

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS</b>  <b>Servicio de Naming &amp; Branding de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Comercio</b>	CODIGO N°: <b>Servicio naming, branding y publicidad/2021</b>
		Fecha :11/11/2021

## INDICE

1. Objeto y alcance
2. Características del servicio a prestar

Elaborado Responsable técnico del contrato: Narciso Samaniego Director del Área  Área: Competitividad	Aprobado Órgano de contratación: Comisión de Contratación II.  José Miguel Sánchez Muñoz. Secretario General  Área: Secretaría General	Fecha: 11/11/2021  Pág.: 1 de 5
---	---	---------------------------------------

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS</b>  <b>Servicio de Naming &amp; Branding de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Comercio</b>	CODIGO Nº: <b>Servicio naming, branding y publicidad/2021</b>
		Fecha :11/11/2021

## **1) OBJETO Y ALCANCE**

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas tiene por objeto la regulación de los aspectos técnicos de la contratación del servicio de elaboración del “naming” y “branding” de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y la correspondiente adaptación de la marca a las 12 Galerías Urbanas Comerciales y la prestación del servicio de Diseño y Creatividad para la Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza de la Corporación, según los criterios y el período que determina el Pliego de Condiciones de Licitación.

El servicio se divide en las siguientes actuaciones:

- a) *Elaboración del “naming” y “branding” de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y la correspondiente adaptación de la marca a las 12 Galerías Urbanas Comerciales.*
- b) *Servicio de Diseño y Creatividad para la Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Equipamiento Comercial de Zaragoza.*

## **2) CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIOS A PRESTAR**

### **2.1. Características generales.**

- ✓ Con el fin de que la relación entre la Cámara de Comercio y la empresa adjudicataria sea fluida, el adjudicatario designará un coordinador, como representante ante la Cámara de Comercio, que se encargue de la gestión y seguimiento de las distintas acciones a realizar y deberá acudir a las oficinas de Cámara de Comercio cuando así se requiera, de acuerdo a lo que se indique en cada momento.
- ✓ La empresa adjudicataria deberá incluir en su equipo de trabajo, además de la figura de coordinador, un equipo de diseñadores que den respuesta a las necesidades que puedan surgir en cada momento.

### **2.2. Naming” y “branding” de las Galerías Urbanas Comerciales de Zaragoza y adaptación de la marca a las 12 Galerías Urbanas.**

#### **✓ Primera fase.**

*“Creación de una identidad global y coherente que sirva de marca paraguas de todas las Galerías, tanto a nivel visual como verbal”.*

Se identifican una serie de trabajos a llevar a cabo, que serán desarrollados y complementados por los licitadores:

- ✓ Análisis del Plan Local de Comercio y Hostelería de Zaragoza.
- ✓ Análisis del Plan Director de las Galerías Urbanas Comerciales de Zaragoza.
- ✓ Reuniones con el equipo redactor del Plan Director para toma de directrices y coordinación de los trabajos.
- ✓ Toma de datos de elementos característicos e identitarios de Zaragoza y de los ámbitos de las 12 Galerías. Estos elementos podrán ser geográficos, culturales, históricos, paisajísticos, semánticos, etc. Estos elementos serán la base de

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS</b>  <b>Servicio de Naming &amp; Branding de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Comercio</b>	CODIGO Nº: <b>Servicio naming, branding y publicidad/2021</b>  Fecha :11/11/2021
---	--	---

trabajo para la configuración de la identidad global y de las diversas identidades de las Galerías. Clasificación y tematización por Galería.

- ✓ Creación de un Concepto global que dote de coherencia y unidad a la propuesta de las 12 galerías. Este concepto se desarrollará tanto verbalmente (argumento y story telling) como visualmente.
- ✓ Creación de los nombres e identidades de las 12 Galerías. Proceso de propuesta de alternativas para cada Galería y selección de opción final.

✓ **Segunda fase:**

*“Particularización, a nivel visual y verbal, de la identidad de cada una de las 12 Galerías, manteniendo la coherencia entre todas ellas y con la propuesta de identidad global siendo **prioritarias las Galerías Urbanas de Delicias y Casco Histórico** por ser los dos proyectos piloto del Plan Local de Comercio y Hostelería”*

Se identifican una serie de trabajos a llevar a cabo, que serán desarrollados y complementados por los licitadores; a partir de las identidades y denominaciones establecidas en la primera fase:

- ✓ Desarrollo verbal y del argumentario (story telling) de cada Galería, identificando lo particular y singular de cada una de ellas y manteniendo una coherencia con el planteamiento conceptual global. Creación de mensajes de comunicación, lemas, semántica y reglas de uso de cada Galería.
- ✓ Desarrollo visual de cada Galería, identificando lo particular y singular de cada una de ellas y manteniendo una coherencia con el planteamiento conceptual global. Creación de iconos, logotipos, tipografía, colores, imágenes de referencia y reglas de uso de cada Galería.
- ✓ En esta segunda fase serán prioritarias las galerías comerciales de Delicias y Casco Histórico ya que serán las que forme parte de los dos proyectos piloto de las Galerías Urbanas Comerciales.
- ✓ Todas las propuestas de “naming y branding” de cada una de las 12 Galerías Urbanas Comerciales deberán ser consensuadas y aprobadas por los diferentes representantes de distrito de donde se ubique dicha Galería Comercial (Juntas de Distrito, Asociaciones de Vecinos, Asociaciones de Comerciantes, etc...)
- ✓ Elaborar, bajo la supervisión del equipo redactor del Plan Director, los elementos identitarios y característicos de cada galería urbana comercial: códigos visuales como colores, símbolos, iconos, tipografías, etc y mensajes verbales.
- ✓ Estos elementos identitarios y característicos serán recogidos por el equipo redactor del Plan Director que incluirá unas guías y unas referencias de diseño para cada galería.
- ✓ Posteriormente, en los proyectos de urbanización integral que se redactarán siguiendo las directrices del Plan Director, se propondrán elementos de señalética, mobiliario urbano y caracterización, basados en las guías y referencias de diseño propuestas en el plan.

