



**QUADRE DE CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES APLICABLE ALS CONTRACTES
DERIVATS DE L'ACORD MARC DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ
DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA EN ELS
MITJANS DE COMUNICACIÓ I D'ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I
COMUNICACIÓ.**

Exp: 2020/0012005
Projecte: 3814
Producte: 30308

LOT 1

1.- Definició de l'objecte del contracte

És objecte del present plec la contractació promoguda pel Gabinet de Premsa i Comunicació de la Diputació de Barcelona, entre empreses seleccionades en l'acord marc dels serveis de gestió per a la inserció de publicitat institucional de la Diputació de Barcelona en els mitjans de comunicació i d'altres serveis de publicitat i comunicació, per la realització dels serveis relatius a les insercions de publicitat de la **Campanya Mesures reactivació econòmica i social**.

Es demana una sèrie de peces de *branded content* en suports impresos i digitals, una sèrie d'espais radiofònics i també peces a la xarxa social LinkedIn (veure òptic adjunt amb el detall de cada suport) per tal de publicitar aquesta campanya.

Les pàgines a suports impresos i les peces a premsa digital incorporaran textos i notícies sobre promoció turística de la Diputació de Barcelona, juntament amb altre material gràfic (imatges, gràfics, etc), i hauran de tenir caràcter redaccional, amb la voluntat de màxima integració al mitjà.

Cal preveure que les pàgines impreses i les peces a premsa digital puguin ser elaborades i maquetades per part de l'equip redaccional del diari, a partir de les informacions (textos, imatges, gràfics, etc) transmeses oportunament des de la Diputació de Barcelona. Aquestes pàgines impreses i peces a premsa digital també podrien, en algun cas, arribar a ser elaborades i maquetades per la pròpia Diputació de Barcelona, que les entregaria als diaris per a la seva publicació. Finalment, en el cas dels suports impresos, la Diputació de Barcelona es reserva el dret de canviar la pàgina redaccional per una pàgina de publicitat quan així ho consideri convenient, avisant als mitjans amb la deguda antelació.



Els continguts de les pàgines impreses i peces a premsa digital esmentades incorporaran una notícia principal amb una o varies fotografies i, si així ho decideix la Diputació, notícies i/o textos de segon nivell, que podrien incorporar fotografies o imatges complementàries i, eventualment, també la presència de la imatge corporativa de la Diputació de Barcelona. En el cas dels mitjans digitals, el contingut tindrà el tractament d'una notícia i inclourà un destacat (titular + fotografia + entradeta) a la *home* o secció corresponent que enllaçarà al text sencer del contingut.

Les ubicacions dels redaccionals digitals seran les següents:

- Lavanguardia.com: 1 dia (24 hores) a la *home* i després 7 dies a la secció corresponent.
 - Elperiodico.com i .cat: 1 dia (24 hores) a la *home* i 6 dies a la secció corresponent.
 - Ara.cat: 2 setmanes a la *home* (columna dreta) i després a la secció corresponent.
 - Elpuntavui.cat: 1 dia a la *home* (lateral part dreta) i després 4 dies a la secció corresponent.
 - 20 minutos.es (IP Catalunya): 1 dia a la *home* (portada Catalunya) i després a la secció corresponent.
 - Catalunyapress.cat: 1 setmana a la *home* i després a la secció corresponent.
 - Vilapress.cat: 1 setmana a la *home* i després a la secció corresponent.
 - Metropoliabierta.com: 1 dia (24 hores) a la *home* i després a la secció corresponent.
 - Totsantcugat.cat: una setmana a *home* i a la categoria "continguts especials" i després a la secció corresponent.
 - Totcerdanyola.cat: una setmana a *home* i a la categoria "continguts especials" i després a la secció corresponent.
 - Totrubi.cat: una setmana a *home* i a la categoria "continguts especials" i després a la secció corresponent.
 - Diarideterrassa.es: 3 dies a la *home* i després a la secció corresponent.
 - Diaridesabadell.com: una setmana a la *home* i després a la secció corresponent.
 - Monempresarial.com i Monempresarial.com/es: una setmana a la *home* i després a la secció corresponent.
-



-Catalunyaeconomica: una setmana a la *home* i després a la secció corresponent.

-Viampresa.cat: 3 dies a la *home* i després a la secció corresponent.

-Emprendedores.es: una setmana a la *home* i després a la secció corresponent.

Per agilitzar i assegurar tot el procés de producció d'aquests continguts es crearà una metodologia de treball entre totes les parts implicades. La Diputació de Barcelona comunicarà al suport el dia de la publicació prevista, amb el termini òptim que cadascun d'ells necessiti. També comunicarà, en el mateix termini, en els casos en que el suport realitzi l'elaboració i maquetació de la pàgina o la peça a premsa digital, les necessitats d'informació necessària per que l'equip de redacció de cada suport treballi els continguts.

