

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONCURS DE RELACIONS PÚBLIQUES 2025-2026
PEL FESTIVAL GREC, FESTIVAL DE DANSA METROPOLITANA, FESTIVAL LLUM BCN I
SUPORT GENÈRIC DEL SERVEI A D'ALTRES FESTIVALS O ESDEVENIMENTS ORGANITZATS
PER L'INSTITUT DE CULTURA**

1. Introducció

L'Institut de Cultura de Barcelona (d'ara en endavant ICUB) va ser creat el 1996 com a òrgan únic de totes les funcions municipals en matèria de cultura a partir de la fusió de l'Àrea de Cultura de l'Ajuntament, de l'Institut Municipal Barcelona Espectacles i del Centre gestor de museus.

L'ICUB té la voluntat de promoure la cultura a la ciutat de Barcelona des de tots els seus àmbits: literatura, cinema, art i disseny, arts escèniques, festes i tradicions, ciència, música i exposicions, entre d'altres. De cadascun d'aquests àmbits s'organitza una varietat de festivals que necessiten de serveis especialitzats de professionals vinculats a les Relacions Públiques en cadascun dels àmbits capaços de garantir l'eficàcia i professionalitat de l'atenció, confirmació, seguiment de les persones i institucions convidades.

Per la magnitud i per l'especialitat que suposen, l'ICUB té la necessitat de publicar aquest plec amb l'objectiu de contractar els serveis de relacions públiques especialitzats per a cada àmbit temàtic mitjançant la disposició de lots tal i com a continuació es detalla.

L'àmbit de contractació es divideix en 4 lots temàtics que s'agrupen de la següent manera, d'acord amb les condicions que es determinen al Plec de prescripcions administratives particulars.

LOT 1. Festival GREC.

LOT 2. Festival Dansa Metropolitana.

LOT 3. Festival LLUM BCN

LOT 4. Suport genèric de relacions públiques per a d'altres festivals i/o esdeveniments culturals no recollits en els anteriors lots i/o que puguin sorgir de nou i que requereixin serveis de relacions públiques.

2. Objecte del plec

El present plec de prescripcions té com a objectiu establir les condicions tècniques que han de regir el contracte de serveis de relacions públiques per donar cobertura a diferents festivals i esdeveniments que requereixin de la gestió d'aquest servei especialitzat.

Es tracta de desenvolupar l'estratègia de relacions públiques adaptada a les característiques, públic i sector de cada esdeveniment i posterior execució, en coordinació sempre amb el departament de patrocinis i relacions públiques de l'Institut de Cultura de Barcelona.

3. Descripció general de les tasques a realitzar en el marc de l'objecte del contracte

1. Disseny i estratègia de les relacions públiques per a cada esdeveniment demanat.
2. Preparació de mailings.
3. Gestió d'invitacions.
4. Confirmació d'assistents.
5. Seating.
6. Assistència portes i cobertura d'actes.
7. Bloquejos d'invitacions als programes informàtics de l'ICUB.
8. Atenció a companyies.
9. Resolució d'incidències.
10. Informe final de cada servei.

4. Lloc de prestació del servei

La prestació dels serveis es realitzarà a les instal·lacions de l'adjudicatari, tret de les reunions de planificació i seguiment que es realitzaran a la seu de l'ICUB. A més a més hi poden haver actuacions que es desenvoluparan "in situ" als espais vinculats a cada festival i/o esdeveniment.

5. Previsió de calendari

L'adjudicatari haurà de preveure que la tasca de relacions públiques sempre comença entre 30 i 60 dies abans, llevat del festival Grec que requereix de 4 mesos (des de finals de febrer a la gestió de la Roda de Premsa) de desenvolupament de la tasca. A continuació s'apunten els mesos aproximats de celebració de cadascun dels festivals, atenent que les dates d'inici varien cada any en funció del calendari anual.

Festival Llum BCN	Febrer
Premis Ciutat de Barcelona	Febrer
Festival Dansa Metropolitana	Març
Festival Internacional de Poesia	Maig
Grec Festival de Barcelona	Juliol
La Mercè	Setembre
Festival de Nadal	Desembre

6. Control del servei

El departament de Projectes Estratègics, a través del Servei de Relacions Públiques i Patrocini exercirà la facultat de vigilància i examen de la correcta realització de tots els serveis detallats en aquest contracte.

7. Condicions generals de desenvolupament i prestació del servei

L'empresa adjudicatària s'ocuparà del disseny de l'estratègia de Relacions Públiques (RP) així com de l'actualització dels mailings lliurats sota estricte control de la protecció de dades, de la gestió d'invitacions, de la confirmació d'assistència, del seating, de les portes a l'acte corresponent, dels bloquejos de reserves quan s'escaigui, de l'atenció a les companyies, resolució d'incidències i de l'aportació de l'informe final de cada servei.



L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques esmentades, durant el temps que duri l'adjudicació. Així mateix, oferirà els efectius suficients, que compleixin els requeriments previstos en els plecs, per tal de cobrir possibles absències de forma immediata, així com l'experiència i professionalitat requerida.

Així mateix, es garantiran els possibles encàrrecs de serveis extraordinaris amb motiu de l'organització d'activitats no previstes, així com per cobrir qualsevol esdeveniment puntual o incidència sobrevinguda que es pugui generar.

En cas que l'empresa adjudicatària consideri necessari substituir alguna de les persones professionals habituals destinades al servei, ho comunicarà per escrit a la responsable de Patrocinis i Relacions Públiques amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 24h respecte del pròxim esdeveniment.

Seràn imprescindibles les reunions diàries de coordinació amb l'antelació suficient de cada festival o esdeveniment. L'empresa haurà d'estar disponible per ser contactada diàriament mentre duri el decurs de l'esdeveniment.

El preu de licitació inclou totes les despeses necessàries per a la prestació del servei.

Es garantirà el servei en les mateixes condicions per cobrir qualsevol incidència sobrevinguda. Així mateix, es garantirà que es compleixin amb els compromisos d'adscripció de personal

L'empresa adjudicatària no podrà fer publicitat a través dels seus canals del fet d'haver estat adjudicatària per l'ICUB dels serveis licitats.

8. Condicions particulars i de prestació del servei

Les condicions particulars i de prestació de servei per a cadascun dels lots es troben en el documents annexos que es detallen:

LOT 1. Festival GREC.

LOT 2. Festival Dansa Metropolitana

LOT 3. Festival LLUM BCN

LOT 4. Suport genèric de relacions públiques per a d'altres festivals i/o esdeveniments culturals no recollits en els anteriors lots i/o que puguin sorgir de nou i que requereixin serveis de relacions públiques.

ANNEX 1

Lot 1. Gestió de les Relacions Públiques del Festival GREC

El GREC Festival de Barcelona 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 d'altres manifestacions performatives i visuals. Se celebrarà, aproximadament, entre la darrera setmana de juny i la primera setmana d'agost 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 al públic.

