

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER AL DISSENY, PRODUCCIÓ,
INSTAL·LACIÓ, MANTENIMENT, DISTRIBUCIÓ I RETIRADA DELS
DIFERENTS ELEMENTS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT DE LA CAMPANYA
DEL GREC FESTIVAL DE BARCELONA 2021**

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC

El disseny gràfic, retoc d'imatges, adaptació, maquetació, producció, instal·lació, manteniment, distribució, supervisió i retirada dels diferents elements de comunicació i publicitat de la campanya festival Grec 2021.

L'Institut de Cultura de Barcelona, ha encarregat a una agència creativa la imatge dels elements que formaran la campanya d'imatge i publicitat del Grec 2021 Festival de Barcelona.

A partir de la base creativa desenvolupada prèviament, el present plec té per objecte la definició de les prescripcions tècniques de la contractació de l'execució, maquetació, producció, col·locació, retirada, difusió i distribució dels diferents elements de comunicació del Grec Festival de Barcelona 2021.

II. CONTEXT DE CAMPANYA

El GREC Festival de Barcelona, en la seva edició número 45 és un esdeveniment que aplega la major oferta d'arts escèniques de l'estiu de Barcelona. Aquesta oferta és àmplia i comprèn el teatre, la dansa, la música, el circ i altres manifestacions performatives i visuals.

La crisi sanitària causada per la covid-19 està canviant considerablement el context de l'activitat cultural de la ciutat. El Grec Festival 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.

El Grec Festival se celebrarà en un context excepcional i amb més complexitat 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 l'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.

La incertesa davant la situació sanitària pot comportar canvis sobtats o endarreriments en el tancament de la programació i en la cadena de la producció, comunicació etc.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 1 de 17

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 Quinzena 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.

El Festival, es celebrarà en el mes de juliol en diversos espais de la ciutat, tant públics com privats i es caracteritza per:

Festival de Barcelona. El Grec Festival de Barcelona està arrelat a la seva ciutat. L'estiu, la nit i Barcelona són tres elements que identifiquen especialment aquest esdeveniment cultural.

Festival de creació. El Grec Festival de Barcelona aposta per la creació i per la singularitat respecte a la temporada ordinària. És un parèntesi estival que ofereix una programació diferent de la que es pot veure habitualment a la ciutat.

Produccions pròpies. El Grec aposta per les produccions pròpies i coproduccions per tal de donar als creadors, locals o estrangers, la possibilitat de presentar les seves creacions, i al públic la de gaudir-ne.

Festival internacional. El Grec s'ha consolidat com un dels festivals de referència a Europa, assolint un autèntic pes específic internacional que sigui alhora un aparador de les millors creacions escèniques que es fan arreu del món i una plataforma de dimensió internacional per als creadors locals.

III. APROXIMACIÓ AL GREC 2021

A l'edició 2017 del festival es va apostar per primera vegada per distingir a la comunicació entre dos grans espais de festival -Grec Montjuïc i Grec Ciutat- més activitats paral·leles que s'han desenvolupat a biblioteques, fàbriques de creació i altres equipaments municipals i privats. Aquesta fórmula ha donat bons resultats comunicatius durant els darrers anys i la voluntat és mantenir-la en l'edició 2021.

Grec Montjuïc: El cor del festival amb espectacles que ens interessa potenciar especialment pel seu protagonisme en el relat i/o per ser co-produccions de les que assumim la responsabilitat íntegra de la venda d'entrades. En aquest espai enguany incorporem també les propostes que es duran a terme a la plaça Margarida Xirgu.

Grec Ciutat: Espectacles d'explotació més llarga que es desenvolupen a sales de la ciutat i amb els que establim complicitats amb les companyies. En aquest cas les

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 2 de 17

pròpies sales/promotors realitzen venda directa de les entrades. Dins del Grec Ciutat tenen especial tractament els projectes amb les Sales de Proximitat.

Grec Paral·leles/ Activitats de l'espectador; Activitats consistents en presentacions, xerrades, converses post funció...fetes a diferents espais de la ciutat i de lliure accés la major part. Des de 2020 una bona part d'aquestes activitats tenen també el seu apartat en el que anomenem Grec en Obert, que són les activitats que es desenvolupen via *streaming* o a través de televisions i altres plataformes digitals.

