

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LES TASQUES DE DISSENY I ADAPTACIÓ,
PRODUCCIÓ I ALTRES SERVEIS ADDICIONALS; I SUPORT EN LA COORDINACIÓ DE LA
COMUNICACIÓ DEL PROGRAMA DE LA BIENNAL DE PENSAMENT 2024**

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC

L'Institut de Cultura de Barcelona organitza la Biennial de Pensament, que se celebrarà del 8 al 13 d'octubre de 2024. El Departament de Comunicació és l'encarregat de portar a terme totes les accions relatives a la comunicació i difusió de l'esdeveniment, que es porten a terme a partir de contractes amb proveïdors externs.

L'Institut de Cultura de Barcelona ha encarregat a un dissenyador la creació de la imatge de campanya de la Biennial de Pensament 2024.

El present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació de:

- Suport en la coordinació de la campanya de comunicació de la Biennial de Pensament 2024.
- Disseny gràfic i adaptació de la imatge de la Biennial de Pensament 2024.
- Producció, impressió, manipulació, muntatge, lliurament, supervisió, manteniment, i retirada dels elements de comunicació de la campanya de comunicació de Biennial de Pensament 2024.
- Altres serveis addicionals: cobertura i producció fotogràfica dels diferents espais per aconseguir l'adequada difusió del festival, falques de ràdio, serveis de locució.

II. CONTEXT DE CAMPANYA

La Biennial de pensament 2024 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, la Biennial celebra la seva quarta edició, 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 del Pensament se celebrarà del 8 al 13 d'octubre de 2024.

Per tal de mantenir l'èxit de participació de la primera edició, és necessari garantir l'eficàcia de la comunicació i difusió de la Biennial mitjançant la contractació externa de la gestió dels serveis de creació i producció dels elements de comunicació offline i online, 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, així com altres serveis addicionals que es detallen a continuació.

Punt de partida:

La Biennial de Pensament 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 Biennial es plantegen bàsicament en format de diàleg entre especialistes, de taules rodones, debats i conferències, i altres formats en llenguatges expositius o performàtics.

En la seva tercera edició, més de 20.000 persones van passar per les 67 activitats del programa oficial a Barcelona, que van reunir més de 200 participants. Sessions multitudinàries que van omplir les places i van consolidar la ciutat com la gran àgora ciutadana per a la reflexió i el debat.

+Biennial

Amb la voluntat de teixir aliances amb les entitats i institucions que fomenten amb la seva activitat quotidiana el pensament crític, la Biennial 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 +Biennial. Més d'una trentena d'activitats en espais públics i privats de tota la ciutat.

Espais:

La Biennial de Pensament 2024 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)
- Plaça Masadas (Sant Andreu)
- Plaça de Can Felipa (Sant Martí)
- Pati de les Dones del CCCB (Ciutat Vella)
- Jardins de Pla i Armengol (Horta-Guinardó)
- Plaça del Consell de la Vila (Sarrià – Sant Gervasi)
- 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 de Pensament com a un esdeveniment de referència per a la ciutadania, una data assenyalada en el calendari.
- Implicar la ciutadania i mobilitzar-la perquè participi de les activitats proposades.

- Millorar la percepció social del debat i la reflexió, apropar-los al públic general.
- Cercar la complicitat del conjunt dels equipaments públics i privats.
- Aconseguir la percepció positiva del sector.

De comunicació:

- Informar sobre l'esdeveniment i les seves característiques (espais, dates, programació, participants...)
- Aconseguir notorietat i generar interès.
- Implicar la ciutadania i fer crida a la participació.
- Generar tràfic al web de l'esdeveniment: abans, durant i després
- Donar a conèixer els canals de comunicació i participació disponibles: web (<https://www.biennialdepensament.barcelona/ca>), xarxes socials i canal propi de Telegram (t.me/biennialciutatoberta)

IV. PERÍODE DE LA CAMPANYA

La campanya començarà a mitjans de juliol amb la roda de premsa que donarà a conèixer la imatge de la Biennial de Pensament 2024 i les línies principals de l'edició d'enguany (dates, espais, noms principals d'aquesta edició). En aquest moment es publica el web i es llença la campanya de publicitat a través de diversos canals. Aquest per a les primeres adaptacions gràfiques de la imatge (roda de premsa, web, visuals xarxes...) La campanya d'exterior es farà a partir del 13 de setembre (sortida banderoles cares B), i seguirà amb la resta d'elements exteriors a partir del 25 de setembre.

