

PRESKIPZIO TEKNIKOEN AGIRIA, GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIAREN KOMUNIKAZIO, PLANGINTZA ETA SORMENEO ZERBITZUAK LEGEGINTZALDI BERRIAN KONTRATATZEKO ESPEDIENTEA (2023012CO300)

1.- SARRERA:

Erakundearen prestigioa eta herritarrek Foru Aldundiarekin duten lotura indartzea izango dira komunikazio estrategiaren helburu nagusiak datozen lau urteetarako; eta zeregin horretan, gobernuaren lana herritarrei gerturatzea izango da komunikazio esparruaren erronka nagusia, komunikaziorako ohiko kanalak erabiliz eta tresna eta lengoaia sistema berriak txertatuz.

Testuinguru horretan, Komunikazio Zuzendaritza Nagusiaren ardura da 2024-2027 legealdirako komunikazio estrategia osoa zuzentzea, bultzatzea eta gauzatzea. Horretarako, komunikazioaren eta sormenaren arloko aholkularitza zerbitzuak kontratatu behar ditu, ezarritako komunikazioaren eta herritarrekiko harremanaren inguruko helburu estrategikoak lortzeko. Zerbitzu horiek sorta bereizietan lizitatuko dira:

1. SORTA – 2024-2027 aldirako Komunikazio Plan Estrategikoa diseinatzea.
2. SORTA – 2024-2027 legealdirako marka bisual berria egitea.
3. SORTA – Sormen zerbitzuak.

2.- KOMUNIKAZIO PLAN ESTRATEGIKOA DISEINATZEA (1. SORTA)

2.1.- Kontratuaren xedea

Kontratuaren xedea da Gipuzkoako Foru Aldundirako komunikazio plan estrategiko integral bat egitea 2024-2027 legealdirako. Plan estrategiko horrek ezaugarri horretako plan batek garatu behar dituen alderdi guzti-guztiak jaso beharko ditu:

- Komunikazioaren diagnostikoa eta xede izan daitekeen publikoaren definizioa.

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN, PLANIFICACIÓN Y CREATIVIDAD DE LA DIPUTACIÓN FORAL DE GIPUZKOA EN LA NUEVA LEGISLATURA (2023012CO300)

1.- INTRODUCCIÓN:

Los principales objetivos de la estrategia de comunicación para los próximos cuatro años serán reforzar tanto el prestigio de la institución como la vinculación de la ciudadanía respecto a la Diputación Foral; y en esta tarea, acercar la labor del gobierno a la ciudadanía será el principal reto del ámbito comunicativo, utilizando para ello los canales habituales de comunicación e incorporando nuevos instrumentos y sistemas de lenguaje.

En este contexto, la Dirección General de Comunicación tiene encomendada la dirección, impulso y elaboración de toda la estrategia comunicativa para la legislatura 2024-2027, tarea para la que precisa de la contratación de servicios de asesoramiento en comunicación y creatividad en aras a lograr los objetivos estratégicos de comunicación y de relación con la ciudadanía establecidos, servicios que se licitarán por lotes diferenciados:

- LOTE 1 – diseño de un Plan Estratégico de Comunicación para el periodo 2024-2027.
- LOTE 2 – elaboración de la nueva marca visual para la legislatura 2024-2027.
- LOTE 3 – servicios de Creatividad.

2.- DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (LOTE 1)

2.1- Objeto del contrato

Es objeto de este contrato la realización de un plan estratégico de comunicación integral para la Diputación Foral de Gipuzkoa para la legislatura 2024-2027. Este plan estratégico deberá recoger todos y cada uno de los aspectos que debe desarrollar un plan de estas características:

- El diagnóstico de comunicación y la definición de los públicos objetivos.

- Komunikazioaren helburu estrategikoak.
- Planak garatuko dituen dimentsio estrategikoak, erakundeen arteko eta herritarrekiko harremanak, komunikabideekiko harremanak eta komunikazio digitala.
- Kontakizun estrategikoa prestatzea.
- Garatu beharreko komunikazio estrategiak.
- Funtsezko ekintza lerroak.

2.2.- Proposatutako ekintzen irismena

Komunikazio Plan Estrategikoak garatu beharreko ekintzak jaso beharko ditu, ikusmolde integral batetik eta dimentsioaniztasuna kontuan hartuta.

