

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES
PER L'ADAPTACIÓ I MAQUETACIÓ DELS DIFERENTS ELEMENTS DE
COMUNICACIÓ I PUBLICITAT DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DE LES
*FESTES DE LA MERCÈ -2020***

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC

L'Institut de Cultura de Barcelona, ha encarregat a un dissenyador, la creativitat dels elements que formaran la campanya d'imatge i publicitat de les Festes de la Mercè 2020.

A partir de la base gràfica desenvolupada, el present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació de l'execució, maquetació, producció, i coordinació dels diferents elements de comunicació del Festes de la Mercè 2020.

II. CONTEXT DE CAMPANYA

La Mercè, la festa major de Barcelona, és un esdeveniment que se celebra any rere any al voltant del dia 24 de setembre i aplega una àmplia oferta d'espectacles de cultura popular i tradicional, música, arts de carrer, dansa i circ, manifestacions performatives i visuals.

La crisi sanitària causada per la covid-19 està canviant considerablement el context de la festa major de Barcelona. Serà una Mercè d'homenatge a la ciutat, a la ciutadania i de suport al teixit cultural. Unes Festes de la Mercè que se celebraran entre el 23 i el 27 de setembre 2020 en un context excepcional i amb més complexitat pel que fa a la seva gestió:

- els esforços que caldrà esmerçar en aconseguir en tota la cadena de producció de les activitats amb tots els criteris establerts per l'autoritat sanitària, distància social, amb controls d'aforaments etc es tradueixen en un esforç important de comunicació també orientada a aquest objectiu, a donar suport a la reserva prèvia per participar de les activitats, al control d'aforament de les activitats, i informar de les mesures d'autoprotecció i de distància social de les persones, a la senyalètica Covid dels diferents espais etc.
- una descentralització de la Mercè als Districtes i un desdoblament d'espais d'activitat que es produeix amb l'objectiu de fer arribar i compartir simbòlicament la Festa amb la ciutadania i evitar el mateix temps la concentració dels espectadors en els espais d'activitats.
- l'aplicació de nous formats digitals per poder amplificar l'audiència més enllà dels espectadors presencials i donar accés a les activitats de les festes al major número possible de ciutadans sense causar la concentració de persones.

La complexitat, en bona part, per la incertesa de molts processos que es realitzen per primera vegada, o per altres variables del propi context com poden ser canvis sobtats

etc. endarrereixen el tancament de la programació i en cadena de la producció, comunicació etc. implicant la reducció dels terminis habituals i obliguen a treballar amb capacitat reactiva.

Resulta cabdal informar a la ciutadania de manera ràpida i eficaç, el que converteix els canals digitals, però també els elements a la via pública en mitjans destacats per arribar amb èxit a l'audiència.

A tal efecte, és considera necessari garantir l'eficàcia de la comunicació i difusió de la festa de la Mercè cultural mitjançant la contractació externa dels serveis de producció dels elements de comunicació, difusió i publicitat.

Es requereix un perfil transversal que doni servei a la comunicació de les Festes de la Mercè produint tota mena d'elements de comunicació i respongui de manera molt àgil, ràpida i efectiva a les tasques requerides, donat que l'estat d'alarma ha trasbalsat el calendari de treball del desenvolupament de la campanya i dels elements de comunicació, fent necessari poder iniciar la comunicació amb els ciutadans sobre les festes de la Mercè amb el menor retard possible i mantenir-la fins al final de la campanya per

- la complexitat del context inedit de la crisi de la covid-19 i el seu desconfinament, així de les situacions canviants i nous criteris aplicats a les activitats al carrer fruit d'aquesta situació
- els requeriments especials a les tasques de comunicació resultants d'aquest context
- l'endarreriment en la cadena del tancament de programació, producció i comunicació, amb la reducció dels terminis habituals i la necessitat de treballar amb capacitat reactiva

Les activitats previstes formen part dels blocs següents, sempre adaptant-se a les circumstàncies especials de la situació i donant suport al teixit cultural de la ciutat:

Festival de Barcelona. Les Festes de la Mercè estan arrelades a la seva ciutat. Les activitats de cultura popular, el foc com element cultural del mar mediterrani, la música incloent les activitats de Mercè Música i Barcelona Acció Musical, festival de músiques emergents, el Mercè Arts de Carrer Festival són els quatre elements que identifiquen aquest esdeveniment cultural i ho converteixen en un festival de festivals.

