

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGULA L'ACORD MARC DE SERVEIS DE GESTIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ (Expedient EC-2022-32)

Primera. Objecte de l'Acord marc

Les finalitats i l'objecte d'aquest Acord marc són:

- Determinar els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, compra i gestió de la inserció de la publicitat institucional que portin a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, organismes i entitats que en depenen, en els mitjans de comunicació.
- Seleccionar les empreses que podran realitzar aquests serveis i les corresponents condicions per obtenir el cost econòmic més rendible per a cadascun dels serveis.
- Fixar les condicions generals d'adjudicació i d'execució a les quals hauran d'ajustar-se els contractes derivats i/o concreció de condicions d'aquest Acord marc.

S'entén dins del concepte de publicitat institucional als efectes dels serveis d'aquest Acord marc, tant la publicitat informativa obligatòria complementària d'actes administratius o activitat administrativa, com també aquelles campanyes institucionals que integrin els principis continguts en la Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional, bé siguin campanyes globals o generals, o bé, accions de comunicació concretes que s'insereixin en un/s determinat/s mitjà/ns de comunicació.

En funció de la naturalesa de l'actuació de comunicació, s'han establert el següents lots:

Lot 1- Multimèdia: serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en les actuacions de comunicació que es difonguin en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, mitjà imprès, ràdio, exterior, mitjans digitals i xarxes socials, llevat d'aquelles actuacions de comunicació vehiculades exclusivament a través dels mitjans digitals i/o les xarxes socials, que quedarien recollides al lot 2.

Lot 2 - Digital: serveis de gestió integral i inserció de publicitat institucional en les actuacions de comunicació vehiculades únicament en mitjans digitals i/o les xarxes socials.

Segona. Contingut dels serveis a prestar

Les empreses contractistes i que hagin formalitzat l'Acord marc hauran de realitzar els serveis següents:

Contractistes del Lot 1- Multimèdia: serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en les actuacions de comunicació que es difonguin en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, mitjà imprès, ràdio, exterior i internet, noves tecnologies i

Passeig de Gràcia, 107 (Palau Robert)
08008 Barcelona
Telèfon 93 781 97 84

D. D'ECONOMIA I HISENDA



Doc. original signat per:
Ignasi Genovès i Avellana
28/10/2021

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la integritat d'aquest document a l'adreça web csv.gencat.cat

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0IX4IB9J9JERC5OMXZCS99U9F64OLHAY

Data creació còpia:
21/12/2021 19:24:33

Data caducitat còpia:
21/12/2024 00:00:00

Pàgina 1 de 7

Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Hisenda
Direcció General de Difusió

nous dispositius digitals i/o interactius, llevat d'aquelles actuacions de comunicació vehiculades exclusivament a través dels mitjans digitals, que quedarien recollides al lot 2.

- A) Servei d'assessorament i anàlisi previs.
- a. Anàlisi del target group de la campanya/acció de comunicació.
 - b. Anàlisi de l'entorn objecte de la campanya/acció de comunicació.
 - c. Anàlisi dels mitjans/suports d'acord a les audiències, coeficients d'afinitat, rendibilitat i aquells paràmetres que es considerin adequats d'analitzar en cadascun dels casos.
 - d. Conclusió dels diferents punts analitzats per establir les bases que conduiran a l'elaboració de l'estratègia.
- B) Servei d'elaboració de l'estratègia que haurà de complir i donar resposta a les conclusions resultants de l'anàlisi prèvia i a l'objectiu de comunicació.
- C) Servei de planificació que haurà de donar resposta als eixos estratègics.
- a. Justificació de la selecció de suports, tant segons criteris quantitatius d'afinitat, audiència, rendibilitat i dades d'abastament, com segons criteris qualitius.
 - b. Caldrà tenir una consideració especial pels mitjans de comunicació locals i comarcals.
- D) Servei de negociació, optimització i contractació dels espais publicitaris recomanats a la planificació.
- E) Servei d'informació de les especificacions tècniques així com formats i terminis de lliurament i enviament dels materials a publicar a tots els mitjans de campanya.
- F) Servei de control i seguiment de la campanya contractada un cop iniciada per tal d'assolir els objectius marcats i poder reconduir-la si es detecten desviacions. Quan la naturalesa de la campanya així ho requereixi, caldrà elaborar periòdicament el corresponent informe de seguiment.
- G) Servei de tancament de campanya. Es lliurarà un tancament de campanya comparatiu entre la proposta adjudicada i el pla executat.
- H) Servei de gestió integral del mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius en el cas de campanyes multimèdia en les que aquest mitjà tingui un pes especialment rellevant, i quan així es consideri necessari, per tal de garantir la viabilitat de l'execució final (veure serveis a prestar del lot 3).
- I) Servei d'intermediació en la contractació d'espais publicitaris en el cas d'insercions puntuals que no requereixin planificació prèvia.
- J) Servei de control de la inversió. Caldrà omplir un llistat mensual detallant i desglossant tota la informació referent a cadascuna de les accions cursades (campanyes publicitàries i accions puntuals) durant el mes anterior.
- La informació serà lliurada durant la primera setmana de cada mes seguint una estructura d'excel exacta que serà facilitada per tal de ser tractada i analitzada per l'òrgan responsable de la publicitat institucional a les empreses contractistes.

