

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PEL DISSENY, PRODUCCIÓ, INSTAL·LACIÓ,
MANTENIMENT, DISTRIBUCIÓ I RETIRADA DELS DIFERENTS ELEMENTS DE
COMUNICACIÓ I PUBLICITAT DE LA CAMPANYA DE DANSA METROPOLITANA 2022**

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC

L'Institut de Cultura de Barcelona, ha encarregat a una agència creativa la creativitat dels elements que formaran la campanya d'imatge i publicitat de l'esdeveniment metropolità de dansa que es celebrarà a Barcelona a tretze municipis de l'àrea metropolitana el proper mes de març de 2022.

A partir de la base gràfica i digital desenvolupada prèviament, el present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació dels serveis de gestió i coordinació per a l'adaptació gràfica, la producció, la col·locació, el manteniment, la retirada, la difusió i la distribució dels diferents elements de comunicació *on* i *offline* de Dansa Metropolitana 2022, així com la gestió dels continguts del web (pujada, adaptació i actualització).

II. CONTEXT DE CAMPANYA

L'esdeveniment metropolità de dansa va néixer l'any 2018 per promoure la dansa entre la ciutadania i contribuir a presència regular dels muntatges de dansa en les seves diferents disciplines, a les programacions de teatres municipals i centres socioculturals. La bona acollida de la primera edició ha ampliat la participació de sis a tretze municipis, consolidant-se el fet metropolità de l'esdeveniment.

La crisi sanitària causada per la covid-19 està canviant considerablement el context de l'activitat cultural de la ciutat. Dansa Metropolitana continuarà amb la seva vocació de portar les arts del moviment als espais públics de les ciutats de l'àrea metropolitana de Barcelona però respectant les mesures de seguretat i higiene necessàries per garantir la seguretat dels assistents i artistes.

Dansa Metropolitana, es durà a terme en un context excepcional amb les mesures sanitàries vigents en el seu moment, pel que fa a la seva gestió:

- Reforç en la comunicació per donar suport a la reserva prèvia, al control d'aforament de les activitats i a la informació de les mesures d'autoprotecció i de distància social de les persones (senyalització covid dels diferents espais etc.)
- Aplicació de nous formats digitals per amplificar l'audiència més enllà dels espectadors presencials i donar accés a les activitats al major número possible de ciutadans sense causar la concentració de persones.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 1 de 13

La incertesa davant la situació sanitària pot comportar canvis sobtats o endarreriments en el tancament de la programació i en cadena de la producció, comunicació etc. implicant la reducció dels terminis habituals i obligant 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 Dansa Metropolitana mitjançant la contractació externa dels serveis de gestió de l'adaptació de disseny i la producció dels elements de comunicació, així com dels continguts de la web, que serà l'element clau de la campanya.

Es requereix un perfil transversal que doni servei a la comunicació de Dansa Metropolitana produint tota mena d'elements de comunicació i que respongui de manera molt àgil, ràpida i efectiva a les tasques requerides.

Dates clau:

L'esdeveniment se celebra del **11 al 27 de març** a tretze municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona: Badalona, Barcelona, Cornellà, El Prat, Esplugues, Granollers, L'Hospitalet, Martorell, Sabadell, Sant Cugat, Santa Coloma, Terrassa, Viladecans.

Punt de partida:

Dansa va néixer en un context en que l'escena de la dansa compta amb una base de talent i una estructura d'equipaments destinats a promoure la creació coreogràfica però no hi ha una presència regular de la dansa a les programacions dels teatres municipals i centres socioculturals que realitzen programacions artístiques estables. Tampoc hi ha espais privats estables dedicats a la difusió de la dansa, tret d'excepcions notables però parcials. Aquest fet condiciona la vida del sector i aboca a artistes i companyies a cercar sortides individuals que dificulten la consolidació del nostre sistema coreogràfic.

L'objectiu del festival és consolidar un projecte que contribueixi a millorar la percepció social de la dansa, implicant al major nombre possible d'equipaments públics per arribar al conjunt de la ciutadania. Dies de dansa que donen protagonisme a aquest gènere en un període anual concret i de manera estable.

Del flamenc al hip hop, la dansa-teatres o el musical, el projecte implica escoles i espais de dansa popular de qualitat i treballa amb espais heterodoxos (museus, fabriques, places i carrers, etc.) que plantegen mirades obertes sobre el ball i la dansa.