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 8 d'octubre.

La data de finalització de la campanya és el 13 d'octubre, pel que fa a la crida a la participació i difusió de la programació.

Es preveu una continuïtat de la campanya a partir del 14 d'octubre per reforçar els continguts d'arxiu del web, en la lògica de llegat-repositori.

V. PÚBLIC DE LA CAMPANYA

- Ciutadania en general com a individus
- Ciutadania organitzada (associacions, entitats, etc.)
- Públic especialitzat en els diferents àmbits que tracta la Biennial.

VI. ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast de la campanya és la ciutat de Barcelona. S'ha de tenir en compte que caldrà produir peces per a informar de les activitats que tenen lloc en cada barri/districte amb espais on es programen activitats.

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 es mantindran actius i disponibles per consultar un cop finalitzada la Biennial, amb un caire més divulgatiu i amb voluntat de llegat i repositori de les diferents edicions.

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 el disseny gràfic i adaptació de la imatge; producció, impressió, manipulació; muntatge, lliurament, supervisió, manteniment, i retirada dels elements de comunicació; altres serveis addicionals (cobertura i producció fotogràfica dels diferents espais, falques de ràdio, serveis de locució); així com les tasques de suport en la coordinació de la campanya de comunicació de la Biennial de Pensament 2024, tal com 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 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 adscriurà al servei una persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució durant totes les fases del procés de treball de la campanya, des de la recepció de l'encàrrec de les peces fins a la producció del material, la difusió posterior i la seva retirada quan escaigui. Aquesta persona ha de ser capaç d'aportar solucions davant de necessitats concretes i les urgències, tenint en compte que la Biennial de Pensament es desenvolupa parcialment en cap de setmana (dies 12 i 13 d'octubre). 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 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.

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 disposarà de capacitat per garantir l'entrega d'almenys 2 arts finals de diversos elements de manera simultània, sempre amb els màxims estàndards de qualitat i servei.

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. Aquesta freqüència podrà ser inferior segons l'oferta de l'adjudicatari.

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 Biennial de Pensament 2024 per valorar d'acord amb el Departament de Comunicació de l'ICUB quins poden ser els elements de senyalització adients.

Les actuacions de reposició d'elements de publicitat exterior s'hauran d'executar com a màxim

en 24 hores a comptar des del moment en què es detecta un element malmès i/o es produeix l'avís. Aquesta freqüència podrà ser inferior segons l'oferta de l'adjudicatari.

L'empresa adjudicatària estarà disposada 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.

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.

El Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona es reserva el dret de contractar directament la realització d'aquests elements de comunicació a un altre proveïdor per atendre causes sobrevingudes que requereixin resposta ràpida per garantir l'atenció a la ciutadania en la comunicació de la Biennal de Pensament 2024.

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 per l'Institut de Cultura de Barcelona. L'empresa adjudicatària sí haurà d'adaptar la proposat creativa màster a diferents formats. Aquesta feina comporta tasques de disseny, adaptació, maquetació, retoc d'imatges, producció i distribució.

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'empresa adjudicatària facilitarà a l'ICUB posteriorment un resum econòmic detallat de totes les despeses realitzades agrupades per conceptes; així com un resum dels serveis, tasques i elements realitzats, desglossant la part corresponent a adaptació/maquetació; producció; instal·lació i distribució dels diferents elements; suport en coordinació; i altres serveis addicionals.

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: https://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
- 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.

Els serveis als que fan referència aquest contracte no inclouen cap tractament de dades personals.

IX. PRESSUPOST

Les ofertes econòmiques hauran d'incloure el detall de pressupost que figura a l'Annex 2 del Plec de Clàusules Administratives Particulars.

X. REQUERIMENTS TÈCNICS I PROFESSIONALS

Equip mínim

L'equip mínim de treball que l'empresa adjudicatària haurà de dedicar a l'objecte del contracte serà el següent:

1. Una única persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte, amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de la producció dels elements de campanya, online i offline, durant totes les seves fases (Supervisor de Comptes); és a dir, des de la recepció de l'encàrrec de cada peça, fins a la producció del material i la seva difusió i posterior retirada, si s'escau.

