

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE DE SERVEIS D'UN TÈCNIC ESPECIALISTA TRANSVERSAL EN MÀRQUETING, PUBLICITAT, COMUNICACIÓ I RELACIONS PÚBLIQUES PER DONAR COBERTURA AL SERVEI DE PATROCINIS I RELACIONS PÚBLIQUES DE L'ICUB PER ALS ANYS 2025-2026-2027-2028

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 transversals de professionals vinculats al màrqueting, la publicitat, la comunicació i les relacions públiques capaços de garantir l'eficàcia i professionalitat en el seguiment dels acords de patrocini, en el desenvolupament de dossiers de pre patrocini per captar noves marques patrocinadores i de postpatrocini per mostrar el retorn de la inversió de les marques, així com l'assistència en el disseny, planificació i organització de les relacions públiques en coordinació amb el servei de patrocini i relacions públiques de l'ICUB i empreses externes vinculades al desenvolupament d'aquests serveis

El present concurs no és objecte de divisió en lots perquè es tracta de treballar en tasques profundament interrelacionades. El servei de patrocini i RP de l'ICUB treballa amb una lògica transversal promocionant les acords de patrocini de diversos festivals i esdeveniments al llarg de l'any per cada marca. Per això és impossible treballar en lots perquè seria inviable. El proveïdor haurà de tenir una visió global del departament i treballar transversalment perquè un cop feta l'assistència i seguiment dels acords de patrocini pugui treballar, en coordinació amb el servei de patrocini i els serveis externs de fotografia i de disseny de dossiers, en l'elaboració dels dossiers de retorn de marca a les empreses patrocinadores. També s'haurà de relacionar amb el servei extern que dona cobertura a la implantació de les relacions públiques que s'han dissenyat dins del propi servei de l'ICUB. De la mateixa manera el disseny de les relacions públiques està íntimament relacionat amb les tasques transversals del servei de patrocini, ja que cada festival té els seus actes associats (Rodes de premsa, inauguracions, jornades,...) i és necessari que un mateix proveïdor estigui present en totes les tasques que es relacionaran posteriorment.

2. Objecte del plec

El present plec de prescripcions tècniques té com a objectiu establir les condicions tècniques que han de regir el contracte de serveis d'un tècnic especialista transversal en màrqueting, publicitat, comunicació i relacions públiques per donar cobertura al servei de patrocini i relacions públiques de l'ICUB per als anys 2025-2026-2027-2028.

Es tracta de col·laborar en la implementació de les estratègies de patrocini i relacions públiques

adaptades a les característiques de cada marca patrocinadora i fer-ne el seguiment previ i post festival des de les vessants d'implantació i retorn de marca, de relacions públiques i de l'elaboració de dossiers de patrocini i d'informes finals.

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

1. Haurà de desenvolupar funcions en l'àmbit del Patrocini i de les Relacions Públiques.
2. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Màrqueting i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja estiguin tancades amb acords de patrocini) dels diferents Festivals que organitza l'ICUB:
 - a. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors.
 - b. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - c. Seguiment del retorn comunicatiu de marca pactat en campanya, via pública, xarxes i web, premsa,...
 - d. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació, identitat gràfica de l'Ajuntament i les marques patrocinadores.
 - e. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival.
 - f. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - g. Atendre les demandes de les marques patrocinadores: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival...
 - h. Coordinació amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa externa de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre en coordinació amb el servei de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
3. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment dels diferents actes de cada Festival que es gestionen des del servei de Patrocini i Relacions Públiques:
 - a) Actualització de BB.DD per mailings.
 - b) Coordinació del disseny de les invitacions i del seu calendari d'enviament.
 - c) Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.