Aproximació a la programació de l'esdeveniment:

La programació 2022 continua amb la voluntat d'arribar al públic no especialitzat. De posar la dansa a l'abast de tothom facilitant el diàleg entre crítica, artistes i públic. La idea és fer créixer les audiències futures de la dansa i contemplar la diversitat com a tret distintiu de l'esdeveniment. Seguirà els següents eixos:

1. Programació internacional i nacional de qualitat i per a tots els públics.
2. Creació de nous continguts amb companyies locals, nacionals i internacionals.
3. Descobriments d'escenaris especials
4. Activitats paral·leles: participatives, conferències, màster-classes, diàlegs, etc.

Els espectacles programats es desenvoluparan a sales de teatre, equipaments, carrers i espais singulars com les fàbriques tèxtils rehabilitades de cada municipi. En aquest context hem de comptar amb una comunicació i senyalització diversificada.

III. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ DE LA CAMPANYA

De màrqueting:

- Posicionar **Dansa Metropolitana** com un esdeveniment assenyalat en el calendari anual d'activitats culturals dels municipis participants.
- Enfortir el vincle entre els municipis generant sinèrgies i moviments de públic entre ciutats i equipaments.
- Cercar la complicitat del conjunt dels equipaments públics i, quan sigui possible, els privats, en les programacions habituals de dansa.
- Millorar la percepció social de la dansa i arribar a la globalitat de la ciutadania.
- Aconseguir la percepció positiva del sector artístic vinculat a la dansa.
- Reforçar el missatge de suport a la cultura de l'Ajuntament de Barcelona.
- Transmetre el valor de la "cultura segura" i de les mesures de seguretat que la situació sanitària del moment requereixi per la covid-19..

De comunicació:

- Informar sobre l'esdeveniment i els espectacles programats i comunicar que es tracta d'una cita d'abast metropolità.
- Transmetre la qualitat de les propostes.
- Generar tràfic al web de l'esdeveniment.
- Fomentar la venda d'entrades dels espectacles de pagament i la màxima participació als espectacles de lliure accés.
- Treballar la comunicació de públics comunicant a cada target els espectacles "recomanats".
- Informar sobre els requeriments específics que fruit de la situació sanitària del moment requereixi per la covid-19.

IV. PERÍODE DE LA CAMPANYA

La campanya de publicitat començarà durant el mes de febrer (data per confirmar). L'inici coincidirà amb el dia de la roda de premsa i presentació del programa de l'esdeveniment, tot i que es podria dur a terme alguna acció prèvia per presentar l'esdeveniment.

V. PÚBLIC DE LA CAMPANYA

- Ciutadania en general/ nous públics que fins ara no s'han acostat al món de la dansa.
- Públic especialitzat.

VI. TIPUS / ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast de la campanya serà metropolitana amb especial presència a la ciutat de Barcelona pel fet que hi ha més espais participants a la iniciativa. No obstant caldrà treballar elements pels espais dels diferents municipis. La presència de la comunicació exterior serà molt important tot i que estarà reforçada per canals premsa, ràdio i sobre tot digital.

VII. REQUERIMENT GENERALS

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de l'execució de totes les tasques relatives a l'adaptació gràfica, producció, el muntatge, el manteniment i la retirada dels elements de comunicació de Dansa Metropolitana. Com es detalla 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 es 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 ha de ser capaç d'aportar solucions davant de necessitats concretes i les urgències, tenint en compte que Dansa Metropolitana es desenvolupa també en cap de setmana.
- L'adjudicatari estarà disponible per a la localització d'espais, assistència a reunions, instal·lacions de materials etc.
- L'adjudicatari disposarà de capacitat de realitzar canvis en els elements i produir de forma immediata per la difusió d'algunes activitats (cartells d'avisos, díptics, roll ups, plafons, etc.), així com proposar alternatives a productes que siguin inviables per qüestions de temps. El contractista ha de ser capaç d'assumir un gran volum de feina, amb una gran celeritat en la seva execució.
- 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 anglès els ha de traduir un traductor o traductora nadiu.

Institut de Cultura

- 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 manteniment i reposició dels elements d'exterior i senyalística malmesos, independentment de les causes. 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.
- Les actuacions de reposició d'elements de publicitat exterior s'hauran d'executar com a màxim en 48 hores a comptar des del moment en què es detecta un element malmès i/o produeix l'avís.
- En el cas de la senyalística, el licitador haurà de visitar, sempre que sigui necessari, i en tot cas a petició de l'ICUB, els espais de representació de Quinzena Dansa Metropolitana per valorar d'acord amb el Departament de Comunicació de l'ICUB quins poden ser els elements més 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 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 dipòsit 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.