La programació també tornarà a comptar amb la comunicació d'itineraris temàtics per facilitar la tria als espectadors. Aquests itineraris podran anar vinculats a descomptes especials que també caldrà comunicar.

A l'edició 2020, degut a la crisi sanitària, es va crear un nou eix en la programació del festival, el "De Grec a Grec", que va permetre estrenar part de la coproducció artística del Grec durant la temporada teatral, de setembre a juny, a les sales privades de Barcelona. En funció dels esdeveniments que puguin succeir, aquesta fórmula es podria repetir.

IV. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ DE LA CAMPANYA

- Informar sobre El Festival Grec i tots els seus espectacles.
- Consolidar el relat del viatge encetat a l'edició 2017.
- Generar tràfic al web del Festival amb l'objectiu de donar a conèixer tota l'oferta d'espectacles i informació d'interès. www.festivalgrec.barcelona
- Incrementar la venda d'entrades potenciant les repeticions i la compra en grup. El web del Festival pretén ser el principal canal de venda.
- Fomentar el moviment de públics entre Grec Montjuïc i teatres de la ciutat.
- Fomentar una comunicació a públics: destacant diferents espectacles adreçats a diferents *targets* que disposaran de formats publicitaris específics i accions especials per cada un d'ells. És important la rotació de creativitats i continguts.
- Comunicar promocions puntuals (2x1, descomptes especials, concursos etc.)
- A nivell de xarxes socials els objectius específics són incrementar el nombre de fans, generar *engagement* i *drive to web* per incrementar les vendes.
- Reforçar el missatge de suport a la cultura de l'Ajuntament de Barcelona i transmetre el valor de la "cultura segura" i de les mesures de seguretat en un context de crisi sanitària causada per la covid-19.
- Reforçar la marca del Grec Festival més enllà de l'àmbit del Festival, per posar en valor la tasca que el Grec duu a terme en les arts escèniques amb la coproducció artística de nombroses obres que tenen recorregut durant tot l'any en l'àmbit de les sales privades o d'altres festivals.

V. PERÍODE DE LA CAMPANYA

Les primeres peces de comunicació veuran la llum al mes de març de 2021, coincidint amb la roda de premsa i presentació del programa íntegre del Grec. La campanya de

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 3 de 17

publicitat començarà a finals del mes de maig i abastarà principalment els mesos de maig, juny, i juliol de 2021 tot i que es podria dur a terme alguna acció prèvia a partir del mes de març/abril per presentar part de la programació.

VI. PÚBLIC DE LA CAMPANYA

- Ciutadania en general fent èmfasi en el públic jove i els nous públics
- Públic Grec d'altres edicions
- Públic visitant a Barcelona durant les dates del festival

VII. ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast és principalment Barcelona Ciutat amb presència a nivell Catalunya en alguns suports de comunicació. S'ha de tenir en compte que caldrà produir peces també pel públic visitant que es trobi a la ciutat en el moment del festival. En funció dels recursos de mitjans disponibles també farem arribar la comunicació als visitants en el seu lloc d'origen a través de suports digitals.

La campanya tindrà més protagonisme en els suports d'exterior i digitals, i seran fonamentals les peces de senyalística tant als espais de Montjuïc com als teatres de la ciutat. Volem potenciar aquest darrer aspecte i donar molta més visibilitat al Grec en seu punt neuràlgic de la muntanya de Montjuïc.

VIII. 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, realització de peces audiovisuals, gestió i coordinació de locucions, reportatges fotogràfics, 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 tot el procés de treball que estarà disponible per a la localització d'espais, assistència a reunions, instal·lacions de materials etc. Es preveu que en algun cas puntual aquestes reunions o supervisions siguin ser al vespre, en horari de representació.

L'empresa adjudicatària disposarà de capacitat de dissenyar i produir de forma immediata la difusió d'algunes activitats (invitacions, díptics...), així com proposar

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 4 de 17

alternatives a productes que siguin inviables 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 anglès 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 manteniment i reposició dels elements d'exterior 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.