- d) Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - e) Coordinació amb el servi de patrocini i relacions públiques, amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de R.P.
 - f) Confecció d'escaletes dels actes.
 - g) Actualització amb sistemes dels formularis per les invitacions als diferents actes/esdeveniments
 - h) Validacions de tots els elements gràfics amb comunicació i identitat gràfica de l'Ajuntament.
 - i) Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors.
 - j) Gestió acreditacions.
 - k) Coordinació amb el servei de patrocini i relacions pública si el servei extern de relacions públiques per l'organització de possibles "transfers" per patrocinadors.
4. Haurà de col·laborar en la confecció de dossiers de:
- a) Pre-patrocini (presentació de propostes de col·laboració a les potencials marques patrocinadores): selecció de les millors fotos i elaboració de textos per captar patrocinadors entenent les singularitats de les empreses i la filosofia dels festivals ICUB.
 - b) Post-patrocini: coordinar la seva elaboració amb el dissenyador perquè el dossier reculli tot el retorn de marca pactat per cada patrocinador i sigui el més atractiu possible, seguiment/recopilació de dades i indicadors postfestivals, selecció de les millors fotos i de la seva presentació/disposició, elaboració de textos, estructuració/presentació de les dades d'impacte recopilades.
 - c) Actualització dels dossiers genèrics de presentació/captació de Patrocini: actualització de textos, anàlisi d'indicadors d'impacte i, si s'escau, fer propostes de millora, coordinació del seu disseny, maquetació, impressió.
5. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
- a) Elaboració del guió dels serveis de fotografia.
 - b) Calendarització dels serveis de fotografia.
 - c) Seguiment amb el fotògraf per tenir els millors resultats.

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 i termini d'execució

La durada del contracte és d'un any, a comptar des del dia 2 de gener 2025 o bé a partir de la signatura del contracte. Aquest contracte es podrà prorrogar de forma expressa cada any fins a un màxim de tres anys més en períodes del 2 de gener fins el 31 de desembre amb data màxima el 31 de desembre de 2028.

L'adjudicatari haurà de preveure que les tasques transversals dels serveis de màrqueting, publicitat, comunicació i relacions públiques sempre comencen abans dels festivals pròpiament dits ja que s'intenta treballar amb un marge de 6 a 12 mesos per poder cristal·litzar el màxim d'acords de patrocini. 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.

CAVALCADA	GENER
LLUM BCN	FEBRER
BCN NEGRA	FEBRER
PREMIS CIUTAT DE BARCELONA	FEBRER
DANSA METROPOLITANA	MARÇ
NIT DELS MUSEUS	MAIG
MÓN LLIBRE	MAIG
BCN Poesia	MAIG
GREC FESTIVAL	JULIOL
LA MERCÈ, FESTA MAJOR DE BARCELONA	SETEMBRE
BCN DIBUIXA	OCTUBRE
FESTIVAL 42	NOVEMBRE
ENCESA LLUMS DE NADAL	NOVEMBRE
FESTIVAL DE NADAL A PLAÇA CATALUNYA	DESEMBRE
CAP D'ANY	DESEMBRE

6. Control del servei

El Servei de Patrocini i Relacions Públiques 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'adjudicatari s'ocuparà, en coordinació amb el servei de patrocini i relacions públiques de l'ICUB, del disseny de l'estratègia així com de la moderació i atenció a la comunitat de patrocinadors interessats en col·laborar amb els diferents festivals, d'aplicar l'estratègia de captació de noves marques i d'implementació del retorn de marca pactat, així com d'aplicar les directrius pactades en matèria de relacions públiques.

L'adjudicatari 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.

L'adjudicatari garantirà 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'adjudicatari consideri necessari substituir algun dels professionals habituals destinats al servei, ho comunicarà per escrit al departament de premsa amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 48h.

L'adjudicatari, si no és un treballador autònom, serà responsable de tenir el personal al seu càrrec en condicions laborals legals. En cap cas aquest personal tindrà vinculació jurídica o laboral amb l'ICUB.

Cadrà dur a terme reunions de coordinació. L'empresa haurà d'estar disponible per ser contactada diàriament mentre duri el contracte.

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

L'ICUB es reserva el dret de demanar canviar el tècnic assignat en cas que es consideri que no és apte per assolir els objectius acordats amb l'empresa adjudicatària.

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

Se seguiran els requeriments que marqui el servei de patrocini i relacions públiques de l'ICUB a nivell d'estil, format, materials i dossiers que es generin i s'haurà de validar sempre amb el departament de comunicació de l'ICUB i Identitat Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona.

El tractament i la correcció lingüística de tota la comunicació i de totes les peces proposades es considera una condició essencial en l'execució del contracte. L'adjudicatari serà el responsable de la correcció ortogràfica i gramatical dels diferents materials i comunicacions de patrocini i relacions públiques.

