

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I COMPRA D'ESPAIS ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ MITJANÇANT UNA AGÈNCIA DE MITJANS PER A L'IRB BARCELONA

I.- INTRODUCCIÓ I ANTECEDENTS

La Fundació Institut de Recerca Biomèdica (IRB Barcelona), és una fundació del sector públic que té per objectiu contribuir a la millora de la qualitat de vida per mitjà de l'aplicació dels avenços en l'àmbit de la ciència biomèdica bàsica i aplicada, i promoure la recerca multidisciplinària d'excel·lència en la interfície entre la biologia i la química, així com fomentar la col·laboració entre les entitats locals i els instituts de recerca institucionals, impulsant i coordinant la recerca interdisciplinària en biomedicina. L'IRB Barcelona té condició de centre CERCA, reconegut per la Generalitat de Catalunya.

Des de la seva creació l'any 2005, l'IRB Barcelona ha implementat una política de comunicació externa amb l'objectiu de fer conèixer la seva activitat a la ciutadania. Aquesta política recull diferents tipus d'accions, projectes i activitats de comunicació i de divulgació científica.

Des de l'any 2021, les polítiques de comunicació i fundraising s'han vist complementades amb el disseny d'una estratègia de marca destinada a promocionar la marca "IRB Barcelona" entre el gran públic. La seva implementació va iniciar-se la tardor de 2021 amb el llançament de la campanya #fuckcancer a través de canals digitals i de televisió (TV3 i 3/24). L'any següent va continuar amb la producció d'un anunci de radio i la seva difusió a través de Catalunya Radio, així com la producció de la campanya *Missió Possible* i la seva difusió en canals digitals.

Per seguir implementant la seva estratègia de marca, l'IRB Barcelona necessita planificar i executar en els propers tres anys la seva inversió publicitària anual en els diferents mitjans i canals de comunicació.

II.- OBJECTE DE LA CONTRACTACIÓ

L'objecte del present procediment és l'execució dels serveis consistents en la planificació, negociació, compra i gestió d'espais publicitaris en els diversos tipus de mitjans i canals de comunicació (*offline* i *online*) existents.

Aquest contracte pretén cobrir la necessitat d'intermediació amb els mitjans mitjançant una agència de mitjans experta. Quan l'IRB Barcelona ho consideri necessari, aquesta tasca d'intermediació també inclourà l'assessorament de l'agència de mitjans sobre els anuncis, campanyes i accions publicitàries necessàries

per optimitzar la notorietat, coneixement, connexió i consideració de la marca IRB Barcelona.

A efecte de mantenir la integritat del contracte, així com la responsabilitat total d'un únic adjudicatari respecte de totes les obligacions derivades d'aquesta contractació, no és possible la divisió per lots del present contracte.

Específicament estaran inclosos tots els serveis, provisions i subministraments que siguin necessaris per a l'execució total i completa del contracte en els termes detallats, mentre no s'especifiqui el contrari en aquest plec de prescripcions tècniques.

III.- CONDICIONS DE PREU DEL CONTRACTE

Segons els objectius de marca prèviament definits i d'unes accions o campanyes de comunicació prèviament elaborades, els serveis que l'empresa adjudicatària haurà de dur a terme són els següents:

- **Planificació de mitjans:** assessorament estratègic i proposta tàctica amb els mitjans i suports adequats per assolir els objectius definits per l'IRB Barcelona en els seus brífings. Aquesta recomanació haurà d'incloure la distribució d'insercions en el temps (calendaris), els formats a emprar, les modalitats de compra més convenientes i altres detalls tàctics. Entenem per mitjans tots els mitjans de comunicació existents i els diferents suports disponibles, ja sigui *offline* (mitjans impresos, televisió, ràdio, publicitat exterior, etc) com *online* (inclosa, si s'escau, la promoció a través d'*influencers*)

Aquesta recomanació s'haurà de justificar mitjançant criteris quantitatius i/o qualitius, com les dades d'abastament estimades (audiència, cobertura, afinitat i altres mètriques) a través de fonts d'estimació d'audiències requerides pel contracte i detallades en el punt 2.4 del PPT d'aquest plec o, en cas de no tenir-ne, a través dels estudis propis o dels mateixos mitjans i suports.

- **Negociació de preus i condicions dels espais,** amb els mitjans i suports de les campanyes que dugui a terme l'IRB Barcelona. L'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors/preus descomptes, estant al dia dels pols del mercat i, en qualsevol cas, aplicar com a mínim els descomptes detallats en l'oferta econòmica sobre els preus unitaris.

Tenint en compte la naturalesa d'entitat sense ànim de lucre de l'IRB Barcelona, l'empresa adjudicatària haurà d'intentar aconseguir el màxim descompte possible en el preu de contractació d'espai publicitari que demanin els mitjans de comunicació o els influencers, incloent la cessió d'espai publicitari gratuït.

L'IRB Barcelona es reserva el dret a negociar directament amb els diferents mitjans de comunicació sempre que aquesta interlocució directa permeti obtenir un major descompte o la cessió de més espai publicitari gratuït per la naturalesa de centre de recerca del sistema CERCA i d'entitat sense ànim de

lucre, podent ordenar a través de l'empresa adjudicatària l'espai publicitari resultant d'un eventual acord.

