

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES**  
**PER A LES TASQUES DE DISSENY, CREACIÓ, ADAPTACIÓ I PRODUCCIÓ DELS ELEMENTS DE**  
**COMUNICACIÓ DE LA CAMPANYA DE LA BIENNAL DE PENSAMENT CIUTAT OBERTA I SUPORT**  
**EN LA COORDINACIÓ DE LA COMUNICACIÓ DEL PROGRAMA**

## **I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC**

L'Institut de Cultura de Barcelona ha encarregat a un dissenyador, la creació de la imatge de campanya de la Biennial de pensament Ciutat Oberta 2022.

A partir de la gràfica desenvolupada, el present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació dels serveis de disseny, creació, adaptació i producció dels elements de comunicació de la campanya de la Biennial de pensament Ciutat Oberta 2022.

La producció dels diferents elements, en els cas de publicitat exterior i senyalització, inclou la seva instal·lació, manteniment i retirada.

En aquest plec també se sol·licita un servei de suport en les tasques de coordinació de la campanya, descrites en l'annex del present document.

## **II. CONTEXT DE CAMPANYA**

La Biennial de pensament Ciutat Oberta 2022 va néixer el 2018 amb la voluntat de portar el debat d'idees a l'espai públic, obrir-lo a la ciutadania i compartir els punts de vista de diferents veus d'arreu del món.

Enguany se celebra la tercera edició del programa, amb una àmplia oferta de debats, xerrades, taules rodones i altres formats participatius, que es duran a terme a diferents espais oberts de la ciutat.

La Biennial Ciutat i Ciència se celebrarà de l'11 al 16 d'octubre de 2022 en un context en què esperem recuperar l'esperit de la primera edició, pre-pandèmia:

- Aforaments amplis i espais públics oberts
- Presència de nombroses veus internacionals
- Participació activa i directa de la ciutadania

Per tal de mantenir l'èxit de participació de la primera edició, és necessari garantir l'eficàcia de

la comunicació i difusió de la Biennal mitjançant la contractació externa de la gestió dels serveis de creació i producció dels elements de comunicació, difusió i publicitat.

Es requereix un servei transversal que doni suport a l'equip tècnic del departament de comunicació de l'Institut de Cultura, tant en les tasques de coordinació, com en el disseny, producció i instal·lació dels elements necessaris per a dur a terme la campanya de difusió del programa.

### **Punt de partida:**

La Biennal de Pensament "Ciutat Oberta" té com a principal missió treure el debat dels seus formats més habituals i fer-ne partícip el conjunt de la ciutadania. Amb una programació basada en el debat a l'espai públic de les principals qüestions que afecten la nostra societat a nivell polític, social, tecnològic, cultural i urbanístic, les sessions de la Biennal es plantegen bàsicament en format de diàleg entre especialistes, de taules rodones, debats i conferències.

Celebrada per primera vegada el 2018 amb gran èxit de públic i de crítica, la segona edició de la Biennal (2020) va estar totalment marcada pel context pandèmic –tant a nivell de ponents com de formats. Per a la seva tercera edició, es preveu una recuperació total del format originari, que permet una major interacció amb el públic i assegura l'assistència d'un ventall més ampli de convidats.

Així mateix, i com a gran novetat respecte a les edicions anteriors, la Biennal tindrà dues seus: Barcelona i Palma, que desenvoluparan programacions pròpies però interrelacionades.

La Biennal de Pensament "Ciutat Oberta" celebrarà a totes dues seus la seva tercera edició del 11 al 16 d'octubre del 2022 –i comptarà, per tant, amb tants dies festius com laborables, augmentant així les possibilitats de programar per a públics diversos.

### **Palma i València**

L'edició 2022 de la Biennal de Pensament "Ciutat Oberta" tindrà una marcada perspectiva mediterrània, que es concretarà en una aliança estratègica amb l'Ajuntament de Palma i diverses institucions culturals mallorquines, així com un seguit de col·laboracions amb centres culturals de la ciutat de València i la resta del País Valencià. D'aquesta manera, s'abordaran temàtiques que afecten al conjunt de les ciutats (en el marc dels grans debats urbanístics i socials globals), però també les que afecten més concretament l'espai cultural que totes tres ciutats capitalitzen. D'aquesta manera, es parlarà tant del moment actual de la cultura catalana com del llegat de Joan Fuster i Gabriel Ferrater.

