PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO GRÁFICO PARA LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD E IDENTIDAD DE MARCA DEL MUSEO CRISTOBAL BALENCIAGA POR PARTE DE LA FUNDACION CRISTÓBAL BALENCIAGA – CRISTOBAL BALENCIAGA FUNDAZIOA

(PÁGS. 2-5)

FUNDACIÓN CRISTÓBAL BALENCIAGA – CRISTÓBAL BALENCIAGA FUNDAZIOAK CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOAREN JARDUERA ETA MARKA-IDENTITATEA ZABALTZEKO DISEINU GRAFIKOKO ZERBITZUAK PROZEDURA IREKI BIDEZ KONTRATATZEKO LIZITAZIOA ARAUTUKO DUTEN BALDINTZA TEKNIKOEN AGIRIA

(6-9 ORR.)

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DISEÑO GRÁFICO PARA LA DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD E IDENTIDAD DE MARCA DEL MUSEO CRISTOBAL BALENCIAGA POR PARTE DE LA FUNDACION CRISTÓBAL BALENCIAGA – CRISTOBAL BALENCIAGA FUNDAZIOA

1.OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la prestación del servicio de desarrollo de la comunicación gráfica de CRISTOBAL BALENCIAGA MUSEOA (en adelante el Museo) para el diseño de distintos elementos vinculados a su programación artística y de actividades, así como el desarrollo y aplicación de su imagen corporativa.

Entre otros, el desarrollo de la comunicación gráfica del Museo deberá responder a los siguientes objetivos:

• Divulgar la figura y obra de Cristóbal Balenciaga posicionando al Museo como referente internacional en esta labor.

• Promocionar el programa del Museo en base a los valores de Cristóbal Balenciaga que nos inspiran: referencialidad, rigor, innovación, creatividad, sostenibilidad, etc.

• Incrementar el número de participantes en los programas educativos, con especial foco en el público profesional, estudiantes e industria de la moda, y en otras actividades del Museo dirigidas a un público más amplio.

• Poner en valor el trabajo de investigación del Museo y su contribución para la nueva creación.

• Potenciar la imagen del Museo como destino cultural de primer orden, en colaboración y complemento a otros recursos de Gipuzkoa y Euskadi.

• Ayudar a la captación de nuevos amigos y amigas del Museo y entidades patrocinadoras.

2. TIPOLOGÍAS DE TRABAJO DE DISEÑO

Las cuatro tipologías de trabajo que se incluyen en esta licitación son las siguientes:

TIPO 1: Adaptación de elementos de la comunicación gráfica que actualmente desarrolla el Museo para adecuarse a las nuevas exposiciones, acciones promocionales y/o actividades del centro. Es decir, un trabajo más cercano al diseño-maquetación que a un desarrollo conceptual.

TIPO 2: Diseño de nuevos elementos de la comunicación gráfica, en base a briefing muy concreto por parte del Museo. Es decir, un trabajo más cercano al desarrollo conceptual y diseño de una campaña o de una nueva línea de diseño.

TIPO 3: Asesoramiento en producción gráfica. Definir junto al Museo las especificaciones técnicas de impresión, características de los distintos soportes, etc; en ningún caso la producción y/o contratación de los mismos.

TIPO 4: Asesoramiento en dirección de arte. Definir junto al Museo los proveedores y condiciones necesarias para realización de sesiones fotográficas u otros trabajos necesarios para el desarrollo de las campañas gráficas. En ningún caso la contratación de los mismos.

3. ALCANCE

El alcance de los trabajos a desarrollar es el siguiente:

ÁREA DE EXPOSICIONES

Diseño de dos/tres (2-3) gráficas anuales para anunciar las exposiciones del Museo. Incluyendo imagen master y adaptación a diferentes soportes:

Banderolas exteriores del Museo

Photocall interior del Museo

Tarjetón-folleto expositivo (trilingüe EUS-CAS-ENG)

Invitación física y digital (trilingüe EUS-CAS-ENG)

Originales de publicidad offline y online (bilingüe EUS-CAS)

Creatividades para Redes Sociales (trilingüe EUS-CAS-ENG)

Merchandising tienda (máx. 3 piezas)

Textos de sala (máx 1.500 palabras y 100 cartelas breves - EUS-CAS-ENG)

ÁREA DE EDUCACIÓN Y PROGRAMACIÓN

Diseño de cinco (5) gráficas al año para anunciar actividades del área educativa y de programación del Museo de diferente temática (Escuela de Moda, Programa escolar, actividades de ocio y tiempo libre, experiencias exclusivas, etc.).