Aquesta persona haurà d'acreditar experiència mínima de 3 anys en:

- Suport i 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.
- Serveis de gestió i coordinació, producció i distribució d'elements de publicitat d'esdeveniments que tinguin lloc en diversos espais de l'espai públic simultàniament.
- Serveis de disseny gràfic, editorial, maquetació i adaptació d'imatges.
- 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.
- Coordinació de les adaptacions de la creativitat i gestió i seguiment de la producció (programa, graella, bàners, insercions publicitàries, publicitat exterior...)
- Gestió i coordinació de la campanya d'exterior (banderoles, venecianes, opis...)
- Coordinació de les necessitats comunicatives, i de senyalística, amb els equips referents dels equipaments que participen a la Biennal.
- Coordinació dels materials necessaris per a les rodes de premsa
- Gestió del serveis de cobertura i producció fotogràfica dels diferents espais.
- Gestió i serveis de coordinació de la realització de peces audiovisuals i falques de ràdio.

Taula de dedicació:

Juliol	Agost	Setembre	Octubre (fins dia 13)
75%	75%	100%	100%

2. Una persona dedicada exclusivament al disseny gràfic, editorial, maquetació, adaptacions i el retoc d'imatges que requereixi el projecte, que reportarà al responsable de l'execució del contracte. Haurà d'acreditar experiència mínima de 3 anys en les tasques descrites en campanyes de comunicació

Taula de dedicació:

Juliol	Agost	Setembre	Octubre (fins dia 13)
50%	50%	100%	100%

Atenció telefònica mínima:

Per a l'execució del contracte serà necessari disposar d'atenció telefònica operativa i disponibilitat entre les 9.00 i les 18.00 hores, de dilluns a divendres, des de l'inici del contracte fins a la data de finalització de la campanya de comunicació de La Biennal de Pensament, a 13 d'octubre de 2024. Durant tots els dies de la Biennal (8 al 13 d'octubre), aquesta disponibilitat s'estendrà des de les 8.00 fins a les 21.00 h, per poder atendre necessitats sobrevingudes.

L'empresa aportarà els mitjans propis necessaris per al desenvolupament de l'encàrrec.

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 del Departament de Comunicació de assignat per l'Institut de Cultura per coordinar la campanya de comunicació de la Biennial de Pensament i aplicarà les indicacions que rebi d'aquest equip. L'agència contractista s'ha de responsabilitzar de dur a terme els encàrrecs que es desglossen a continuació.

MATERIAL IMPRÈS DE DIFUSIÓ

1. Programa de mà 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 possibilitat de diferents mides segons les necessitats que determini el Departament de Comunicació. Aquest programa de mà desplegable inclou el disseny del 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 i les necessitats del Departament de Comunicació.
- Impressió en paper reciclat mate de 115 g.
- Producció d'aproximadament 25.000 exemplars.

2. Cartelleria

- Cartell genèric: adaptació gràfica de la imatge a format 24 x 42 cm.
- Cartells 24 x 42 cm amb programació aterrada per districte/barri (5-6 models aprox.)
- Impressió 4 + 0 en paper offset de 90 gr., de 9.000 exemplars.
- Distribució i enganxada en les zones i àrees d'interès que es determini conjuntament amb el Departament de Comunicació de l'ICUB.

PUBLICITAT EXTERIOR

3. Banderoles carrer

- Originals de fins a 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.
- Entrega AF en 72 hores des de l'entrega de la creativitat per part de Comunicació ICUB.
- **600 banderoles**

4. Venecianes a la Rambla

- Originals de 3 models de venecianes, format 90 x 240 cm.

- Impressió de 30 banderoles venecianes 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.
- Entrega AF en 72 hores des de l'entrega de la creativitat per part de Comunicació ICUB
- **30 venecianes**

5. 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.
- Entrega AF en 72 hores des de l'entrega de la creativitat per part de Comunicació ICUB
- **180 opis**

6. Opis metro

- Originals de 2 models d'opis carrer format 120 x 175 cm. (pendent confirmar campanya TMB).
- Impressió en quadricromia, paper de 150 gr. Producció i enviament a l'empresa instal·ladora.
- **40 opis.**

7. 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).
- Entrega d'originals en 5 dies des de l'entrega de la creativitat i plantilles.
- Impressió de **30 peces** interior busos combinant les 4 imatges en quadricromia.