Festival de creació. Les Festes de la Mercè aposta per la creació i per la singularitat de la seva proposta.

Participació internacional. Enguany la ciutat convidada havia de ser L'Havana, però degut a les circumstàncies sanitàries sorgides per la covid-19 i les restriccions en viatges internacionals, els punts de programació previstos amb artistes cubans els assumeixen artistes locals i nacionals.

Tant el MAC Festival com el BAM s'han consolidat com festivals de referència a l'estat, assolint un autèntic pes específic internacional que sigui alhora un aparador de les millors creacions.

Espais previstos:

BAM i Música Mercè

Escenaris previstos:

Pl. Coromines, Teatre Grec, Jardins del Doctor Pla i Armengol, Fàbrica Damm, Seu del districte de Nou Barris, Parc de la Pegaso, Jardins d'Irene Polo, Recinte Fòrum, Pl. de l'Univers, La Sedeta, Fabra i Coats, Parc Güell; La Model, Casa de l'Aigua

MAC Festival i Activitats tradicionals

Espais previstos:

Moll de la Fusta, Parc de la Ciutadella Parc de l'Estació del Nord, Parc Joan Miró, Palauet Albéniz, Jardins de Montserrat Roig, Jardins de Safo, Interiors de diverses illes de l'Eixample, Castell de Montjuïc, Jardins dels Drets Humans, Turó Park, Recinte Sant Pau, Amfiteatre Roquetes, Ciutat Meridiana, Part de la Trinitat, Parc Central del Poble Nou

Aquests espais poden ser substituïts o completats per altres dins de la ciutat de Barcelona.

III. OBJECTIUS DE LA CAMPANYA

1* La campanya ha de tenir un caràcter informatiu, comunicatiu i de difusió dels requeriments específics de la situació sanitària causada per la covid-19 i el desconfinament i de la programació de les festes. Es podran utilitzar tots els suports disponibles: banderoles, opis, metro, torretes...

2* Ha de reforçar la imatge d'un Festival de festivals de Barcelona i augmentar la seva difusió tant a la ciutat com a Catalunya, a la resta de l'Estat espanyol i a l'estranger.

3* Ha de donar a conèixer els espectacles de la programació als diferents públics i potenciar la participació de públics de tots els districtes i les formules per participar a les activitats.

4* Fomentar la participació dels públics a les activitats del seu districte o els colindants.

5* Ha de captar nous públics aprofitant la descentralització de les activitats.

IV. PERÍODE DE LA CAMPANYA

La campanya començarà al més de juny amb la preparació del programa i els primers anuncis, així com la primera roda de premsa i la publicació de la informació a la web. La campanya dels elements al carrer comença a finals del mes d'agost / principis del mes de setembre (data per confirmar), dia de la roda de premsa de presentació del programa de La Mercè 2020 i finalitzarà el dia 27 de setembre. Alguns elements es poden requerir amb antelació a aquesta data.

V. PÚBLIC DE LA CAMPANYA

- Ciutadania en general fent èmfasi en el públic jove i els nous públics
- Públics especialitzats en les diferents disciplines

VI. ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast és principalment Barcelona Ciutat. S'ha de tenir en compte que caldrà produir peces pel públic de cada barri i/o districte.

La campanya tindrà més protagonisme en els suports d'exterior i digitals i seran fonamentals les peces de senyalística tant de mesures preventives de la covid-19 com als espais descentralitzats a tota la ciutat, donat que es tracta d'una novetat. Es vol potenciar aquest darrer aspecte i donar molta més visibilitat als barris i districtes.