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.

ANNEX 1

DETALL DE LES TASQUES INCLOSES EN EL CONTRACTE OBJECTE D'AQUEST PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

Treballant sota la supervisió creativa de l'agència creadora de la imatge de Dansa Metropolitana 2022 assignada per la Direcció de Comunicació de l'Institut de Cultura, i havent d'aplicar les indicacions rebudes per aquest, l'agència contractista s'ha de responsabilitzar de dur a terme els següents encàrrecs:

1. Correcció i traducció de textos

- Correcció del català i traducció a l'anglès i al castellà del programa, dels textos del web i derivats (programes de mà i altres elements).
- Revisió de les galerades (si s'escau).
- Correcció català i castellà i traducció a l'anglès de notícies i continguts redaccionals per a la difusió de l'esdeveniment (aproximadament 10 notícies i 5 peces redaccionals).

2. Gestió de continguts del web (1 mateix web en tres idiomes)

- Pujada i actualització de continguts al web de Dansa Metropolitana a través del gestor web que l'Institut de cultura indiqui.
- Modificació i adaptació d'elements gràfics per ajustar-se a l'estructura web.

3. Graella de programació desplegable en paper i en format digital

- Graella desplegable en català, mides obertes 716 x 408, (145 + 142 + 142 + 142 + 145); tancat 14,5 x 21, amb la programació del festival, en quadricromia. Mides del desplegable aproximades en funció de la programació i del disseny.
- Preparació de les AAFF per a impremta i adaptació per a web.
- Impressió de 10.000 exemplars, paper cyclus print o similar de 130 grs, tancat i plegat.

4. Programa general

- Maquetació, muntatge dels originals i escàners d'alta resolució de com a màxim 92 pàgines + 4 cobertes, format 21 x 28 cm en quadricromia, amb tota la programació de l'esdeveniment. Les mides i el número de pàgines definitives del programa dependran del disseny i el contingut final. La portada i les indicacions de disseny vindran determinades per l'agència creadora de la imatge.
- 4 Jocs amb dinA-3 per la correcció de les galerades
- Impressió en paper cyclus print o similar 90 grs. a 4+4 tintes, grapat. 60.000 unitats

5. Inclusió de la campanya Covid-19

- Inclusió dels elements de la campanya per garantir les mesures sanitàries del moment creada per l'Ajuntament de Barcelona a les peces que sigui necessari.
- L'Institut de cultura facilitarà, en cas necessari, els originals de la campanya Covid-19 per a la seva adaptació.

EXTERIOR

6. Banderoles carrer

- Originals de 8 models de banderoles format 90 x 120 cm.
- Impressió de 400 banderoles, quadricromia per les 2 cares sobre lona opaca de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC) amb el fil per als cosits també de polipropilè. Producció, col·locació i retirada de 400 banderoles. 2 banderoles per fanal. 200 fanals.

7. Venecianes a la Rambla

- Originals de 8 models de venecianes (tres d'imatge i una de multi patrocinadors), format 90 x 240 cm.
- Impressió de 30 banderoles en quadricromia per les 2 cares sobre lona opaca de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC) amb el fil per als cosits també de polipropilè. Producció, col·locació i retirada. 1 banderola per fanal. 30 fanals.

8. Opis carrer

- Originals de 1 model d'opi carrer (un de programació i tres d'imatge) format 120 x 175 cm.
- Impressió de 280 opis carrer en quadricromia, paper de 150 gr.

9. Opis metro

- Adaptació i originals de 1 model d'opi metro (imatge amb la incorporació del logo TMB), format 120 x 175 cm.
- Impressió de 40 opis en quadricromia, paper de 150 gr.

10. Autobusos

- Adaptació i originals de 5 models exterior de busos ciutat (integral o autobús plus) segons plantilles TMB i incorporant el seu logo.
- Adaptació i originals de 4 models d'interior busos; peces mida 110 x 40 cm amb la incorporació del logo TMB.



- Impressió de vinils exterior busos digitalment, quadricromia, i microperforats per vidre, per 5 busos ciutat (3 integrals i 2 bus plus).
- Impressió de 30 peces interior busos combinant les 4 imatges en quadricromia.

11. Leds

- Dues versions amb imatge de campanya. Format jpg i amb una resolució de 1080x920x 72 ppp.

12. Cartells

- Adaptació i originals de 9 models de cartell format 21 x 42 cm
- Impressió 4 + 0 en paper offset de 90 gr., de 10.000 exemplars.
- Col·locació/enganxada a les zones que s'indiquin.