Contractistes del Lot 2 - Digital. Serveis de gestió integral i inserció de publicitat institucional en les actuacions de comunicació vehiculades únicament en mitjans digitals i/o les xarxes socials.

2/7



Doc. original signat per:
Ignasi Genovès i Avellana
28/10/2021

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la integritat d'aquest document a l'adreça web csv.gencat.cat

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0IX4IB9J9JERC5OMXZCS99U9F64OLHAY

Data creació còpia:
21/12/2021 19:24:33

Data caducitat còpia:
21/12/2024 00:00:00

Pàgina 2 de 7

- A) Servei d'assessorament i anàlisi previs.
- Anàlisi del target group de la campanya/acció de comunicació.
 - Anàlisi de l'entorn objecte de la campanya/acció de comunicació.
 - Anàlisi d'aquells paràmetres quantitatius que aportin informació rellevant i contrastada dins del sector (audiència, afinitat, rendibilitat...).
 - Aportació de dades qualitatives sempre que siguin rellevants.
 - Conclusió dels diferents punts analitzats per establir les bases que conduiran a l'elaboració de l'estratègia.
- B) Servei d'elaboració de l'estratègia que haurà de complir i donar resposta tant a les conclusions resultants de l'anàlisi prèvia com als objectius de comunicació.
- C) Servei de planificació. Presentació del pla d'accions que haurà de donar resposta als eixos estratègics, amb la justificació corresponent d'acord a paràmetres quantitatius/qualitatius. Caldrà tenir una consideració especial pels mitjans de comunicació locals i comarcals.
- Pel que fa a les xarxes socials, servei de selecció de perfils i creació de *copys* o millora dels existents.
- D) Servei de negociació, optimització, contractació i execució de les accions publicitàries. L'especificitat i constant evolució d'aquestes tecnologies fa que sigui recomanable un plantejament més integral del servei per tal de garantir la viabilitat de les propostes. En els casos on la complexitat i innovació de les accions especials a realitzar així ho requereixi inclourà l'execució tècnica que se'n derivi. Tanmateix, es valorarà en cada cas concret la necessitat d'integrar part o la totalitat de la gestió.
- E) Servei de petició de materials amb els terminis, tota la informació necessària i les especificacions tècniques adients així com del control de lliurament d'aquests materials als mitjans corresponents.
- F) Servei de control i seguiment diari de l'evolució de campanya amb el seu reajustament/reconducció per tal d'assolir els objectius. Control de les visites a la landing page si s'escau.
- En el cas de xarxes socials el nombre de clics segons els objectius fixats i les impressions assolides (d'orgànic i de pagament), interaccions (totals i concretes), nous fans o seguidors, etcètera.
- G) Servei de tancament de campanya. Es lliurarà un tancament de campanya comparatiu entre la proposta adjudicada i el pla executat.
- H) Servei d'intermediació en la contractació d'espais publicitaris en el cas d'insercions puntuals que no requereixin planificació prèvia.
- I) Servei de control de la inversió. Caldrà omplir un llistat mensual detallant i desglossant tota la informació referent a cadascuna de les accions cursades (campanyes publicitàries i accions puntuals) durant el mes anterior.
- La informació serà lliurada durant la primera setmana de cada mes seguint una estructura d'excel exacta que serà facilitada per tal de ser tractada i analitzada per l'òrgan responsable de la publicitat institucional a les empreses contractistes.



Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Hisenda
Direcció General de Difusió

Tercera. Característiques tècniques

Els contractes basats i les concrecions de condicions dels serveis de gestió i inserció de mitjans que derivin de l'Acord marc seran licitats i adjudicats per l'Administració de la Generalitat, mitjançant el departament corresponent, o pels organismes o entitats que en depenen amb subjecció al Plec de clàusules administratives i Plec de prescripcions tècniques d'aquest Acord marc i de conformitat amb els plecs dels contractes derivats o de les concrecions de condicions de serveis que corresponguin.

Als efectes de gestió i inserció en els mitjans que inclogui cada lot, caldrà tenir en compte el següent:

- Televisió

Inclou totes les cadenes de televisió públiques i privades d'àmbit català, estatal i internacional.

Les condicions amb les diferents televisions s'han de presentar segons es detalla en cadascun dels apartats de l'annex 1.a (cost GRP de 20", preu net o descompte) d'acord al públic objectiu i distribució per franges especificat. Si no s'especifica franges, s'entén una planificació amb un mínim d'un 45% de GRP's en prime time (20,45h-24,15h) (excepte en el cas que s'especifiqui target group infantil).

En el model de proposició econòmica del mitjà televisió es demanen C/GRP, preu net per passi referits a espots de 20", que és la durada estàndard dels espots i descompte mínim per a la resta de formats convencionals no especificats. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

Per als formats/accions especials (tot allò que no té una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte) es demana una comissió màxima per a la gestió d'aquestes compres, si escau. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

- Mitjà imprès

Inclou tots els suports de premsa i revistes d'àmbit català, estatal i internacional i els seus suplementos.