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.

GREC 2025 XIFRES I ESPAIS APROXIMATS

12 ESPECTACLES AL TEATRE GREC - 23 FUNCIONS (2024 11 espectacles i 21 funcions)
100 ESPECTACLES PREVISTOS a 40 sales diferents de la ciutat– 550 FUNCIONS

Grec Festival: És el Teatre Grec de Montjuïc, el cor del festival i des de l'ICUB s'assumeix la responsabilitat íntegra de la venda d'entrades. Consta d'un amfiteatre amb un aforament de 2.100 butaques, que s'adaptarà a la normativa sanitària del moment del festival exactament com en els Jardins, on s'ubica la zona de restauració del festival i es poden desenvolupar actes de presentació i/o activitats especials.

Grec Ciutat: Es desenvolupa a diferents sales de la ciutat, entre 40 i 50, amb els que s'estableixen complicitats amb les companyies. Són espectacles d'explotació més llarga. En aquest cas les pròpies sales/promotors realitzen la venda directa de les entrades. A part també s'hi inclou la Xirgu, el CCCB, el Mercat de les Flors, el Teatre Lliure i el Teatre Lliure de Gràcia.

Altres activitats: Activitats consistents en presentacions, xerrades, converses post funció, espais singulars, grec pro,... fetes a diferents espais de la ciutat com biblioteques, centres cívics i de lliure accés la major part. (35 espais aproximadament)

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

Treballant sota la direcció i supervisió del Servei de Patrocini i Relacions Públiques i amb la complicitat de la direcció del Grec Festival, del Departament de Premsa de l'Institut de Cultura, del Gabinet de presidència de l'Institut de Cultura i Protocol de l'Ajuntament s'ha de responsabilitzar de portar a terme les tasques que es descriuen a continuació.

1. Gestió d'invitacions.

Disseny, traduccions, correccions i maquetació de les invitacions, si es requereix.

Confirmació i seguiment de les invitacions destinades a companyies, col·laboradors, periodistes, patrocinadors, crítics, etc. per a cadascun dels espectacles. Els criteris els establiran el Servei de Patrocini i Relacions Públiques, el Departament de Premsa de l'ICUB, el Gabinet de Presidència, la direcció del Festival i Protocol de l'Ajuntament, en cada cas. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment en la qual quedin enregistrades totes les gestions.

En el cas concret de periodistes i crítics serà necessària una previsió prèvia d'assistència a cadascuna de les estrenes, per tal de conèixer amb antelació quines són les intencions de cadascun dels mitjans i la següent confirmació i seguiment personalitzat de les assistències per a cadascun dels espectacles, un cop s'ha validat amb el Departament de Premsa.

En general, la gestió de les invitacions s'ha de realitzar de manera ordenada i sistemàtica, ja que cada dia sorgeixen noves peticions, anul·lacions i canvis. Aquests canvis han d'estar ben reflectits a les llistes finals i constaran a la memòria de l'activitat del Festival.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge del Festival ni de la institució.

- a) Roda de premsa: entre el mes d'abril i principis del mes de maig de 2025 i 2026:
Gestió de les invitacions i del mailing, convocatòria de convidats, seguiment de confirmacions i de les incidències i gestió de portes i del protocol durant la celebració, d'aproximadament 400 persones.
- b) Promoció treballadors ICUB: es fan entre 2 i 3 promocions d'entrades pel Festival per als, aproximadament, 406 treballadors de l'ICUB al maig i a començaments de juliol una vegada iniciat el Festival. Gestió de les invitacions i del mailing, convocatòria de convidats, seguiment de confirmacions i de les incidències i gestió de portes i del protocol durant la celebració.
- c) Inauguració del Festival:
El tret de sortida del Festival és la nit de la inauguració al Teatre Grec. L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, sota supervisió de l'ICUB de la gestió d'invitacions, , mailing, seguiment de confirmacions i incidències, el seating, gestió de protocol i de portes i atenció als convidats i premsa el dia de l'acte per un aforament aproximat de 1.000 persones. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el Departament de Protocol de l'Ajuntament de Barcelona i el Servei de Patrocini i Relacions Públiques o amb qui aquest designi. A més a més s'ha de gestionar la dinamització del photocall de marques patrocinadores durant tota la nit a fi i efecte d'aconseguir que personalitats polítiques i socials del sector i influencers de XXSS hi participin per tal de dinamitzar les XXSS del Festival Grec.
- d) Inauguracions de sector:
Tres dels espectacles del Festival tindran caràcter d'inauguració sectorial entre els diferents gèneres: Dansa, Circ, Música i Teatre. Serà necessària la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, el seating, gestió de protocol i de portes i atenció als convidats i premsa el dia de l'acte per un aforament aproximat de 1.000 persones.
- e) Prèvies amb públic fora de programa a manera d'assaig general:
Es poden organitzar entre 3 i 5 funcions prèvies amb un màxim aproximat de 1.000 persones. Serà necessària la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, el seating, gestió de protocol i de portes i atenció als convidats i premsa.

f) Invitacions Festival:

Gestió d'invitacions de tots els espectacles del Festival. Cobertura amb una persona de suport de totes les funcions del Teatre Grec (25 funcions aproximadament) i de la resta d'espais de Grec Festival i de les estrenes de sales de Grec Ciutat. (aproximadament de 100 funcions). **Elaboració de llistes de convidats de totes les funcions** perquè l'equip de cada sala distribueixi les entrades en les funcions en que no hi hagi cobertura per part de l'empresa adjudicatària amb una persona física.

2. Accions de fidelització:

- a) Invitació, seguiment i organització de la presentació de la programació exclusiva pels **patrocinadors i col·laboradors** del Grec 2025 i 2026. Aproximadament 60 persones.
- b) Invitació, seguiment i organització de la presentació de la programació exclusiva pel **públic fidel** del Grec Festival. Aproximadament 600 persones.
- c) Invitació, seguiment i organització de la **presentació al públic en general** de la programació del Grec 2025 i 2026 durant la Roda de Premsa oficial. S'haurà de contactar amb empreses patrocinadores, mitjans col·laboradors i altres col·lectius a proposta de l'empresa adjudicatària.
- d) Invitació, seguiment i organització de la **presentació de la programació fins a tres col·lectius específics** a proposta de l'equip del Festival o de la pròpia empresa adjudicatària. Aforament de fins a 200 persones, aproximadament, en cada presentació.

3. Bloquejos d'entrades:

Realització dels bloquejos d'entrades, junt amb la persona/es que el Grec Festival de Barcelona designi i el Servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, de les entrades que es requereixin en concepte d'invitacions per a accions promocionals etc. dels diferents espectacles del festival. Traspàs a taquilles dels bloquejos realitzats.

4. Acompanyament companyies

Atenció a les companyies participants al Festival per gestionar la seva acollida i atenció in situ i donar suport a la seva estada a Barcelona. Aproximadament 35 companyies.