### **+Biennal**

Amb la voluntat de teixir aliances amb les entitats i institucions que fomenten amb la seva activitat quotidiana el pensament crític, la Biennal inclou al seu programa un apartat conformat per la programació durant aquelles dates dels centres d'art, creació i pensament que s'hi vulguin sumar –la +Biennal.

### **Espais:**

La Biennal de Pensament "Ciutat Oberta" 2022 tindrà lloc en diversos espais de Barcelona, seguint una lògica descentralitzada:

- Plaça de Joan Coromines (Ciutat Vella)
- Canòdrom. Ateneu d'Innovació digital i democràtica (Sant Andreu)
- La Model (Eixample)
- La Rambla (Ciutat Vella)
- Plaça de Can Felipa (Sant Martí)
- Pati de les Dones del CCCB (Ciutat Vella)
- Places de la Vila de Gràcia, Diamant i la Virreina (Gràcia)
- Seu de l'editorial Gustavo Gili (Eixample)

També es programaran activitats en equipaments culturals de la ciutat, tant públics com privats, en el marc de la +Biennial.

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

### **III. OBJECTIUS DE LA CAMPANYA**

De màrqueting:

- Posicionar la Biennial Ciutat i Ciència com un espai de coneixement, de divulgació i de reflexió, de referència per a la ciutadania
- Consolidar la Biennial Ciutat i Ciència com a una cita assenyalada dins del calendari d'esdeveniments de ciutat
- Implicar la ciutadania i mobilitzar-la perquè hi participi
- Cercar la complicitat del conjunt dels equipaments públics i quan sigui possible, dels privats.
- Aconseguir la percepció positiva del sector i que se sentin recolzats.

De comunicació:

- Donar a conèixer la Biennial: espais, dates, programació, participants...
- Fer crida a la participació de la ciutadania (reserva d'entrades)
- Generar tràfic al web de l'esdeveniment: abans, durant i després
- Donar a conèixer el hashtag de la Biennial i fomentar la participació a les xarxes socials tant de la ciutadania en general com dels públics especialitzats
- Facilitar la segmentació de públics

### **IV. PERÍODE DE LA CAMPANYA**

La campanya començarà a mitjans de setembre amb la roda de premsa que explicarà la programació de la Biennial. En aquest moment es publica la web i es llença la campanya de publicitat a través de diversos canals. Aquest és el deadline per a la majoria de les adaptacions gràfiques.

A partir de la roda de premsa, amb la campanya en marxa, es començarà amb la producció de tota la senyalització per als diferents espais, de manera que estigui tot enllestit per l'inici del programa el dia 11 d'octubre.

La data de finalització de la campanya és el 16 d'octubre, quant a crida a la participació i difusió de la programació. Es preveu una continuïtat de la campanya a partir del 17 d'octubre per reforçar els continguts d'arxiu del web.

## **V. PÚBLIC DE LA CAMPANYA**

- Ciutadania en general com a individus
- Ciutadania organitzada (associacions, entitats, etc.)
- Ciutadania experta

## **VI. ABAST DE LA CAMPANYA**

L'abast és principalment Barcelona Ciutat i àrea metropolitana. 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 als espais com a la seva zona d'influència (barri, districte, etc.).

Tanmateix els continguts tindran un abast més enllà de la ciutat de Barcelona, ja que es mantindran actius i disponibles per consultar un cop finalitzada la Biennal, amb un caire més divulgatiu.

## **VII. DESCRIPCIÓ GENERAL DE LES TASQUES A REALITZAR I REQUERIMENTS**

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de l'execució de totes les tasques relatives a l'adaptació, la producció, el muntatge, el manteniment i la retirada dels elements de comunicació de la Biennal Ciutat i Ciència 2021, així com les tasques de suport en la coordinació del pla de comunicació, tal 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 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 les urgències, tenint en compte que la Biennal de pensament Ciutat Oberta es desenvolupa parcialment en cap de setmana i festiu.