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 senyalística del espais que participen en el festival la reposició s'haurà de fer en un termini màxim de 24 hores.

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.

El Departament de Comunicació i públics de l'Institut de Cultura de Barcelona/Departament 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 no es donaran per conclosos fins que obtinguin l'aprovació i el vistiplau del Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 5 de 17

Aquest contracte no implica 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 proposta creativa màster a diferents formats comportant aquesta feina tasques de disseny, adaptació, maquetació, retoc d'imatges, producció i distribució.

Tots els elements impresos han de tenir el seu corresponent dipòsit legal.

L'empresa adjudicatària s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que l'Ajuntament designi, si aquest fos el cas.

L'adjudicatari facilitarà a l'ICUB posteriorment a l'activitat un resum econòmic detallat de totes les despeses realitzades agrupades per conceptes, desglossant la part corresponent de adaptació/maquetació; producció; instal·lació i distribució dels diferents elements.

L'empresa adjudicatària 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 en el link següent: www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica

IX. 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.

Informació a: 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.

X. 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 1).

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 6 de 17

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 del Grec 2021, Festival de Barcelona i la seva data de presentació.
- 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.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 7 de 17

ANNEX 1

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

Treballant sota la supervisió del Departament 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 encàrrec que es desglossen a continuació.

PROGRAMA GENERAL I FULLETERIA PROMOCIONAL

1. Programa general GREC 2021 Festival de Barcelona

- Maquetació, muntatge dels originals i escàners d'alta resolució d'aproximadament 92 pàgines + 4 cobertes, format 21 x 28 cm en quadricromia, amb tota la programació del Festival. 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.

2. Introducció de la informació relativa al programa 2021 al web www.festivalgrec.barcelona

- Introducció de les fitxes artístiques, espais, dades de venda etc. de l'edició 2021 de l'esdeveniment al web. Versions català, castellà i anglès. (aproximadament cobertura de 100 hores)

3. Desplegables promocionals específics

- * Maquetació, muntatge dels originals, escàners d'alta resolució i correcció de les galerades de fins a quatre desplegables format aproximat 10 x 21cm tancat (40 x21cm obert), adaptant-hi la programació del Festival o la programació de temes específics o espais concrets del festival, en quadricromia. 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 30.000 exemplars de cada fullet.

3. Programes de mà

- * Maquetació i muntatge dels originals d'aproximadament 80 models de programes de mà format díptic 10x21 cm.
- * Impressió en quadricromia. Tiratge variable en funció de l'aforament i els dies que duri l'espectacle (de 500 a 10.000 exemplars per espectacle). Producció

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 8 de 17



total d'uns 100.000 exemplars aproximadament, amb paper reciclat mate de 135 gr.

Tot aquest material s'anirà produint a mesura que es vagin estrenant els espectacles.

4. Desplegables pel públic turista i visitant (castellà/català i anglès/francès)

- * Maquetació, muntatge dels originals, correcció de galerades i traduccions d'un programa 10 x 21 cm tancat (40 x 21 cm obert aproximadament). Imprès en quadricromia.
- * Impressió en paper reciclat mate de 135 g. Producció d'uns 40.000 exemplars de cascuna de les dues versions per idiomes.

5. Desplegable Espectacles Familiars

- * Maquetació, muntatge dels originals i correcció de les galerades d'un desplegable, format 10x21cm tancat (40 x 21cm obert aproximadament), adaptant-hi la programació familiar.
- * Impressió en quadricromia, paper reciclat mate de 115 g de 40.000 exemplars.

6. Desplegable Espectacles públic Jove

- * Maquetació, muntatge dels originals i correcció de les galerades d'un desplegable, format 10x21cm tancat (40 x 21cm obert aproximadament), adaptant-hi la programació adreçada al públic jove.
- * Impressió en quadricromia, paper reciclat mate de 115 g de 15.000 exemplars.

7. Correcció i traduccions del programa del Grec Festival de Barcelona, dels diferents programes específics i dels programes de mà dels espectacles.

Els textos corregits es faran arribar al redactor del projecte i/o el Departament de Comunicació de l'ICUB de manera ordenada i sistemàtica.

