



CONCURSO DE IDEAS PARA O DESEÑO DA MARCA TURÍSTICA DA CIDADE DA CORUÑA

1. OBXECTO DO CONCURSO

O obxecto deste concurso de ideas é o de seleccionar traballos de creatividade e deseño para a creación da imaxe turística da marca “A Coruña”, a cal será utilizada no material promocional editado polo Consorcio de Turismo e Congresos da Coruña (en diante, o Consorcio): folletos, publicacións, produtos e merchandising, soportes de promoción dixitais (webs, newsletter, banners, RRSS...) displays, cartaces e outros soportes promocionais, así como material de papelería etc..

Os traballos que presenten os/as concursantes deben ser orixinais e basearse na construción dunha marca atractiva e diferente inspirada nos recursos da cidade, nas emocións e sentimentos que esta transmita así como nos valores recollidos polo Plan Estratéxico do Consorcio.

Conxunto de valores:

- A Coruña é una cidade atlántica, cunha grande identidade cultural, cunha paisaxe e una contorna excepcional.
- Un monumento patrimonio da humanidade, a Torre de Hércules, como elemento emblemático e diferenciador da cidade.
- Unha cidade humana, con persoas que a miman e a admiran e esta humanidade é un dos seus maiores atractivos.
- Que ten un estilo de vida propio, cunha escala humana, acolledora, na que se vive na rúa, mirando ao mar.
- Que inspira, na que viven clases creativas, que crea tendencias: na que se teñen inspirado creadores como Luguís, Picasso, Luís Seoane, Manuel Rivas, Picadillo, Emilia Pardo Bazán, Curros Enríquez, Manuel Gallego Jorrete, etc.
- Cunha gastronomía que combina a tradición coa innovación, de proximidade, baseada na calidade do produto e na súa temporalidade.
- Que conta cunha oferta cultural, de ocio, de música en vivo vibrante e heteroxénea.
- Que dispón de excelentes equipamentos culturais e profesionais, en na que se saben facer ben as cousas, con profesionalidade.
- Unha cidade dinámica e próspera, na que naceu e vive a empresa que transformou o mundo da moda.



- Que atrae a diferentes públicos obxectivo (xente cool, aficionados á gastronomía, á música, profesionais, familias etc..) pero a que lles une a experiencia viaxeira e o bo gusto.
- Que estar na Coruña é una experiencia de alta calidade
- Que actualiza os valores de Galicia

Polo tanto, a mensaxe da marca debe recoller a seguinte idea:

A Coruña é destino atlántico cun estilo de vida propio, cunha escala humana; unha cidade acolledora, cosmopolita e inspiradora, na que viven clases creativas e emprendedores; cunha proposta cultural e gastronómica vibrante e heteroxénea; e que propón unha nova forma de coñecer e interpretar Galicia.

A imaxe tamén deberá ser versátil e adaptable, dado que ten que convivir con diversos logotipos, como o do Concello da Coruña, e deberá ser aplicada en diferentes formatos e/ou espazos.

2. FORMATO DOS TRABALLOS

A creación da marca é de libre procedemento, coa condición de que inclúa a palabra “A Coruña”. As dimensións e o formato da mesma tamén son libres, pero debe permitir e a correcta lexibilidade e adaptabilidade a todos os formatos. Os/as concursantes deben indicar de todos xeitos as súas características técnicas. (dimensións, tipografía, pantones..)

Cada deseño debe presentarse en cor e en branco e negro, e estar acompañado dunha pequena explicación do traballo. Deben presentarse en soporte papel (din A4) e dixital (formato editable e pdf).

Os/as concursantes deben aplicar os deseños da marca, facendo unha montaxe visual, nunha selección de produtos (folletos, publicacións, imaxes dixitais..), ata un número máximo de cinco, e merchandising habitual (bolsas de tela, camisetas, paraugas, pins, artigos de escritorio..), ata un máximo de cinco.

Valorarase, ademais da axeitada aplicación a materiais habituais de merchandising, aquelas propostas innovadoras respecto aos obxectos de merchandising existentes no mercado, ata un máximo de cinco.

A adaptación da marca aos diferentes produtos debe manter a unidade sobre a imaxe que se transmita ao exterior.