- 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 realitzar canvis en els elements i produir de forma immediata per a la difusió d'algunes activitats (cartells d'avisos, díptics, roll ups, plafons, etc.), així com proposar alternatives a productes que siguin inviàbles 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.
- 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 de l'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.
- 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 la Biennal per valorar d'acord amb el Departament de Comunicació de l'ICUB quins poden ser els elements més adients.
- 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.
- 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: <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, així com un resum de les taques i elements realitzats.

## **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](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	Producció preu unitari	Producció total per partida	Distribució
Biennal de pensament Ciutat Oberta			

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 la Biennal de pensament Ciutat Oberta.
- 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 o substituir-les per altres encàrrecs econòmicament similars.

## **ANNEX I**

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

L'adjudicatari treballarà sota la coordinació de l'equip tècnic assignat per l'Institut de Cultura per coordinar la comunicació de la Biennial de pensament Ciutat Oberta i, a nivell gràfic, desenvoluparà les tasques sota la supervisió creativa de l'agència creadora de la imatge de campanya.

#### **SUPORT EN LA COORDINACIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DE LA BIENNIAL CIUTAT I CIÈNCIA**

L'empresa adjudicatària posarà a disposició del departament de comunicació de l'icub una persona amb perfil de tècnic de màrqueting i comunicació per donar suport a l'equip de comunicació de l'Institut de Cultura encarregat de la gestió de la campanya de la Biennial Ciutat i Ciència. La persona assignada ha de tenir competències per poder realitzar les següents tasques:

- Coordinació amb els tècnics del departament de comunicació assignats al programa i amb altres membres de diferents departaments relacionats amb l'execució del pla de comunicació.
- Control i gestió dels diferents canals i plataformes de documentació per proveir els diferents agents dels materials necessaris per l'acompliment de les seves tasques.
- Gestió i seguiment de l'elaboració de tots els textos amb l'equip redactor.
- Coordinació de les adaptacions de la creativitat i gestió i seguiment de la producció (programa, graella, banners, insercions publicitàries, publicitat exterior...)
- Gestió i seguiment de la producció amb fotògrafs i productores audiovisuals (spot, càpsules de vídeo...).
- Gestió i seguiment de la producció amb l'empresa de dinamització de xarxes pròpies, així com amb els responsables de les xarxes d'ICUB i Ajuntament.
- Gestió i aplicació de criteris de comunicació en coordinació amb l'empresa
- Coordinació dels materials necessaris per a les rodes de premsa
- Coordinació de les necessitats comunicatives, i de senyalística, amb els equips referents dels equipaments que participen a la Biennial.
- Gestió i coordinació de la campanya d'exteriors (banderoles, venecianes, opis...)
- Preparar el briefing de mitjans i gestió i seguiment de la contractació i efectivitat amb l'empresa de mitjans.

#### **DISSENY, CREACIÓ, ADAPTACIÓ I PRODUCCIÓ DELS ELEMENTS DE COMUNICACIÓ DE LA CAMPANYA DE LA BIENNIAL DE PENSAMENT CIUTAT OBERTA**

##### **PUBLICITAT EXTERIOR**

Relació dels elements previstos per a la campanya de comunicació de la Biennial de pensament Ciutat Oberta. De cada element s'especifica la part gràfica (adaptació, dissenys, etc.) que s'ha de treballar i la part de producció (impressió, producció, etc.).

##### **1. Banderoles carrer**

- Originals de 4 models de banderoles format 90 x 120 cm.

- Impressió de 600 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 2 banderoles per fanal a 300 fanals.
- **600 banderoles**

## 2. Venecianes a la Rambla

- Originals de 4 models de venecianes, 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.
- **30 venecianes**

## 3. Opis carrer

- Originals de 4 models d'opis carrer format 120 x 175 cm.
- Impressió en quadricromia, paper de 150 gr. Producció i enviament a l'empresa instal·ladora.
- **180 opis**

## 4. 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.
- Entrega d'originals.
- 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.

