GUGGENHEIM BILBAO

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS QUE RIGE EL CONTRATO PARA LA ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA DEL MUSEO GUGGENHEIM BILBAO

OBJETIVO

El presente Pliego determina las especificaciones técnicas en cuyo marco el contratista deberá elaborar las campañas publicitarias para promocionar la Programación artística del Museo Guggenheim Bilbao (en adelante, el Museo) con el fin de cumplir los siguientes objetivos:

- Captar nuevos públicos entre quienes aún no han visitado el Museo, especialmente en el target 18 a 30 años
- Reforzar el posicionamiento del Museo como institución innovadora y creadora de tendencias
- Fomentar la repetición de la visita

ALCANCE

Con el fin de conseguir los objetivos anteriores, el contrato comprenderá los servicios necesarios para realizar una comunicación adecuada de la Programación artística del Museo.

El contratista deberá elaborar la creatividad, diseño y producción de tres campañas de publicidad de su Programación artística de 2023:

1. Campaña 1: exposición *Lynette Yiadom-Boakye. Vuela cómplice de la noche* (31 marzo a 10 septiembre, 2023). Título provisional.
 - Gráfica para prensa y exterior, que refleje adecuadamente el concepto de la campaña. Las artes finales deberán presentarse en bilingüe (euskera-español) para los medios del País Vasco; en español para los medios estatales y en inglés para los medios internacionales. Los soportes de exterior serán, entre otros: lona anunciadora de las exposiciones del Museo, vinilado integral del tranvía de Bilbao; banderolas de las farolas de Bilbao, mupis en papel o digitales.
 - Spot para Internet y TV (20 segundos), incluyendo un *animatic* o *storyboard* que desarrolle la idea creativa. Así mismo, se deberá presentar el planteamiento de realización y producción de la productora para el desarrollo de la idea creativa, la bobina del realizador propuesto y el desglose de producción. El spot se entregará en euskera, español e inglés, incluyendo versiones subtituladas en español e inglés. El spot se presentará en los formatos que requiera el Museo según la campaña de medios (digitales, canales de TV, exterior y redes sociales).
 - Cuña de radio, incluyendo la producción (guion, locución y música) de una cuña de 20 segundos en euskera y en español.
 - Soportes online, incluyendo el diseño y producción de los diferentes formatos (banners, personalización de sección en cabeceras digitales, Rich Media, etc.) contemplados en el Plan de medios.

GUGGENHEIM BILBAO

2. Campaña 2: exposición *Yayoi Kusama: 1945 to Now* (27 junio a 8 octubre, 2023)

Mismo desglose que en la campaña 1.

3. Campaña 3: *Picasso. Materia y cuerpo* (29 septiembre, 2022 a 14 enero, 2023)

Mismo desglose que en la campaña 1.

En caso de prórroga del contrato, según lo previsto en el Pliego de Cláusulas Económico-Administrativas, el Museo facilitará al contratista con antelación suficiente el contenido de su Programación artística y la identificación de las campañas que desea realizar durante la/s prórroga/s.

Condiciones adicionales:

- El Plan de medios lo facilitará el Museo. La estrategia, planificación y reserva de espacios publicitarios es objeto de un contrato diferente (el contratista actual es Proximia-Havas Group). En su momento, la agencia de publicidad deberá colaborar con la agencia de medios para la optimización de las campañas.
- Uno de los tres spots de exposición incluidos en el apartado “alcance” podría ser sustituido, si así lo considerara el Museo, por un spot genérico de marca.
- Todas las traducciones a euskera e inglés serán realizadas por el Museo.
- El Museo podrá realizar cuantas adaptaciones de las artes finales necesite para medios adicionales que pudieran surgir. Estas serán llevadas a cabo por el Museo, para lo cual el contratista deberá proporcionar todos archivos abiertos de todos los modelos y combinaciones, junto con todos los links, vínculos, tipografías, logos e imágenes que formen parte del diseño.
- Queda incluida en el alcance del contrato la gestión centralizada por parte del contratista de los distintos proveedores que intervengan en la ejecución del mismo (productoras, etc.) para garantizar el buen desarrollo del servicio y el cumplimiento de objetivos, siendo el contratista el único interlocutor y responsable ante el Museo.
- En caso de que el contratista desee realizar, a su coste, versiones adicionales de algunos soportes para su presentación a concursos o festivales, deberá obtener la previa aprobación por escrito del Museo, caso por caso, presentando para su visionado el material objeto de utilización cuyos derechos siempre corresponderán al Museo. Este se reserva, además, en todo momento el derecho a prohibir cualquier utilización que considere no apropiada a sus intereses.