Les condicions amb els diferents suports s'han de presentar segons es detalla en cadascun dels apartats de l'annex 1.a (descompte i/o preu net).

El model de proposició econòmica del mitjà imprès només detalla el format plana color senar, que és el més emprat habitualment. Per a aquest format, es demana un preu net.

4/7



Doc. original signat per:
Ignasi Genovès i Avellana
28/10/2021

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la integritat d'aquest document a l'adreça web csv.gencat.cat

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0IX4IB9J9JERC5OMXZCS99U9F64OLHAY

Data creació còpia:
21/12/2021 19:24:33

Data caducitat còpia:
21/12/2024 00:00:00

Pàgina 4 de 7

Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Hisenda
Direcció General de Difusió

També es demana un descompte mínim per a la resta de formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

Per als formats/accions especials (tot allò que no té una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte) es demana una comissió màxima per a la gestió d'aquestes compres, si escau. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

La ubicació de les insercions sempre haurà de ser en pàgina senar independentment del format.

- Ràdio

Inclou totes les emissores de radiodifusió públiques i privades d'àmbit català, estatal i internacional.

En el model de proposició econòmica del mitjà ràdio es demana un descompte mínim per a tots els formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

Per als formats/accions especials (tot allò que no té una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte) es demana una comissió màxima per a la gestió d'aquestes compres, si escau. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

- Mitjans de publicitat exterior

Inclou totes les variants possibles dins d'aquest àmbit de la publicitat.

En el model de proposició econòmica del mitjà exterior es demana un descompte mínim els formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

En el cinema es demana també CPM de 20", i aquest s'extrapolarà a la resta de durades.

Per als formats/accions especials (tot allò que no té una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte) es demana una comissió màxima per a la gestió d'aquestes compres, si escau. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

5/7



Doc. original signat per:
Ignasi Genovès i Avellana
28/10/2021

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la integritat d'aquest document a l'adreça web csv.gencat.cat

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01X4IB9J9JERC5OMXZCS99U9F64OLHAY

Data creació còpia:
21/12/2021 19:24:33

Data caducitat còpia:
21/12/2024 00:00:00

Pàgina 5 de 7

Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Hisenda
Direcció General de Difusió

- Mitjans digitals

Inclou totes les variants possibles dins d'aquest àmbit de la publicitat.

En el model de proposició econòmica del mitjà internet es demana un descompte per a tots els suports aplicable a qualsevol format convencional. A més, en el cas d'alguns suports i de les xarxes socials es demanen alguns preus concrets com el CPM, CPC, CPV o CPE, etc. en funció del suport/format especificat. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

Per als formats/accions especials (tot allò que no té una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte) es demana una comissió màxima per a la gestió d'aquestes compres, si escau. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

També hi haurà un apartat específic per detallar els costos tecnològics en funció del pes de les peces publicitàries així els de control de les campanyes.

Per a tots aquests mitjans, si durant la vigència de l'Acord marc es produís una variació en el sistema de contractació d'algun dels seus suports, i no fos possible trobar l'equivalència respecte del ja ofert, es demanarà a les empreses contractistes de l'Acord marc la presentació d'una nova oferta econòmica adaptada al nou sistema de contractació d'aquest o aquests suports. De la nova oferta econòmica es farà l'oportuna publicitat.

- Comissió d'agència

En cadascuna de les graelles dels mitjans anteriors hi haurà un apartat específic per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar **únicament** per als **formats convencionals**. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

També hi haurà un apartat per detallar el percentatge de la comissió d'agència màxima a aplicar **únicament als formats/accions especials** que no tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte. Aquesta comissió serà la mateixa per a tots els mitjans i s'haurà d'especificar únicament a l'apartat de televisió, a la resta de mitjans aquesta dada s'omplirà automàticament.

En cap cas es podran aplicar les dues comissions simultàniament.

Cinquena. Coordinació

6/7



Doc. original signat per:
Ignasi Genovès i Avellana
28/10/2021

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la integritat d'aquest document a l'adreça web csv.gencat.cat

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01X41B9J9JERC5OMXZCS99U9F64OLHAY

Data creació còpia:
21/12/2021 19:24:33

Data caducitat còpia:
21/12/2024 00:00:00

Pàgina 6 de 7

Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Hisenda
Direcció General de Difusió

L'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant la Direcció General de Difusió del Departament d'Economia i Hisenda, com a òrgan que té la competència per a l'aprovació i la coordinació de la publicitat institucional, serà qui portarà a terme la coordinació dels serveis encarregats mitjançant els contractes derivats i les concrecions de condicions de serveis que es derivin de l'Acord marc.

El director general,

7/7



Doc. original signat per:
Ignasi Genovès i Avellana
28/10/2021

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la integritat d'aquest document a l'adreça web csv.gencat.cat

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01X4IB9J9JERC5OMXZCS99U9F64OLHAY

Data creació còpia:
21/12/2021 19:24:33

Data caducitat còpia:
21/12/2024 00:00:00

Pàgina 7 de 7