

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA REALIZACIÓN DE LA CREATIVIDAD Y LA PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA “7 REGIÓN DE MURCIA”

Cláusula primera.- Objetivo de la campaña

El objetivo de la campaña de publicidad es consolidar la imagen corporativa de la televisión autonómica **7 Región de Murcia** y conseguir que los habitantes de la Región de Murcia la perciban como una televisión propia y próxima, con la que se sientan identificados.

Cláusula segunda.- Objeto del contrato

El contrato tiene por objeto la realización de la creatividad y la producción de una campaña corporativa de publicidad de **7 Región de Murcia** durante el año 2008.

Cláusula tercera.- Contenido de las ofertas en desarrollo del objeto del contrato

Las ofertas para realizar la campaña corporativa descrita en la cláusula anterior habrán de contener los siguientes elementos:

1.- El código común de comunicación, eje de la creatividad de la campaña corporativa, en el que se han de basar los desarrollos creativos para los distintos soportes. En este código se integrará necesariamente el logotipo del canal, que se puede obtener en la siguiente dirección web: http://www.rtrm.es/servlet/rtrm.servlets.ServletLink?METHOD=FRMIM_AGENCORPORATIVA&sit=c|4.

Este código común de comunicación ha de ser presentado de forma gráfica y debe ir acompañado de una memoria explicativa de la idea y el valor que quiere transmitir. Asimismo, tiene que ser concebido de manera que permita ser aplicado a posteriores campañas de producto (programas de televisión).

2. El “storyboard” o maqueta de un spot de 30 segundos, para su emisión en televisión y en salas de cine.
- 3 Creatividad de tres originales de prensa, a tamaño página, media página y robapáginas, y sus adaptaciones para los medios escritos, de pago o gratuitos, que se editan en la Región de Murcia.
- 4 Creatividad y producción de dos cuñas de 30” para su difusión en radio.
5. Creatividad de tres originales de exterior: 1 para “mupis”, 1 para cabinas y 1 para vallas.
6. Creatividad de tres banners para insertar en páginas web.
7. Propuesta de desarrollo del código de común de comunicación en soportes no convencionales (por ejemplo: merchandising, buzoneo ...).

Las empresas licitadoras podrán presentar más de una propuesta técnica para cada uno de los apartados anteriores. En ese caso, las distintas propuestas tendrán su reflejo en la oferta económica.

Cláusula cuarta.- Ámbito territorial de la campaña

La campaña publicitaria estará concebida para ser difundida en el territorio de la Región de Murcia.

Cláusula quinta.- Destinatarios de la campaña

Toda la población de la Región de Murcia mayor de 14 años.

Cláusula sexta.- Importe máximo del contrato

El importe máximo del contrato se fija en veinticinco mil (25.000) euros, IVA excluido.

Cláusula séptima.- Ofertas económicas

Las ofertas económicas contendrán de forma desglosada:

1. El precio de la creatividad del código común de comunicación.
2. El precio de la producción de las piezas descritas en los puntos 2 a 6 de la Cláusula tercera.

3. El precio por la elaboración de las prescripciones técnicas y la actuación como “productor delegado”, según lo establecido en la Cláusula octava.

Cláusula octava.- Consideraciones sobre el spot para televisión y cines

Televisión Autónoma de Murcia, S.A. (en adelante, TAM) se reserva el derecho a contratar la producción del spot para televisión y salas de cine cuyo “storyboard” se exige en el contenido de las ofertas.

En caso de que TAM acuerde licitar el spot, éste se basará en el “storyboard” de la oferta seleccionada. Por su parte, la adjudicataria se obliga a elaborar las prescripciones técnicas para su contratación y a actuar de “productor delegado” de TAM, velando porque la ejecución sea lo más fiel posible a la idea creativa.

Cláusula novena. Formato de entrega de los materiales

Las propuestas gráficas se entregarán en soporte CD y en soporte papel mediante una copia impresa. El “storyboard” del spot tendrá un límite de ocho cartones-pluma de dimensiones máximas DIN A2. En caso de presentarse una maqueta del spot, su duración será de 30 segundos. Las propuestas de audio se entregarán en soporte CD, y sus transcripciones, en CD y papel.

Murcia, a 28 de julio de 2008

El Secretario General de
Radiotelevisión de la Región de Murcia

Fdo.: Diego Carvajal Rojo