8. Condicions particulars i de prestació del servei

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

Annex I. Cavalcada de Reis

La Cavalcada de Reis és la nit més esperada de l'any pels infants de Barcelona. Allà on la màgia i la il·lusió vesteixen de festa i celebració els carrers, al pas del seguici de Ses Majestats els Reis d'Orient, que omplen d'alegria, música i somnis la ciutat. Una de les nits que aplega més persones al carrer, amb infinits anhels i desitjos a l'espera de l'espectacle de Ses Majestats.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció de la Cavalcada, el departament de premsa i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) Gener:
 - a. Aproximadament sobre el dia 3 de gener s'ha de fer acompanyament a les marques patrocinadores a la Roda de Premsa/presentació de la Cavalcada a la Fira de Montjuïc.
 - b. El dia 5 de gener a partir de les 16h fins a les 20:30h s'ha de fer portes a l'espai reservat per personal de l'ICUB i els patrocinadors i acompanyament de patrocinadors. També s'ha de donar suport al personal de l'OCU que gestionen les portes.
- b) De gener a febrer
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.

- c) De febrer a octubre:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- d) De setembre a desembre:
 - a. Seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini) dels diferents Festivals que organitza l'ICUB:
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre en coordinació amb el servei de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- e) De finals de novembre a principis de desembre:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
 - iii. Seguiment amb el fotògraf per tenir els millors resultats.
- f) Finals de novembre – principis de desembre:
 - a. Actualitzar mailing per la convidada a l'espai reservat per treballadors ICUB i patrocinadors per veure la Cavalcada.
 - b. Coordinació del disseny de la invitació per l'espai reservat de la cavalcada en coordinació amb comunicació, sistemes, l'OCU i el servei extern de relacions públiques
 - c. Juntament amb el servei de patrocini i relacions públiques, els departaments de comunicació, producció, l'OCU i de seguretat de l'ICUB s'ha de fer visita tècnica i preparar la zona i els accessos per l'espai reservat per patrocinadors i personal de l'ICUB patrocinadors per poder veure, en primera fila, la sortida de la cavalcada.
- g) A meitats - finals de desembre:
 - a. enviament de l'invitació a través dels aplicatius informàtics que gestiona l'ICUB en coordinació amb el servei de patrocini i relacions públiques, sistemes i l'equip extern de relacions públiques.

Festival LLUM BCN

Llum BCN és el festival d'arts lumíniques que fa brillar l'arquitectura de la ciutat, reinventant edificis, places, carrers i espais insòlits del barri del Poblenou. Un esdeveniment obert i punt de trobada on es conjuga el talent de reconeguts artistes nacionals i internacionals, joves creadors d'escoles d'arquitectura i disseny de la ciutat, agents socials, investigadors/ores i empreses que experimenten amb noves tecnologies i noves narratives.

Amb reconegut prestigi internacional, el Llum BCN compta ja amb la complicitat de grans festivals lumínics com són els de Hèlsinki, Lió, Eindhoven, Praga i Sydney.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival LLUM BCN, el departament de premsa, el departament de Comunicació i l'equip del Dhub com a espai on es desenvolupen les activitats vinculades al festival el proveïdor haurà de:

- a) Mes de gener:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i espais de marca del festival des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
 - iii. Seguiment amb el fotògraf per tenir els millors resultats.
- b) Primera quinzena de febrer de febrer (4 dies de festival). Cobertura dels diferents actes:
 - a. Des del dijous al diumenge en horari aproximat de 17h a 01h de la matinada es desenvoluparà el Festival LLUM BCN
 - b. Coordinació dels actes previs del festival per patrocinadors.
 - i. Coordinació amb promoció econòmica de la recepció institucional a una de les marques patrocinadores
 - ii. Seguiment d'un tour VIP d'una marca patrocinadora del dijous de 17h a 22:00h per diferents instal·lacions de 3 grups
 - 1. Coordinació autobusos
 - 2. Coordinació hostesses
 - 3. Portes
 - 4. Acompanyament a les instal·lacions
 - c. Inauguració del Festival divendres a les 16:30h al DHUB
 - d. Jornades professionals del dissabte en horari de 10h a 16h, inclosa la trobada amb artistes i patrocinadors.
 - e. Acte talent jove del diumenge en horari de 10h a 14h al DHUB
 - i. Coordinació càterings
 - ii. Acompanyament patrocinadors
 - iii. Portes i acreditacions
- c) Febrer - març:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- d) De març a novembre:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent en coordinació amb el dissenyador extern i l'equip de patrocini i relacions públiques de l'ICUB.
 - b. Reunions amb empreses per presentar les propostes.