VII. DESCRIPCIÓ GENERAL DE LES TASQUES A REALITZAR I REQUERIMENTS

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de l'execució de totes les tasques relatives al disseny off i on line, maquetació, adaptació, retoc fotogràfic, gestió i coordinació de locucions de falques, correccions i edició de textos que es desglossen a l'Annex 1: DETALL DE LES TASQUES INCLOSES EN EL CONTRACTE OBJECTE D'AQUEST PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques.

Els elements descrits a l'Annex 1 poden veure sotmesos a modificacions de mida o característiques tècniques en funció de l'evolució de projecte. També es podran substituir per altres elements de característiques similars de manera que no es produeixin canvis substancials que puguin afectar a l'objecte o volum del contracte.

L'empresa adjudicatària assignarà al Departament de Comunicació de l'ICUB una persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de la campanya, durant totes les seves fases. És a dir, des de la recepció de l'encàrrec de cada peça fins a la producció del material i la seva difusió posterior.

També ha de ser capaç d'aportar solucions davant de necessitats concretes i urgències, tenint en compte que les Festes de la Mercè de Barcelona es desenvolupa parcialment en dies festius i de cap de setmana.

- La persona especialista responsable del contracte estarà disponible per a la localització d'espais, assistència a reunions, instal·lacions de materials etc.
- L'adjudicatari disposarà de capacitat de dissenyar i produir de forma immediata la difusió d'algunes activitats (invitacions, díptics...), així com proposar alternatives a productes que siguin inviàbles per qüestions de temps. El contractista ha de ser capaç d'assumir un volum de feina considerable, amb una gran celeritat en la seva execució.
- La realització i producció d'originals de qualsevol tipus d'elements comunicatius està inclosa en els serveis publicitaris contractats, i anirà en tot cas a càrrec de l'adjudicatari.

L'empresa adjudicatària ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. Els textos han de passar correcció humana que, en el cas del català, el corrector o correctora ha de tenir el nivell K. Els textos en castellà, anglès i francès els ha de traduir un traductor o traductora nadiu. La correcció de cada idioma l'haurà de realitzar un mateix corrector/a o traductor/a amb experiència en la correcció/traducció de textos d'arts escèniques de manera que el conjunt del textos tingui coherència.

- Els pressupostos que ens faci arribar l'empresa adjudicatària en qualsevol format hauran d'incloure l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no del impost es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA.
- El licitador es farà càrrec del control i la coordinació dels elements d'exterior i senyalètica malmesos. A tal efecte, haurà d'elaborar un pla de supervisió dirigit al manteniment i seguiment en el que es reculli la informació sobre les accions de supervisió i actuacions realitzades que serà, com a mínim de caràcter, setmanal.
 - En el cas de la senyalística del festival, el licitador haurà de visitar, sempre que sigui necessari, i en tot cas a petició de l'ICUB, els espais de representació del festival per valorar d'acord amb el Departament de Comunicació de l'ICUB quins poden ser els elements de senyalització adients.
- L'adjudicatari estarà disposat en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis, ja es tracti d'estudis, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so etc.
- El Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona / Direcció de Comunicació de l'Ajuntament es reserven el dret de contractar directament la realització d'aquests elements de comunicació a un altre proveïdor.
- Els serveis de tot tipus, tant d'assessorament, com de creativitat, com la realització de les peces comunicatives de tot tipus, no es donaran per conclusos fins que obtinguin l'aprovació i el vistiplau del Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona.
- Aquest contracte no implica en cap cas, la creativitat de la campanya de comunicació de l'esdeveniment, que serà facilitada al contractista. Aquest ha de maquetar i produir i distribuir els diferents elements de comunicació seguint la proposta creativa que li farà arribar el Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura.
- Tots els elements impresos han de tenir el seu corresponent depòsit legal.