Adaptación de la gráfica para su difusión en los siguientes canales:

Programas físicos y digitales (trilingüe EUS-CAS-ENG)

Originales de publicidad offline y online (bilingüe EUS-CAS)

Redes Sociales (trilingüe EUS-CAS-ENG)

Cartelería (bilingüe EUS-CAS)

ÁREA CORPORATIVA

Mailing. Creatividad y diseño gráfico de seis (6) campañas de mailing al año para comunicar la actividad del Museo. El mailing se realizará a través de Mailchimp. (trilingüe EUS-CAS-ENG).

Informe anual. Diseño y Maquetación del informe anual de actividad del museo en versión digital (bilingüe).

Felicitación navideña. Creatividad y diseño de la felicitación de Navidad del Museo para su envío en formato digital a través de Mailchimp (trilingüe EUS-CAS-ENG).

Señalética. Diseño de elementos de señalética para interior del Museo: dibonds, muro de donantes, tótems, pantallas, etc.

Plantillas. Diseño de plantillas para presentaciones, proyectos, notas de prensa y formularios.

Otros desarrollos gráficos

Gráfica de un máximo de dos (2) elementos adicionales relativos a hitos no previstos que puedan surgir en la actividad del Museo y que impliquen un desarrollo gráfico. En este caso, los soportes dependerán del grado de difusión que se quiera dar a cada uno de estos hitos y del público objetivo.

Notas:

La impresión, producción y colocación de soportes, y la contratación de espacios publicitarios, no están incluidos en el alcance del contrato.

El programa de actividades del Museo, así como los servicios detallados en el presente pliego, pueden estar sujetos a cambios. En su caso, el Museo comunicará cualquier modificación con antelación suficiente, pudiendo sustituir cualquiera de las actividades o acciones detalladas por otras.

Los principales hitos y exposiciones del Museo, así como el logotipo del Museo y otros recursos pueden consultarse aquí:
https://drive.google.com/drive/folders/1sUjLsyREMUoDhMTEDr19VBbTZom3uZzS?usp=sharing

4. CONDICIONES DE EJECUCIÓN:

4.1 Equipo adscrito

En relación a la tipología de trabajos descritos, se estima necesario contar con un equipo de trabajo en el que estén incluidos, como mínimo, los siguientes perfiles:

- Perfil creativo con experiencia mínima de cinco años en el ámbito de la creatividad capaz de abordar un desarrollo conceptual y de diseño que vele por la correcta aplicación de la identidad de marca, supervise la dirección de arte y sea capaz de plantear nuevas líneas de diseño.
- Perfil técnico de diseño gráfico con experiencia mínima de cinco años en el ámbito online y offline para el desarrollo de aplicaciones y maquetaciones.

El Museo tendrá capacidad de interlocución directa con ambos perfiles.

4.2 Plazos máximos de ejecución

Los plazos máximos de ejecución y entrega son los siguientes:

Tipología 1:

Plazo máximo entre la recepción del briefing y la propuesta de artes para revisión: 24 horas laborables.

Tipología 2:

Plazo máximo entre la recepción del briefing y la propuesta de artes para revisión: 8 días laborables.

Revisiones:

Plazo máximo entre la recepción de las artes revisadas y la entrega de artes finales: 12 horas laborables.

*A dichos efectos se entenderá por horas laborables las comprendidas de lunes a viernes no festivos, entre las 9:00 y las 19:00 horas, ambas inclusive.