- e) De setembre a gener:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- f) De finals de novembre fins a mitjans de gener:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - x. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - xi. Gestió acreditacions

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. Es un acte protocol·lari i de Relacions Públiques que demana un control de mailing, registre de convidats, acomodació i accions durant el dia de l'esdeveniment.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció de l'esdeveniment, el departament de premsa, l'equip extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) Mes de gener:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- b) De gener a febrer:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- c) De gener fins a començaments de febrer
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - x. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - xi. Gestió acreditacions

- d) Cap a meitats de febrer es celebra l'acte:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Portes
 - d. Acreditacions
- e) Finals de febrer – principis mes de març:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- f) De març a novembre:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.

BCN Negra

BCNegra és el festival de novel·la negra de referència. La seva programació inclou grans figures del panorama literari nacional i internacional, i transcendeix la narrativa, amb activitats interdisciplinàries, com la música, el cinema, el teatre o les rutes literàries per la ciutat. Un festival per als amants del gènere i els que encara no l'han descobert. Amb un lliurament de premi de la talla del Pepe Carvalho, en homenatge a l'escriptor i al personatge que van posar Barcelona en el mapa literari negre del sud d'Europa.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival BCN Negra, el departament de premsa, l'equip extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- g) Mes de gener:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- h) Durant una setmana dins de la primera quinzena del mes de febrer es celebrarà el Festival:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
- i) Finals de febrer – principis mes de març:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- j) De març a novembre:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- k) De setembre a gener:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.

- iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- l) De finals de desembre fins a mitjans de gener:
- a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escapades dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - x. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - xi. Gestió acreditacions.

Dansa Metropolitana

El festival Dansa Metropolitana és moviment i confluència. Una mostra de diàleg, unió i creació conjunta de dotze ciutats metropolitanes. Amb una programació capaç d'apropar la dansa, i la seva immensa diversitat de disciplines, a tothom, facilitant el diàleg entre crítica, artistes i públic, i generant entusiasme amb propostes locals, estatals i internacionals de qualitat. Dansa Metropolitana omple carrers, teatres, centres cívics, places i espais públics, construint lligams entre les ciutats i les persones que les habiten. I ho fa hibridant els diferents estils i procedències de la dansa, enriquint el patrimoni cultural de les ciutats i de l'àrea metropolitana, generant connexions i convidant-nos a viure la dansa intensament.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival, el departament de premsa i l'equip extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De gener a febrer:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- b) Mes de febrer:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
- c) Finals de mes de febrer:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- d) Durant el mes de març es celebrarà el Festival:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Gestió acreditacions
 - d. Acompanyament de patrocinadors i portes
 - e. Revisió "in situ" dels acords de patrocini
- e) Mes d'abril:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- f) D'abril a novembre:

- a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.

Nit dels Museus

La Nit dels Museus és ja un clàssic imprescindible de les nostres agendes. La màgia de poder visitar un museu en un horari en què habitualment està tancat i de manera gratuïta.

Una manera molt diferent de gaudir de la bellesa, els tresors i les emocions que ofereixen els museus. Visites guiades, concerts, recitals de poesia, dansa, teatre o jocs de pistes, tot perquè el públic pugui gaudir d'una vetllada insòlita i especial.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De gener a abril:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- b) Mes d'abril:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions

- viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
- b. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- c) Aproximadament a meitats de maig:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Portes
 - d. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - e. Gestió acreditacions
- d) Finals de maig - juny:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- e) De juliol a febrer:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.

Món Llibre

Món Llibre convida els infants a gaudir del plaer de la lectura d'una manera lúdica i original, fent volar la seva imaginació a través dels llibres i les històries. La lectura és una eina poderosa per al desenvolupament de la intel·ligència verbal, emocional i racional de les persones i Món Llibre convida a llegir per divertir-se i estimular la fantasia i la imaginació.

La cita als voltants de meitat de juny, cap a finals del curs escolar, inspira els més petits a entrar en pàgines plenes de poesia i de màgia i conèixer de primera mà els autors i les autores que tant ens fan somniar i viure aventures amb històries fascinants adreçades a les seves edats que els puguin acompanyar durant les vacances d'estiu.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival Món Llibre, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De febrer a abril:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.

- vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- b) Principis de maig:
- a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - b. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- c) Últim cap de setmana de maig:
- a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - d. Gestió acreditacions
- d) Mes de maig i juny:
- a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- e) De setembre a març:
- a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.