8. Pantalles led Rambles

- Dues versions amb la imatge de campanya. Format jpg i amb una resolució de 576 x 192 píxels. La pantalla digital és de leds, i té una dimensió visible de 4.608 x 1.536 mm. La resolució dels leds és de 8mm, és a dir, hi ha un led cada 8mm. Per tant, horitzontalment hi haurà $4.608:8 = 576$ leds, i verticalment hi haurà $1.536:8 = 192$ leds. Per això la resolució és de 576 x 192 píxels. Traduint això a dpi, quedaria que la resolució de la pantalla en punts per polzada és de $4 \times 4 = 16$ dpi.

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.

9. 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.

10. Torretes – 10 unitats

- Producció de les torretes de senyalització per la ciutat, d'1 x 3 m. aprox.
- Adaptació de la imatge a format de torreta (1 cara), mapa dels espais Biennal (1 cara), programació aterrada de cada espai (2 cares).
- Producció de fins a 10 torretes, amb certificat de solidesa. Lones opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC), amb el fil per als cosits també de polipropilè. Impressió digital en quadricromia per 1 cara. Muntatge en les ubicacions indicades pel Departament de Comunicació de l'Icub, manteniment i retirada en la data indicada.
- Desinstal·lació en un màxim de 48 hores des de la finalització de la Biennal de Pensament el 13 d'octubre.

11. 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

12. 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.

13. Plafons – 20 unitats

- 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.

14. 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.

15. 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.

16. Roll ups – 20 unitats

- Originals de 4 roll ups de 85 x 200 cm
- Producció de 20 roll ups de 85 x 200 cm. Impresos en quadricromia.
- S'aprofitaran les estructures en propietat de l'lcub, per tant s'ha de pressupostar l'import de recollida d'estructures, impressió de la lona, substitució de la lona, distribució als diferents espais i posterior retirada.

MATERIALS PREMSA I RELACIONS PÚBLIQUES

17. Senyalística de la roda de premsa

- Original d'1 lona de 380 x 220 cm (o similar).
- 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.

18. Acreditacions

- Originals de 5 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. Entrega en 72 hores des de l'entrega del material (text i fotografies) per part del Departament de Comunicació de l'ICUB.

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. Bàners – 40 unitats

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

En total seran aproximadament 40 bàners (10 models aproximadament)

22. Peces web i xarxes socials – 70 peces

- Elements per a l'adaptació del web de la Biennial de Pensament a la imatge de la campanya (capçaleres, bàners i botons), seguint els màsters facilitats per l'agència creativa que desenvolupi la campanya.
- Elements estàtics i elements dinàmics (gifs/mp4) per a capçaleres i publicacions a les diferents xarxes socials que determini l'equip de xarxes de l'ICUB.

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. Cartel·les amb informació de cada activitat + streaming

- 80 visuals per a adaptació gràfica i programació per a projecció en pantalles + cartel·les per a streaming + cartel·les per a vídeos-càpsules per a web llegat.

25. 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

- Propostes de còpies per a dues falques de ràdio de 20"
- Producció i entrega de les dues falques (locució, postproducció i música) en un termini de 72 hores des de l'aprovació de les propostes de còpies per part del Departament de Comunicació.

27. Serveis fotogràfic:

- Cobertura i producció fotogràfica dels diferents espais de la Biennal.
- Gestió i coordinació equips fotògrafs. Coordinació amb equips Comunicació i Programa.
- Pujada posterior a la plataforma determinada pel Departament de Comunicació de l'ICUB (Clipfiles).
- Un cop finalitzat el festival, pujada de les fotografies seleccionades al web repositori de Biennal.
- Selecció de fotografies en alta resolució per al repositori Barcelona Imatges.

TANCAMENT

28. 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.

SUPORT A LA COORDINACIÓ DE LA CAMPANYA

- Suport en la coordinació dels proveïdors de continguts i materials de comunicació (fotògrafs, productors, dissenyadors, etc)
- Suport en la coordinació amb altres Departaments de l'Institut de Cultura i l'Ajuntament de Barcelona (premsa, publicitat...)
- Suport en la coordinació de la campanya publicitària (exterior i pla de mitjans)
- Reunions periòdiques amb l'equip tècnic de Comunicació de l'ICUB, així com amb la Cap de Departament i la direcció del Departament de Festes i el comissariat de la Biennal de Pensament per definir les línies estratègiques de la comunicació del festival i aterrar-les a cadascuna de les accions comunicatives.

- Coordinació amb altres membres de l'ICUB i de la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona que també treballen en la Biennial del Pensament
- 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.