



Dirección General del Medio Ambiente y Sostenibilidad  
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE  
Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS “REALIZACIÓN DEL DISEÑO, CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA SOBRE ECONOMÍA CIRCULAR”**



La autenticidad de este documento se puede comprobar en [www.madrid.org/csv](http://www.madrid.org/csv)  
mediante el siguiente código seguro de verificación: **1055590898174849280343**

## 1. OBJETO

El presente contrato tiene por objeto la definición, diseño y producción de la campaña publicitaria de Consejería de Medio Ambiente y Ordenación Territorial sobre Economía Circular, vinculada a la Estrategia de gestión sostenible de los residuos de la Comunidad de Madrid 2017 – 2024.

En concreto, para el lanzamiento de dicha campaña, el contratista deberá crear y producir el mensaje y los elementos básicos integrantes de la campaña y plasmarlos en los soportes que considere necesarios para su presentación a los ciudadanos de la Comunidad de Madrid. Como mínimo las piezas a desarrollar serán la creatividad para televisión, radio, prensa, cine, internet, dispositivos móviles y publicidad exterior, así como la producción para todos los soportes excepto la cartelería estática de la publicidad exterior. También deberá asumir todos los gastos de derechos de imagen y música derivados del anuncio para todos los medios y soportes.

## 2. CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA

### 2.1. Objetivos de la campaña

La aprobación de la Estrategia de gestión sostenible de los residuos de la Comunidad de Madrid supone el hito fundamental para promover en nuestra región el cambio del actual modelo económico lineal (extraer-producir-consumir-tirar) en un modelo económico circular, que desvincula el desarrollo económico del consumo de recursos (materia y energía), que son finitos. En esta línea de pensamiento, la Estrategia de residuos de la Comunidad de Madrid propone un nuevo modelo de gestión de los residuos basado en la prevención y en el aprovechamiento de los recursos contenidos en los residuos para introducirlos nuevamente en los ciclos productivos.

De cara al ciudadano, la Estrategia de residuos establece importantes novedades como la recogida separada de los residuos textiles y de la materia orgánica de los residuos domésticos, así como la necesidad de mejorar en general la separación de residuos domésticos. El objetivo de la campaña es didáctico, para concienciar al ciudadano de la importancia de su papel para conseguir ese cambio de paradigma y los beneficios que éste conlleva: reducción del consumo de materias primas, lucha contra el cambio climático, creación de empleo verde, etc.

Asimismo se quiere poner en valor el esfuerzo en inversión y recursos que se está realizando desde la Comunidad de Madrid y las entidades locales para mejorar el servicio ofrecido a todos los madrileños y hacer viable el nuevo modelo de gestión de residuos.

Es el momento de comunicar que la gestión de los residuos domésticos es un servicio tan esencial para el ciudadano como el suministro de agua o energía. Utilizarlo de forma correcta es un ejemplo del civismo de la ciudadanía madrileña, que respeta nuestro medio ambiente tanto a escala local como global y que genera riqueza en la región al contribuir a la creación de una industria verde generadora de empleo.

La campaña debe contribuir a difundir estos conceptos y crear una nueva imagen de los residuos como algo valioso que no debemos desperdiciar, adaptada al nuevo paradigma de la economía circular y a la vocación de liderazgo de la sociedad madrileña.



Los atributos que la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio pretende destacar son los siguientes:

- Los residuos son valiosos, ya que contienen recursos que se pueden aprovechar.
- El ciudadano tiene el poder, con sus decisiones, de poner en valor los residuos que genera.
- El sector de los residuos presta un servicio esencial en el día a día de la vida de los madrileños, tan esencial como el suministro de agua o energía, y que emplea a muchos madrileños (y tiene el potencial de crear muchos nuevos puestos de trabajo)
- Sostenible: se reduce el impacto sobre el medio ambiente y el clima.

## 2.2. Público objetivo

El target de estas campañas son todos los habitantes de la Comunidad de Madrid.

## 2.3. Logotipos

Todas las piezas gráficas deberán incluir, en principio, el logotipo de la Comunidad de Madrid y el logotipo Madrid7R. La inclusión definitiva del logo Madrid7R, quedará en todo caso, supeditada al criterio de la persona de la Comunidad de Madrid responsable de la dirección de los trabajos.

## 2.4. Soportes de comunicación

Los soportes establecidos en los que se difundirá la campaña serán los siguientes:

- Televisión
- Cine
- Prensa
- Radio
- Exterior
- Internet

## 3. CONTENIDO DE LOS TRABAJOS

Los servicios publicitarios y de comunicación que prestará el contratista consistirán en:

- Elaboración de la estrategia de comunicación de las campañas.
- Conceptualización y elaboración de los conceptos, mensajes y claims de las campañas.
- Adaptación de la creatividad a los distintos medios y soportes requeridos.
- Producción de las diferentes piezas para los distintos medios. El contratista se responsabilizará de la producción y realización de la totalidad de piezas y adaptaciones para la inserción en los medios de prensa, radio, televisión, cine,



internet y exterior, excepto la producción de la cartelería estática de publicidad exterior.

