

Plec de prescripcions tècniques per a la contractació administrativa, mitjançant procediment basat en l'Acord Marc EC-2022-32- LOT 1, del servei de gestió i inserció d'anuncis i continguts informatius de diverses campanyes de publicitat institucional als mitjans imprès, televisió, exterior, ràdio, digital i xarxes socials

Expedient núm. IF-2024-8

Clàusula primera. Objecte

L'objecte del present contracte basat en l'Acord Marc EC-2022-32- LOT 1 és el servei de gestió i inserció d'anuncis i continguts informatius de diverses campanyes de publicitat institucional en tots o algun/s dels mitjans de comunicació següents: imprès, televisió, exterior, ràdio, digital i xarxes socials.

Clàusula Segona. Objectiu de la contractació

L'Oficina de Comunicació del Departament d'Igualtat i Feminismes, com a unitat encarregada de dissenyar la política de comunicació del Departament, preveu la necessitat de la contractació del servei d'insercions de publicitat institucional tant per campanyes institucionals transversals, com per accions especials de comunicació i redaccionals informatius. Aquestes accions comunicatives són d'interès i benefici general.

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

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 les campanyes de publicitat següents:

> Accions d'antiracisme: accions d'inserció de polítiques d'antiracisme amb l'objectiu d'oferir una vida digna i en condicions d'igualtat per a totes les persones. Les accions tindran per objectiu conscienciar sobre la vulneració de drets provocada pel racisme estructural i incorporar una mirada transversal i interseccional de les persones racialitzades per poder denunciar, prevenir i erradicar aquestes vulneracions.

> Accions per la prevenció de la pressió estètica: Accions d'informació i sensibilització que tenen per objectiu explicar què es la pressió estètica, com un problema estructural inherent al patriarcat que causa malestar i insatisfacció amb el propi cos, i que pretén ensenyar i dir prou, que no hi ha cossos imperfectes o fora de norma, que els cossos són diversos. Aquestes accions s'emmarquen en el Pla d'acció pioner per combatre la pressió estètica, que busca conscienciar la societat sobre l'impacte que la pressió estètica té en l'autoestima i la salut, especialment de les dones, i assenyalar aquelles pràctiques que la fomenten.

> Accions d'informació d'accés als serveis d'equitat menstrual universal: Es preveu el reforç a aquesta campanya que també es farà des de la Direcció General de Difusió, que consistirà en accions informatives sobre la distribució gratuïta de copes, calces i compreses reutilitzables a través de les farmàcies a totes les dones de Catalunya. Acció per garantir l'equitat menstrual i cada dona podrà recollir el producte que prefereixi a través d'un codi QR

que es trobarà dins l'aplicació *La Meva Salut*. Aquesta actuació està inclosa en el Pla integral d'equitat menstrual i climateri 2023-2025. En un context internacional de qüestionament i retrocés dels drets sexuals i reproductius, des del Govern de Catalunya no només es defensa aquests drets sinó que es redobla l'aposta amb la introducció de nous com el dret a l'equitat menstrual.

> Accions d'informació del 28J, dia de l'Orgull: Accions per informar sobre el dia 28 de juny, Dia Internacional de l'Orgull o per a l'Alliberament LGBTI+ és reivindicar el dret a la igualtat i no-discriminació de lesbianes, gais, bisexuals, trans* i intersexuals. El col·lectiu LGBTI+ ha lluitat durant més de 50 anys per assolir aquests drets, al nostre país i arreu del món, però encara avui no estan plenament garantits.

> Accions d'informació "la meva piscina no discrimina": Accions informatives i de prevenció de discriminacions a les piscines públiques. Les piscines són refugi climàtic i espai de lleure, i ho han de ser per a tothom, sense discriminacions. Així ho indica la llei i així la fem valer.