- Correcció del català i traducció a l'anglès i al castellà del programa general.
- Correcció del català i traducció a l'anglès, francès i al castellà del programa per turisme.
- Correcció i traduccions (si s'escau) dels programes específics (3 o 4).
- Correcció i traduccions (si s'escau) de desplegable públic familiar.
- Correcció i traduccions (si s'escau) del desplegable públic jove.
- Correcció i traducció dels programes de mà dels espectacles (aproximadament 55 programes).
- Correcció català i castellà i traducció a l'anglès dels textos per al web del Festival.
- Correcció i traducció de textos Grec professional.
- Revisió de les galerades.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 9 de 17



- Correcció català i castellà i traducció a l'anglès de notícies (aproximadament 20 notícies)

PUBLICITAT EXTERIOR

8. Banderoles carrer

- * Originals de 10 models de banderoles format 90 x 120 cm.
- * Impressió de 1.000 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 1.000 banderoles. 2 banderoles per fanal. 500 fanals.

9. Venecianes a la Rambla

- * Originals de 4 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.

10. Opis carrer

- * Originals de 4 models d'opis carrer (un de programació i tres d'imatge Festival) format 120 x 175 cm.
- * Impressió de 200 opis carrer en quadricromia, paper de 150 gr.

11. Opis metro

- * Adaptació i originals de 3 models d'opis metro (Imatge Festival amb la incorporació del logo TMB), format 120 x 175 cm.
- * Impressió de 80 opis en quadricromia, paper de 150 gr.

12. Tanques de metro

- * Adaptació i originals de 3 models de tanques de metro (dos de programació i una d'imatge campanya amb la incorporació del logo TMB)
- * Impressió de 10 unitats. Quadricromia, format 200 x 150 cm. paper de 150 gr.

13. 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.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 10 de 17



- * 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.

14. Leds

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.

15. Columnes publicitàries (*cartells pirulí*) concerts de música

- * Adaptació i muntatge dels originals de 4 cartells pirulí (70 x 100 cm) a quadricromia.
- * Impressió paper offset de 90 gr., de 3.000 exemplars per model.
- * Col·locació dels 3.000 exemplars per model. Cada model es col·loca en diferents dates.

16. Cartells imatge botiga publicitàries

- * Maquetació i muntatge dels originals d'un cartell botiga (21 x 42 cm) a quadricromia.
- * Impressió paper offset de 90 gr., de 7.000 exemplars.
- * Col·locació dels 7.000 exemplars.

SENYALÍSTICA

Adaptació i muntatge dels originals d'elements de senyalització específics dels espais propis del Festival que es detallen a continuació, més la producció, col·locació i retirada. 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 conjunt d'elements;

17. Palau de la Virreina:

- * 3 vinils finestres entrada Palau de la Virreina amb la imatge de campanya i continguts de venda d'entrades. Mides 216 x 235 / 141,5 x 236 / 146 x 235 cm, quadricromia 1 cara.
- * 4 plafons cartró ploma de 10 mm imprès per 1 cara (imatge de campanya i patrocinadors) de 120 x 180 cm, quadricromia. 1 cara.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 11 de 17



- * 4 lones amb imatge de campanya, opaques de polipropilè (PP) mono material (sense PVC) amb el fil per als cosits també de polipropilè.
- * 12 elements aptes per exterior amb peanya, amb imatges de la programació del festival mida aproximada 100 x 150 cm, quadricromia. 2 cares.

18. Teatre Grec:

- * 3 plafons de PVC escumat de 10 mm gruix imprès 1 cara de 100 x 250 cm, (imatge, patrocinadors i programació). Instal·lació a l'escala del Teatre.
- * 8 venecianes mida 90 x 240 cm per 4 fanals.
- * 1 plafó cartró ploma 10mm imprès a 1 cara amb marc d'alumini amb imatge Festival 100 x 150 cm.
- * 1 plafó cartró ploma història del teatre combinant tres idiomes mida 50 x 75 cm.
- * Cartons ploma dina3 o dina4 per senyalitzar diferents àrees de l'espai amb peu metàl·lic o instal·lats sobre suports del teatre. Aproximadament 20 cartrons.
- * Vinils adhesius retallats de senyalització (150 unitats aprox.): fletxes, símbols, etc.