## 5. Leds

- Dues versions amb imatge de campanya en moviment. Format mp4 i amb una resolució de 1080 x 1920 píxels

## 6. Cartells

- Adaptació gràfica de la imatge a format 21 x 42 cm i entrega AAFF. (5 models)
- Impressió 4 + 0 en paper offset de 90 gr., de 5.000 exemplars. (5 models aprox.) Mides 21 x 42 cm.
- 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.

#### **7. Lones per muntar sobre estructures ICUB – 20 unitats**

- Adaptació de la imatge a format de lona de 2x3 m per senyalitzar espais i entrega d'originals.
- Impressió en quadricromia a dues cares sobre polipropilè monomaterial sense PVC, amb el fil per als cosits també de polipropilè. 100% reciclable. O equivalent.
- Mides aproximades: 2x3m
- Instal·lació de les lones a la ubicació indicada, manteniment i retirada.

#### **8. Torretes – 8 unitats**

- Adaptació de la imatge a format de torreta: 4 cares cadascuna d'1 x 3 m. aprox. i entrega d'originals.
- Producció de les torretes de senyalització per la ciutat, de 4 cares cadascuna d'1 x 3 m. aprox. Lones opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC), amb el fil per als cosits també de polipropilè. Impressió digital en quadricromia per 1 cara.
- Instal·lació de les torretes en les ubicacions indicades pel departament de comunicació de l'Icub, manteniment i retirada en la data indicada.

#### **9. Lones per muntar a elements fixos dels espais (façanes, tanques, etc.) – 20 unitats**

- Adaptació de la imatge a format de lona de 2x1 m per senyalitzar espais i entrega d'originals.
- Producció de 20 lones amb impressió a una cara en quadricromia, depenent de l'espai. Opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC), confeccionades amb traus perifèrics.
- Transport, muntatge, manteniment i retirada.
- Mides aproximades: 2 x 1 metres

#### **10. Vinils – 20 unitats**

- Adaptació de la imatge a format de vinil d'1 x 1 metre aproximat i entrega d'originals.
- Producció de 20 vinils d'1 x 1 metre. Quadricromia, impresos digitalment a 1 cara, per diferents espais.
- Instal·lació, col·locació, manteniment i retirada.

#### **11. Fly banners – 5 unitats**

- Originals de 5 "Fly banners XL llàgrima".
- Producció de 5 "Fly banners XL llàgrima". Màstil 4,40 m. Bandera mida 3,5x1,10 m. Amb base d'alumini anoditzat amb flotador i estoig per transport.
- Transport, muntatge, manteniment i retirada.

#### **12. Cubs – 15 unitats**

- Originals de 8 cares de 80 x 80 cm per aplicar a cubs (combinant les cares)

- Producció de 15 cubs de fusta o material similar amb 4 cares vinilades o impreses en quadricromia d'aprox. 80 x 80 cm per als escenaris.
- Transport, muntatge, manteniment i retirada.

### **13. Roll ups – 35 unitats**

- Originals de 4 roll ups de 85 x 200 cm
- Producció de 35 roll ups de 85 x 200 cm. Impresos en quadricromia.
- En la mida del possible, s'aprofitaran les estructures en propietat de l'icub, per tant s'ha de pressupostar l'import de recollida d'estructures, impressió de la lona, substitució de la lona, distribució als diferents espais (35) i posterior retirada.

## **MATERIAL IMPRÈS DE DIFUSIÓ**

### **14. Programa general**

- Maquetació, muntatge dels originals i escàners d'alta resolució de llibret de 72 pàgines + 4 cobertes, format 148x210 mm 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.
- Impressió en quadricromia del programa general en paper reciclat mate de 115 g. Producció d'aproximadament 50.000 exemplars

### **15. Fullet desplegable**

- Maquetació, muntatge dels originals i escàners d'alta resolució d'un fullet desplegable de format aproximat 148 x 210cm tancat (29,7 x 42 cm obert), amb mapa de les diverses ubicacions de la Biennial i graella de programació. La portada i les indicacions de disseny vindran determinades per l'agència creadora de la imatge.
- Impressió en paper reciclat mate de 115 g. Producció d'aproximadament 50.000 exemplars.

