé*", o sigui...

A veure, d'afluència més o menys bé. A veure, no sé si a la vegada, però...

Van venint, no?

Si, si, si. O sigui, molta gent. O sigui, per les nits...

De quina hora a quina hora ho feu?

El divendres comencem sobre les 6 o així fins les 2 de la nit i el dissabte que és el dia “gran” comencem al migdia amb un vermut musical amb jazz, no sé que... fem un dinar popular, que són “migas”.

O sigui, que és diu nit per feu un “mogollón” de coses, clar. Molt bé!

Si, si, si. O sigui, no només fem música, sinó que anem fent “concursillos”, no sé que...

Coses pels nens, llavors, perquè és un “filón”, no? No sé si... Jo ara estic ficada en tot el tema dels bebès i els nens petits i activitats per nens i el mini-música i un concert especial per nens. Tot això.

Saps el que passa? Que com ja fem activitats per nens, aquesta nit és molt pels joves.

I durant el dia també és per joves?

Si, “bueno”... fem activitats com concerts de jazz. Després del jazz fem una *jam session* i tal. També fem un torneig de futbolí i no sé que... O sigui que és una mica variat. Aquest anys ens hem plantejat, per exemple, pot ser portar l’*Improshow*.

Ei?

***Improshow* són com monòlegs d’improvisació.**

Ah “vale”, “vale”.

Tens un paper...

Llavors tens un tema... “vale”, “vale”. Has de dir, de parlar d’aquest tema.

El fan aquí, al Teatreneu.

“Vale”, “vale”, “vale”.

“Bueno”, és companyia que es diu així, *Improshow*, i ho fan genial, però val “pasta” també, però portarien molta gent perquè és molt, molt “guay”.

Clar.

D'aquesta mena de coses volem portar activitats. O jo que sé, tonteries com portar el típic “toro mecánico”, però hem trobat com un ase mecànic i era molt divertit. Coses així, saps? Que cridin l'atenció.

És que és això. Lo que a tu t'agradaria ho has de fer, però clar intentant que no sigui...

Exacte (riu).

Molt bé.

Que “guay”. Doncs moltes gràcies per ajudar-me.

Res, res.

8. 2. 5. Entrevista a José María Sebastian.

[El vaig trucar per preguntar-li quina era la normativa legal que havia d'acomplir un esdeveniment com la Nit Jove per celebrar-se i ell em va respondre lo següent per correu electrònic]

Hola Laia,

Et passo la normativa que ens fan arribar des d'activitats pel tema de la Nit Jove:

“Principal normativa d'aplicació: Llei 3/2010, de prevenció i seguretat en matèria d'incendis en establiments, activitats, infraestructures i edificis; Decret 30/2015, pel qual s'aprova el catàleg d'activitats i centres obligats a adoptar mesures d'autoprotecció i es fixa el contingut d'aquestes mesures; Decret 176/2009, pel qual s'aprova el Reglament de la Llei 16/2002, de protecció contra la contaminació acústica; Reglament Electrotècnic de Baixa Tensió, segons R.D. 842/2002 (en especial, ITC-BT-30 i 34); la vigent sobre seguretat i prevenció de riscos laborals i sobre règim general dels artistes, intèrprets o executants; la vigent sobre accessibilitat i supressió de barreres arquitectòniques (Llei 20/1991 i Decret 135/1995); Llei 11/2009 de regulació administrativa dels espectacles públics i les activitats recreatives; Decret 112/2010, pel qual s'aprova el Reglament d'Espectacles Públics i Activitats Recreatives (REPAR); R.D. 199/2010, per el què es regula l'exercici de la venda ambulant o no sedentària; Decret legislatiu 1/1993, sobre comerç interior (i modif. posteriors); així com qualsevol altra que fos preceptiva.

D'acord als articles 20 i 23 de la Llei 3/2010, en les condicions que s'especifiquen en aquest informe, aquesta activitat no es considera de risc important (aforament ≤ 1000 pers).

