



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DE LA CONTRACTACIÓ BASADA PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL I DE CONTINGUT INFORMATIU AL MITJÀ DIGITAL

CODI EXPEDIENT: PR-2023-474

Primera. Objecte

Aquest plec té per objecte la contractació dels serveis de gestió i inserció al mitjà internet d'anuncis de publicitat institucional i de formats de caire informatiu.

Per donar resposta completa a les necessitats comunicatives de la Generalitat de Catalunya l'objecte d'aquest contracte comprèn la inserció al mitjà digital (internet i les xarxes socials) d'anuncis de missatges publicitaris tant de campanyes transversals de publicitat institucional com d'accions puntuals de comunicació.

Així mateix, per explicar de manera més detallada els missatges de les campanyes i reforçar el missatge institucional serà necessària la difusió de formats especials amb contingut informatiu o "de marca" sobre els diferents serveis i actuacions que ofereix la Generalitat de Catalunya. Es posarà especial èmfasi en la penetració de la marca en aquells territoris on fins ara s'ha fet palesa la dificultat per comunicar-la.

Segona. Objectiu de la contractació i contingut dels serveis a prestar

L'objectiu és aconseguir les millors condicions de gestió i inserció en la difusió dels mitjans de comunicació esmentats al brífung que acompanya aquest plec, per tal de fer arribar el missatge de la forma més efectiva, que permeti optimitzar al màxim el pressupost disponible.

El públic objectiu a qui van dirigides les insercions es definirà a cadascuna de les campanyes i accions puntuals de comunicació però podem definir com a públic genèric els ciutadans i ciutadanes de Catalunya majors de 14 anys usuaris d'internet tot i que en algunes campanyes també aniran dirigides al públic infantil.

Les empreses contractistes hauran de realitzar els serveis detallats a la clàusula segona del PPT de l'Acord marc.

La Direcció general de Difusió realitzarà la corresponent comanda mitjançant l'entrega d'un brífung de cada campanya/acció, que contindrà els requeriments específics (objectius de mitjans, públic objectiu concret al que va dirigit i període de difusió).

La concreció de suports d'inserció de cadascuna de les campanyes i/o continguts informatius es demanarà des de la Direcció General de Difusió en funció de l'estratègia proposada per l'empresa adjudicatària, a partir del brífung facilitat en cada cas, ja sigui per

afinitat amb el públic objectiu o amb la temàtica i tipologies de les campanyes i per les visites i audiències registrades.

El llistat de les diferents campanyes de publicitat i accions puntuals de comunicació, així com de les actuacions sobre les quals versaran els formats especials amb contingut informatiu, es detalla a l'Annex 1 d'aquest plec.

Tercera. Característiques tècniques

Suports:

Es demana la inserció per a una àmplia selecció de suports per assolir alts nivells de cobertura global i territorial i tenint en compte els nivells òptims d'audiència i la maximització de l'afinitat i de la rendibilitat.

En concret, les tipologies de suports d'inserció requerides en aquesta contractació són:

- Les principals xarxes socials.
- Els suports digitals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.
- Els suports digitals dels principals grups de televisió d'àmbit estatal.
- Els principals portals de vídeo.
- Destacades webs de música online i ràdio digital.
- Les principals xarxes de distribució de vídeo.
- Les edicions digitals dels principals diaris generalistes de Catalunya.
- Les edicions digitals dels següents suports d'àmbit estatal.
- Les edicions digitals de les següents publicacions gratuïtes.
- Els portals digitals catalans.
- Les edicions digitals dels diaris i publicacions comarcals catalanes.
- Les edicions digitals des diaris esportius.
- Les edicions digitals de temàtica econòmica.
- Les publicacions digitals de temàtica d'oci, cultura i entreteniment.
- Les publicacions de temàtica sectorial.
- Totes les capçaleres digitals associades a l'ACPC (Associació Catalana de Premsa Comarcal), a l'AMIC (Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació) i a l'APPEC (Associació de Publicacions Periòdiques en Català).
- Els principals cercadors.
- Els suports digitals amb model de comercialització de publicitat a través de la compra programàtica i altres suports que comercialitzin els formats de display i branded estandarditzats per l'*Interactive Advertising Bureau*.
- Les següents plataformes de gestió de contingut: servei de tramesa massiva de correus electrònics, Plataforma Gemini Native Ad (plataforma de recomanació de continguts), Plataforma Ligatus (plataforma de recomanació de continguts), Plataforma Outbrain (plataforma de recomanació de continguts).

Formats:

Per a la inserció **d'anuncis de missatges publicitaris al mitjà internet** es contempla la inserció de qualsevol format convencional o especial.

S'entén per formats convencionals tots aquells formats (d'anunci i de contingut) que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte.

Es demana preu dels formats convencionals següents:

- Redaccional + Difusió a les xarxes
- Bàner
- Robapàgines
- Doble Robapàgines
- Video In-Stream
- Audio In-Stream
- Preroll/ Midroll espot 20"/ 25"
- Preroll/ Midroll espot 30"
- Falca + Cover
- Video Everywhere
- InRead
- Falca Preroll
- Preroll
- Formats display IAB
- Mailing
- True View
- Enllaç Patrocinat
- Sponsored Update
- Google Ads
- Post Photo
- Post Video
- Post Link
- Post Carousel
- Story
- Promoted Tweet
- Website Card
- Video Card
- Reel

Per a la resta de formats convencionals es demana un descompte que s'aplicarà a les tarifes publicades de cadascun dels suports.