En concrets es requeriran els següents serveis:

- a) Reunions prèvies amb la direcció artística del Festival per tal d'obtenir el contactes i detalls de les companyies internacionals del Grec 2025 i 2026.
- b) Contacte previ a l'arribada amb totes les companyies internacionals i estatals per a gestionar l'arribada de cadascuna a Barcelona i fer l'assistència necessària.
- c) Procés d'acreditació professional per companyies: gestió de sol·licitud prèvia, acreditació física i lliurament.
- d) Captació i coordinació del lliurament del welcome pack per a l'estada de les companyies internacionals (entrades a museus, activitats culturals, trobades...)
- e) Gestió de desplaçaments a l'aeroport (arribada i sortida) de totes les companyies internacionals i estatals.
- f) Resolució d'incidències i necessitats especials durant l'estada de les companyies.
- g) Servei telefònic permanent de companyies a través del telèfon mòbil de l'empresa adjudicatària.

5. Tancament

Redacció de l'informe resum de totes les tasques desenvolupades a la conclusió del Festival. Lliurament al Servei de Patrocini i Relacions Públiques dels informes en format pdf i dels corresponents excels on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant el festival segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per cada espectacle per separat.
- Un informe conjunt d'invitacions lliurades per cada espectacle.
- Resum xifres generals d'invitacions del Festival.
- Invitacions Grec Festival per cada dia de Festival.
- Invitacions Grec ciutat per espectacle.
- Invitacions Grec Festival per espectacle.
- Invitació amb nom i cognoms per Grec festival i Grec Ciutat.
- Llistat i anàlisi de convidats que finalment no assisteixen.
- Invitacions premsa Grec.
- Invitacions patrocinadors Grec.
- Invitacions mitjans Grec.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca d'atenció a companyies.

Termini de lliurament: 15 de setembre de 2025 i 2026.

Enviament d'un e-mail d'agraïment a companyies, sales i col·laboradors del Festival.

ASSIGNACIÓ PERSONAL I DEDICACIÓ MÍNIMA PER A LA REALITZACIÓ DE LES TASQUES DESCRITES

Equip de 6 persones dedicades a la gestió del projecte de les quals:

- a) 2 persones amb dedicació directa i personal sobre la coordinació i execució de totes les tasques encarregades per l'Institut de Cultura de Barcelona en tots els temes que es plantegin (1 Coordinador/a i 1 Ajudant de coordinació)

Totes dues han de tenir experiència en la gestió d'actes i relació amb personalitats VIP, col·laboradors i patrocinadors d'esdeveniments culturals.

Coordinador/a: Experiència demostrable mínima de 3 anys en tasques de responsabilitat de relacions públiques en Festivals.

Dedicació mínima:

Finals de febrer-principis Març: Preparació del mailing de la Roda de Premsa. Dedicació a mitja jornada.

Abril i Maig: Actualització i seguiment del mailing i establiment de contactes amb els teatres i accions promocionals per públic fidel i treballadors. Dedicació a mitja jornada.

Juny i Juliol: Dedicació a jornada completa i disponibilitat durant els dies i hores de funció.

Disponibilitat d'adaptació a les necessitats del Festival per a la realització d'aquesta tasca, especialment durant el mes de juliol, tenint en compte que el Festival es desenvolupa al vespre i caps de setmana.

Ajudant de coordinació: Experiència demostrable mínima de 2 anys en tasques de responsabilitat de Relacions Públiques en l'àmbit cultural.

Dedicació mínima:

Finals de febrer-principis Març: edicació una mitjana de 3ores diàries

Abril i Maig: dedicació una mitjana de 3 hores diàries

Juny i Juliol: Dedicació a jornada completa.

Disponibilitat d'adaptació a les necessitats del Festival per a la realització d'aquesta tasca, especialment durant el mes de juliol, tenint en compte que el Festival es desenvolupa al vespre i també en caps de setmana.

- b) 1 persona amb dedicació exclusiva a la gestió de la premsa (amb categoria d'ajudant de coordinació):

Juliol: 2 hores diàries de mitjana de dilluns a diumenge i disponibilitat tot el més per urgències, incidents etc.

- c) Mínim 1 persona especialista en la gestió/atenció a companyies internacionals (amb categoria d'ajudant de coordinació).

Ha de tenir una experiència mínima demostrable d'1 any en la gestió/atenció a companyies internacionals en festivals d'arts escèniques o música d'una durada mínima de 15 dies.

Ha de tenir domini del català, castellà (demostrable amb titulació en cas de no tenir nacionalitat espanyola) i anglès (demostrable amb titulació mínima Nivell C1 o equivalent)

Dedicació mínima:

Estimació de 220 hores treballades durant els mesos de juny i juliol de dilluns a diumenge. Disponibilitat completa d'adaptació a les necessitats de la direcció artística del Festival per a la realització d'aquesta tasca.

- d) 1 persona de reforç (amb categoria d'ajudant de coordinació)

1a quinzena juny: mitja jornada de dilluns a divendres.

2a quinzena Juny: jornada completa de dilluns a divendres.

Juliol: una mitjana de 4 hores diàries de dilluns a diumenge.

Disponibilitat tot el més per urgències, incidències, etc.

- e) 1 persona de reforç extra en cas de ser necessari (no imprescindible) en funció de les necessitats i càrrega del servei (amb categoria d'ajudant de coordinació):

Segona quinzena del mes de Juny: 2 hores diàries de mitjana.

Juliol: 3 hores diàries de mitjana de dilluns a diumenge i disponibilitat tot el més per urgències, incidències, etc.

Mitjà d'acreditació de l'experiència laboral: Currículum professional

Formació de totes les persones assignades a les tasques descrites: Titulació en Llicenciatura o grau en Publicitat, Periodisme, Relacions Públiques o Comunicació.

Mitjà d'acreditació: S'haurà de presentar títol oficial o còpia compulsada per cada persona assignada a les tasques.

Justificació: El fet de tenir formació universitària específica permet que les persones assignades a les

diferents tasques puguin desenvolupar amb garantia i solvència la complexitat de tasques encomanades sabent que s'han format específicament en elles i tenint els recursos que la formació específica proporciona.

LÍNIES ESTRATÈGIQUES DEL PROJECTE GREC

El Grec Festival de Barcelona és un Festival que reuneix la major oferta d'arts escèniques de Barcelona. L'estiu, la nit i Barcelona son els tres elements que identifiquen especialment aquest esdeveniment cultural. Comprèn teatre, dansa, música, circ i altres manifestacions performatives i visuals.

Festival de creació. El Grec Festival aposta per la creació i per la singularitat respecte a la temporada ordinària. Es 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 donar als creadors locals o estrangers, la possibilitat de presentar les seves creacions.

Festival internacional. El Grec s'ha consolidat com un dels festivals de referència a Europa.

