



PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES DELS SERVEIS DE GESTIÓ I INSERCIÓ A MITJANS DE CAMPANYES DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL I DE PRODUCTE DEL GRUP INSTITUT CATALÀ DE FINANCES.

Índex

1.	DESCRIPCIÓ DEL GRUP ICF I CONTEXT	2
1.1.	Antecedents	3
2.	POSICIONAMENT DE LA MARCA ICF	8
3.	OBJECTIUS I MISSATGE DE LES CAMPANYES	8
4.	PÚBLIC OBJECTIU	9
5.	MITJANS.....	9
6.	ESTRUCTURA DE LES CAMPANYES I PLANIFICACIÓ	10
7.	DURADA.....	11

1. DESCRIPCIÓ DEL GRUP ICF I CONTEXT

L'ICF és l'entitat financera pública de Catalunya, fundada l'any 1985 i propietat de la Generalitat de Catalunya. Té com a missió principal **donar servei a les necessitats de finançament i inversió del teixit empresarial català, empreses i persones emprenedores, i a les entitats**. A través d'una àmplia oferta de solucions financeres centrades en préstecs, avals i inversió en capital risc, l'ICF contribueix al creixement, la innovació i la sostenibilitat de l'economia catalana.

El **Grup ICF** desenvolupa la seva activitat a través d'una entitat matriu i dues societats filials (IFEM i ICF Capital) que permeten oferir a les **persones treballadores autònomes, start-ups, pimes i entitats social solucions de finançament adaptades a les seves necessitats**. El Grup ICF actua com a complement del sector financer privat amb l'objectiu de potenciar la internacionalització, la transformació i innovació i el creixement sostenible. Per això la banca pública de promoció està al costat de les empreses, organitzacions i institucions en totes les etapes del negoci, quan es vulguin engegar projectes i iniciatives, però també quan es presentin dificultats econòmiques o circumstàncies especials.

Durant 2022, el Grup ICF va donar suport financer a 658 projectes per un valor total de 663 M€ dels quals destaquen 152 M€ en préstecs a la transició energètica i 38 M€ per habitatge de protecció oficial.

En aquest marc, el Grup ICF opera de forma assimilada a un **banc públic de finançament per al teixit empresarial**, especialment per a les **pimes**. L'entitat disposa de diverses solucions de finançament centrades en l'activitat en préstecs a finançar projectes d'inversió i necessitats de circulat, avals (garanties) per facilitar l'accés al crèdit bancari, i la inversió en capital risc. L'ICF no està en el dia a dia de l'operativa bancària de l'empresa. No disposa de comptes bancaris com la banca minorista (no gestiona dipòsits, nòmines, targetes de crèdit, línies de descompte, assegurances, etc.). En aquest sentit, es diferencia de la banca tradicional ja que no ofereix contraprestacions als seus clients.

En aquest sentit, l'ICF és **una entitat amb personalitat jurídica pròpia** que sotmet la seva activitat a la seva pròpia llei, a l'Estatut de l'empresa pública catalana i a la resta de l'ordenament jurídic, i que, a més, s'ajusta a les normes de dret privat que li són aplicables; de forma específica a la normativa de les entitats de crèdit. Així mateix, disposa de patrimoni i tresoreria propis i actua amb autonomia orgànica, financera, patrimonial, funcional i de gestió, amb plena independència de les administracions públiques. El seu finançament procedeix fonamentalment dels mercats domèstic i internacional, via crèdit bancari i emissions de deute. Està categoritzat pel Banc d'Espanya com a institució financera no monetària i ratificat per l'Eurostat com a institució financera fora del perímetre de l'Administració Pública (SEC). Per aquestes raons, **no agrega dèficit ni deute a la Generalitat de Catalunya**.

Cal tenir present que **el paper del Grup ICF és una peça clau per diversificar les fonts de finançament per a les empreses i entitats, ampliar la disponibilitat de recursos i, al mateix temps, donar suport a aquells sectors o segments que tenen més dificultats per accedir al crèdit** com per exemple la cultura, l'educació, l'economia verda o l'habitatge de lloguer social, en quant a sectors, a els emprenedors.

Pel que fa a la seva activitat, el Grup ICF disposa de diversos productes i instruments financers per tal de cobrir les possibles necessitats de finançament de les empreses, entitats i emprenedors centrats en préstecs i avals, i activitat en capital risc.

- **Préstecs** → Operacions a llarg termini, amb períodes de carència inclosos, per a projectes d'inversió i/o necessitats de circulat. Poden ser préstecs directes o bé cofinançats amb una altra entitat financera. L'ICF disposa de diverses línies de finançament específiques per a tipus d'empreses i/o sectors. A més, algunes línies de finançament es fan en col·laboració amb departaments de la Generalitat o amb institucions europees (FEI), que bonifiquen una part del cost financer, cofinancen l'operació o cobreixen una part del risc. Aquestes col·laboracions permeten que l'empresari tingui un tipus d'interès més baix que si fes el crèdit amb un altre banc.
- **Avals** → Avals en forma de garanties per poder accedir al crèdit bancari.
- **Capital risc** → L'ICF participa en instruments de capital risc per incentivar i millorar l'oferta de capital per a les empreses catalanes. També disposa de fons d'inversió propis que inverteixen en empreses catalanes amb potencial de creixement i inverteix en fons de tercers amb l'objectiu d'aixecar més capital per coinvertir a través d'aquests fons en empreses, ja sigui en la fase de creació (capital llavor), en la fase de desenvolupament (venture capital) o en la fase de consolidació (capital creixement).