Os traballos deberán incluír unha proposta de deseño e ata un máximo de dous claims (lema)



turísticos que estean acordes coa imaxe gráfica e os valores da cidade expostos no presente concurso. Deberá incluírse a tradución e adaptación do claim (lema) a distintos idiomas (galego, castelán, inglés, francés, alemán, portugués e italiano), mantendo o seu sentido e significado, así como a súa convivencia con outros posibles logotipos.

O deseño deberá ser orixinal e inédito (calquera posible conflito con terceiras partes debido a propiedade intelectual do mesmo, será responsabilidade exclusiva do concursante que presente a proposta).

3. FASES DO CONCURSO

O Concurso obxecto desta convocatoria desenvolverase nas seguintes fases:

1. Convocatoria. Publicidade das bases reguladoras do Concurso.
2. Presentación de propostas. Os/as concursantes deben presentar os seus traballos no lugar e o prazo establecidos nestas bases.
3. Constitución do xurado. A composición do xurado farase pública a través da web do Consorcio.
4. Selección dos traballos. O xurado seleccionará o traballo gañador en base aos criterios de valoración.

4. REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

Poderán participar aquelas persoas físicas e xurídicas con capacidade de obrar.

5. PRESENTACIÓN DAS PROPOSTAS

A presentación se efectuará de xeito anónimo na sede do Consorcio de Turismo e Congresos da Coruña, sita na Rúa Sol – Edificio Sol s/n. 15003 (A Coruña), ou enviarse por calquera dos medios legalmente previstos na normativa básica de procedemento administrativo. Se presentarán dous sobres pechados nos que aparecerá unicamente a mención de: Concurso de ideas para o deseño da marca turística da cidade da Coruña, e o lema escollido polo autor para identificar a súa obra.

As propostas deben presentarse en papel (din A4) e en soporte dixital (formato editable e pdf), en dous sobres pechados co seguinte contido:

- **Sobre A.** Os datos identificativos do/da concursante (nome, enderezo, teléfono, correo electrónico, fax e/ou calquera outro dato que o/a identifique), xunto coa declaración responsable de non estar incurso/a nalgunha das circunstancias que determinen a prohibición para contratar coa Administración Pública .

Incluirase unha declaración da persoa autora, pola que acepta as condicións do concurso de ideas de xeito incondicional. (**Ver modelo anexo**).

- **Sobre B.** Dous documentos. Un documento coa proposta gráfica con e sen claim (lema) en positivo e negativo, con as súas diferentes aplicacións e outro documento coa memoria descritiva e a súa xustificación, incluíndo neste sobre a dixital e a impresa.

O Consorcio rexeitará e non valorará todas aquelas propostas que non cumpran cos requirimentos mínimos establecidos.

6. LUGAR DE PRESENTACIÓN E INFORMACIÓN.

Os traballos serán presentados preferentemente, na sede do Consorcio de Turismo e Congresos da Coruña; Rúa Sol – Edificio Sol. 15003 (A Coruña) en horario de 09.00 a 14.00 horas

Tamén poderán enviarse por correo certificado a dirección indicada, antes das 13 horas do día límite fixado. As solicitudes que non figuren na sede do concurso, transcorridos dez días naturais, dende a data límite de recepción de propostas, serán excluídas do concurso.

A correspondencia e consultas de todo tipo referidas a este concurso, dirixiranse a Xerencia do Consorcio de Turismo e Congresos da Coruña, a través do correo electrónico seguinte: infoturismo@coruna.es, as respostas iranse publicando periodicamente na páxina web do Consorcio.

7. PRAZO DE PRESENTACIÓN

O prazo de presentación das propostas finalizará **o vindeiro 21 de novembro ás 14.00h.**

8. XURADO

A selección do deseño da marca gañadora deste concurso será elixida por un xurado formado polas seguintes persoas:

Presidente: D. Alberto Lema Suárez – Presidente do Consorcio

Secretaria: Dna. Lanzada Calatayud Álvarez – Xerenta do Consorcio



Vogais:

D. Xosé Manuel Sande - Membro da Xunta de Goberno do Consorcio e Concelleiro de Cultura do Concello da Coruña

D. Jose Manuel Blanco Aldariz – Membro da Xunta de Goberno do Consorcio

D. Carlos Rodríguez Carro – Secretario Técnico da Escola Universitaria de Turismo da Coruña

D. Rafael Benito Cases – Presidente de Hospeco

Dna. Silvia Longueira Castro – Directora da Fundación Luis Seoane

D. Enrique Pena González – Director Xerente de Palexco

Dna. Samanta García-Carro de la Colina – Membro do Comité de seguimento do Plan Estratéxico de Turismo da Cidade da Coruña

É competencia do xurado, ademais da valoración dos traballos de creatividade, a interpretación das presentes bases e a resolución de cantas cuestións puidesen suscitarse con motivo deste concurso.