1 Presentació de propostes artístiques excepcionals.

L'objectiu és buscar i acostar referents i models que serveixin d'estímul al públic i als artistes; potenciar la creació i l'autoria contemporànies, mantenint l'equilibri entre diferents llenguatges, gramàtiques i disciplines de les arts escèniques i transcendir més enllà del propi Festival.

2 Descobrir, difondre i potenciar el talent i els teixits artístics locals.

Una de les premisses del Festival passa per ajuntar creadors de diferents disciplines, provocar interseccions i estimular-ne la seva creativitat. El Festival té com a objectiu afavorir les coproduccions d'artistes locals amb els equipaments escènics públics i privats i a la vegada, enfortir accions de promoció internacional. En aquesta línia de treball s'inclou incorporar nous formats a la programació, posant la mirada en el desenvolupament del talent de dones creadores.

3 Provocar, estimular i acompanyar iniciatives.

El projecte del Grec Festival de Barcelona vol ampliar les mirades sobre la programació; treballar amb agents articuladors i aprofitar el capital emprenedor a través del recolzament a projectes que tinguin lloc a la ciutat.

4 Ampliar la base social de públics i l'interès per les arts.

El Festival ha començat a treballar per buscar noves formes de participació i atiar la curiositat dels espectadors; ampliar l'espai per als projectes comunitaris i incentivar la participació dels espectadors, així com dels infants i joves en els processos de creació. També interessa imaginar totes les possibilitats que ofereix Internet per a un Festival a la xarxa.

DESCRIPCIÓ DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ A MODE DE CONTEXTUALITZACIÓ.

1. OBJECTIUS de Màrqueting:

- Posicionar el Festival Grec com un festival de qualitat, internacional, de creació i adreçat a tots els públics.
- Popularitzar el Festival com una cita imprescindible de les nits d'estiu.
- Cercar nous públics i augmentar l'afluència al Festival del públic jove.
- Reforçar el missatge de suport a la cultura de l'Ajuntament de Barcelona.

2. OBJECTIUS de Comunicació:

- Informar sobre El Festival Grec i tots els seus espectacles.
- Consolidar el relat encetat les edicions anteriors.
- Generar tràfic al web i les xarxes socials 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 públic entre els espais de Grec festival i Grec Ciutat.
- Comunicar promocions puntuals (descomptes especials, concursos etc.)
- A nivell de xarxes socials els objectius específics són incrementar el nombre de fans, generar engagement (likes, comments) i drive al web per incrementar les vendes.
- Potenciar una comunicació a públics: destacant diferents espectacles adreçats als diferents targets i fent èmfasi en els espectacles que més necessitin difusió en funció de la venda d'entrades.

CALENDARI GENERAL

Abril de 2025

Presentació de la programació íntegra en Roda de Premsa i sortida a la venda de les entrades. Accions de difusió "inici venda d'entrades" a:

- Accions de màrqueting directe a compradors d'entrades del Grec de les edicions anteriors.
- Comunicació a través Web.
- Comunicació a través de Xarxes Grec, Xarxes i WEB de l'Institut de Cultura de Barcelona, Xarxes i Web de l'Ajuntament de Barcelona.
- Accions de publicitat a Google.
- D'altres específiques de fidelització i captació de nous públics que ha de proposar l'empresa adjudicatària de present contracte.

Abril/maig de 2025

Presentació al públic fidel de la base de dades de Grec.

Contactes per pactar accions de difusió a públics específics i espectadors d'anteriors edicions del festival.
Promoció per a treballadors ICUB.

Maig/juny 2025

Encartament del programa en paper si les condicions sanitàries ho permeten i inici de la campanya de comunicació adreçada a tots els públics (Publicitat exterior, premsa, on line, TV, ràdio i accions de públics principalment).

Juny/juliol 2025

Comunicació/ accions de promoció d'espectacles concrets en funció de les vendes.

MAPA DE PÚBLICS DE LA CAMPANYA

Ciutadania en general i nous públics –*Notorietat, posicionament del Festival i venda d'entrades.*

Públic jove–*Notorietat i venda d'entrades.*

Públic Grec d'altres edicions (el perfil més habitual són dones d'una mitjana d'edat de 42 anys) –
Fidelització i venda d'entrades.

Premsa especialitzada

Professionals del sector

Patrocinadors i col·laboradors

ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast és principalment Barcelona Ciutat amb presència a nivell Catalunya en alguns suports de comunicació.

La campanya tindrà més protagonisme en els suports d'exterior, digitals i comunicació adreçada a públics específics i seran fonamentals les peces de senyalística tant als espais de Montjuïc com als teatres de la ciutat.

ANNEX 2

LOT 2. Gestió de les RP del Festival Dansa Metropolitana

El Festival Dansa Metropolitana és un programa cultural promogut conjuntament per diferents municipis de l'àrea metropolitana i forma part de l'agenda cultural de la ciutat. Té per objectiu general promoure la dansa entre la ciutadania i contribuir a la presència regular dels muntatges de dansa en les seves diferents disciplines, a les programacions de teatres municipals, centres socioculturals i espais públics singulars.

Amb els objectius de millorar la percepció social envers la dansa, implicar el màxim d'equipaments i generar pràctiques que apleguin el màxim nombre de gèneres i persones, Dansa Metropolitana posa la dansa al centre durant tot el mes de març per reivindicar-la com a art i com a element d'unió i de diàleg.

Aquest esdeveniment té una durada de 30 dies aproximadament durant el mes de març i programa al voltant de 100 propostes i propostes de dansa d'estils diferents a 12 ciutats de l'Àrea Metropolitana. La programació conté espectacles de pagament a teatres i altres equipaments de les ciutats participants i espectacles d'accés lliure.

Els participants a data de tancament del present document són Badalona, Barcelona, Cornellà, El Prat de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Granollers, L'Hospitalet de Llobregat, Sabadell, Sant Cugat del Vallès, Santa Coloma, Terrassa i Viladecans.

L'objectiu principal d'aquest esdeveniment és potenciar un mes de dansa, un temps fort que no pretén tenir la forma d'un festival sinó més aviat concedir el màxim protagonisme a aquest gènere en un període anual concret i d'una manera estable. En concret es cerca:

- Notorietat: un mes amb una activitat hegemònica, reconeguda pels mitjans de comunicació, viscuda intensament pel sector i amb una forta participació dels agents públics amb responsabilitat en el món de les arts escèniques.
- Extensió territorial: Participació dels teatres municipals metropolitans i una bona selecció de centres socioculturals de Barcelona i altres espais privats i públics.
- Màxima ampliació de gèneres i públics: Obertura a tots els estils de dansa; del flamenc, al hip-hop, la dansa-teatre o el musical i treballar a espais heterodoxos.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

Treballant en coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques, Presidència i Premsa de l'ICUB, Protocol de l'Ajuntament i amb la complicitat de la direcció del Festival Dansa Metropolitana, l'empresa adjudicatària s'ha de responsabilitzar de portar a terme les tasques que es descriuen a continuació.