SENYALITZACIÓ D'ESPAIS

Producció, muntatge, manteniment i retirada dels elements de senyalització específics dels espais propis dels actes que es detallen a continuació. Les peces i mides indicades es poden veure modificades en funció de l'evolució del projecte sense que les modificacions impliquin canvis substancials en el volum total d'elements.

La producció d'alguns elements pot incloure l'adaptació a estructures propietat de l'ICUB. L'adjudicatari s'ha de fer càrrec de la recollida de les estructures al magatzem que se li indiqui, l'adaptació o muntatge de la peça a l'estructura, el transport a la ubicació final i el seu manteniment i recollida en finalitzar el programa.

13. Palau de la Virreina:

- 2 plafons cartró ploma de 10 mm o similar amb peu, imprès per 1 cara (imatge de campanya i patrocinadors) de 120 x 180 cm, quadricromia. (2 models x 1 impressió de cada model)
- 2 roll ups imatge genèrica 85 x 200 cm, quadricromia, imprès per 1 cara. (1 models x 2 impressions)

14. Elements senyalització teatres/espais d'actuació de Barcelona ciutat (aproximadament 10 espais):

- 1 lona/ vinil/ cartell per espai. Valorar lones opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Quadricromia impreses digitalment 2 cares, de 90 x 240 aproximadament, per identificar tots els espais d'actuació de l'esdeveniment. (10 models x 1 impressió de cada model)
- 2 roll ups programació 85 x 200 cm, quadricromia, imprès per 1 cara. (2 models x 1 impressió de cada model)
- 5 imatges estàtiques per pantalles format jpg. (5 models)

15. Elements senyalització espais Municipis AMB (aproximadament 15 espais):

- 1 lona/vinil per espai. Valorar lones opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Quadricromia impreses digitalment 2 cares, de 90 x 240 aproximadament, per identificar tots els espais d'actuació del Festival, quadricromia. (12 models x 1 impressió de cada model)

- 1 cartell per espai 70x100 cm aproximadament imprès digitalment, quadricromia 1 cara. Paper reciclat 150 g. (12 models x 1 impressió de cada model)
- 3 roll ups programació 85 x 200 cm, quadricromia, imprès per 1 cara. (3 models x 1 impressió de cada model)

16. Elements senyalització espais no convencionals (espectacle a 9 fàbriques tèxtils rehabilitades, 1 espectacle itinerant de carrer amb senyalització també itinerant i 9 espectacles de carrer a cadascú dels municipis participants amb senyalitzacions diferents):

- 1 Lona per espai de carrer amb imatge/programació de cada espai de lones opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Quadricromia impreses digitalment 2 cares, de 400x300 cm aproximadament. (4 models x 1 impressió de cada model). (10 models x impressió de cada model)
- 1 torreta exterior o element similar per espai per identificació d'espectacles ubicats al carrer amb imatge/programació. Quadricromia impreses digitalment 2/4 cares, de 1 x 3 m aproximadament, en funció de les característiques del suport proposat. (4 models x 1 impressió de cada model). (10 models x impressió de cada model)
- 10 vinils 400 x 200 cm aproximadament imprès digitalment, quadricromia 1 cara. (10 models x 1 impressió de cada model)

17. Elements senyalística cloenda Barcelona: Tothom Balla

- Darreres escenari o similar de lona opaca de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Quadricromia impreses digitalment 1 cara, de 3 x 2 metres aproximadament, per identificar els espais d'actuació. Aproximadament 3 lones. (3 models x 1 impressió de cada model)
- 1 torreta exterior o element similar per identificació de la programació. 2/4 cares impreses digitalment cares, de 1 x 3 m aproximadament, en funció de les característiques del suport proposat. (1 model x 1 impressió)

18. Elements senyalística cloenda municipis AMB:

- 10 Darreres escenari o similar de lona opaca de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Quadricromia impreses digitalment 1 cara, de 3 x 2 metres aproximadament, per identificar els espais d'actuació. Aproximadament 9 lones. (9 models x 1 impressió de cada model)

ANUNCIS PREMSA I REVISTES

19. Adaptacions premsa

- Adaptacions i arts finals de les insercions de premsa i revistes de mitjans contractats i mitjans col·laboradors segons màster *creativitat genèrica* facilitat per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.
- Maquetació i af de les insercions de premsa i revistes de mitjans contractats i mitjans col·laboradors segons màster *creativitat promoció espectacles* facilitat per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.
- En total seran aproximadament 30 adaptacions.

