PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LOS SERVICIOS DE CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DEL DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL, VIVIENDA Y TRANSPORTES.

1.- Objeto. El objeto de los presentes Pliegos es fijar las condiciones técnicas que regirá la contratación de los servicios de creatividad y producción de dos campañas publicitarias del Departamento de Planificación Territorial, Vivienda y Transportes del Gobierno Vasco para su posterior difusión en medios de comunicación online y offline, publicidad exterior y redes sociales.

Se trata de conceptualizar y producir dos campañas publicitarias sobre servicios que ofrece el Departamento a la ciudadanía que consten de:

- Cuñas para radio
- Spot publicitario
- Elementos gráficos estáticos (imágenes)
- Elementos gráficos dinámicos (GIF, etc.)

Con ello se trata de satisfacer las necesidades propias para el correcto funcionamiento de la Administración y para lograr la información a la ciudadanía sobre los servicios ofrecidos e impulsados por la misma.

2. Servicios requeridos. El Departamento solicitará a la adjudicataria la conceptualización de dos campañas publicitarias relacionadas con servicios o mensajes que sean de interés para la ciudadanía, incorporando a esta petición un briefing inicial que recogerá los objetivos, públicos, antecedentes y necesidades específicas.

El adjudicatario deberá proponer al Departamento en el plazo de tres semanas diversas alternativas de campaña publicitaria que se ajusten a las necesidades planteadas en el briefing y que respondan al tono y a los requerimientos legales que rigen en torno a la publicidad institucional en Euskadi.

Una vez acordada con el Departamento la alternativa definitiva y realizadas las modificaciones que este solicite, la empresa adjudicataria ejecutará los materiales necesarios en el plazo de un mes. Los materiales a entregar serán los siguientes:

Spot publicitario. Adaptado al contexto, a la legalidad vigente de Euskadi, así como al tono institucional que requiere. El Departamento facilitará a la empresa el cierre de las cuñas con las referencias oficiales al área y al Gobierno Vasco.

El adjudicatario elaborará un guion previo que será revisado y adaptado en función de las especificaciones del Departamento y ejecutará las diversas piezas que sean necesarias. El spot de cada una de las dos campañas será de 20 segundos y se incluirán en él personas cuyos derechos de imagen para la difusión de la campaña deberán extenderse hasta finales de 2024, así como recursos grabados expresamente para la creación de este material audiovisual.

Cuñas de radio. Adaptadas al contexto y a la legalidad vigente de Euskadi, así como al tono institucional que requiere. El Departamento facilitará a la empresa el cierre de las cuñas con las referencias oficiales al área y al Gobierno Vasco.

El adjudicatario elaborará un guion previo que será revisado y adaptado en función de las especificaciones del Departamento y ejecutará las diversas piezas que sean necesarias.

El adjudicatario se encargará de las adaptaciones y de las locuciones que sean precisas para la ejecución de la campaña con la calidad necesaria, tanto las requeridas por el Departamento como las solicitadas por el gestor de medios para su inserción correcta en medios de comunicación.

Elementos estáticos y dinámicos. Creación de elementos gráficos que se adapten a los diferentes soportes que el Departamento, junto con el gestor de medios, identifiquen como estratégicos en la campaña, entre ellos publicidad programática y en redes sociales o publicidad exterior. La empresa adjudicataria elaborará materiales gráficos estáticos y dinámicos que cumplan con la función de captar la atención del público y fijar los mensajes, así como de indicar la manera de acceder a los servicios que se puedan divulgar. Como mínimo, la empresa aportará un modelo de cartel y un modelo de GIF animado. En los carteles se incluirán imágenes de personas cuyos derechos de imagen para la difusión de la campaña deberán extenderse hasta finales de 2024.

El adjudicatario se encargará de las adaptaciones que sean precisas para la ejecución de la campaña con la calidad necesaria, tanto las requeridas por el Departamento como las solicitadas por el gestor de medios para su inserción correcta en medios de comunicación. Entre las adaptaciones se incluyen los elementos gráficos necesarios para realizar inserciones en medios de comunicación impresos.

3. Órdenes de trabajo. El Departamento cursará al adjudicatario las órdenes de conceptualización de dos campañas publicitarias, con el traslado de un briefing previo que permita conocer el contexto y los aspectos generales que debe incluir la campaña. La adjudicataria facilitará propuestas de campaña que ejecutará incorporando las matizaciones y las modificaciones que el Departamento estime necesarias para la consecución de los objetivos estratégicos marcados.

4. Ofertas económicas. El adjudicatario percibirá las cuantías consignadas para cada campaña en su propuesta económica a la finalización de la misma.