19. Mercat de les Flors:

- * 4 vinils adhesius impresos digitalment de 120 x 240 cm. per les finestres exteriors del Mercat de les Flors. Impressió en quadricromia.
- * 1 plafó per espai cartró ploma 10mm aproximadament amb peanya mida 100 x 150 cm. Imprès digitalment en quadricromia, 1 cara.
- * 1 banderola lona opaca de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC) de 90 x 180, impresa en quadricromia, 2 cares, pel pàrquing plaça Margarida Xirgu. Amb quatre forats per a la seva instal·lació.

20. Teatre Lliure de Montjuïc:

- * 2 vinils adhesius transparents i impresos en mirall i acabat laminat blanc al dors amb la programació del teatre de 165 x 165 cm. Quadricromia.
- * 3 lones de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC) pels balcons del teatre de 475 x 90 cm. Imprès en quadricromia 1 cara.
- * 4 Lones polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Impreses en quadricromia 1 cara Torreta de 87 x 373 amb programació i imatge. Torretes de B:SM, retirada i guardar lona BSM i restituir al final.

21. Plaça Margarida Xirgu (espai de trobada):

- * Elements de senyalística (lones amb estructures torreta o similar aptes per l'espai exterior) de les activitats desenvolupades a la plaça durant el festival. Aproximadament 10 elements.

22. Teatre Lliure de Gràcia:

- * 1 vinil façana de 120 x 233 cm. Imprès en mirall i acabat laminat blanc al dors.
- * 1 plafó cartró ploma de 10 mm de gruix aproximadament amb peanya mida 100 x 150 cm imprès digitalment en quadricromia. 1 cara

23. Elements senyalització espais ciutat (aproximadament 20 espais):

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 12 de 17



- * 1 Banderola per espai de lones opaques de polipropilè (PP) monomaterial (sense PVC). Quadricromia impreses digitalment 2 cares "GREC Festival de Barcelona 2017", de 90 x 240 aproximadament, per identificar tots els espais d'actuació del Festival, quadricromia.
- * 1 plafó per espai cartró ploma 10mm aproximadament amb peanya mida 100 x 150 cm imprès digitalment. 1 cara

ANUNCIS PREMSA I REVISTES

24. Adaptacions premsa

- Adaptacions i af 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 50 insercions.

ADAPTACIONS ON LINE

25. 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 200 banners (30 models aproximadament)

26. Peces Web, Xarxes Socials i Google

- Peces per a la customització del web del Festival amb la imatge de la campanya 2021 (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)

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 13 de 17



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 150 peces estàtiques.

27. Peces e-mailings

- * Adaptacions de la imatge promocional d'espectacles concrets a peces jpg per enviament d'e-mailing amb imatge.

En total seran aproximadament 15 adaptacions.

AUDIOVISUALS

28. Muntatges audiovisuals

- * Muntatges audiovisuals presentació dels espectacles del festival a partir d'imatges facilitades per les companyies artístiques. Durada aproximada d'1 minuts.

En total seran aproximadament 10 muntatges.

- * Adaptacions de la imatge gràfica del Festival a caràtules audiovisuals, clips per web, xarxes socials i anuncis de televisió.

En total seran aproximadament 4 caràtules.

29. Producció falques de ràdio

- * Locució de falques de ràdio i avisos. Aproximadament 10 falques amb dos locutors en una única sessió.

MATERIALS PREMSA I RELACIONS PÚBLIQUES

30. Rodes de premsa

- * Adaptació, originals i impressió d'una Lona 380x220 cm amb ullats per instal·lació com a darrera de premsa.
- * Adaptació, originals i producció de 4 plafons de PVC escumat de 10 mm gruix imprès 1 cara de 120 x 180 cm i amb peu metàl·lic apte exterior amb imatge de campanya per a la presentació del programa del festival al Teatre Grec.
- * Adaptació, originals i producció de 4 cartells amb la imatge de campanya de 500 x 700 cm, plafó cartró ploma de 10 mm imprès quadricromia, 1 cara.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 14 de 17



- * Adaptació, originals i producció de 2 roll up o similar amb estructura 85 x 200 cm amb la imatge Festival i imatge patrocinadors imprès en quadricromia.