## **MATERIALS PREMSA I RELACIONS PÚBLIQUES**

### **16. Senyalística de la roda de premsa**

- Original d'1 lona de 380 x 220 cm
- Producció d'1 lona de 380x220 cm en quadricromia per instal·lar com a darrera d'escenari. Opaca de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC), confeccionades amb traus perifèrics. Producció, instal·lació, manteniment i retirada.
- Originals de 4 plafons de 120 x 180 cm
- Producció de 4 plafons de 120 x 180 cm de PVC escumat de 10 mm gruix imprès 1 cara de 120 x 180 cm i amb peu metàl·lic apte per exterior amb imatge de campanya per a la presentació del programa. Producció, instal·lació, manteniment i retirada.

### **17. Acreditacions**

- Originals de **10** acreditacions de 7 x 11 cm aprox.
- Producció de **500** acreditacions per organització, producció, premsa, etc. Format aproximat 7 x 11 cm en paper de 250 grs. aprox. Plastificat

#### **18. Dossier de premsa**

- Maquetació del dossier de premsa en format A4, 20 pàgines i entrega en pdf per a la seva distribució online

#### **19. Lanyards**

- Producció i subministrament de 500 lanyards en color negre per penjar les acreditacions

### **ANUNCIS PREMSA I REVISTES**

#### **20. Adaptacions premsa – 20 unitats**

- Adaptacions i originals de les insercions de premsa i revistes de mitjans contractats i mitjans col·laboradors segons màster facilitat per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.

En total seran aproximadament 20 insercions.

### **ADAPTACIONS ON LINE**

#### **21. Banners – 20 unitats**

- Adaptacions de banners gif dinàmics i banners fixes segons màsters facilitats per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.

En total seran aproximadament 20 banners (5 models aproximadament)

#### **22. Peces web i xarxes socials – 70 peces**

- 20 elements per a l'adaptació del web de la Biennial de pensament Ciutat Oberta a la imatge de la campanya (capçaleres, banners i botons), seguint els màsters facilitats per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.
- 25 elements estàtics i 25 elements dinàmics (gifs/mp4) per a capçaleres i publicacions a Facebook, Instagram i Twitter.

#### **23. Visuals per xarxes a partir de les fotos de l'esdeveniment**

- 12 visuals per a xarxes a partir de les fotos i contingut de conferències de la Biennial (foto amb frase, presentació de fotos amb missatges...). Aquestes peces es faran cada dia del programa (de l'11 al 16 d'octubre) amb les fotos de les activitats del dia, per publicar el dia següent.

## **24. Pack màster d'aplicacions per facilitar la comunicació a tercers.**

Preparació d'un paquet de peces en obert o màsters, per compartir amb tercers:

- Creativitat format opi
- Creativitat format cartell
- Creativitat format peça on line estàtica quadrada, horitzontal i vertical
- Creativitat format peça on line dinàmica quadrada, horitzontal i vertical

## **AUDIOVISUALS**

### **25. Vídeo**

- Segons el màster proposat per l'agència encarregada de crear la imatge, producció d'un spot promocional de 20"
- Muntatge de 6 càpsules promocionals de 30" per xarxes socials.

### **26. Falques de ràdio**

- Proposta de copy per dues falques de ràdio de 20"
- Producció de les dues falques (locució, postproducció i música)

## **TANCAMENT**

### **27. Dossier de tancament**

- Producció d'un dossier en format PDF que inclogui totes les peces produïdes per a la Biennal i fotos en la seva ubicació.

## **OBSERVACIONS**

- S'ha d'incloure la campanya per garantir les mesures sanitàries del COVID, creada per l'Ajuntament de Barcelona, a les peces que sigui necessari.
- L'Institut de cultura facilitarà els originals de la campanya COVID per a la seva adaptació.

### **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 la Biennal de pensament Ciutat Oberta.
- 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.