En el cas dels suports digitals, les peces redaccionals hauran de tenir el recolzament de les diferents xarxes socials de cada mitjà (tuits, posts, newsletter...) que es faran ressò, d'aquesta manera, del contingut.

En el cas dels redaccionals digitals, no cal donar un preu per CPM ni tampoc es preveuen costos tecnològics.

L'agència de mitjans adjudicatària podrà facturar amb caràcter quinzenal o mensual les insercions, sempre que hi aportí els diferents comprovants. En el cas de la ràdio, seran els certificats de radiació pertinents. I en el cas dels suports digitals, aquest comprovant serà un informe mensual que inclourà les captures de pantalla de les insercions (destacat amb titular + fotografia a portada, text sencer, tuits o posts a xarxes socials, bàners...) més el corresponent certificat de *google analytics* o certificat estadístic similar que inclogui, sempre que sigui possible, les impressions, *views*, clics o similar. El Gabinet de Premsa i Comunicació facilitarà un quadre de mètriques a l'empresa adjudicatària que agruparà tota aquesta informació i també podrà demanar una valoració qualitativa de les accions realitzades a cada suport.

2.- Pressupost

El pressupost de la contractació es fixa en la quantitat màxima de 53.000,00 euros, IVA inclòs (43.801,65 euros + IVA). Aquest preu abans d'IVA haurà d'incloure la comissió d'agència i també els costos tecnològics en digital.

Les ofertes de preu o de descompte mínim presentades per cadascuna de les empreses seleccionades hauran de detallar els preus, descomptes i comissió d'agència aplicats i no podran, en cap cas, variar a l'alça (en cas de preus i comissió



d'agència) o a la baixa (en cas de descomptes) d'aquells que van oferir a l'acord marc. Els preus hauran d'estar desglossats per a cada suport.

La despesa derivada d'aquesta contractació es farà efectiva amb càrrec a l'aplicació pressupostària G/11100/92050/22602 del pressupost vigent del Gabinet de Premsa i Comunicació.

3.-Criteris d'adjudicació i dades administratives.

El criteri d'adjudicació serà exclusivament la proposta econòmica.

Proposta econòmica.....fins a 100 punts.

S'assignaran 0 punts a les ofertes iguals al pressupost de licitació i la màxima puntuació a l'oferta més baixa i es puntuarà la resta d'ofertes en funció de les baixes i de manera proporcional.

4.- Documentació a presentar

Les empreses rebran una invitació via correu electrònic en la qual constarà un enllaç URL que els hi permetrà accedir al portal e-Licita de la Plataforma electrònica de contractació pública de la Generalitat de Catalunya i presentar via telemàtica la seva proposta econòmica ajustada al model d'òptic o graella que s'adjunta (annex 7 del PCAP).

La presentació de l'oferta per part de les empreses consultades es realitzarà en el termini de 3 dies hàbils a comptar des de la recepció del correu electrònic a què es refereix el punt anterior.

Qualsevol dubte en relació amb la presentació de la proposta es pot consultar al Gabinet de Premsa i Comunicació a l'adreça electrònica acordmarcpublicitat@diba.cat.

L'òptic o graella portarà una caràtula amb la menció "Documentació per a la contractació del servei d'inserció de publicitat relatiu a la **Campanya Mesures reactivació econòmica i social** presentada per" i haurà de contenir la proposició econòmica ajustada al model d'òptic o graella que s'adjunta.



5.- Termini d'execució

El servei es prestarà en tot cas abans del 21 de desembre de 2020.

6.- Responsable del contracte

Es designa responsable del contracte derivat, amb les funcions previstes en l'article 52 del TRLCSP, a la Cap de la Secció d'Estratègia i Contractació Publicitària del Gabinet de Premsa i Comunicació.

7.- Formalització del contracte

L'adjudicatari del contracte derivat s'obliga a formalitzar-lo mitjançant document administratiu quan sigui requerit i, en tot cas, en un termini màxim de 10 dies a comptar des del següent al de la recepció del dit requeriment.

8.- Comprovacions en el moment de la recepció de la qualitat de l'objecte del contracte

El Gabinet de Premsa i Comunicació es reserva la realització de comprovacions sobre la qualitat de l'objecte dels contractes derivats de l'acord marc.

9.- Període de l'acció de comunicació o campanya

El període de l'acció de comunicació o campanya expressat en el brífing i/o en la petició d'oferta és orientatiu i es pot veure modificat per circumstàncies sobrevingudes o imprevistes pel Gabinet de Premsa i Comunicació de la Diputació de Barcelona, en funció de les necessitats de comunicació i de mercat.