Oro har, proposamenek helburu hauek bilatu behar dituzte:

- Herritarrak inplikatzeari eta sentsibilizatzeari, aktiboki parte har dezaten, Gipuzkoa modernizatzeko prozesuan jauzi erabakigarriak diren plan horietan.
- Herritarren jarraipen aktiboa mantentzea garatutako ekintzetan.

Komunikazio ekintzen aipamena zentzu zabalean ulertu behar da, eta ez bakarrik mass medietako proposamen publizitario hutsen ohiko praktikaren barruan sartuta.

3.- 2024-2027 LEGEALDIRAKO IDENTITATE BISUAL BERRIA EGITEA (2. SORTA)

3.1.- Kontratuaren xedea

Kontratu honen xede dira zeregin hauek:

- 2024-2027 legealdirako identitate bisual berria **diseinatzea**, eta Gipuzkoako Foru Aldundiaren legealdiko marka berria modu sendo eta koherentean erabiltzeko arauak eta jarraibideak jasoko dituen identitate eskuliburu osoa garatzea.

- Los objetivos estratégicos de comunicación.
- Las dimensiones estratégicas que desarrollará el plan, relaciones institucionales y con la ciudadanía, la relación con los medios de comunicación y la comunicación digital.
- Elaboración del relato estratégico.
- Las estrategias de comunicación a desarrollar.
- Las líneas de acción fundamentales.

2.2.- Alcance de las acciones propuestas

El Plan Estratégico de Comunicación debe contemplar las acciones a desarrollar desde la concepción integral y atendiendo a la multidimensionalidad.

Con carácter general, las propuestas deberán buscar los siguientes objetivos:

- Implicar y sensibilizar a la ciudadanía como partícipe activo de unos planes que constituyen saltos decisivos en el proceso de modernización de Gipuzkoa.
- Mantener el seguimiento activo de la ciudadanía en las actuaciones llevadas a cabo.

La referencia a las acciones de comunicación debe entenderse en sentido amplio y no exclusivamente inscrita en la práctica convencional de propuestas meramente publicitarias en los mass media.

3.- ELABORACIÓN DE LA NUEVA IDENTIDAD VISUAL DE LA LEGISLATURA 2024-2027 (LOTE 2)

3.1.- Objeto del contrato

Son objeto de este contrato las siguientes tareas:

- El **diseño** de una nueva Identidad Visual de la legislatura 2024-2027, y el desarrollo del manual de identidad completo que recoja las reglas y las pautas para el manejo consistente y coherente de la nueva marca de legislatura de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

- Identitate bisual berria **merkaturatzeko kanpaina**, dagokion sormena eta plangintza barne.

Legealdiko identitate bisual berriaren **diseinuari** eta garapenari dagokionez, proposamenak honako alderdi hauek hartu beharko ditu kontuan:

- Gipuzkoako Foru Aldundiaren identitate bisualaren arau esparrua, «Gipuzkoako Foru Aldundiaren Korporazio Identitaterako Eskuliburua» arautzen duen maiatzaren 8ko 23/2012 Foru Dekretuan zehazten dena.
- 2024-2027 legealdirako marka bisual berriak ez du inola ere ordezkatzeko Gipuzkoako Foru Aldundiaren identitate korporatibo ofiziala, eta foru erakundearen publizitate euskarriekin lotutako komunikazioei eta 2024-2027 Kudeaketa Plan Estrategikoarekin lotutako komunikazioei soilik eragingo die.
- Marka bisual berriak modu errazean islatu beharko du herritarrengandik hurbil dagoen erakunde baten eta kohesioan eta lankidetzan aurrera egiten duen lurralde baten irudi eguneratu eta berritzailea.
- Proposamenak marken artean nahasketa sortzea saihestu beharko du, eta markaren identifikazio bisual azkar eta erraza ahalbidetu, jasotzen den formatua eta konposizioa edozein dela ere. Era berean, marka berriak indartu egin beharko ditu erakundearen posizionamendua eta haren erreferentzialtasuna, lurraldeko lehen organo exekutiboa den aldetik.
- Marka bisual berria, nagusiki isotipoz eta logotipoz (imagotipoa) osatua, claimarekin edo gabe erabiltzeko diseinatu beharko da, eta, beraz, bi aldaerak proposatu beharko dira. Nolanahi ere, Gipuzkoako Foru Aldundiak erabakiko du claima eta claim horren mezua etorkizunean erabili ala ez, eta inola ere ez du baldintzatuko enpresa adjudikaziodunak egindako proposamenak.