- L'adjudicatari s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que l'Ajuntament designi, si aquest fos el cas.
- L'adjudicatari adequarà els seus treballs als diferents aspectes que estableixen les normatives gràfiques de l'Ajuntament de Barcelona, actuals i futures, en matèria de difusió (aplicació de logos, formats, etc.). La normativa gràfica municipal així com els logotips estan disponibles a l'enllaç següent:
<http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica>
- L'adjudicatari facilitarà a l'ICUB posteriorment a l'activitat un resum econòmic detallat de totes les despeses realitzades agrupades per conceptes.
- Un desglossament econòmic per partides, desglossant la part corresponent de adaptació/maquetació; producció; distribució dels diferents elements

VIII. MESURES AMBIENTALS

Aquestes prescripcions prenen en consideració la política de contractació responsable de l'Ajuntament de Barcelona i, en conseqüència, es defineixen seguint les línies establertes a la Instrucció tècnica per a l'aplicació de criteris de sostenibilitat en els Elements de Comunicació (http://www.ajsosteniblebcn.cat/ins_cat_cap_comunicacio_maq_67380.pdf).

Atenent a l'apartat 5.4 de la instrucció:

- el paper haurà de ser reciclat o de gestió forestal sostenible
- proveir materials plàstics amb major percentatge de plàstic reciclat
- Quan per motius tècnics no sigui adequat, es requerirà l'ús de paper no reciclat elaborat amb fibres provinents de fusta amb garanties de legalitat, amb un mínim del 50% de fibres provinents d'explotacions forestals sostenibles (tal com defineixen els estàndards FSC, PEFC o equivalent) o fibra recuperada.

IX. PRESSUPOST

- Les ofertes econòmiques que presentin els contractistes hauran de incloure:

Una oferta econòmica pel conjunt dels serveis a realitzar.

Un desglossament econòmic per partides (ANNEX I).

ELEMENTS DE COMUNICACIÓ 2020	DE MERCÈ	Adaptació i maquetació originals	preu unitari	total per partida

L'adjudicació del contracte no pressuposa la despesa total de l'import d'adjudicació, atès que la seva execució està condicionada per:

- La programació definitiva de les festes de la Mercè 2020.
- El nombre d'espais programats, públics i privats.
- Els acords de col·laboració/patrocini amb tercers.
- La discussió i aprovació del pla de publicitat presentat. En aquest sentit, l'ICUB es reserva el dret d'eliminar algunes de les partides esmentades en el present plec, podent-les substituir per altres encàrrecs econòmicament similars

ANNEX I

CAMPANYA DE COMUNICACIÓ i PUBLICITAT DE LES FESTES DE LA MERCÈ 2020 CONCEPTES

Treballant sota la supervisió creativa del dissenyador creador de la imatge de les Festes de la Mercè 2020 assignat per l'Institut de Cultura, i havent d'aplicar les indicacions rebudes per aquest, l'empresa contractista s'ha de responsabilitzar de dur a terme els següents encàrrecs:

1. Correcció i traduccions de textos del programa del Festes de la Mercè, dels diferents programes específics i dels programes de mà dels espectacles

- Correcció del català i traducció a l'anglès, castellà i francès del programa per turisme.
- Correcció dels elements específics (15 a 20, com ara mapes d'espai) i de la senyalètica (torretes, plafons indicatius etc).
 - Revisió de les galerades de tots els elements.

2. Manual d'aplicacions

- Maquetació i muntatge dels originals amb l'aplicació de la imatge gràfica de les Festes de la Mercè i de les declinacions de la mateixa.
- Impressió làser color, gravació de CD i/o enviament per correu electrònic del manual.

3. Programa general Festes de la Mercè 2020

- Maquetació, muntatge dels originals i escàners d'alta resolució de 44 pàgines + 4 cobertes, format tancat 150x210 cm en quadricromia, amb tota la programació de les festes. Mides i pàgines del programa aproximades en funció de la programació i del disseny.
- 4 Jocs amb dinA-3 per la correcció de les galerades.

4. Desplegable (Graella)

- Maquetació, muntatge dels originals i escàners d'alta resolució i correcció de les galerades de la graella desplegable en català, mides obertes 716 x 408, (145 + 142 + 142 + 145); tancat 14,5 x 21, adaptant-hi la programació de les festes, en quadricromia. Mides del desplegable aproximades en funció de la programació i del disseny.