- Preparar i coordinar la tasca de RRPP amb l'equip del Dansa Metropolitana, l'CUB i els municipis que acullen les inauguracions o estrenes.
- Gestió de les Relacions Públiques de la Roda de Premsa del Dansa Metropolitana: gestió de les invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències i portes.
- Gestió de les RRPP de la inauguració, que inclou coordinar el protocol amb 12 ajuntaments de l'àrea metropolitana, així com tots els convidats i assistents a la inauguració.
- Cobertura de la inauguració amb un equip de 4 persones per atendre el protocol i les RRPP.
- Cobertura d'altres esdeveniments del Festival en què és necessari atendre necessitats de RRPP, invitacions, etc.
- Gestió de les invitacions, mailing, seguiment, confirmacions i incidències per aproximadament 100 espectacles.
- Gestió de les invitacions, mailing, seguiment, confirmacions i incidències per altres espectacles del festival (entre 5 i 10).
- Coordinació amb tots els equipaments (més de 50) de les invitacions de protocol i RRPP de les més de 150 activitats del festival, durant tota la durada del festival.
- Actualització del mailing de relacions públiques.
- Actualització dels contactes de les entitats, associacions, institucions, espectadors, etc amb els que es treballarà la promoció i gestió de públics.

Tancament

Redacció de l'informe resum de totes les tasques desenvolupades a la conclusió del Festival. Lliurament al Servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe en format pdf i dels corresponents excels on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant el festival segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per cada espectacle per separat.
- Un informe conjunt d'invitacions lliurades per cada espectacle.
- Resum xifres generals d'invitacions del festival.
- Invitacions als diferents espectacles/escenaris per cada dia de festival i per cada espai.
- Llistat i anàlisi de convidats, confirmats i assistents finals.
- Llistat i anàlisi de convidats que finalment no assisteixen.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca d'atenció a companyies.

Termini de lliurament: 30 d'abril de 2026.

Assignació personal i dedicació mínima per a la realització de les tasques descrites

Seràn necessàries 4 persones per desenvolupar totes les tasques necessàries. Concretament:

1 persona encarregada del projecte (amb categoria de coordinador/a)

Experiència necessària mínima de la persona encarregada del projecte: Portar mínim 3 anys gestionant les relacions públiques de festivals i esdeveniments coordinats per més de 10 municipis i de més de 2.000 persones vinculades específicament a les arts, sobretot tenint en compte la complexitat de coordinació que implica tenir diferents ajuntaments i ens implicats en el desenvolupament del festival en qüestió

1 ajudant (amb categoria d'ajudant de coordinació).

Experiència necessària mínima de la persona ajudant: Portar mínim 2 anys gestionant les relacions públiques en espectacles de l'àmbit cultural

2 persones més per atendre la inauguració i estrenes (amb categoria d'ajudant de coordinació). En concret hi haurà un màxim de 10 estrenes.

Experiència necessària mínima del personal: Portar mínim 1 any gestionant les relacions públiques de festivals i esdeveniments culturals

Mitjà d'acreditació de l'experiència laboral: Currículum professional

Formació de totes les persones assignades a les tasques descrites: Titulació en Llicenciatura o grau en Publicitat, Periodisme, Relacions Públiques o Comunicació.

Mitjà d'acreditació: S'haurà de presentar títol oficial o còpia compulsada per cada persona assignada a les tasques.

Justificació: El fet de tenir formació universitària específica permet que les persones assignades a les diferents tasques puguin desenvolupar amb garantia i solvència la complexitat de tasques encomanades sabent que s'han format específicament en elles i tenint els recursos que la formació específica proporciona.

Dedicació mínima exigida:

- En relació a la gestió de les relacions públiques i gestió de públics serà necessari:
 - un treball previ el gener de 2026 per definir objectius, estratègies i calendaris.
 - Dedicació a mitja jornada de gener a febrer per actualitzar les dades de les entitats, associacions, institucions, espectadors, etc que serviran per crear i gestionar posteriorment el mailing de relacions públiques, preparació del llistat de contactes i reunions preparatòries i de coordinació amb l'ICUB, ajuntaments i sales.

En termes generals el mes de març de 2026, quan es desenvolupin les activitats pròpies del festival, la dedicació serà de jornada completa per les mínim quatre persones que gestionaran les relacions públiques, tenint en compte que hi poden haver dies que es treballi en cap de setmana, festius i en horari nocturn.

ANNEX 3

LOT 3. Gestió de les RP del Festival LLUM BCN

Al voltant de la primera quinzena de febrer, el Festival Llum BCN, transforma els carrers del Poblenou en un gran laboratori d'experimentació a l'aire lliure, amb la llum com a mitjà creatiu d'artistes, dissenyadors i arquitectes d'arreu del món que exploren les possibilitats que ofereixen, a l'espai urbà, les noves tècniques de la il·luminació dinàmica, la projecció a gran escala i els entorns interactius.

Les funcions de Relacions Públiques es centraran en el control del mailing, el registre i control de les invitacions institucionals, seguiment de confirmacions i incidències, gestió de la trobada d'organitzadors, artistes i patrocinadors i gestió de l'acte protocol·lari de lliurament de premis entre l'alumnat de les escoles participants.

Les tasques en concret a realitzar, sempre en coordinació amb el Servei de Patrocini i Relacions Públiques, seran:

Roda de premsa/acte de presentació, inauguració i actes de patrocinadors i del festival.

Gestió de les invitacions, mailing, confirmació i seguiment de les invitacions destinades als artistes, col·laboradors, periodistes, patrocinadors, crítics etc. i servei de portes per a cadascun dels espectacles. Els criteris els establiran el servei de Patrocini i Relacions Públiques, el Departament de Premsa i Gabinet de Presidència de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament, en cada cas. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment en la qual quedin enregistrades totes les gestions.

La gestió de les invitacions s'ha de realitzar de manera ordenada i sistemàtica, ja que cada dia sorgeixen noves peticions, anul·lacions i canvis. Aquests canvis han d'estar ben reflectits a les llistes finals.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge del festival ni de la institució.

Roda de premsa/Acte de presentació del Festival

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb l'ICUB, de la gestió de les invitacions, creació del mailing d'invitacions i el seu enviament i posterior seguiment. Seguiment de confirmacions i incidències i gestió de portes. També ha de donar suport en la gestió de l'acte. Assistir a les reunions de planificació i coordinació i a les portes de cada esdeveniment

Actes patrocinadors LLUM BCN:

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb l'ICUB, de donar suport a l'organització de l'acte, assistir a les reunions de planificació i coordinació, gestionar les invitacions, el mailing, el seguiment de confirmacions i incidències, gestió de portes i acreditacions dels convidats i logística necessària de cada acte de patrocinadors per cobrir els requeriments específics que es puguin donar.