- **Contractació i gestió dels espais:** contractació dels espais per a les campanyes, prèvia aprovació de l'IRB Barcelona. També farà la gestió del lliurament del material necessari per les insercions. El material de les campanyes serà lliurat per l'IRB Barcelona a l'empresa adjudicatària.
- **Seguiment i control dels espais** durant la campanya per verificar la correcta publicació (ubicació, qualitat i millora de resultats) de cadascuna de les diferents insercions, siguin espais impresos, falques, espots, impressions, clics, visionats o qualsevol de les formes possibles. S'haurà de reportar els resultats durant les campanyes a fi i efecte de poder reaccionar davant de qualsevol incidència o canvi, treballant en col·laboració amb l'àrea de Fundraising, Comunicació i Marketing (FUNCOM) de l'IRB Barcelona, amb domicili social al c/ Baldiri Reixach, 10 /08028-Barcelona, telèfon +34 93 40 34636, web www.irbbarcelona.org i correu electrònic oriol.alsina@irbbarcelona.org.
- **Informes i tancaments de campanya:** presentació d'un document de tancament que reculli els resultats i els detalls de la campanya final, comparat amb la campanya aprovada, incloent-hi els possibles canvis i la justificació d'aquests. Si la inversió publicitària és sostinguda durant tot l'any, es sol·licitarà l'enviament trimestral d'informes de facturació, desglossada per mesos, mitjans, suports i campanyes.

IV.- RECURSOS A APORTAR PER L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA

4.1. Equip humà necessari:

L'empresa adjudicatària, per a l'execució del contracte, haurà de comunicar a l'àrea de Fundraising, Comunicació i Marketing de l'IRB Barcelona la persona encarregada de donar compliment al contracte que actuarà com a interlocutor/a amb la responsable del contracte, així com la resta de persones de l'agència de mitjans que estaran implicades en la prestació del servei.

4.2. Fonts d'informació bàsiques del sector requerides pel contracte:

L'empresa adjudicatària haurà de tenir contractades les següents fonts d'informació i el seu software corresponent per tal de desenvolupar el servei de planificació, seguiment i control de les campanyes:

- OJD i PGD (tirades i difusions del mitjà imprès)
- EGM (audiències dels mitjans)
- Kantar Media (audiències de Tv)
- Comscore (audiències del mitjà digital)
- Auditsa (control de les campanyes de ràdio)

En cas que durant la vigència del contracte alguna de les fonts anteriors hagi desaparegut o hagi estat substituïda per una font més eficient, l'empresa adjudicatària haurà d'aportar una eina que garantitzi un seguiment i un control eficient i objectiu de les campanyes objectiu en tots els diferents mitjans de comunicació i suports emprats.

V.- CALENDARI

El servei s'iniciarà un cop formalitzat el contracte i s'estendrà fins el 31 de desembre de 2025 com a data màxima.

VI.- Propietat intel·lectual

L'IRB Barcelona té la titularitat, tant en el cas d'acabament del contracte com de resolució anticipada, de la propietat intel·lectual en exclusivitat i a tots els efectes de tots els informes, estudis i altres documents elaborats en execució del contracte, sense perjudici del dret inalienable d'autoria que correspon a l'adjudicatari. Qualsevol tipus de dret o copyright derivat de la prestació d'aquest contracte de serveis serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària.

L'empresa adjudicatària haurà de complir, durant el termini de vigència del contracte, amb la Llei de Propietat Intel·lectual. L'adjudicatari haurà de protegir a tota hora la legalitat de la seva activitat i en cap cas l'IRB Barcelona assumirà com a client cap responsabilitat per l'activitat duta a terme pel proveïdor en execució de la prestació del servei.

VII. Protecció de dades personals

En el tractament de dades personals, l'empresa adjudicatària es regirà pel Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades (Reglament general de protecció de dades) i per la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (LOPDGDD). L'empresa adjudicatària quedarà obligada al seu compliment i les seves normes de desenvolupament. Aquesta obligació té el caràcter d'obligació essencial d'acord amb la lletra f) de l'apartat 1 de l'article 211 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic.

Les dades personals que s'obtinguin dels licitadors seran tractades per l'IRB Barcelona com a responsable del Tractament, en el sentit de l'article 4.7 del Reglament general de protecció de dades. La finalitat del tractament serà gestionar

el procediment de contractació. Les dades de les persones de contacte de l'empresa adjudicatària es tractaran per la mateixa finalitat, seguiment del contracte i actuacions que se'n deriven. La legitimació del tractament es fonamentarà en el compliment de les relacions precontractuals i contractuals. Es publicaran dades de l'empresa adjudicatària d'acord amb la normativa de transparència i de contractes del sector públic. Per a l'exercici dels drets reconeguts al Reglament general de protecció de dades (accés a les dades, rectificació, supressió, sol·licitar-ne la portabilitat, o la limitació o oposició al tractament) els licitadors es podran adreçar en qualsevol moment a l'IRB Barcelona. L'empresa adjudicatària s'obliga al secret professional i haurà de respectar el caràcter confidencial de la informació d'accés restringit que coneixerà amb motiu de l'execució del contracte. Aquest deure es mantindrà també amb posterioritat a la finalització de la relació contractual.

VIII. Confidencialitat

D'acord amb l'establert a l'article 133 de la LCSP, l'adjudicatari es compromet a la més estricta i absoluta confidencialitat i reserva sobre la informació a la qual tingui accés i coneixement en virtut de l'execució del contracte.

IX. Compliment de la normativa de transparència

L'empresa adjudicatària està obligada a subministrar a l'IRB Barcelona, previ requeriment, tota la informació que sigui necessària per al compliment de les obligacions sobre transparència. L'empresa adjudicatària està obligada al compliment de les obligacions pròpies en matèria de transparència que li siguin aplicables

Oriol Alsina Español
Head of Fundraising, Marketing and Communication
Fundació Institut de Recerca Biomèdica (IRB Barcelona)