O xurado resérvase o dereito de poder elixir un deseño e un claim (lema) a dúas propostas diferentes.

O xurado pode propor que o concurso sexa declarado deserto se os deseños presentados polos/as concursantes no acadan o nivel de calidade esperado.

9. PREMIOS

O orzamento total destinado a este concurso é de 9.000,00 € (IVE incluído).

Establécese un premio de 9.000,00 € para o/a concursante que teña presentado o deseño e lema da imaxe da marca turística da cidade da Coruña máis valorado.

No caso de resultar gañadores un deseño e un claim (lema) correspondentes a dúas propostas diferentes, establécese un premio de 6.000,00 €(IVE incluído) para o/a gañador/a do deseño gráfico da marca, e 3.000,00 €(IVE incluído) para o/a gañador/a do claim (lema).

O importe do premio está suxeito ás retencións fiscais que procedan.

O importe terá o carácter de contraprestación económica pola entrega e posta a disposición do Consorcio do traballo premiado, polo que o premio estará suxeito ao imposto sobre o valor engadido que corresponda, e que se entende incluído no mesmo, e a retención a conta do IRPF no seu caso, para o cal o premiado emitirá a correspondente factura.



O proxecto gañador publicárase na web do Consorcio.

O/a gañador/a do concurso debe entregar ao Consorcio, no prazo máximo de vinte días, un manual de identidade corporativa, en papel e en soporte dixital, con todas as aplicacións necesarias para os diferentes formatos: papelería (sobres, tarxetas, bolsas, etc.), e publicitarios (produtos de merchandising) e para elo terá un prazo de 10 días hábiles.

Con posterioridade á resolución do presente concurso, o Consorcio pode encomendar ao gañador/gañadora a realización doutros traballos gráficos e de produción relacionados co obxecto do concurso, non contemplados nestas bases nin inicialmente previstos, así como outros traballos necesarios para a adaptación da marca, que serán incluídos no importe do premio.

“O outorgamento do premio en ningún caso implicará que do mesmo se derive a adxudicación de ningún contrato de servizos posterior”

10. CRITERIOS DE VALORACIÓN

Valoráranse as obras que, a xuízo do xurado, mellor identifiquen e representen a cidade da Coruña. Terase en conta a orixinalidade, claridade, creatividade e calidade artística.

Tamén valoráranse positivamente aquelas propostas que amosen como se adapta a marca aos obxectos e produtos de merchandising, e aos espazos e formatos nos que esta se poda incluír (web, cartelería, papelería, publicacións etc..).

A puntuación dos criterios de valoración é o seguinte:

CRITERIOS	PUNTUACIÓN (máxima)
Deseño: orixinal, atractivo, claro	30
Valor comunicativo e simbólico do claim (lema)	25
Identidade: inspiración nos valores e recursos da cidade, así como en as emocións e sentimentos que esta transmite	20
Versatilidade: adaptable a publicacións, obxectos e espazos, mantendo unha unidade de imaxe e convivencia con outros logotipos, principalmente cos do Concello da Coruña	15
Aplicación en produtos innovadores de <i>merchandising</i>	10
Total (puntuación máxima)	100

Para cada un dos criterios, outorgarase a máxima puntuación prevista na proposta que mellor cumpra os requirimentos establecidos.

11. RESOLUCIÓN DO XURADO

O xurado disporá dun prazo de 15 días, a contar a partir do prazo de finalización da presentación das propostas, para resolver o concurso.

O fallo do xurado responderá á valoración libremente efectuada polo mesmo, que deberá motivase adecuadamente. O xurado pode declarar deserto o premio. O premio outorgarase polo Consorcio, e publicarase na súa páxina web, sen prexuízo doutras publicacións que resulten procedentes.

O fallo do xurado será inapelable.