5. Dossiers presentació a patrocinadors i promotors de la campanya Festes de la Mercè 2020

- Maquetació i muntatge dels originals d'un dossier dels elements publicitaris de la campanya amb marques dels patrocinadors (40 pàgines aprox.).
Coordinació de la impressió

EXTERIOR

Maquetació, arts finals i coordinació del muntatge, del manteniment i de la retirada dels elements exteriors

6. Banderoles carrer.

- Maquetació de 30 models de banderoles, format 90 x 120 cm.

7. Banderoles a la Rambla.

- Maquetació de 3 models de banderoles (dos d'imatge i una de multi patrocinadors), format

8. Opis carrer

- Maquetació de 3 models d'opis carrer (dos de programació i un d'imatge Festival), quadricromia, format 120 x 175 cm.

9. Senyalització

Maquetació, muntatge dels originals d'elements de senyalització específics dels espais propis de les festes més coordinació de la col·locació, manteniment i retirada:

Palau de la Virreina:

- Imatge per a les rodes de premsa de 110 x 220 cm, quadricromia. 1 cara.
- 4 Vinils removibles, mida de 200 x 240 cm, sobre fons de vidre de les finestres
- 4 plafons en quadricromia per 1 cara imatge i patrocinadors de 120 x 180. O equivalent.
- 16 plafons en quadricromia per 1 cara amb la descripció de les peces exposades de les figures tradicionals. Mides: 1 de 100 x 70 cm i 15 de 70 x 50 cm. O equivalent.
- 2 roll up amb estructura 86 x 195 imatge Festival i imatge patrocinadors
- 1 Lona quadricromia per les 2 cares, format 66 x 130 cm.

Cubre PAs i mixers

- Maquetació i originals de Cubre PAs per 16 escenaris i 6 mixers o torres de projecció.

Mides cubre PAs: Fins a uns mida màxima de a 2,57 x 8m: 18 uts. (9 escenaris)

escenari) Fins a uns mida màxima de 2,57x10m: 2 uts (1

escenaris) F Fins a uns mida màxima de 4x12m: 6 uts. (3

Mides mixers i torres de projecció:

Fins a uns mida màxima de 2,2x12m: 4 uts

Fins a uns mida màxima de 4x2,5m: 3 uts

Fins a uns mida màxima de 4x5,5m: 3 uts

- Coordinació de la col·locació, manteniment i retirada als escenaris distribuïts pels diferents espais d'activitat.

Lones varies

- Maquetació i originals de lones de senyalètica en diferents models i mides per tots els espais de les festes.

- Mides:

Fins a uns mida màxima de 2x3m: 35 models

Fins a uns mida màxima de 1x4m: 10 models

Fins a uns mida màxima de 7x4m: 10 models

- Coordinació de la col·locació, manteniment i retirada als escenaris distribuïts pels diferents espais d'activitat. producció, col·locació, manteniment i retirada als diferents espais d'activitat

Cartelleria varia

- Maquetació i originals de cartells per tots els espais de les festes. 0.8 x 0.7 mts. i 1 x 0.7mts en polipropilè celular de 03 mm, o equivalent, 100 i 70 models respectivament, i 2 uts de 56*161 i 60*175cm.

- Coordinació del muntatge i retirada als diferents espais d'activitat.

Elements singulars

- 72 torretes de senyalització per la ciutat, de 4 cares cadascuna. 25 uts. de 1 x 3 m. 5 unitats de 1,15x4m. Maquetació i originals de totes les cares resultants.

- Maquetació i originals de 28 models de lones amb programació dels espais i patocinadors, confeccionades amb ullals perifèrics. Impreses per les 2 cares, mides 112 x 280cm.

- Maquetació i originals de 40 models de vínils per fletxes. Quadricromia, impreses digitalment 1 cara, de 200 x 100cm, i 100x80cm, llocs d'activitats, etc.