> Campanya d'informació de l'Oficina d'Igualtat de tracte i no discriminació (OITND): Campanya per presentar a la ciutadania els serveis que ofereix l'OITND com: seguir procediment de denúncia per raó d'una discriminació, fer de mediació o conciliació, iniciar investigacions sobre l'existència de situacions de discriminació, prestar suport i assessorament jurídic a persones que hagin pogut patir una discriminació, incoar expedients sancionadors, entre d'altres funcions que preveu la Llei 19/2020, del 30 de desembre, d'igualtat de tracte i no-discriminació.

> Accions sobre els drets sexuals i reproductius: Es preveuen insercions i accions en relació a l'Estratègia Nacional de Drets Sexuals i Drets Reproductius (ENDSIR). Aquestes accions tindran com objectiu aprofundir en la garantia dels drets sexuals i reproductius ja existents, com l'accés a la interrupció voluntària de l'embaràs per a totes les dones i en totes les regions sanitàries, la millora de l'accés als serveis de reproducció assistida o sobre la menopausa. També busca promoure nous drets, com l'accés gratuït a l'anticoncepció de llarga durada, l'equitat menstrual, el permís per dol gestacional o la garantia de respecte al tipus de part volgut, que inclou respectar les decisions, el cos, la salut i els processos emocionals de les dones.

> Accions de masculinitats: Insercions sobre la construcció de masculinitats diverses, inclusives, responsables.

> Campanya del 25N, Dia internacional per a l'eliminació de la violència vers les dones: Campanya sobre la conscienciació de les violències masclistes i la seva prevenció. Són les violències exercides contra les dones pel sol fet de ser dones, són una violació dels drets humans i manifestacions de discriminació i de desigualtat que causen danys i patiment físic, sexual i/o psicològic.

> Accions de prevenció de les violències masclistes : Accions de prevenció de les violències masclistes i informació del servei del telèfon 900 900 120 i accés als serveis de la xarxa, per la conscienciació i sensibilització de la ciutadania.

> Accions de Nadal: Insercions adreçades a tota la ciutadania per tal d'evitar comentaris, opinions sexistes i intentar viure unes festes de Nadal lliures de sexisme, racisme i inclusives.

>Altres campanyes o accions comunicatives que es sorgeixin al llarg de l'any en relació amb els diferents àmbits d'actuació del Departament: Dones i equitat de gènere, violències

masclistes, cures, temps i treballs, serveis d'atenció i acompanyament, drets humans i igualtat de tracte, antiracisme, migracions i refugi i LGBTI+.

Clàusula Tercera. Característiques tècniques

3.1. Suports:

a. Pel que fa al mitjà imprès:

Els principals diaris generalistes amb més difusió a Catalunya i que cobreixen tot el territori:

- Les edicions per a Catalunya de la premsa espanyola
- Els diaris i publicacions comarcals catalanes
- Les publicacions gratuïtes
- Els principals diaris esportius
- Els suplementes dels principals diaris amb més difusió a Catalunya
- Les publicacions de temàtica sectorial
- Les publicacions d'informació general
- Totes les capçaleres associades a l'ACPC (Associació Catalana de Premsa Comarcal) sigui quina sigui la seva periodicitat
- Totes les capçaleres associades a l'AMIC (Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació) sigui quina sigui la seva periodicitat
- Totes les capçaleres associades a l'APPEC (Associació de Publicacions Periòdiques en Català) sigui quina sigui la seva periodicitat

b. Pel que fa al mitjà exterior:

- Opis Metro, opis Renfe i opis FGC
- Mobiliari urbà
- Opis centres comercials
- Autobusos i tramvies
- Pantalles Mou TV
- Cinemes

c. Pel que fa al mitjà televisió:

- Les cadenes de la corporació catalana de mitjans audiovisuals
- Altres televisions d'àmbit català
- Les televisions locals de Catalunya

d. Pel que fa al mitjà ràdio:

- Les principals emissores generalistes líders d'audiència a Catalunya (entre 1.300.000 i 500.000 oients mensuals)
- Les emissores generalistes amb una audiència notable a Catalunya (entre 500.000 i 200.000 oients mensuals)
- Les principals radiofórmules musicals líders a Catalunya (entre 800.000 i 500.000 oients mensuals)
- Les radiofórmules amb una audiència notable a Catalunya (entre 500.000 i 200.000 oients mensuals)