BCN Poesia

Barcelona Poesia fusiona diferents disciplines, llenguatges artístics, idiomes i maneres de veure el món i la vida. El festival es desenvolupa a una gran varietat d'espais de la ciutat, per tal de contribuir a estendre la poesia per espais singulars de la ciutat, des de museus fins a mercats, galeries d'art o sales de música. Vol allunyar-se de l'elitisme i apropar el llenguatge poètic a la ciutadania de manera lliure i gratuïta. Abraçar l'espai públic amb versos i connectar-lo amb les diferents disciplines artístiques, a través de noves formes d'expressió, com ara la cultura urbana més jove, el hip-hop o poetry slam, la dansa, el teatre, titelles, música i altres possibilitats que ofereixen les noves tecnologies.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival BCN Poesia, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

a) De març a abril:

- a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.

b) Mes d'abril:

- a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
- b. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia

c) Mes de maig. Celebració del Festival:

- a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
- b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
- c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
- d. Gestió acreditacions

- d) Mes de juny:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- e) De juliol a febrer:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.

Grec Festival

El Festival Grec de Barcelona és la cita cultural més esperada de l'estiu a la ciutat. Amb el marc incomparable del Teatre Grec i els seus jardins com a epicentre del festival, el seu art es desplega per escenaris, racons i espais de tot Barcelona, omplint-la de teatre, dansa, música i circ. El Grec té una llarga tradició arrelada a la vida cultural de la ciutat i ha esdevingut una referència destacada en el calendari europeu de les arts escèniques. Un festival excepcional, connectat amb la vida artística de la ciutat, que enllaça amb allò que hi passa la resta de l'any, i serveix de finestra per mostrar tot el que s'hi ha anat generant i dialoga amb el seu talent, amb la seva ciutadania i amb les seves preguntes. El Grec és un moment esperat, un esdeveniment, un instrument de reflexió, de canvi i de transformació, un calaix de sorpreses i, sobretot, una experiència per ser viscuda.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival GREC, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De març a juliol:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència, Premsa i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Invitacions
 - vii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - viii. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
- b) Març - juny:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- c) De juny fins a finals de juliol:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors
 - d. Gestió de brand day amb la marca patrocinadora principal, així com possibles accions promocionals de la resta de marques patrocinadores.
 - i. Coordinació amb direcció tècnica del Festival
 - ii. Coordinació amb direcció artística del Festival
 - iii. Coordinació amb el servei de restauració del festival

- d) Mes de setembre:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- e) De setembre a febrer:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- f) De setembre a juny:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.

FESTA MAJOR, LA MERCÈ

La Mercè és una de les festes majors més multitudinàries d'Europa amb una sàvia combinació d'innovació i tradició. La Mercè és el gran esdeveniment de la ciutat. La festa major de la capital catalana que arriba a tots els districtes i viu en el cor de la seva ciutadania. Un festival de festivals que desborda riquesa cultural: des del Mercè Arts de Carrer, mostres de cultura popular, passant pels festivals musicals BAM i Acció Cultura Viva i la programació del Música Mercè. Tota la ciutat s'implica i batega amb la seva festa major, gaudint de la cultura amb una programació totalment gratuïta i de qualitat, amb propostes locals i internacionals per a tots els públics. I com a traca final, la celebració s'acomiada fins l'any vinent amb el ja tradicional Piromusical de la Mercè, la festa de la llum, de la música i de la màgia.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció de la Festa Major, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De juliol a setembre:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:

- i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència, l'OCU i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Invitacions
 - vii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - viii. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - ix. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors, rodes de premsa...
- b) Principi de juliol:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia incloent la Roda de Premsa de meitats de juliol
- c) Al voltant del 20 al 29 de setembre:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors a:
 - i. Rodes de Premsa, Pregó, Toc d'inici i altres.
- d) Mes d'octubre:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- e) D'octubre a setembre:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.

- f) De novembre a abril:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.