31. Invitació inauguració i invitacions espectacles

- * Adaptació d'invitacions en format digital jpg pel seu enviament per correu electrònic. (Aproximadament 6 unitats)

32. Acreditacions

- * Maquetació, muntatge d'originals i impressió de 1.000 adhesius per a premsa, fotògrafs i TV i 4.000 acreditacions per organització, artistes, producció, serveis, etc.
- * Producció de 3.000 laynards negres per les acreditacions amb paper.

MATERIALS DE DIFUSIÓ DE LES ACTIVITATS PARAL·LELES

33. Converses

- * Maquetació i muntatge d'originals d'un full díptic de 10 x 21 cm, 4 + 4. Impressió en paper reciclat mate de 250 gr. De 10.000 exemplars.
- * Maquetació, muntatge d'originals i impressió en quadricromia d'un roll up de 80 x 200 cm aproximadament, amb suport.
- * Maquetació, muntatge d'originals i producció de plafons cartró ploma 10mm aproximadament amb peanya mida 100 x 150 cm imprès digitalment. Quadricromia, 1 cara. (Aproximadament 15 unitats)
- * Adaptació, muntatge d'originals i producció de flyers de descompte/promocions (uns 6 models diferents). Impressió en paper reciclat mate de 200 gr. d'un total de 600 unitats aproximadament.

34. Grec professional

- * Maquetació de la graella d'activitats a un idioma. Format jpg/pdf per web.
- * Maquetació del dossier general format Din A4 (27 pàgines). Format pdf per web.
- * Maquetació de capçalera per aplicar a papereria.

35. Grec en obert

- * Maquetació de la graella d'activitats a un idioma. Format jpg/pdf per web.
- * Peces per a web i xarxes socials: capçaleres i banners genèrics i peces a partir d'imatges dels espectacles.
- * Cartel·les de presentació dels esdeveniments per streaming i YouTube (formats 16:9, IG Live, YouTube...).

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 15 de 17



36. De Grec a Grec (si s'escau)

- * Maquetació de la graella d'activitats a un idioma. Format jpg/pdf per web.
- * Peces per a web i xarxes socials: capçaleres i banners genèrics i peces a partir d'imatges dels espectacles.

DISTRIBUCIÓ

37. Distribució de tot el material gràfic del Festival

- * Manipulació i distribució de 50.000 programes generals: Distribució de 50.000 exemplars en paquets per punts d'interès i espais del Festival (150 punts aprox.).
- * Distribució: al voltant de 150 punts, sense perjudici d'ampliar aquest llistat amb les propostes presentades pel licitador i acceptades per l'ICUB. De tot el material gràfic: desplegable català, desplegable anglès, castellà, cicles, converses, altres fulls volanders, etc. Aquesta distribució depenent de la producció pot ser que s'hagi de distribuir individualment. La distribució s'ha de realitzar des de la data d'inici de la campanya fins l'últim dia del Festival als punts que es decideixin (150 punts aprox).
- * Punt distribució Hotels fullet adreçat a turistes (l'agència contractarà directament aquest servei).

SEGUIMENT I CONTROL DE QUALITAT

38. Supervisió de la producció

Control de qualitat i seguiment de produccions off line, audiovisual i senyalística. (Aproximadament cobertura de 150 hores)

DOSSIER DE TANCAMENT

39. Maquetació i producció del dossier de tancament

Producció de 3 dossiers amb tot el material de la campanya per l'arxiu amb 150 pàgines aproximadament.

MESURES COVID

40. Inclusió de la campanya Covid-19

- Inclusió dels elements de la campanya per garantir les mesures sanitàries del Covid-19 creada per l'Ajuntament de Barcelona a les peces que sigui necessari.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 16 de 17



**Ajuntament
de Barcelona**

Institut de Cultura

- L'Institut de cultura facilitarà els originals de la campanya Covid-19 per a la seva adaptació.

APROVAT pel gerent
En data:

La secretària delegada

Pàg. 17 de 17