- Altres radiofórmules musicals amb una audiència destacable a Catalunya (entre 200.000 i 50.000 oients mensuals)
- e. Pel que fa al **mitjà online**:
 - 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 de suports d'àmbit estatal
 - Les edicions digitals de publicacions gratuïtes
 - Els portals digitals catalans
 - Les edicions digitals dels diaris i publicacions comarcals catalanes
 - Les edicions digitals de diaris esportius
 - 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*

La concreció de suports d'inserció de cadascuna de les campanyes i/o continguts informatius es demanarà, d'acord amb el pressupost que es disposa, des del Departament d'Igualtat i Feminismes en funció de l'estratègia proposada en cada cas.

3.2. Formats:

Per a la inserció **d'anuncis de publicitat al mitjà imprès** es contempla la inserció de qualsevol format convencional o especial.

S'entén per format convencional tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte (sigui quin sigui el format, edició, secció, dia, suplement, edició especial, etc.).

Es demana preu unitari únicament del format convencional pàgina color senar, i 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 format/acció especial 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.

Per a la inserció **d'anuncis de publicitat al mitjà exterior** es contempla la inserció de qualsevol format convencional o especial.

Es demana preu unitari únicament dels formats convencionals següents:

- Opi paper
- Opi digital
- Darrera Integral + lateral plus d'autobús
- Vinil integrat de tramvia
- Espot pantalles Mou TV (metro i bus)
- Espot de 20" a cinema

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

Per a la gestió de les compres de 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 d'agència.

Per a la inserció **d'anuncis de publicitat al mitjà televisió** es contempla la inserció de qualsevol format convencional o especial.

Es demana preu unitari únicament del format convencional espot de 20 segons de durada. En cas de la televisió, aquest preu serà extrapolable als formats de 25 i 30 segons de durada proporcionalment (i a altres durades segons les equivalències en les polítiques comercials de les emissores). Per a la resta de formats convencionals es demana un descompte que s'aplicarà a les tarifes publicades de cadascun dels suports.

Per a la gestió de les compres de 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 d'agència.

Per a la inserció **d'anuncis de publicitat al mitjà ràdio** es contempla la inserció de qualsevol format convencional o especial.

Es demana preu unitari únicament del format convencional falca de 20 segons de durada. En cas de la ràdio aquest preu serà extrapolable als formats de 25 i 30 segons de durada proporcionalment (i a d'altres durades segons les equivalències en les polítiques comercials de les emissores). Per a la resta de formats convencionals es demana un descompte que s'aplicarà a les tarifes publicades de cadascun dels suports.

Per a la gestió de les compres de 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 d'agència.

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:

- Vídeo 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
- True View
- Enllaç Patrocinat
- Sponsored Update
- Google Ads
- Post Photo
- Post Video
- Post Link
- Post Carousel
- Story
- Promoted Tweet
- Website Card
- Video Card
- Spark Ads
- Video Preroll
- Video Midroll

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

Per a la gestió de les compres de 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 d'agència.

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.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula quarta del Plec de prescripcions tècniques particulars de l'Acord marc.

Pel que fa a la selecció de suports, ha estat feta de manera àmplia i diversificada per tal de garantir que la ciutadania de Catalunya pugui accedir al missatge que es vol comunicar (ja sigui via missatge publicitari o via redaccional informatiu) tenint en compte la repercussió que aquests suports seleccionats ofereixen dins l'àmbit català, tant pels nivells de cobertura i d'audiència, garantint així que els nostres missatges arribin al major nombre de ciutadans possible i sempre amb una consideració especial pels suports locals i comarcals (suports de proximitat).

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

3.3. Termini de lliurament de la planificació de mitjans de la campanya:

El termini màxim de lliurament de la planificació de mitjans de la campanya és de 8 dies des de la data que es faci la petició del pla de mitjans concret de cada acció.

Cap de l'Oficina de Comunicació