Inauguració del Festival:

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb l'ICUB de la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, gestió de portes i acreditacions i atenció als convidats el dia de l'acte per un aforament de 150 persones aproximadament. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el Departament de Protocol de l'Ajuntament de Barcelona i el servei de Patrocini i Relacions Públiques, el departament de presidència i premsa de l'Institut de Cultura o amb qui aquest designi.

“Jornades LLUM BCN PRO”

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb l'ICUB, de la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, gestió de portes i acreditacions i atenció als convidats el dia de l'acte per un aforament de 300 persones aproximadament. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'Institut de Cultura o amb qui aquest designi.

Trobada Patrocinadors i Artistes

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb l'ICUB, de la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, gestió de portes i acreditacions i atenció als convidats el dia de l'acte per un aforament de 300 persones aproximadament. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'Institut de Cultura o amb qui aquest designi.

Acte Talent Jove:

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb l'ICUB, de la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, gestió de portes i acreditacions i atenció als convidats el dia de l'acte per un aforament de 200 persones aproximadament. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'Institut de Cultura o amb qui aquest designi.

Tancament:

Redacció de l'informe resum de totes les tasques desenvolupades a la conclusió del Festival.
Lliurament al Departament de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe en format pdf i dels corresponents excels on es detallen de manera clara i ordenada tots els mailings i les invitacions distribuïdes durant els diferents actes del Festival segons les següents classificacions:

- Un informe del mailing enviat de cada acte per separat, incloent les confirmacions i els assistents finals.
- Resum xifres generals d'invitacions pels diferents actes del festival.
- Llistat i anàlisi de convidats que finalment no assisteixen.
- Invitacions premsa
- Invitacions patrocinadors d'empreses
- Invitacions patrocinadors mitjans
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca d'atenció a companyies.

Assignació personal i dedicació mínima per a la realització de les tasques descrites

Equip de **4 persones** dedicades a la gestió del projecte de les quals:

2 persones amb dedicació directa i personal sobre la coordinació i execució de totes les tasques encarregades per l'Institut de Cultura en tots els temes que es plantegin (1 Responsable i 1 Tècnic/a)

Experiència mínima exigida del Coordinador/a: Experiència demostrable mínima de 3 anys en tasques de responsabilitat de relacions públiques en festivals i esdeveniments culturals de la ciutat i en la gestió d'actes culturals i relació amb personalitats VIP i col·laboradors i patrocinadors d'esdeveniments culturals.

Experiència mínima del Tècnic: Experiència demostrable mínima de 2 anys en tasques de relacions públiques vinculades en esdeveniments culturals

2 ajudants de coordinació: Experiència demostrable mínima d'1 any en tasques d'ajudant de coordinació similars als de l'objecte del contracte. L'acreditació d'aquesta experiència serà a través de l'aportació del currículum professional on constin la/es experiències en tasques de coordinació en serveis similars als de l'objecte del contracte amb un mínim valorable d'1 any.

Mitjà d'acreditació de l'experiència laboral: Currículum professional

Formació de totes les persones assignades a les tasques descrites: Titulació en Llicenciatura o grau en Publicitat, Periodisme, Relacions Públiques o Comunicació.

Mitjà d'acreditació: S'haurà de presentar títol oficial o còpia compulsada per cada persona assignada a les tasques.

Justificació: El fet de tenir formació universitària específica permet que les persones assignades a les diferents tasques puguin desenvolupar amb garantia i solvència la complexitat de tasques encomanades sabent que s'han format específicament en elles i tenint els recursos que la formació específica proporciona

Dedicació mínima:

Novembre-desembre 2025: Primeres reunions de planificació i coordinació pel LLUM BCN 2026 i gestió de les invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències pels primers actes LLUM BCN 2026.

Gener - Febrer: Seguiment del mailing, confirmacions i incidències i suport en l'organització i logística dels primers actes LLUM BCN 2026, assegurant el correcte acompanyament dels convidats i patrocinadors. Dedicació a mitja jornada.

Febrer: Dedicació a jornada completa i disponibilitat durant els dies i hores del festival. Gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i incidències, gestió de portes i acreditacions, acollida i acompanyament de convidats pels diferents actes i esdeveniments.

Disponibilitat d'adaptació a les necessitats del Festival per a la realització d'aquesta tasca, tenint en compte que el festival es desenvolupa al vespre i cap de setmana.

Tècnic/a:

Dedicació mínima:

Gener - Febrer: Dedicació una mitjana de 3 hores diàries.

Febrer: Dedicació a jornada completa els dies del festival.

Disponibilitat d'adaptació a les necessitats del Festival per a la realització d'aquesta tasca, tenint en compte que el Festival es desenvolupa al vespre i caps de setmana.

2 ajudants (amb categoria d'ajudant de coordinació)

Dedicació mínima: jornada completa durant els dies de funcionament del Festival i actes previs de patrocinadors i del propi Festival.

Mitjà d'acreditació de l'experiència laboral: Currículum professional

Formació de totes les persones assignades a les tasques descrites: Titulació en Llicenciatura o grau en Publicitat, Periodisme, Relacions Públiques o Comunicació.

Mitjà d'acreditació: S'haurà de presentar títol oficial o còpia compulsada per cada persona assignada a les tasques.

Justificació: El fet de tenir formació universitària específica permet que les persones assignades a les diferents tasques puguin desenvolupar amb garantia i solvència la complexitat de tasques encomanades sabent que s'han format específicament en elles i tenint els recursos que la formació específica proporciona

ANNEX 4

LOT 4. Suport genèric de relacions públiques per a d'altres festivals i/o esdeveniments culturals no recollits en els anteriors lots i/o que puguin sorgir de nou i que requereixin de serveis de relacions públiques.

L'Institut de Cultura de Barcelona celebra altres festivals i/o activitats puntuals, com ara el Festival Internacional de Poesia, l'acte de Lliurament dels Premis Ciutat de Barcelona, les beques ciutat de Barcelona, activitats concretes en el marc de la Festa Major de la ciutat, La Mercè, com el Toc d'Inici, el Nadal a Plaça Catalunya o bé d'altres esdeveniments nous que puguin sorgir al llarg del període del contracte present que podrien requerir per la seva magnitud de la contractació d'un servei especialitzat de relacions públiques. Per donar cobertura a aquests serveis es disposarà d'una borsa de 500 hores a disposar segons les necessitats que sorgeixin.

LA MERCÈ, FESTA MAJOR DE BARCELONA

Cada any, al voltant del 24 de setembre, el dia de la Mercè, Barcelona celebra la seva Festa Major. La Festa Major s'entén com un festival de festivals, multitudinari i popular, que durant quasi una setmana i en diversos espais públics de la ciutat, aplega al voltant d'un milió i mig de barcelonins i barcelonines de totes les condicions al voltant de diferents activitats culturals, artístiques i festives.

Serà necessari, en el marc del festival esmentat realitzar la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i gestió d'incidències i portes per a cadascun dels espectacles. Els criteris els establirà el Departament de Patrocini i Relacions Públiques i el Departament de Premsa de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament, en cada cas. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment en la qual quedin enregistrades totes les gestions.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge del festival ni de la institució.