ADAPTACIONS ON LINE

20. Banners

- Adaptacions de Banners gif dinàmic i banners fixes de la *creativitat genèrica* de campanya segons banners màster facilitats per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.
- Adaptacions de Banners gif dinàmic i banners fixes de la *creativitat promoció espectacles* de campanya segons banners màster facilitats per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.
- En total seran aproximadament 30 banners.

21. Peces Web, Xarxes Socials i google

- Peces per a la customització del web del Festival amb la imatge de la campanya (capçaleres i banners)
- Peces estàtiques per a Xarxes Socials i Google:

Facebook

Peces campanya genèrica (1920 x 1080 px)

Peces a partir d'imatges dels espectacles (1080x1080 px)

Capçaleres (851 x 315 px)

Instagram

Peces campanya genèrica (1080 x 1080 px)

Peces a partir d'imatges des espectacles (1080x1080px)

Peces per a Instagram Stories (1127 x 2008 px)

Twitter

Peces campanya genèrica (1920 x 1080 px)

Capçaleres (1500 x 500 px)

- En total seran aproximadament 50 peces estàtiques.

22. Peces newsletters / invitacions digitals

- Adaptacions de la imatge promocional d'espectacles concrets a peces jpg per enviament de newsletters i/o invitacions digitals.
- En total seran aproximadament 10 adaptacions.

23. Pack màster d'aplicacions per facilitar la comunicació a tercers (municipis participants a l'esdeveniment)

- Preparació d'un pack amb les peces en obert que es detallen a continuació amb l'aplicació de la imatge gràfica de l'esdeveniment a:
 - Creativitat format banderola
 - Creativitat format opi

- Creativitat format fullet
- Creativitat format premsa
- Creativitat format banner/peça xs estàtica
- Creativitat format banner dinàmic
- Creativitat format newsletter

MATERIALS PREMSA I RELACIONS PÚBLIQUES

24. Rodes de premsa

- Adaptació, originals i impressió d'una Lona 380x220 cm amb ullats per instal·lació com a darrera de premsa. (1 model x 1 impressió)
- Adaptació, originals i producció de 2 cartells amb la imatge de campanya de 500 x 700 cm, plafó cartró ploma de 10 mm imprès quadricromia, 1 cara. (2 models x 1 impressió de cada model)
- Adaptació, originals i producció de 2 roll up amb estructura 85 x 200 cm amb la imatge de l'esdeveniment i imatge patrocinadors imprès en quadricromia. (2 models x 1 impressió de cada model)

25. Invitació inauguració

- Adaptació de la invitació a format digital jpg per seu enviament per correu electrònic.

26. Acreditacions

- Maquetació, muntatge d'originals i impressió de 300 acreditacions per organització, artistes, producció, serveis, etc.
- Producció de 300 laynards negres per les acreditacions amb paper.

DISTRIBUCIÓ

27. Distribució de tot el material gràfic del Festival

- Manipulació i distribució de la graella de programació en paper, programes de ma i fulleteria als 9 municipis participants (15 lliuraments a Barcelona i 10 més a l'Àrea Metropolitana aproximadament)
- La distribució s'haurà de realitzar des de la data d'inici de la campanya fins l'últim dia de l'esdeveniment als punts que finalment es decideixin.
- Distribució dels elements de senyalística de l'espectacle itinerant. Lliurament i instal·lació d'una lona i 4 elements corporis a 9 punts en dies diferents de programació.

FOTOGRAFIA I MATERIAL AUDIOVISUAL

28. Reportatges fotogràfics

- Fotògraf especialitzat en dansa, tasques d'edició de fotografies.
- Cobertura diària del festival en coordinació amb el Departament de Comunicació de l'ICUB.
- Les fotos dels espectacles han de poder ser lliurades al matí del dia següent.

29. Enregistraments i muntatges audiovisuals

- Enregistrament i muntatge d'una peça promocional de l'esdeveniment de 20". Ha d'incloure edició, postproducció i sincronització de música.
- Adaptació de la peça promocional a format vertical per Instagram Stories.
- Enregistrament d'espectacles i activitats i muntatge de vídeo resum l'esdeveniment de 2' aproximadament amb la cobertura d'uns 10 espectacles. Ha d'incloure edició, postproducció i sincronització de música.

DOSSIER DE TANCAMENT

Maquetació d'un dossier de 100 pàgines aproximadament amb tot el materials de la campanya per l'arxiu de l'Institut de Cultura. Impressió de 3 còpies.