Los trabajos para el desarrollo de la campaña serán los siguientes:

- Rodaje y producción de un spot de una duración de 20 segundos. Debe tener la posibilidad de realizar variaciones, hasta un máximo de tres, sobre el mismo concepto. La Comunidad de Madrid determinará, en función del plan de medios, la versión o versiones que finalmente se emitan.

Se realizará la adaptación mediante subtítulos para discapacitados sensoriales.

- El contratista deberá realizar todas las copias de emisión y adaptación para los diferentes medios y soportes necesarias en función del plan de medios que se defina.
- Producción de tres cuñas de radio en versión de 20". Se realizará una copia en formato MP3 de cada versión.
- Realización de, al menos, tres originales para medios gráficos (prensa, revistas y publicidad estática exterior). Deberán facilitar los Artes Finales para cada original, así como todas las adaptaciones que la Comunidad de Madrid solicite para los diferentes soportes en función del plan de medios que se apruebe (página completa, media página, faldón...)
- Producción de piezas digitales animadas para el medio online. Se realizarán todas las adaptaciones y programación necesaria según el plan de medios que se determine.

Las piezas que intervengan en las campañas deberán incluir derechos de imagen, locución y música para un período de 14 meses para la campaña, contados a partir de la fecha de emisión.

La empresa adjudicataria deberá asumir la gestión completa de las campañas, y deberá realizar todas las modificaciones a los bocetos presentados en la oferta hasta la aprobación final por parte de la Comunidad de Madrid.

#### **4. CONTROL Y SEGUIMIENTO**

La Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio se reserva el derecho a vigilar y comprobar en todo momento el correcto cumplimiento por parte del contratista de todas las obligaciones que asume a través de esta contratación.

Con la finalidad de disponer de un conocimiento inmediato y puntual, se podrá recabar la información necesaria, obligándose el contratista a facilitar los datos solicitados.

La Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio nombrará a una persona encargada de supervisar el proyecto. El contratista pondrá a disposición de la Consejería un director de proyecto que actuará como máximo responsable de coordinar y ejecutar las directrices marcadas por ésta y asimismo actuará como interlocutor de la empresa impartiendo directamente las órdenes e instrucciones de trabajo al resto de trabajadores de la empresa contratista.



## 5. DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

El contratista cede a la Comunidad de Madrid todos los derechos de autoría y de explotación, incluyendo la explotación en Internet, sobre las obras y creaciones producidas y sobre los datos que se puedan derivar de la presente contratación en cualquier forma. Concretamente cede los siguientes derechos:

- Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material punto de venta, sonora, visual y audiovisual, y/o en cualquier otra forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, digital u otros.
- Derecho de comunicación pública, en concreto, su representación y ejecución por todos los medios y procedimientos a partir de soportes sonoros y/o audiovisuales, su emisión, por cualquier medio de retransmisión y de difusión actualmente existentes.
- Derecho de transformación, en concreto, la actualización, la traducción, adaptación, arreglo, y cualquier otra modificación de su forma que pueda derivar en otra obra o creación.
- Derecho de distribución.

La cesión de los derechos de explotación a la Comunidad de Madrid en cualquier forma y modalidad, incluida la explotación en red reviste carácter de exclusiva por todo el tiempo que tarde la obra en pasar a dominio público y se otorga por el ámbito territorial universal.

En cuanto a los derechos de imagen de los figurantes o de cualquier persona que aparezca en la obra y en cualquier otro elemento que componga la creación de la misma, el contratista tendrá que contratar los derechos de imagen u otros que pudieran corresponderle por un período de 14 meses a partir del momento de su emisión, para que la Comunidad de Madrid, como propietario de las piezas, pueda emitirlos en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid y universal en el caso de Internet, sin ningún cargo por éste o de otros conceptos durante el periodo mencionado.

En este sentido, será condición necesaria que, durante el plazo de ejecución del contrato, el contratista demuestre que dispone de las correspondientes autorizaciones y licencias adquiridas (derechos de imagen, etc.).

El contratista asume la obligación de responder, de forma solidaria, de cualquier reclamación que la Comunidad de Madrid pueda recibir como consecuencia de la explotación, en cualquiera de las modalidades mencionadas, de las piezas, creaciones, y datos objeto de la presente contratación.

La firma del correspondiente contrato supondrá la formalización de las mencionadas cesiones.

Madrid, a fecha de la firma  
EL DIRECTOR DE ÁREA DE RESIDUOS, CALIDAD AMBIENTAL  
Y ECONOMÍA CIRCULAR