Vista la documentació aportada, a banda de l'indicat en la memòria descriptiva, per poder autoritzar aquestes activitats desmuntables i recreatives de caràcter extraordinari, en virtut dels articles 29, 32 i 41 de la Llei 11/2009 i 39, 40, 42, 43, 57, 68, 73, 77 a 83, 92, 95 a 105, 107 a 109, 111 a 115, 117, 131, 135, annex I.V.b) i I.VI del REPAR, cal que l'organitzador adopti i/o justifiqui les següents prescripcions:

- Limitarà l'assistència a un màxim de 500 persones. Per tant, segons Decret 30/2015 no serà necessari disposar d'un Pla d'Autoprotecció (PAU).
- D'acord amb l'establert al Decret 344/2006 no cal presentar estudi d'avaluació de la mobilitat generada (aforament < 2000 persones).
- Faran constar noms, adreça i telèfons de, com a mínim, dues persones responsables.
- En cas d'altres espectacles amb risc i/o normativa específica, s'hauran de comunicar a l'Ens competent i no es podran realitzar sense l'autorització prèvia pertinent, si s'escau.
- Disposarà de cabines dotades de vàter i lavabo en nombre suficient, com a mínim una d'elles adaptada, i dels dispositius d'assistència sanitària pertinents segons REPAR (almenys una farmaciola amb els materials i equips adequats).
- El lloc d'instal·lació dels possibles focus de molèsties (sorolls, fums, olors, etc.), han d'estar prou separats de l'ús residencial per tal d'evitar aquestes al veïnat.
- Suspensarà les activitats quan així ho recomanin les autoritats competents en matèria de seguretat, protecció civil i/o per condicions meteorològiques clarament adverses.
- No generarà sorolls superiors als llimars d'immissió establerts per l'Ordenança municipal reguladora del soroll i les vibracions (BOPB de 18/11/2014), en especial, allò indicat als articles 15 i 16. Donat que no aporta valoració d'impacte acústic, les activitats programades, inclòs el muntatge i desmuntatge, hauran de moderar l'emissió de so en horari vespre (21-23h) i aturar-ne l'emissió en horari nocturn (23-07h), a no ser que acrediti la instal·lació de limitadors de so als aparells d'amplificació electroacústics, que garanteixin un volum adequat per a no destorbar els veïns (en horari nocturn es limitarà en 50 dB(A) (LAeq, 30 minuts) a la façana més exposada).

- Les Assegurances de Responsabilitat Civil contractades inclouran totes les activitats, riscos i seran vigents, complint el què estableixen els articles 77 a 83 del REPAR.
- Disposaran d'extintors de pols polivalent, d'eficàcia mínima 21A-113B, en nombre suficient, fàcilment accessibles i en correcte estat de funcionament (a menys de 15 m de tots els punts susceptibles d'ignició de foc).
- Durant els concerts disposarà de personal de control d'accés, identificat i degudament habilitat, en la proporció establerta als articles 57 a 65 del REPAR (almenys 2 persones).
- Realitzarà declaració responsable per a la manipulació i/o venda d'aliments de la Regidoria de Salut Pública, compliran almenys el Codi Alimentari (Decret 2484/1967), el Reial Decret 3484/2000 i el 191/2011, la Llei 17/2011, el reglament (CE) Nº 852/2004 i el Decret 32/2005, pel qual es regula la senyalització de les limitacions en la venda de begudes alcohòliques.
- La col·locació de cartells, rètols, pancartes, adhesius o qualsevol altre forma de publicitat, anunci, tanques o similars, haurà d'efectuar-se únicament en els llocs expressament habilitats i sense impedir la correcta circulació de persones o vehicles.
- Es responsabilitzarà de la brutícia derivada de la celebració dels actes i gestionarà correctament els residus, d'acord al Decret 93/1999 i el Decret Legislatiu 1/2009.
- Entregarà còpia de les sol·licituds de contractació dels serveis de subministrament (aigua, electricitat, residus,...), si s'escau.

En conseqüència, una vegada l'organitzador justifiqui el compliment de les mesures indicades o bé declari responsablement el fet d'haver-les adoptat, llevat vici o defecte amagat, estimo que la seva efectivitat tècnica serà la prevista i les considero SUFICIENTS, dins l'àmbit de les competències pròpies del sotasignat per tal de procedir, si s'escau, a autoritzar la celebració de l'esdeveniment indicat. Finalment, considero que aquest tipus d'activitat merita taxes municipals d'ocupació de via Pública i/o d'activitats, segons Ordenances Fiscals nº 6 (article 6, grup II, tarifa 4ª-b) i nº 22 (article 6, tipus 2.26)."

Salutacions,

Jose María Sebastián Miranda

Tècnic de Joventut

Ajuntament de Ripollet.