Pregó i Toc d'inici:

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de la gestió del mailing i de les invitacions de relacions públiques i atenció als convidats i premsa el dia de l'acte. Per aquestes tasques serà necessària la coordinació amb el Departament de Protocol de l'Ajuntament de Barcelona i el Departament de Patrocini i de relacions públiques de l'Institut de Cultura o amb qui aquest designi.

Tancament

Redacció de l'informe resum de totes les tasques desenvolupades a la conclusió del Festival. Lliurament al Departament de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe en format pdf i dels corresponents excels on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant el festival segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per cada acte per separat.
- Resum xifres generals d'invitacions del Festival.
- Llistat de convidats, confirmats, assistents i no assistents.
- Invitacions premsa.
- Invitacions patrocinadors.

- Invitacions mitjans.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca de RP.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE POESIA:

Durant el mes de maig Barcelona celebra el Festival Internacional de Poesia de Barcelona, que porta a la ciutat autors i autores d'arreu del món. Les funcions de Relacions Públiques en el marc d'aquest esdeveniment requeriran del control del mailing, el registre i control dels assistents, actes protocol·laris, recepció dels convidats, acomodació, atenció personalitzada prèvia, durant i després de l'esdeveniment.

Treballant amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions de l'Institut de Cultura, s'ha de responsabilitzar de portar a terme les tasques descrites a continuació.

Acte Festival Internacional de Poesia:

Gestió de les invitacions, mailing i seguiment de les confirmacions, incidències, seating, gestió de portes, i coordinació amb taquilles al Palau de la Música. Els criteris els establiran el Departament de Patrocini i Relacions Públiques i el Gabinet de Protocol i Premsa de l'ICUB, en cada cas. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment en la qual quedin enregistrades totes les gestions.

La gestió de les invitacions s'ha de realitzar de manera ordenada i sistemàtica, ja que cada dia sorgeixen noves peticions, anul·lacions i canvis. Aquests canvis han d'estar ben reflectits a les llistes finals.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge del Festival ni de la institució.

Acte cloenda Festival Internacional de Poesia al mes de maig:

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de la gestió d'invitacions:

Preparació mailing, invitació, confirmació assistents, seating, gestió d'incidència si portes, acollida a l'acte i coordinació amb taquilles del Palau de la Música. **Aforament màxim 500 persones.**

Tancament

Redacció de l'informe resum de totes les tasques desenvolupades a la conclusió l'acte. Lliurament al Departament de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe en format pdf i dels corresponents excel·lons on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant l'acte segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per l'acte.
- Resum xifres generals d'invitacions a l'acte.
- Llistat i anàlisi de convidats, confirmats, assistents i no assistents.
- Invitacions premsa.
- Invitacions patrocinadors d'empreses.
- Invitacions patrocinadors de mitjans.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca de RP.

PREMIS CIUTAT DE BARCELONA:

Els Premis Ciutat de Barcelona convocats anualment per l'Ajuntament de Barcelona a través l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB), estan destinats al reconeixement d'obres publicades, espectacles exhibits i projectes desenvolupats durant un any natural.

L'acte de lliurament dels Premis es fa al Saló de Cent de l'ajuntament de Barcelona. És un acte protocol·lari i de Relacions Públiques que demana un control de mailing, registre de convidats, patrocinadors, acomodació i accions durant el dia de l'esdeveniment.

Treballant en coordinació amb el Servei de Patrocini i Relacions de l'Institut de Cultura, s'ha de responsabilitzar de dur a terme les tasques descrites a continuació.

Lliurament premis :

Gestió de les invitacions, mailing i seguiment de les confirmacions, incidències, seating, gestió de portes a l'acte, sota els criteris establerts pel servei de Patrocini i Relacions Públiques, Gabinet de Presidència i Premsa de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament en cada cas. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment i control de totes les gestions.

La gestió de les invitacions s'ha de realitzar de manera ordenada i sistemàtica, ja que cada dia sorgeixen noves peticions, anul·lacions i canvis. Aquests canvis han d'estar ben reflectits a les llistes finals.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge del festival ni de la institució.

Lliurament de premis: Al mes de Febrer.

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb servei de Patrocini i Relacions Públiques, Gabinet de Presidència i Premsa de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament en cada cas de la gestió d'invitacions.

Gestió de les invitacions, mailing i seguiment de les confirmacions, incidències, seating, gestió de portes. Aforament màxim 450 persones.

Tancament

Lliurament al servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe resum de les tasques desenvolupades durant l'acte en format pdf i els corresponents excel·lents on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant l'acte segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per l'acte.
- Resum xifres generals d'invitacions a l'acte.
- Llistat i anàlisi de convidats, confirmats, assistents i no assistents.
- Invitacions premsa.
- Invitacions empreses patrocinadores.
- Invitacions mitjans patrocinadors.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca de RP.

BEQUES "PREMIS CIUTAT DE BARCELONA"

Les beques "Premis Ciutat de Barcelona" són ajuts destinats a fer possible projectes de creació, recerca i innovació en els àmbits de la cultura, l'educació i la ciència.

L'empresa haurà de realitzar funcions de Relacions Públiques en el control del mailing, el registre i control dels assistents, recepció dels convidats, acomodació, atenció personalitzada prèvia, durant i després de l'esdeveniment.

En coordinació amb el Servei de Patrocini i Relacions Públiques, Gabinet de Presidència i Premsa de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament, en cada cas, s'ha de responsabilitzar de portar a terme les tasques descrites a continuació.

Lliurament beques :

Confirmació i seguiment de les invitacions destinades a participants, col·laboradors, periodistes, etc. per l'acte. Els criteris els establiran el Servei de Patrocini i Relacions Públiques, Gabinet de Presidència i Premsa de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament. L'empresa adjudicatària haurà de proposar una eina de seguiment en la qual quedin enregistrades totes les gestions.

La gestió de les invitacions s'ha de realitzar de manera ordenada i sistemàtica, ja que cada dia sorgeixen noves peticions, anul·lacions i canvis. Aquests canvis han d'estar ben reflectits a les llistes finals.

Caldrà demostrar també habilitats comunicatives en la gestió de conflictes i explicar el perquè en alguns casos no es pot facilitar les invitacions que s'han demanat sense malmetre la imatge de l'esdeveniment ni de la institució.

Lliurament Beques: Al mes de Juliol.

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada, en coordinació amb el Servei de Patrocini i Relacions Públiques, Gabinet de Presidència i Premsa de l'ICUB i Protocol de l'Ajuntament, de la gestió d'invitacions:

Preparació mailing, invitació, confirmació assistents, seating i acollida a l'acte. **Aforament màxim 500 persones.**

Tancament:

Lliurament al servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe resum de les tasques desenvolupades durant l'acte en format pdf i els corresponents excel·lents on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant l'acte segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per l'acte.
- Resum xifres generals d'invitacions a l'acte.
- Llistat i anàlisi de convidats, confirmacions, assistents i no assistents.
- Invitacions premsa.
- Invitacions empreses patrocinadors.
- Invitacions mitjans patrocinadors.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca de RP.