- Maquetació i originals de 4 plafons autoportants per l'exterior, impressió en quadricromia a doble cara amb imatge i programació. Mides aprox. 120x180 cm
- De tots els elements coordinació de transport de i al magatzem, de la col·locació, del manteniment i retirada

10. PREMSA, BANNERS, EMAILINGS ON LINE

- Adaptacions dels originals amb suport informàtic, de diferents anuncis amb diferents creativitats, amb diferents formats per diversos mitjans: premsa, google, revistes, mitjans on line, facebook, etc. (100 aproximadament) i 130 banners (diferents models).
- Maquetació de programes per 15 espais / districtes / zones (Palauet Albéniz, BAM, etc.), pregó (4 idiomes), bases fotomercè (2 idiomes), bases sortejos (2 idiomes), i altres en pdf pel web.

11. PECES AUDIOVISUALS

- **Adaptacions** de la imatge a caràtules audiovisuals, clips per web i xarxes socials i anuncis de televisió. 4 Pantalles (3 1920x1080 px i Led Rambles 576x192 px).
- **Muntatges audiovisuals**
Muntatges audiovisuals presentació dels espectacles de les festes (un total de 3 aproximadament) a partir d'imatges facilitades per les companyies artístiques /ICUB. Durada aproximada d'1 minut.
- **Producció falques de ràdio**
Locució de falques de ràdio i avisos. Aproximadament 12 falques de 30 a 40 " amb dos locutors en dos sessions.

MATERIAL DE DIFUSIÓ

12. Columnes publicitàries (*cartells pirulí*)

- Maquetació i muntatge dels originals de 2 cartells pirulí (70 x 100 cm) a quadricromia.

13. Programes-mapes per espais

- Maquetació i muntatge dels originals d'aproximadament 14 models de programes d'espai / districte / zona, quadricromia, format 29,7 x 21 cm

14. Programa reduït per turisme (català, castellà, anglès)

- Maquetació, muntatge dels originals, correcció de galerades i traduccions (anglès, castellà) d'uns programes reduïts de 11,5 x 16,5 cm tancat, d'unes 16 pàgines cadascun en quadricromia.

15. Programa adaptat per a persones amb discapacitat visual

- Maquetació i correcció del programa per a persones amb discapacitat visual, en pdf adaptat

16. Cartells imatge botiga publicitaris

- Maquetació i muntatge dels originals de 14 cartells botiga (350 x 500 cm) amb imatge i text publicitari
- Maquetació, muntatge d'originals del cartell del piromusical. Mida aproximada A3 cm.

17. Cartells talls de carrer

- Maquetació i muntatge dels originals de uns 50 cartells de tall de carrer (A4)

ALTRES ELEMENTS

18. Vínils adhesius

- Maquetació, muntatge dels originals de logos del festival per identificar els cotxes de la organització, 2 models
- Maquetació, muntatge d'originals de vínils pel mòdul de producció exterior, mides aprox. 5,78x2,46m, dos models, i de 1,20x1,20m, dos models.
- Maquetació, muntatge dels originals de vínils pels punts d'informació, 6 models en 3 mides diferents (0,85x1,14m, 0,85x0,95 m, 50 cm de diàmetre i riangles de 12x12x1,2m)
- Maquetació, muntatge dels originals de vínils pels expositors de material d'informació, 4 models en 2 mides diferents (0,38x0,69 mts i 0,69*1,09m.)

19. Facultats potestatives:

Tal i com preveu la clàusula 2 del plec de clàusules administratives, l'adjudicació del contracte no pressuposa la despesa total de l'import d'adjudicació, atès que la seva execució està condicionada per:

- La programació definitiva de les festes de la Mercè 2020.
- El nombre d'espais programats.
- Els acords de col·laboració/patrocini amb tercers.

L'Institut de Cultura de Barcelona facilitarà a l'adjudicatari els recursos propis disponibles (permisos d'instal·lació, informació, etc.) per a la perfecta execució de les prestacions objecte del contracte.