Eta identitate bisual berria eta markaren posizionamendua **merkaturatzeko kanpainari** dagokionez, honako hau aurreikusten da:

- La **campaña de lanzamiento** de la nueva identidad visual, que incluya la correspondiente creatividad y la planificación.

En lo relativo al **diseño** y desarrollo de la nueva identidad visual de legislatura, la propuesta deberá tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- El marco normativo de la identidad visual de la Diputación Foral de Gipuzkoa que se detalla en el Decreto Foral 23/2012 de 8 de mayo por el que se regula el “Manual de Identidad Corporativa de la Diputación Foral de Gipuzkoa”.
- La nueva marca visual para la legislatura 2024-2027 no sustituirá en ningún caso a la identidad corporativa oficial de la Diputación Foral de Gipuzkoa, y afectará exclusivamente a las comunicaciones relacionadas con los soportes publicitarios de la institución foral y a las comunicaciones relacionadas con el Plan Estratégico de Gestión 2024-2027.
- La nueva marca visual deberá reflejar con sencillez una imagen actual e innovadora de una institución cercana a la ciudadanía y de un territorio que avanza en cohesión y colaboración.
- La propuesta deberá evitar crear confusión entre marcas, y permitir una rápida y sencilla identificación visual de ésta, indistintamente del formato y la composición en la que se recoja. Así mismo, la nueva marca deberá reforzar el posicionamiento de la institución y la referencialidad de ésta como primer órgano ejecutivo del territorio.
- La nueva marca visual, compuesta preferentemente por isotipo y logotipo (imagotipo) deberá diseñarse para ser utilizado con o sin claim, por lo que se tendrán que proponer ambas variantes. En todo caso, la utilización o no a futuro de un claim y el mensaje de éste será decisión de la Diputación Foral de Gipuzkoa, y en ningún caso condicionada a la propuesta de la empresa adjudicataria.

Y en cuanto a la **campaña de lanzamiento** de la nueva identidad visual y posicionamiento de la marca, se contempla:

- Hedabide desberdinak erabiltzea, telebistako iragarkiak izan ezik. Baztertu egiten da hedabideetako kudeaketa.
- Sormena, prentsako zirriborroak eta originalak egitea, irratiko iragarkiak, sare sozialak, etab.
- Jarduketan egutegia proposatzea.
- Komunikazio jarduketa guztiak sortzea (prentsako originalak, irratiko iragarkiak, kanpoko kartelak, merchandising-a, etab.).
- Aurrez azaldutako helburuak betetzeko egin daitezkeen komunikazio eta sozializazio ekimen berriak edo ekitaldiak formulatzea eta proposatzea.
- Marka berria sare sozialetan posizionatzeko eta hedatzeko plan bat garatzea.
- La utilización de los diferentes medios, excluyendo spots de televisión. Se excluye la gestión en medios.
- La creatividad, realización de bocetos y originales de prensa, cuñas de radio, redes sociales, etc.
- La propuesta de calendario de actuaciones.
- La creación (originales de prensa, cuñas de radio, carteles exteriores, merchandising, etc...) de todas las actuaciones de comunicación.
- La formulación y propuesta de nuevas iniciativas de comunicación y socialización o eventos que puedan llevarse a cabo para cumplimentar los objetivos anteriormente expuestos.
- Desarrollo de un plan de posicionamiento y de difusión de la nueva marca en las redes sociales.

4.- 3. SORTA: SORMEN ZERBITZUA

4.1- Sortaren xedea

Agiri honen xedea da sormen zerbitzuak kontratatzea, Komunikazio Zuzendaritza Nagusiaren ohiko ekintzari laguntzeko, haren komunikazioaren inpaktu emozionala eta bisuala indartuko duten piezekin.

Zerbitzuak barne hartuko ditu Gipuzkoako Foru Aldundiaren 2024-2027 legealdiko identitate berritik eratorritako komunikazio piezen arte zuzendaritza, diseinu grafikoa/ikus-entzunezkoa/digitala eta, hala badagokio, ekoizpena/programazioa, sensibilizazio eta publizitate kanpaina espezifikoak eta hurrengo zerrendan jasotzen ez den ikus-entzunezko ekoizpen guztiak izan ezik.