BCN Dibuixa

Barcelona Dibuixa és la gran festa del dibuix de la ciutat, que l'ICUB coorganitza amb el Museu Picasso. L'espai ideal per deixar volar la imaginació i gaudir de l'oportunitat de crear amb artistes consolidats i emergents. Durant un dia, petits i grans comparteixen de manera lúdica el seu art i exploren les possibilitats creatives que els ofereixen el llapis i el paper en un univers de tallers. Barcelona Dibuixa celebra la creativitat i el talent destacant l'emoció del dibuix, i l'expressió de la cultura compartida.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival BCN Dibuixa, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De gener a maig:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- b) De gener a principis d'octubre:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- c) De setembre fins a principis d'octubre:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:

- i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - x. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - xi. Gestió acreditacions
- d) Principis d'octubre:
- a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- e) Tercer o quart cap de setmana d'octubre:
- a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors
- f) Mes de novembre:
- a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.

Festival 42

El 42, Festival de Gèneres Fantàstics de Barcelona, és un viatge a l'atractiu món dels somnis i de les bones històries extraordinàries. El poder immens de la imaginació. El segle XXI no té una, sinó múltiples realitats. De les utopies i distòpies sobre les xarxes socials, la robòtica i el posthumanisme, a la consolidació dels videojocs com a punta de llança de la indústria cultural. Vivim una efervescència de les narratives no realistes, de la reinvençió del realisme màgic, de les relectures de la mitologia, les llegendes i els contes de fades. I tot plegat reflecteix un canvi generacional indefugible. Gràcies als videojocs, les sèries i el cinema, els gèneres fantàstics són molt presents entre la gent més jove i els fa repensar el món de manera creativa.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival 42, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De febrer a juny:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- b) De febrer a principis novembre:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):

- i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
- ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
- iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
- iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
- v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
- vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
- vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
- viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.

c) Principis d'octubre:

- a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Confecció d'escaletes dels actes
 - vii. Invitacions
 - viii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - ix. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - x. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - xi. Gestió acreditacions

d) Finals de novembre:

- a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia

e) Durant la primera quinzena del mes de novembre i al llarg de 4 dies en horari de matí i tarda:

- a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
- b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
- c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
- d. Gestió acreditacions

f) Mes de desembre:

- a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.

Encesa de les Llums de Nadal

Una de les tradicions més esperades per les barcelonines, els barcelonins i els visitants a la ciutat és la tradicional encesa dels Llums de Nadal organitzada per l'ICUB amb la col·laboració i participació dels comerços del municipi. Un bonic espectacle per inaugurar les festes nadalenques i que dona el toc de sortida d'unes dates especialment desitjades per grans i petits que es celebra al Passeig de Gràcia entre Gran via i Plaça Catalunya.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) De març a juliol:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- b) De març a novembre:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- c) De setembre a octubre:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Invitacions

- vii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
- viii. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
- ix. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
- d) Finals d'octubre:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- e) Entre mitjans i final de novembre:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
- f) Mes de desembre:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.

Festival de Nadal a Plaça Catalunya

En el cor de la vibrant i cosmopolita Barcelona, una ciutat que s'erigeix en gresol de cultures i un gran epicentre de la creativitat, torna a prendre forma un festival que captura l'essència mateixa de Nadal: un temps d'excepcionalitat, de pura emotivitat i sorpresa. El Barcelona Festival de Nadal no és només un esdeveniment cultural, sinó una celebració profunda de les arts escèniques i la música, un espai on la inspiració i la genialitat s'entrellacen per a oferir als espectadors una experiència que transcendeix el quotidià i s'endinsa en l'extraordinari.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) Mes de gener:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.
- b) De març a juliol:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- c) De març a desembre:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival

- vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
- d) Finals de setembre a desembre:
- a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Invitacions
 - vii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - viii. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - ix. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors...
- e) Principis de desembre:
- a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- f) Entre el 15 i el 30 de desembre:
- a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors...

Cap d'Any

La nit de Cap d'Any a Barcelona se celebra amb tota la seva magnitud: llum, festa, alegria i espectacle t'acompanyen per donar la benvinguda a l'any nou amb una gran celebració ciutadana que convida tothom a gaudir d'aquest moment tan especial, carregat d'il·lusió i eufòria col·lectiva.

TASQUES OBJECTE DEL PRESENT PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES I TERMINIS

Amb coordinació amb el servei de Patrocini i Relacions Públiques de l'ICUB, el departament de producció del Festival, el servei extern de relacions públiques i el departament de Comunicació, el proveïdor haurà de:

- a) Mes de gener-febrer:
 - a. Preparació dels dossiers de postpatrocini per donar retorn gràfic a les marques dels acords en matèria de publicitat i comunicació vinculats a l'acord de patrocini.

