



Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya sobre l'agreujament de la sequera i la necessitat urgent d'estalvi en el consum d'aigua

Brífinq de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El missatge de la campanya és doble:

INFORMAR DE LES MESURES QUE S'ESTAN IMPULSANT PER PAL·LIAR L'IMPACTE DE LA SEQUERA I EL DÈFICIT HÍDRIC

I APEL·LAR A LA NECESSITAT URGENT D'ESTALVIAR AIGUA (tancar les aixetes) DAVANT L'AGREUJAMENT DE LA SEQUERA I LA PROBABLE ENTRADA EN ESCENARI D'EMERGÈNCIA.

L'objectiu és reduir el consum d'aigua actual i la baixada de les reserves d'aigua als embassaments davant la persistència de la manca de pluges suficients per recuperar les reserves i la previsible entrada del gruix del territori de les conques internes (àmbit del sistema ATL que dona servei al 90% de la població de Catalunya) en l'escenari d'EMERGÈNCIA del Pla Especial de Sequera, fet que comportarà impactes molts significatius i mesures de restricció molt més severes que les actuals.

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis als mitjans televisió, impresos, ràdio, exterior i digital.

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 31 de desembre de 2024. Cal afegir, que la tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació en funció de l'evolució i/o agreujament dels escenaris de la sequera i les expectatives d'obtenció de resultats.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 1.500.000 € més IVA.

4. Detall de les insercions

El detall concret dels suports i formats d'inserció es detalla a l'excel annex que acompanya l'oferta econòmica.



5. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

- a) **Una declaració responsable** conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc o la classificació empresarial opcional.
- b) **L'oferta econòmica.** Segons el model de proposició econòmica. A més, la proposta econòmica desglossada s'ha de presentar en el document excel annex a la comanda a on caldrà presentar oferta de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

6. Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta de mitjans, suports i període de les insercions es farà en funció de les necessitats de comunicació.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària.

Caldrà oferir per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net, un descompte o un recàrrec. El percentatge de la comissió d'agència per a cada mitjà també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus o costos, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc EC-2022-32.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica.

Es valoraran els diversos preus unitaris detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals i la comissió d'agència per a formats especials. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu o cost, major descompte, menor recàrrec o menor



comissió d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'annex.

Quan es valorin preus o costos nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = (\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net per inserció més baix})$$

(Preu o cost net per inserció que es puntua)

Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = (\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})$$

(1 - el descompte que es puntua)

Quan es valori el recàrrec o la comissió d'agència (tant per formats convencionals com per formats especials) la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = (\text{Puntuació màxima}) \times (1 + \text{el recàrrec o la comissió més baixa})$$

(1 + el recàrrec o la comissió que es puntua)

D'acord amb allò que s'estableix a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta.

La promotora del contracte

Montse Alomà i Masana
Cap del Departament de Comunicació
i Relacions Institucionals