12. OBRIGAS DOS/AS BENEFICIARIOS/AS

O/a gañador/a do concurso ten as seguintes obrigas:

1. Comunicar ao Consorcio a aceptación ou renuncia do premio no prazo de cinco días desde a notificación da resolución; en caso contrario, entendese automaticamente aceptado.
2. Presentar toda a documentación requirida nestas bases.
3. Dar a axeitada publicidade do carácter público do premio (entrevistas, medios de comunicación, webs, publicidade ordinaria).

O/a autor/a do deseño seleccionado como mellor valorado debe ceder, en exclusiva e sen limitación temporal, ao Consorcio os dereitos de explotación, propiedade intelectual e propiedade industrial da obra, segundo o establecido nos artigos 17 e 48 do Real Decreto 1/1996, de 12 de abril, polo que se aproba o Texto Refundido da Lei de Propiedade Intelectual.

Por outra banda, tamén autoriza ao Consorcio a modificar, desenvolver ou adaptar o deseño, podendo utilizar para isto calquera medio que consideren oportuno, previo acordo co autor do deseño.

O Consorcio será o propietario do deseño seleccionado como marca para todo o seu material promocional, podendo, no seu caso e dacordo coa lexislación vixente, rexistralo



e adquirir os dereitos de propiedade industrial e intelectual.

O/a autor/a do traballo gañador, non poderá utilizar, xa sexa total ou parcialmente, elementos, pezas e/ou o deseño seleccionado, noutros traballos ou proxectos futuros que puideran realizar.

Os participantes responsabilizaranse de que non existan dereitos a terceiros nos traballos presentados, así como de toda reclamación por dereitos de imaxe.

Os/as concursantes que así o desexen poden solicitar o retorno do seu traballo nun prazo máximo dun mes despois da resolución do xurado.

Termos legais:

1.- O autor é responsable de que o deseño presentado sexa orixinal e inédito, e responderá de calquera reclamación ao respecto.

2.- Dereitos de propiedade intelectual.-

A obtención do premio leva aparelada a cesión en exclusiva e por tempo indefinido de tódolos dereitos de explotación da marca turística e as súas aplicacións, ao Consorcio de Turismo e Congresos da Coruña.

En consecuencia, o premiado cede ao Consorcio tódolos dereitos de explotación que correspondan, e se deriven da idea resultante e se compromete a subscribir por escrito dita cesión, que se formalizará no prazo que se estableza polo Consorcio.

3.- Por parte do Consorcio, se poderá realizar tódalas adaptacións que se consideren necesarias partindo da idea ganadora do premio; o resultado final inscribirase a nome do Consorcio de Turismo e Congresos da Coruña, nos Rexistros de patentes e marcas ou no que resulte procedente.

4.- En calquera caso, a concesión do premio non supón a obriga para o Consorcio de aceptar a totalidade das propostas do ganador, senón que poderá tomar ideas ou solucións parciais para elaborar a proposta definitiva da marca, e incluso estas ideas e solucións poderán ser obxecto de variacións en función das necesidades ou obxectivos do Consorcio.

5.- O Consorcio se reserva o dereito de non admitir a concurso as obras que segundo o seu criterio, non cumpran as condicións técnicas, artísticas e/ou legais esixidas.

Asimesmo non se fai responsable da mala ou ningunha recepción dos materiais.



13. ACEPTACIÓN DAS BASES

A participación neste Concurso implica o coñecemento e a aceptación íntegra das presentes bases por parte dos/as concursantes, que poderán ser interpretadas polo xurado e polo órgano convocante, en aqueles aspectos non previstos inicialmente.

14. RÉXIME XURÍDICO APLICABLE E XURISDICCIÓN COMPETENTE:

Ao desenvolvemento do concurso se lle aplicará de xeito supletorio ao previsto nestas bases, os artigos 184 a 188 do Texto Refundido da Lei de Contratos do Sector Público. Sobre as cuestións litixiosas que puideran derivarse do mesmo, resulta competente a xurisdición civil no que non veña atribuído a contenciosa. Os dereitos de propiedade intelectual rexeranse pola normativa aplicable e en especial, polo Texto Refundido da Lei de Propiedade Intelectual, aprobado por Real Decreto Lexislativo 1/1996 de 12 de abril.

A Coruña, 6 de novembro de 2017

Alberto Lema Suárez
Presidente