- b) De març a juliol:
 - a. Elaborar els dossiers de prepatrocini per captar noves marques patrocinadores en funció d'un escalat de preus que impliquen diferents retorns a nivell comunicatiu per la marca per l'edició següent.
- c) De març a desembre:
 - a. Haurà de mantenir comunicacions i fer seguiment dels acords de patrocini amb els diferents equips de Marketing i Comunicació de les marques patrocinadores (potencials o que ja tinguem tancades amb acords de patrocini):
 - i. Acompanyament a reunions i visites tècniques amb patrocinadors
 - ii. Assistència a reunions de coordinació interna amb diferents departaments de l'ICUB i de l'Ajuntament.
 - iii. Seguiment en matèria de retorn de marca comunicatiu, via pública, xarxes i web, premsa..
 - iv. Validacions de les aplicacions de marca en els diferents suports pactats amb comunicació i identitat gràfica
 - v. Actualització dels quadres retorn que recullen el resum dels acords tancats amb les marques patrocinadores de cada Festival
 - vi. Actualització/revisió dels diferents materials que calgui treballar amb cada marca per poder desenvolupar les diferents accions pactades en cada contracte de patrocini.
 - vii. Atendre les demandes de les marques patrocinadors: d'informació, timings, elements comunicatius que poden fer servir per cada festival, actes, relat de cada festival..
 - viii. Coordinar-se sempre amb els diferents departaments interns i externs implicats en l'organització dels Festivals (Comunicació, Premsa, Producció, l'empresa externa de RR.PP., l'empresa extern de disseny, l'equip de fotògrafs externs de patrocini), sempre sota la supervisió del nostre departament de Patrocini i RR.PP., per poder fer el seguiment del desenvolupament dels acords de patrocini i del retorn de marca que hem de donar a cada marca patrocinadora de cada Festival.
 - d) De finals d'octubre a novembre:
 - a. Haurà de participar en l'organització/coordinació/seguiment de les RP del festival:
 - i. Actualització de BB.DD per mailings
 - ii. Coordinació del disseny de les invitacions
 - iii. Seguiment de les confirmacions dels patrocinadors convidats i de les confirmacions que gestiona l'empresa externa de RR.PP.
 - iv. Assistència a visites tècniques per l'organització dels actes, seatings...
 - v. Coordinació amb Protocol, Presidència i l'empresa externa de RR.PP.
 - vi. Invitacions
 - vii. Actualització de butlletins per les invitacions amb Sistemes
 - viii. Validacions amb comunicació i identitat gràfica
 - ix. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..
 - x. Assistència a la Roda de Premsa
 - e) Principis de desembre:
 - a. Gestió, seguiment, coordinació amb el fotògraf extern de Patrocini per garantir la cobertura dels diferents actes i festivals des de la perspectiva de cada marca patrocinadora:
 - i. Elaboració del guió dels serveis de fotografia
 - ii. Calendarització dels serveis de fotografia
- f) 31 de desembre:
 - a. Revisió "in situ" de la implementació dels acords de patrocini
 - b. Acompanyament, si fos el cas, de patrocinadors
 - c. Assistència als actes, portes, atenció als patrocinadors..

9. ASSIGNACIÓ PERSONAL I DEDICACIÓ MÍNIMA PER A LA REALITZACIÓ DE LES TASQUES DESCRITES EN ELS DIFERENTS FESTIVALS

1 persona amb dedicació directa i personal sobre la coordinació i execució de totes les tasques, de forma transversal, encarregades per l'Institut de Cultura de Barcelona en tots els temes i termes plantejats

Experiència demostrable mínima de 3 anys en tasques iguals o similars descrites als plecs en l'àmbit cultural i esdeveniments de gran format.

Formació: Estudis de grau o titulació de Llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques, Màrqueting o Comunicació

Dedicació mínima: De mitjana unes tres o quatre hores diàries, a excepció del mes d'agost que serà mínima per si s'ha de validar algun element de la Mercè.

S'ha de tenir en compte que durant la celebració dels diferents festivals la dedicació haurà de ser plena comptant horaris nocturns i de cap de setmana. I cada festival té inauguracions i/o Rodes de Premsa que s'han de cobrir.

Idiomes:

- a) Català: C1 o superior
- b) Anglès: C1 Advanced (CAE)