

OFICINA TÈCNICA DE GERÈNCIA
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp: 900349/24

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA COMPRA D'ESPAIS PUBLICITARIS A LA PREMSA GENERALISTA LÍDER ON/OFF PER A LES ACCIONS DE COMUNICACIÓ DE L'ANY 2024 A TRAVÉS DE LES AGÈNCIES DE MITJANS HOMOLOGADES (Lot 1)_PG02-EP

Departament: Oficina Tècnica de Gerència – Direcció de Serveis de Comunicació

Responsable: Cap de l'Oficina de Gestió Editorial

Projecte: Reserva i compra d'espais publicitaris per a l'activació d'accions de comunicació

1. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

Durant l'any 2024 els principals objectius de comunicació estaran alineats amb l'Acord per al Govern de l'AMB signat a l'inici del mandat 2023-2027 i amb el desenvolupament del Pla d'actuació metropolitana (PAM) que s'està redactant. Destaquem els principis orientadors i els objectius programàtics que han de conduir les accions de comunicació:

- Consolidar la construcció d'una metròpolis territorialment vertebrada i socialment cohesionada.
- Desenvolupar una política pública d'habitatge que permeti ampliar l'oferta d'habitatge assequible i de qualitat.
- Enfortir l'estratègia per millorar l'equilibri ecològic del territori metropolitana i afrontar els reptes derivats de l'emergència climàtica.
- Promoure la mobilitat sostenible i de baixes emissions.
- Desenvolupar noves polítiques a favor de la ciutadania tot consolidant l'estructura de la Institució.
- Completar els serveis i competències fixades a la llei metropolitana, especialment pel que fa a urbanisme, transport i mobilitat.
- Treballar en temes que siguin d'interès comú amb altres institucions i territoris i institucions. Reforçar la presència en l'àmbit internacional i el compromís en la cooperació al desenvolupament.

2. SELECCIÓ DELS SUPORTS

La selecció dels suports s'ha efectuat, en tots els casos, atenent-nos als seus valors i al compromís amb el territori metropolitana de Barcelona, en el qual tots són mitjans i suports de referència. A més, també s'han tingut en compte indicadors objectius com ara la difusió, les audiències i el seguiment per mitjà de les xarxes socials.

Mitjans generalistes (ON|OFF):

- **El Periódico de Catalunya (ON|OFF)**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *tercer diari de més lectura al territori*.



Audiència paper: 209.000 lectors una afinitat del 97,8.

Edició digital, usuaris únics (000): 3.138 amb una cobertura del 55,2 % i una afinitat de 164.

Xarxes socials: Twitter 708.088 seguidors.

- **Adreçat al nostre públic objectiu:** Homes (58 %) i dones (42 %), classes MB-MM-MA-A que viuen a l'àrea metropolitana de Barcelona i Catalunya.

- **SPORT (ON|OFF)**

- **Nivells d'audiència**, que el situen com el *segon diari esportiu de més lectura al territori*.

Audiència: 167.000 lectors amb una afinitat del 94,4.

Edició digital, usuaris únics (000): 1.871.000 amb un 32,9 % de cobertura i una afinitat de 130.

Xarxes socials: Twitter 1.922.676 seguidors.

3. DESCRIPCIÓ I CONTINGUT DELS FORMATS

Prensa ON|OFF:

- **OFF_Pàgines especials redaccionals:** Obertura secció *Metròpolis*, Doble pàgina color o pàgina color imparell.
- **OFF/ON_AAEE Jornades tècniques.** Organització d'una taula d'experts on es debatrà sobre un dels temes estratègics de l'AMB, on prèviament al web EP es generaran continguts d'interès i enquestes ciutadania, que formaran part del debat; s'emetrà el debat en streaming, amb posterior informació del desenvolupament.
- **OFF/ON Patrocini acte o acció singular que tingui lloc al territori.**
- **ON_Continguts tipus shorthands** (monogràfic temàtic amb inclusió infografies, vídeos, banners, etc).
- **ON_Branded content:** Publicació article.
- **OFF_Format Publicitari:** pàgina, mitja pàgina, robapàgines i peu de pàgina color imparell.
- **ON_Format publicitari:** Robadoble, Billboard, Animated Skin, Banner estàtic (HOME i ROS).

4. PERÍODE DE L'ACCIÓ: any 2024, fins al 31 de desembre.

5. INVERSIÓ MÀXIMA: 347.107,44 € (sense IVA) i 420.000€ (IVA inclòs), que anirà a càrrec de la partida pressupostària **G1024 92000 22602** de l'any 2024. A mesura que es vagin impulsant les accions comunicatives, es facturarà mensualment juntament amb la presentació dels justificants de la seva emissió.

El descomptes i preus unitaris finals dependran del resultat de les negociacions de les centrals de mitjans. Cal tenir en compte que els descomptes mai no podran ser inferiors als que s'han ofert en l'acord marc de mitjans, ni deixar de respectar totes les condicions establertes en la seva homologació.

