



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 05 TRANSFORMACIÓN AGRO» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN

1. Objeto del contrato

El presente informe de prescripciones técnicas tiene por objeto establecer y fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio de creación y diseño publicitario para la campaña de publicidad institucional “CP 23 05 Transformación Agro”, de la **Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población**.

2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de creación comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- a) El **copy** y la **creatividad principal** para la campaña de publicidad institucional. A los efectos de este informe, se entiende por **copy** al documento creativo que recoge la conceptualización, la idea clave, los mensajes-fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos que componen la propuesta creativa.
- b) El **diseño** y la **producción** de los contenidos gráficos y audiovisuales; la **redacción** de los contenidos editoriales; y/o la **compra, impresión y colocación** de materiales, de acuerdo a la orden de trabajo correspondiente que proporcionará el Gobierno de La Rioja.
- c) La **entrega de los artes finales** al Gobierno de La Rioja para su distribución a los soportes publicitarios elegidos para el desarrollo de la táctica publicitaria.

3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

3.1. Introducción

Invertir en la modernización del campo y la agricultura supone invertir en el futuro de nuestro sistema agroalimentario, promover el relevo generacional, actuar ante el reto demográfico y la despoblación, ante el cambio climático y a favor del mantenimiento del paisaje. Es invertir en territorios sostenibles que se sitúan en la vanguardia de la innovación.

Una de las principales apuestas para favorecer una agricultura competitiva y sostenible pasa por hacer un uso eficiente del agua y la energía y el Gobierno de La Rioja está realizando una apuesta histórica a favor de la transformación y modernización del campo a través de la modernización de regadíos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional	2023/0089266
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Esto se traduce en un beneficio para el sector agroalimentario y por tanto para toda la sociedad, ya que se aporta mayor estabilidad y garantía a la producción de alimentos,

Para ello se están abordando un número de proyectos de modernización, consolidación y transformación de regadíos que no se había acometido nunca.

Y está recibiendo un apoyo presupuestario histórico gracias al respaldo de la financiación del Gobierno de España y la Unión Europea y el impulso adicional del Gobierno regional, que en 2023 asumirá íntegramente proyectos de mejora y modernización con un presupuesto de 7 millones de euros.

3.2. Enfoque de comunicación

A través de esta campaña se pretende transmitir cómo la transformación del campo se traduce en un beneficio para el propio sector agroalimentario y por tanto para toda la sociedad. El lema y mensaje de la campaña debe trasladar que las políticas agrarias impulsadas por el Gobierno de La Rioja, y dirigidas en este caso hacia la modernización y transformación de regadíos, tienen como finalidad que toda la sociedad riojana se beneficie de un sector agroalimentario más potente, competitivo rentable, eficiente y sostenible.

Para ello se propone utilizar un lema como “Apostando por el campo riojano también ganas tú” u otro similar.

3.3. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Informar de los beneficios que aporta la modernización del campo al sector agroalimentario y que redundan en el resto de la sociedad.**
- **Transmitir la apuesta histórica por la transformación y modernización de regadíos de La Rioja como garantía para la producción de alimentos más sostenibles y eficientes.**

3.4. Criterios de conversión

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional	2023/0089266
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establece el siguiente indicador de impacto:

- N°. de visitas a la web o landing específica de campaña durante el período que dure la actividad de la campaña.

3.5. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 316.806 personas, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

Se establece también como público objetivo secundario al sector agrario riojano formado por agricultores/as con grandes o pequeñas explotaciones (individuales y cooperativas).

*Datos del IER a 1.7.2022

3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono y el estilo de la campaña definen la forma en la que el Gobierno quiere dirigir sus mensajes a los públicos para cumplir los objetivos establecidos. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la **homogeneidad de tono y estilo** en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Consulta las normas de tono y estilo

En el siguiente enlace puedes consultar qué normas y pautas tenemos para construir el tono y estilo

<http://www.larioja.org/identidadpublicitaria>

3.7. Emisor de la campaña

Esta campaña se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste, será el emisor.