S'entén per formats/accions especials tot allò que no té una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte. Per aquest motiu, com que en aquest àmbit no acostumen a aplicar-se descomptes, es demana una comissió d'agència per a la gestió d'aquestes compres.

La comissió d'agència s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model de proposició econòmica hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

El nombre d'insercions i el format a inserir variaran en funció de les necessitats de cada acció puntual de comunicació, campanya de publicitat institucional o acció informativa sobre les diferents actuacions o serveis per al ciutadà.

ANNEX 1

L'Administració de la Generalitat a través de la Direcció General de Difusió, com a òrgan competent en matèria de publicitat institucional del Departament de la Presidència, preveu la necessitat de la contractació del servei d'inserció al mitjà digital (internet i les xarxes socials) d'anuncis de publicitat institucional i de formats de caire informatiu.

L'estratègia concreta de comunicació, igual que la tria dels mitjans i distribució dels suports i formats per a cadascuna de les accions es determinarà, tenint en compte la coherència i eficiència comunicativa dels missatges, ja dins el marc de les necessitats de comunicació, en funció de l'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats de cada moment.

Els diferents àmbits i temàtiques sobre els quals tractaran les campanyes de publicitat, accions puntuals de comunicació i redaccionals són:

1.INSERCIÓ D'ANUNCIS DE PUBLICITAT

La inserció corresponent a **anuncis de publicitat**, tant els estàndard habituals com d'altres formats publicitaris especials o els creats per a les xarxes socials, abasta diferents àmbits i temàtiques i es concreten, entre d'altres, en les següents:

>Campanyes de caire social i/o entorn a drets fonamentals associats a l'estar del benestar: campanya per la prevenció del *bullying* i qualsevol tipus de violència o d'abús als menors, campanya sobre els certificats de professionalitat, campanyes sobre drets socials (atenció social, cases d'acolliment, reallotjament, lloguer social, etc.) i el telèfon Infància Respon.

>Campanyes en l'àmbit de la conscienciació mediambiental: campanya Let's Clean Up Europe i altres accions o iniciatives per promoure la preservació de l'entorn.

>Campanyes en l'àmbit del feminisme: campanya sobre el repartiment gratuït de productes menstruals entre la població femenina i campanya i accions per la promoció de l'esport femení.

>Campanyes de l'àmbit econòmic i sectorial: campanya sobre la ciberseguretat, accions de prevenció d'accidents laborals i campanyes d'ajuts (SOC, ajuts als joves, ajuts a la rehabilitació, etc.).

>Campanyes de l'àmbit cultural: campanya sobre la nova Llei de drets culturals i campanya Escena 30.

>Campanyes sobre tràmits i serveis d'especial rellevància per a la ciutadania: campanyes o anuncis puntuals de protecció civil i emergències, campanyes o anuncis puntuals de posada en funcionament d'infraestructures o serveis i anuncis sobre la convocatòria d'oposicions a determinats cossos (Mossos d'Esquadra, Bombers, Agents Rurals, etc.).

> Anuncis d'actes institucionals commemoratius/inauguracions/exposicions/jornades.

2.INSERCIÓ DE CONTINGUTS INFORMATIUS:

La inserció de **continguts informatius**, que seran els formats majoritaris d'aquest contracte, abasta diferents àmbits i temàtiques i es concreten, entre d'altres, en les següents:

>Temes de Salut: prevenció del suïcidi, prevenció trastorns associats a la pressió estètica, salut emocional infants i adolescents i prevenció d'addicions.

> Serveis d'especial rellevància per a la ciutadania: redaccionals per informar la ciutadania sobre els serveis públics que té a la seva disposició i sobre altres temes d'interès per a la seva salvaguarda (mesures per combatre la pobresa energètica, la certificació energètica als edificis, els beneficis de la pràctica esportiva en els infants i adolescents, la prevenció de la violència de gènere, les noves infraestructures i serveis, els ajuts en matèria d'habitatge, el portal de transparència i dades obertes, l'acolliment familiar, la no discriminació al col·lectiu LGBTI, els drets dels consumidors i el foment d'un consum responsable, temes relacionats amb l'ensenyament i qualsevol nova regulació que afecti a la prestació de serveis públics o a la relació dels ciutadans amb l'Administració de la Generalitat de Catalunya, entre d'altres).

>Temes de conscienciació mediambiental: redaccionals per fomentar la recollida selectiva de residus a Catalunya, l'estalvi energètic i la transició a noves fonts més sostenibles i altres temes relacionats amb la cura de l'entorn.

>Temes de l'àmbit econòmic i sectorial: redaccionals per ampliar el coneixement sobre els diferents ajuts i subvencions a disposició de la ciutadania i les empreses, sobre el comerç de proximitat, sobre el turisme i els diferents esdeveniments que comporten foment de l'activitat turística i sobre jornades i debats al voltant de temes estratègics per al desenvolupament econòmic i social.

>Temes de Drets Socials, Igualtat i Feminismes: productes reutilitzables d'higiene menstrual, oficina de no discriminació, acolliment d'infants, taula Tercer Sector i cases d'acollida, entre d'altres.

> Temes de Cultura: oferta de cursos de català, exposicions, jornades, oferta de museus i altres equipaments culturals.

> Temes d'Esport: esport femení, esdeveniments esportius rellevants i accions actes esportius territorials.