Sorta honetan sartzen diren **piezen** artean honako hauek daude:

- Pieza grafikoak, hala nola liburuak, grafikoak, panfletoak, liburuak, kartelak, publizitateak eta beste euskarri inprimatu batzuk egiteko diseinua.

4.- LOTE 3: SERVICIO DE CREATIVIDAD

4.1- Objeto del lote

El objeto del presente pliego es la contratación de los servicios de creatividad para apoyar la acción ordinaria de la Dirección General de Comunicación con piezas que refuercen el impacto emocional y visual de su comunicación.

El servicio incluirá la dirección de arte, diseño gráfico/audiovisual/digital, y en su caso producción/programación de las piezas comunicativas derivadas de la nueva identidad de legislatura 2024-2027 de la Diputación Foral de Gipuzkoa, a excepción de campañas de sensibilización y publicidad específicas y toda producción audiovisual no recogida en el siguiente listado.

Entre las **piezas** que se incluyen en el presente lote se contemplan:

- Diseño para la elaboración de piezas gráficas como: folletos, gráficas, flyers, libros, cartelería, publicidades, y otros soportes impresos.



- Pieza digitalak diseinatzea, maketatzea eta programatzea, hala nola:
 - posta elektronikoko kanpainak edo gonbidapen digitalak. Microsoft Office Standard 2016ren Outlook posta kudeatzailearen eta bidalketa masiboko plataformen bidez behar bezala bidaltzen/jasotzen dela bermatu beharko da.
 - Hala eskatzen duten ekitaldien webguneak diseinatzea eta editatzea ([IZFE](#)rekin koordinatuta). Oharra: Gipuzkoa.eus-en webguneak Liferay plataforman antolatuta daude.
- Iraupen laburreko motion graphics piezen diseinua eta ekoizpen digitala.
- Txantiloiak diseinatzea eta maketatzea, ondoko hauetarako:
 - pantaila kartelak (adibidez, prentsa aretoa)
 - aurkezpenak diapositiben bidez
 - komunikazio taldearen eguneroko lana erraztuko duten beste txantilo batzuk, Adobe Creative Cloud-en programetarako prestatuak.
- Hala eskatzen duten ekitaldietarako sormen orokorra: irudi grafikoa, claima, posta elektronikoko bidezko marketina, hizlarietarako laguntzeko aurkezpenak, etab.
- Diseño, maquetación y programación de piezas digitales tales como:
 - campañas de e-mail o invitaciones digitales. Se deberá garantizar el correcto envío/recepción a través del gestor de correo Outlook de Microsoft Office Standard 2016 y plataformas de envíos masivo.
 - Diseño y edición de las webs de aquellos eventos que lo requieran (en coordinación con [IZFE](#)). Nota: Los sitios web de gipuzkoa.eus están organizados sobre la plataforma Liferay.
- Diseño y producción digital de piezas motion graphics de corta duración.
- Diseño y maquetación de plantillas para:
 - cartelas de pantalla (ej. sala de prensa)
 - presentaciones con diapositivas
 - otras plantillas que faciliten el trabajo diario del equipo de comunicación, preparadas para programas del Adobe Creative Cloud.
- Creatividad general para los eventos que así lo requieran: imagen gráfica, claim, email-marketing, presentaciones de apoyo a oradores, etc.

Komunikazio Zuzendaritza Nagusiak aurreko zerrendan jasota ez dauden beste komunikazio pieza batzuk eskatu ahal izango ditu, kontratu honetan jasotako epeen eta aurrekontu mugen barruan.

La Dirección General de Comunicación podrá solicitar otras piezas comunicativas no recogidas en el anterior listado, dentro de los plazos y límites presupuestarios recogidos en el presente contrato.

Donostia, 2023ko urriaren 20a / San Sebastián, 20 de octubre de 2023

Diputatu Nagusiaren Alorraren Idazkaritza
Secretaría del Área de la Diputada General

MIKEL
ULAZIA
ETXABE -
72452785W

Digitalizazio Sektorea
norenagandik:
MIKEL ULAZIA
ETXABE -
72452785W
Data: 2023.10.20
11:37:16 +02'00'