FESTIVAL DE NADAL A PLAÇA CATALUNYA

Durant el mes de desembre la plaça de Catalunya és l'escenari d'una programació atractiva i extensa per a tot tipus de públics, ja siguin infants, joves, adults, ciutadania local o visitants d'arreu. Uns 300.000 visitants gaudeixen de les 90 sessions d'espectacles i activats del Barcelona Festival de Nadal.

Les arts de carrer, la música, les instal·lacions o les arts digitals donen forma al Barcelona Festival de Nadal a través de llenguatges universals diversos i accessibles per a tothom els matins, tardes i vespres durant el mes de desembre. I tot plegat, sota el fil conductor del Nadal de la ciutat i l'esclat de l'energia propi d'aquestes festes estimades.

El Barcelona Festival de Nadal vol ser un regal a la ciutat de Barcelona, una festa amb mirada cultural i cosmopolita, una finestra de les arts, la cultura i la creativitat fetes a la ciutat, un programa de promoció de ciutat i una autèntica celebració nadalenca.

L'empresa adjudicatària s'haurà d'encarregar d'organitzar, en coordinació amb el Servei de Patrocinis i Relacions públiques de l'ICUB, Gabinet de Premsa i Presidència i Protocol de l'Ajuntament la preestrena de la programació de Nadal a Plaça Catalunya que serà al voltant de mitjans de desembre. Al mateix temps s'haurà d'encarregar de la gestió d'invitacions, mailing, seguiment de confirmacions i gestió d'incidències i portes

Tancament:

Lliurament al Departament de Patrocini i Relacions Públiques de l'informe resum de les tasques desenvolupades durant l'acte en format pdf i els corresponents excel on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant l'acte segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per l'acte.
- Resum xifres generals d'invitacions a l'acte.
- Llistat i anàlisi de convidats, confirmats, assistents i no assistents.
- Invitacions premsa.
- Invitacions empreses patrocinadors.
- Invitacions mitjans patrocinadors.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca de RP.

RESUM DE TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

Treballant en coordinació amb el Servei de Patrocinis i Relacions públiques de l'ICUB, Gabinet de Premsa i Presidència i Protocol de l'Ajuntament, en el supòsit que es requerís algun servei de l'empresa adjudicatària, estaria relacionat amb alguns dels següents àmbits que tot seguit es detallen.

- a) Reunions de coordinació i planificació i visites tècniques als espais on hi haurà els diferents esdeveniments.
- b) Gestió de les invitacions.
- c) Actualització llistat de convidats.
- d) Gestió del mailing, confirmacions i incidències.
- e) Contacte amb les diferents sales dels festivals per gestionar les peticions d'entrades.
- f) Bloquejos d'entrades.
- g) Gestió del seating.
- h) Gestió de portes i acollida i acompanyament de convidats.
- i) Suport en la logística i organització dels esdeveniments.
- j) Acompanyament de companyies i patrocinadors.
- k) Informe de tancament de l'activitat de totes les tasques desenvolupades a la conclusió l'acte/esdeveniment/festival en format pdf i dels corresponents excels on es detallin de manera clara i ordenada totes les invitacions distribuïdes durant l'acte segons les següents classificacions:

- Un informe d'invitacions lliurades per l'acte.
- Resum xifres generals d'invitacions a l'acte.
- Llistat i anàlisi de convidats, confirmacions, assistents i no assistents.
- Invitacions premsa.
- Invitacions empreses patrocinadors.
- Invitacions mitjans patrocinadors.
- Desenvolupament, incidències i valoració de la tasca de RP.

CONDICIONS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI

L'adjudicatari haurà d'estar disponible quan el Servei de Relacions Públiques i Patrocinis de l'ICUB ho requereixi, per tal de col·laborar en els preparatius de tota l'estratègia. Un cop comenci el festival i/o activitat, caldrà que desenvolupi la tasca o tasques contractades.

L'adjudicatari contractat donarà el suport específic que se sol·liciti i proposarà, mitjançant currículum, l'equip professional més adequat per realitzar la feina. Pel seguiment i coordinació del servei, s'establiran aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i l'adjudicatari.

RECURSOS HUMANS PER LA PRESTACIÓ DEL SERVEI.

Per a la prestació dels serveis sol·licitats, l'adjudicatari haurà de garantir la figura professional d'un coordinador en l'atenció i gestió de relacions públiques per fer d'enllaç amb servei de Patrocinis i Relacions Públiques de l'ICUB amb estudis de grau o titulació de Llicenciatura en **publicitat** i relacions públiques. També serà necessari un equip tècnic i de suport, si és el cas. Previ a la contractació per donar suport al festival que ho requereixi, l'empresa adjudicatària presentarà un pressupost al servei de Patrocinis i Relacions Públiques on detallarà les feines a realitzar i cost corresponent a preu/hora atenent a les tasques concretes encomanades.

Coordinador: Tasques de coordinador de la feina requerida i supervisió de les labors dutes a terme pel tècnic. Serà l'encarregat d'interlocutar amb l'ICUB i el responsable que assistirà a les reunions de preparació i seguiment. Encarregat de la presentació dels informes de tancament. Ha de tenir una experiència de 3 anys en la gestió de les relacions públiques en esdeveniments culturals.

Ajudant de coordinació: Màxim 2 persones. Encarregat de dur a terme les tasques del dia sota la supervisió del coordinador. Ha de tenir una experiència mínima de 2 anys en la gestió de les relacions públiques en esdeveniments culturals.

Personal de reforç (amb categoria d'ajudant de coordinació): Màxim 2 persones. Donarà suport per desenvolupar les tasques encomanades

Mitjà d'acreditació de l'experiència laboral: Currículum professional

Formació de totes les persones assignades a les tasques descrites: Titulació en Llicenciatura o grau en Publicitat, Periodisme, Relacions Públiques o Comunicació.

Mitjà d'acreditació: S'haurà de presentar títol oficial o còpia compulsada per cada persona assignada a les tasques.

Justificació: El fet de tenir formació universitària específica permet que les persones assignades a les diferents tasques puguin desenvolupar amb garantia i solvència la complexitat de tasques encomanades sabent que s'han format específicament en elles i tenint els recursos que la formació específica

proporciona

HORARI I NIVELL DE SERVEI

La dedicació exclusiva només es requerirà durant la durada estricta del festival i/o esdeveniment. Abans tan sols es demana disponibilitat parcial per a la preparació prèvia de les necessitats i per les possibles reunions que es puguin establir per desenvolupar l'estratègia de relacions públiques amb el Servei de Patrocinis i Relacions Públiques de l'ICUB i la direcció del festival en qüestió.