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS</b>  <b>Servicio de Naming &amp; Branding de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Comercio</b>	CODIGO Nº: <b>Servicio naming, branding y publicidad/2021</b>
		Fecha :11/11/2021

✓ **Tercera fase:**

*“Elaboración de un dossier de síntesis del trabajo, que contendrá los resultados verbales y visuales, tanto a nivel global como para cada Galería, con identificación de las reglas de uso del branding”*

Se identifican una serie de trabajos a llevar a cabo, que podrán ser desarrollados y complementados por los licitadores; a partir del trabajo desarrollado en la primera y segunda fase:

- ✓ Elaboración de dossier de síntesis del trabajo, recopilando los resultados tanto gráficos como visuales, de la propuesta global y la particular de cada Galería.
- ✓ Recopilación de las reglas de uso, tanto verbales como visuales, para cada Galería.

**2.3. Publicidad. Realización y diseño de todas las acciones de publicidad y comunicación que se precisen desde la Cámara de Comercio y durante el periodo de duración del contrato para dar soporte en la difusión y comunicación del Plan Local de Comercio y Hostelería con sus 12 galerías urbanas y de todo el sector retail de la ciudad.**

- ✓ Diseño general de materiales publicitarios: Realización de todos los diseños y presentadores que se precisen tanto a nivel digital como analógico para la difusión y presentación del Plan Local de Comercio y Hostelería. En este caso, se prevé un total de 2 campañas anuales con sus consiguientes adaptaciones, si bien para la realización de los presentadores se realizarán según las necesidades de promoción en cada momento.
- ✓ Realización de todas las adaptaciones necesarias de la identidad gráfica a los diferentes soportes ya sean analógicos como digitales.
- ✓ Programación para el desarrollo de posibles landing pages o web promocionales. Durante el período de contrato se prevén al menos dos landing pages o webs promocionales.
- ✓ Elaboración de contenido para redes, gestión de las redes de los proyectos y promoción de contenidos. Con frecuencia de al menos 4 publicaciones semanales para cada canal de social media (Facebook, Instagram, TikTok) y, al menos, una publicación diaria en Twitter.
- ✓ Diseño de newsletter o similar, envío de newsletter y BBDD dentro del sistema mailchimp o similar (incluida programación informática). Frecuencia de envíos quincenal.
- ✓ Diseño, estructura y redacción de contenidos web. Para ello se tendrán en cuenta criterios de posicionamiento orgánico y una actualización semanal de contenidos en el canal de noticias.
- ✓ Desarrollo de un concepto creativo básico para cada acción, de acuerdo al briefing facilitado por la Cámara de Comercio, según la estrategia y objetivos especificados en su momento, así como el soporte o medio de comunicación utilizado.

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS</b>  <b>Servicio de Naming &amp; Branding de las Galerías Comerciales Urbanas de Zaragoza y Comunicación, Publicidad y Promoción del Plan Local de Comercio</b>	CODIGO N°: <b>Servicio naming, branding y publicidad/2021</b>  Fecha :11/11/2021
---	--	---

- ✓ Presentar las propuestas creativas explicando su planteamiento y criterios adoptados, en relación con la estrategia de marketing y comunicación indicada en el briefing. Algunas campañas deberán ir acompañadas de un contrabriefing por parte de la empresa adjudicataria.
- ✓ La realización de cuantas propuestas, modificaciones o ajustes sean necesarias para la adecuada adaptación de la creatividad a los objetivos de campaña. En cualquier caso, Cámara de Comercio tiene derecho a solicitar sin coste, las correcciones oportunas hasta la aprobación definitiva.
- ✓ Diseño, maquetación, retoque de imágenes, artes finales y producción de los contenidos gráficos y audiovisuales necesarios para el desarrollo de las campañas, así como la realización de adaptaciones en los diferentes medios y soportes, que se concretarán según cada acción y que se implementarán en los medios previstos, en función de las campañas que se deberán ejecutar con la contratación de un plan de medios que no es objeto de este contrato. Cámara de Comercio establecerá los plazos de los diferentes trabajos.
- ✓ Realización de artes finales. Todas las piezas deberán entregarse en modo de arte final para su publicación o emisión según los requisitos solicitados (jpeg, pdf, gif, Mp4, etc). La empresa adjudicataria comprobará que las artes finales realizadas concuerdan con los originales aprobados. En caso de error, la empresa se hará responsable del coste de subsanamiento.
- ✓ Redacción de textos y trabajos de copy. De acuerdo a las frecuencias necesarias tanto para la web, como para las newsletters y los canales de redes sociales.
- ✓ El envío de los originales aprobados a la empresa de compra de medios o encargada de la producción indicada por Cámara de comercio, en las fechas establecidas.

Los originales confeccionados en el marco de este contrato pasarán a ser propiedad de la Cámara de Comercio, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

El adjudicatario deberá tener la capacidad suficiente para atender todas las necesidades de la Cámara de Comercio en el ámbito de la comunicación y la publicidad, tanto para la elaboración o adaptación de materiales promocionales como para la producción de piezas publicitarias para medios de prensa digitales u offline.

**Para cualquier aclaración o duda relacionada con este Pliego de Prescripciones Técnicas, pueden dirigirse al correo electrónico: [msanchez@camarazaragoza.com](mailto:msanchez@camarazaragoza.com)**

**CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE ZARAGOZA**