FUNDACIÓN CRISTÓBAL BALENCIAGA – CRISTÓBAL BALENCIAGA FUNDAZIOAK CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOAREN JARDUERA ETA MARKA-IDENTITATEA ZABALTZEKO DISEINU GRAFIKOKO ZERBITZUAK PROZEDURA IREKI BIDEZ KONTRATATZEKO LIZITAZIOA ARAUTUKO DUTEN BALDINTZA TEKNIKOEN AGIRIA

1.- KONTRATUAREN XEDEA

Kontratuaren xedea da CRISTÓBAL BALENCIAGA MUSEOAren (aurrerantzean, museoa) komunikazio grafikoa garatzeko zerbitzua ematea, haren programazio artistikoari eta jardueren programazioari loturiko elementuak diseinatzeko, baita haren irudi korporatiboa garatzea eta aplikatzea ere.

Museoaren komunikazio grafikoaren garapenak honako helburu hauek bete behar ditu, besteak beste:

- Cristóbal Balenciagaren irudia eta obra zabaltzea, museoa zeregin horretan nazioarteko erreferente bihurtzeko.
- Museoaren programa sustatzea, Cristóbal Balenciagaren balioetan oinarriturik, horiek baitira gure inspirazio iturri: erreferentzialtasuna, zorroztasuna, berrikuntza, sormena, jasangarritasuna, etab.
- Parte-hartzaileen kopurua igotzea, bai hezkuntza programetakoa –arreta berezia jarriz modaren esparruko publiko profesionalari, ikasleei eta industriari–, baita publiko zabalagoari begirako museoaren beste jarduera batzuetakoa ere.
- Museoaren ikerketa lana eta sorkuntza berriari egiten dion ekarpena nabarmentzea.
- Museoak goren mailako kultura gune gisa duen irudia sustatzea, Gipuzkoako eta Euskadiko beste baliabide batzuekin lankidetzan eta haien osagarri modura.
- Museoaren lagunak eta entitate babesleak erakartzen laguntzea.

2. DISEINU LANA. TIPOLOGIAK

Lau lan tipologia barne hartzen ditu lizitazio honek:

1. MOTA: Museoak komunikazio grafikorako gaur egun erabiltzen dituen elementuak egokitzea, erakusketa berriek, sustapen ekintzek edo/eta zentroaren jarduerek eskatzen dutenaren arabera. Hau da, garapen kontzeptualetik baino diseinu-maketatzetik hurbilagoko lana.

2. MOTA: Komunikazio grafikorako elementu berriak diseinatzea, museoaren *briefing* zehatzean oinarriturik. Hau da, garapen kontzeptualetik eta kanpaina bat edo diseinu ildo berri bat diseinatzetik hurbilagoko lana.

3. MOTA: Ekoizpen grafikoko aholkularitza. Hau da, inprimatzeko zehaztapen teknikoak, euskarrien ezaugarriak eta abar definitzea, museoarekin lankidetzan; inola ere ez horiek ekoiztea edo/eta kontratatzea.

4. MOTA: Arte zuzendaritzako aholkularitza. Hau da, kanpaina grafikoetarako argazki saioak edo bestelako lanak egiteko behar diren hornitzaileak eta baldintzak definitzea, museoarekin lankidetzan. Inola ere ez horiek kontratatzea.

3. HEDADURA

Hau da egin beharreko lanen hedadura:

ERAKUSKETA ARLOA

Urtean bizpahiru (2-3) grafiko diseinatzea museoaren erakusketak iragartzeko. Master irudia eta hainbat euskarritarako egokitzapenak barne:

Museoaren kanpoaldeko banderak

Museo barneko *photocall*a

Erakusketaren txartela edota eskuorria (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG)

Gonbidapen fisikoa eta digitala (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG)

Offline eta online publizitateko originalak (bi hizkuntzatan: EUS-CAS)

Sare sozialetarako kreatibitateak (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG)

Dendarako *merchandising*a (3 pieza gehienez)

Aretoko testuak (1.500 hitz eta 100 kartela labur gehienez - EUS-CAS-ENG)

HEZKUNTZA ETA PROGRAMAZIO ARLOA

Urtean bost (5) grafiko diseinatzea museoaren hezkuntza arloko eta programazioko gai askori buruzko jarduerak iragartzeko (moda eskola, eskolen programa, aisialdia eta denbora librea, esperientzia esklusiboak, etab.).