3.8. Lenguaje

Con esta campaña se pretende alcanzar al máximo número de población riojana con lo que el lenguaje empleado será sencillo, claro y directo. Además, resulta imprescindible llegar a los públicos objetivos, evitar confusiones y crear un mensaje ligado a la idea central de la campaña donde se tenga en cuenta el lenguaje inclusivo y se eviten los mensajes sexistas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional	2023/0089266
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

4. Contenido de los servicios

4.1. Normativa aplicable

Este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 20 de la Ley 34/1988, de 11 noviembre, General de Publicidad, así como en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

Así el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor del anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

Por su parte la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el artículo 5 que las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general.

4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad “CP 23 05 Transformación Agro”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

4.3. Necesidades creativas

La empresa adjudicataria se encargará de:

- a) **Desarrollar la propuesta de creatividad de la campaña.** Se requiere la propuesta creativa central de la campaña, el slogan y el copy de campaña en **versión vertical y horizontal** para banners.

Deberá acogerse al manual de identidad del Gobierno de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja.
- Enlace a la landing de la campaña.
- En el caso de utilizarse alguna fotografía, se podrá recurrir a una foto de banco de imágenes únicamente para la propuesta a concurso, en caso de resultar

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional		2023/0089266
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

seleccionada, la fotografía debe ser original y ajustándose a las proporciones y estética de la foto de ejemplo.

- El número de depósito legal se facilitará desde el Gobierno de La Rioja.

b) **Materiales para los soportes del plan de medios.** La empresa se hará cargo de las adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria:

- **Diseño y maquetación de creatividades para prensa y exterior:**
Se especificarán las piezas necesarias (en torno a **10 adaptaciones**) y sus dimensiones, una vez que esté definido el plan de medios.
- Redacción, locución y producción de **1 cuña** radiofónica de 20”
- Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales y redes sociales (HTML5, GIF y mp4):
Se especificarán las piezas necesarias (en torno a **16 adaptaciones**) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
- Diseño de una landing page en html para la campaña.

4.4. La propuesta

La propuesta presentada debe contener como mínimo:

- Desarrollo de la creatividad publicitaria con el slogan, copy y propuesta gráfica en **formato horizontal y vertical. El desarrollo conceptual no deberá sobrepasar las 3 páginas.**
Una vez adjudicado el contrato, se presentará el desarrollo, y las diferentes aplicaciones a los distintos formatos, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y sonoros que compondrán la campaña de publicidad.
- Un presupuesto total y desglosado, con el importe sin IVA del coste del desarrollo de la creatividad publicitaria y de los elementos detallados en el punto 4.3.b.y el importe correspondiente al IVA como partida independiente.
Deberá detallarse el precio unitario por adaptación.
- Las mejoras que se propongan, si las hubiera, deberán valorarse y cuantificarse dentro del presupuesto.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional	2023/0089266	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

La propuesta económica no deberá superar los **5.100€ (IVA incluido)**.

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org y sgt.hac@larioja.org antes de las **10 horas del martes 7 de febrero**.

4.6. Valoración de las propuestas

Se adjudicará a la propuesta con mayor puntuación siguiendo los siguientes criterios:

- ✓ Grado en que la propuesta alcanza en mayor medida los objetivos previstos incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ El copy creativo y slogan de campaña son originales *-no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-*, innovadores *-promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información-* y detallado. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque y lenguaje propuesto. **Hasta 30 puntos**
- ✓ Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

$$\text{Puntuación} = 10 \times \frac{\text{Importe de la menor propuesta económica sin IVA}}{\text{Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA}}$$

4.7. Cesión de materiales

Al entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

Entrega y cesión de materiales técnicos. Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. Se entregará el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña. También se cederán los diferentes archivos generados para la pieza audiovisual. Todos los materiales entregados pasarán a ser propiedad del Gobierno de La Rioja, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional	2023/0089266
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Los materiales deberán facilitarse el jueves 16 de febrero.

5. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Oficina de la Presidenta para consultar sus dudas, trasladar sus sugerencias y solicitar el material creativo.

Personas de contacto

Marta Miguel García, gestora de Publicidad

Cristina Martínez Marín, responsable de Imagen

Teléfono de contacto

941291100 ext. 34064 - 669729236

Email: mmiguelg@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2023/000013	Informe	Publicidad institucional	2023/0089266	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				