



Corporació Valenciana
de Mitjans de Comunicació

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL *SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA PUESTA EN SERVICIO DE LOS SISTEMAS DE LA NUEVA RADIO Y TELEVISIÓN VALENCIANA À PUNT*

CNMY17/CVMC/24

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL *SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA PUESTA EN SERVICIO DE LOS SISTEMAS DE LA NUEVA RADIO Y TELEVISIÓN VALENCIANA À PUNT*

CNMY17/CVMC/24

Índice

1. Objeto
2. Antecedentes
3. Público objetivo
4. Requerimientos del servicio
5. Documentación a presentar

1. Objeto

El objeto del presente contrato consiste en la prestación del servicio para la estrategia, diseño y desarrollo de la campaña publicitaria para el lanzamiento de À Punt Media.

2. Antecedentes

À Punt Mèdia va a iniciar sus emisiones próximamente, por ello, para el lanzamiento del nuevo espacio de comunicación À Punt Mèdia y la promoción de los nuevos contenidos, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació carece de los medios personales y materiales suficientes y de la especialización para la realización de los servicios de comunicación, publicidad, creatividad, gestión y compra de soportes y espacios en medios de comunicación. Así, se requiere la contratación de dichos servicios a través de una empresa especializada que realice la labor de intermediación ante los medios y que cuente con la infraestructura y capacidad suficiente para integrar y coordinar dichas acciones y plan de medios con la efectividad y sostenibilidad requeridas.

3. Público objetivo

La campaña debe ir dirigida al siguiente conjunto de personas:

- a) Conjunto de la población de la Comunidad Valenciana.
- b) Medios de comunicación, profesionales del sector y líderes de opinión.
- c) Anunciantes, agencias de publicidad y agencias de medios.
- d) Influenciadores y públicos afines.

4. Requerimientos del servicio

El adjudicatario deberá realizar una campaña de comunicación previa de la marca À Punt Mèdia con los siguientes requisitos:

Objetivos de comunicación:

- Aproximar la marca de À Punt Mèdia a las personas. Conseguir que el público se familiarice con la marca y la verbalice.
- Transmitir e insistir en los valores y el modelo que el nuevo espacio representa.
- Crear expectación e interés hacia los nuevos contenidos.
- Proporcionar información que favorezca la re-sintonía con la cadena, el dial y la web con el fin de que todos conozcan la oferta audiovisual diseñada.
- Favorecer el clima positivo y participativo hacia À Punt Mèdia y todo cuando representa.
- Informar del inicio en las emisiones de la radio y web. En relación al nuevo portal web, vincular y presentar la marca infantil y juvenil: LA COLLA y dotarla de valor e interés de cara a sus públicos de interés.

Valores a transmitir:

El planteamiento expresado en la propuesta debe responder al modelo del nuevo espacio y los valores proyectados y reflejados en los documentos elaborados en los últimos meses por la CVMC: Libro de estilo y carta de valores, y recogidos a su vez en el pliego de propuesta de marca que sirvió para la elección, tanto del nombre como de la nueva identidad visual desarrollada. Dichos valores que deben quedar integrados en la comunicación que acompañe el lanzamiento y son los siguientes:

- La lengua del valencià como valor de identidad y singularidad.
- Proximidad-confianza.
- Calidad- rigor.
- Pluralidad, diversidad y cohesión social.

- Renovación- diferencia.
- Modernidad- actualidad.
- Sostenibilidad- coherencia.
- Emoción- implicación.
- Independencia- transparencia.
- Participación- diálogo.

Especialmente relevante, en el caso de la programación infantil y juvenil, cuya selección de contenidos será especialmente cuidadosa con tal de transmitir valores basados en la convivencia y respeto, solidaridad, asertividad y la resolución de conflictos que eviten la violencia y los comportamientos antidemocráticos o contrarios a los derechos humanos, tal y como expresa la Carta de valores aprobada por la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació el 26 de julio de 2017.

En ese sentido, tendrá que dedicarse una atención especial a la comunicación dedicada a promocionar e informar acerca de la programación infantil, insistiendo en el concepto de COLLA, con mensajes apropiados y atractivos, dirigidos a los niños y niñas.

Descripción de los trabajos a realizar:

a) Propuesta de estrategia y modelo de campaña

Propuesta del modelo de campaña, estrategia creativa y desarrollo de las piezas de comunicación que integran las acciones necesarias para llevar a cabo la estrategia propuesta de acuerdo a los objetivos de comunicación planteados.

Dicha propuesta debe estar integrada por diversas acciones de comunicación, promoción y divulgación estratégicamente coordinadas a través de los espacios, formatos, medios o soportes que se consideren convenientes o necesarios para informar, difundir, anunciar y promocionar el nuevo espacio de comunicación À Punt Mèdia.

b) Propuesta creativa

Desarrollo del mensaje verbal y propuesta visual de todas las piezas creativas. Creación de mensajes y diseño gráfico que permita adaptarse a todo tipo de medios, soportes y formatos propuestos.

Se podrán proponer acciones especiales o eventos de carácter no convencional que respondan a los objetivos de comunicación solicitados.

c) Plan de medios

Justificación estratégica del plan del mix propuesto.

Propuesta de planificación de medios que permita difundir la campaña de la manera más efectiva atendiendo a todos los públicos de la Comunidad Valenciana: Castellón, Valencia y Alicante.

Dicha propuesta debe estar integrada por una selección de espacios en medios y soportes de difusión publicitaria como medios impresos, radio, televisión, Internet, cine, telefonía móvil o servicios de publicidad exterior así como cualquier otro soporte tanto convencional como no convencional.

Todas las proposiciones deberán contener un calendario u óptico que refleje la propuesta de programación de cada una de las distintas campañas y acciones del plan de comunicación propuesto.

En el mismo se reflejarán igualmente los formatos, inserciones y soportes seleccionados para su desarrollo y los días de publicación de las inserciones o realización de las acciones.

Desglose presupuestario e informe que integre la estimación de la audiencia que justifique la selección de medios propuestos.

Estimación de la audiencia que justifique la selección de medios propuestos. Plan táctico y pre-evaluación de campaña de acuerdo a las herramientas propias de la industria.

Claves a destacar

El planteamiento expresado en la propuesta debe responder al modelo del nuevo espacio.

El estilo de la comunicación debe ser un reflejo de los valores y preservar dos de los pilares sobre los que se sustenta À Punt Mèdia: la promoción de la lengua y la cultura valenciana, así como la vertebración del conjunto del territorio.

La actuación debe estructurarse en fases que permitan una comunicación progresiva, coherente con los hitos y avances que se vayan produciendo. Esta campaña tiene un carácter inicial coincidiendo con el lanzamiento de la radio y la web y será continuada en campañas futuras de acuerdo con los hitos y avances que se vayan produciendo.

La forma de comunicar debe evidenciar un cambio, una manera diferente de hacer las cosas.

La estrategia de campaña planteada debe ser honesta y realista de acuerdo al contexto y las circunstancias, ponderando en todo momento el tono y el alcance de los mensajes empleados con el fin de evitar expectativas exageradas que puedan provocar decepción o frustración por parte de la ciudadanía.

Conseguir un tono de la comunicación honesto, cercano, fresco y entusiasta.

El estilo de comunicación propuesto y elegido podrá servir de base para futuras campañas publicitarias realizadas por À Punt Mèdia.