Grafikoa kanal hauen bidez zabaltzeko egokitzea:

Programa fisikoak eta digitalak (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG)

Offline eta online publizitateko originalak (bi hizkuntzatan: EUS-CAS)

Sare sozialak (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG)

Kartelak (bi hizkuntzatan: EUS-CAS)

ARLO KORPORATIBOA

***Mailing*a.** Urtean sei (6) *mailing* kanpainaren kreatibitatea eta diseinu grafikoa, museoaren jardueraren berri emateko. Mailchimp bidez egingo da *mailing*a (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG).

Urteko txostena. Museoaren jardueraren urteko txostenaren bertsio digitala diseinatzea eta maketatzea (bi hizkuntzatan).

Gabonetako zorion txartela. Museoaren Gabonetako zorion txartela sortzea eta diseinatzea, Mailchimp bidez formatu digitalean igortzeko (hiru hizkuntzatan: EUS-CAS-ENG).

Seinaletika. Museo barnerako seinaletikako elementuak diseinatzea: dibond-ak, emaileen horma, totemak, pantailak, etab.

Txantiloiak. Txantiloiak diseinatzea aurkezpen, proiektu, prentsa ohar eta inprimakietarako.

Bestelako garapen grafiko batzuk

Museoaren jardueran aurreikusi gabe sor litezkeen eta garapen grafikoa eskatzen duten mugarriei buruzko bi (2) elementu gehiagoren grafikoa, gehienez ere. Kasu honetan, mugarri horietako bakoitzari eman nahi zaion zabalkundearen eta xede-publikoaren araberako euskarriak erabiliko dira.

Oharrak:

Kontratuaren hedaduratik kanpo gelditzen dira euskarriak inprimatzea, ekoiztea eta ezartzea nahiz publizitaterako espazioak kontratatzea.

Museoaren jarduera programan nahiz agiri honetan zehaztutako zerbitzuetan aldaketak gerta litezke. Aldaketarik egin behar izanez gero, museoak behar bezala jakinaraziko dizkio kontratistari, behar adinako aurrerapenaz; museoak edozein jarduera edo ekintza ordezka dezake.

Hemen kontsulta daitezke museoaren mugarri eta erakusketa nagusiak, baita haren logotipoak eta bestelako baliabideak ere:
https://drive.google.com/drive/folders/1sUjLsyREMUoDhMTEDr19VBbTZom3uZzS?usp=sharing

4. EXEKUZIORAKO BALDINTZAK:

4.1 Lantalde atxikia

Deskribatutako lanen tipologiari dagokionez, gutxienez honako profil hauek barne hartzen dituen lantalde bat edukitzeko premia aurreikusten da:

- Profil kreatiboa; gutxienez bost urteko esperientzia behar du kreatibitatearen esparruan, baita gaitasuna ere marka-identitatea zuzen aplikatzen dela bermatzen duen garapen kontzeptuala eta diseinu garapena gauzatzeko, arte zuzendaritza ikuskatzeko eta diseinu ildo berriak planteatzeko.
- Diseinu grafikoko profil teknikoa, aplikazioak eta maketak garatzeko; gutxienez bost urteko esperientzia behar du online eta offline esparruetan.

Museoak ahalmena izango du bi profilekin zuzeneko solaskidetza bideratzeko.

4.2 Gehieneko exekuzio epeak

Hauek dira lanak egiteko eta entregatzeko gehieneko epeak:

1. tipologia:

*Briefing*a jasotzen denetik berrikusteko arteak proposatzeko gehieneko epea: 24 lanordu.

2. tipologia:

*Briefing*a jasotzen denetik berrikusteko arteak proposatzeko gehieneko epea: 8 lanegun.

Berrikuspenak:

Arteak berrikusita jasotzen direnetik azken arteak entregatzeko gehieneko epea: 12 lanordu.

*Xede horretarako, lanordutzat joko dira 09:00etatik 19:00etara bitartekoak, biak barne, astelehenetik ostiralera (jaiegunetan izan ezik).