

OFICINA TÈCNICA DE GERÈNCIA
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp: 900350/24

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques PER A LA COMPRA D'ESPais PUBLICITARIS A LA PREMSA GENERALISTA ON/OFF PER A LES ACCIONS DE COMUNICACIÓ DE L'ANY 2024 A TRAVÉS DE LES AGÈNCIES DE MITJANS HOMOLOGADES (Lot 1)_PG03

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): 4 mitjans

- **20 Minutos:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *segon diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el segon en digital.
 - **Audiència:** 281.000 lectors per exemplar amb una afinitat del 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 3.143 amb una cobertura del 55,2 % i una afinitat de 104.
 - **Xarxes socials:** twitter 1.469.409 seguidors
- **El País:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *quart diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el tercer en digital.
 - **Audiència:** 34.000 lectors per exemplar amb una afinitat de 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 2.922 amb una cobertura del 51,4 %.
 - **Xarxes socials:** elPais.cat Twitter 20.704 seguidors
- **Ara.cat:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *sisè diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el dotzè digital.
 - **Audiència:** 71.000 lectors per exemplar amb una afinitat del 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 506 amb una cobertura del 8,9 % i una afinitat de 515.
 - **Xarxes socials:** Twitter 543.442 seguidors
- **Punt-Avui:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *novè diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el trenta-cinquè digital.
 - **Audiència:** 68.000 lectors per exemplar amb una afinitat del 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 296 amb una cobertura del 5,2 % i una afinitat de 561.
 - **Xarxes socials:** Twitter 269.874 seguidors

3. DESCRIPCIÓ I CONTINGUT DELS FORMATS

Premsa ON|OFF:

- OFF_Pàgines especials redaccionals: Obertura secció *Metròpolis*, doble pàgina color o pàgina color imparell.
- OFF/ON Patrocini d'un acte o acció singular que tingui lloc al territori.
- ON_Branded content:
 - Publicació article.
 - Espai monogràfic temàtic interactiu (infografies, banners, vídeos i possibles enquestes)
- 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: 376.033,06 € (sense IVA) 455.000 € (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.

ANTONELL MASSIJET, BEGOÑA (2 de 2)
Coordinadora Econòmic-Financer
Data signatura :20/02/2024 15:15:48
HASH:F0876A932556AE867DBE342DC2A442EDEFB17

CLOS COSTA, Isabel (1 de 2)
Cap Oficina Gestió editorial
Data signatura :19/02/2024 17:12:01
HASH:F0876A932556AE867DBE342DC2A442EDEFB17