El Grup ICF treballa en condicions de mercat atorgant productes financers (préstecs, avals o inversió en capital risc), no subvencions. El finançament només es produeix després d'una anàlisi exhaustiva de la viabilitat de cada projecte i del seus riscos, per tal de contribuir a la bona marxa del negoci amb responsabilitat i visió de futur.

L'experiència i el tarannà dels professionals de l'ICF fa que **treballi molt a prop dels seus clients**, evolucionant amb l'empresa o entitat i donant-li l'assessorament financer més oportú en tots els seus estadis. Ofereix solucions flexibles, realistes, modernes i adaptades a les seves necessitats, amb fiabilitat i solidesa. Una de les qüestions que els clients destaquen de la seva manera de fer és aquesta proximitat, aquesta adaptabilitat a projectes i necessitats i la voluntat de contribuir – des del finançament – a fer realitat el negoci i idea que es vol tirar endavant.

El context econòmic mundial impacta també en l'activitat del Grup ICF i en les necessitats de finançament de l'economia catalana. Els anys 2022 i 2023 han estat anys molt complexos des de la perspectiva geopolítica i des de l'econòmica, dels quals la invasió d'Ucraïna i la Guerra de Gaza han estat el subjacent comú a molts dels reptes viscuts. La crisi bèl·lica del 2022 va portar la crisi energètica, la qual sumada als colls d'ampolla de la cadena de subministraments van derivar en un augment dels preus. La inflació es va situar en màxims l'any 2022. A Catalunya, l'augment de preus en termes anuals va ser del 8,0 % (la taxa més alta des de mitjans de la dècada dels vuitanta), encapçalat per l'encariment de l'habitatge (14,6 %), el transport (11,9 %) i els aliments (10,3 %).

I de l'augment de preus hem passat a la pujada de tipus d'interès que se situen en màxims dels darrers quinze anys i no sembla que hagin de baixar en el curt termini. Tot aquest context econòmic i financer té una afectació directa en l'operativa del Grup ICF i en la realitat de persones, empreses i organitzacions a les que donem servei.

1.1. Antecedents

En general, el teixit empresarial amb seu a Catalunya ha sentit a parlar de l'ICF, però sovint o bé desconeix l'activitat que duu a terme o bé no el contempla com una font de finançament per al seus projectes, en molts casos assimilant-lo més a un instrument polític que no pas econòmic.

La darrera enquesta de satisfacció de client, elaborada l'any 2021, apuntava que l'experiència dels clients de l'Institut Català de Finances (ICF) durant la crisi de la COVID19 va ser molt positiva, millorant, respecte a l'edició de 2019, els seus índexs de satisfacció global, així com els ratis de fidelitat i recomanació.

Els clients satisfets elogiaven l'agilitat en la resposta i la personalització del servei. El 45.5% dels enquestats es declaren compromesos amb l'entitat i un 61.4% la recomanaria, sense cap reserva, a altres empreses. Els punts forts del servei són aspectes de caire personal: el tracte (8.53) i l'assessorament (8.38), juntament amb la professionalitat i proactivitat en la resolució dels problemes. Els punts dèbils del servei, amb un elevat marge de millora i que generen més insatisfacció són: el temps de resposta (7.21 punts) i les condicions/productes (8.09).

Durant els últims anys, l'entitat ha dut a terme **diverses campanyes publicitàries**, principalment de caire institucional, per bé que progressivament hi ha anat incorporant el focus en l'activitat.

I el 2013 i el 2014 vinculades al concepte de recuperació econòmica: "Crèdit a l'optimisme" i "Crèdit al Creixement", respectivament.



El 2015 i 2016, coincidint amb el 30è aniversari del naixement i amb una renovada imatge corporativa, es va propiciar un canvi en els codis de comunicació aplicats fins aleshores. Per veure l'anunci feu clic en aquest enllaç: <https://youtu.be/ABrBOqB5EQ0>



El 2017 es va anar una mica més enllà, seguint la línia renovada d'imatge corporativa, per explicar com l'ICF pot contribuir a fer realitat diferents projectes empresarials de sectors diversos i amb objectius diferenciats. Per veure l'anunci feu clic en el següent enllaç: <https://www.youtube.com/watch?v=Lbetr5WR6fA>



La campanya de 2018 es va utilitzar durant dos anys amb l'objectiu d'incidir en el *branding* de l'entitat i reforçar les sigles ICF com a nom de l'entitat. La creativitat usada representa un pas més en l'estratègia de comunicació del Grup ICF i el seu objectiu de posar al client al centre i humanitzar la marca. Per això, la campanya la fan els propis clients de l'entitat, que són els que transmeten els valors i compromís de la marca per fer créixer els seus projectes. Amb aquesta creativitat no només aconseguim humanitzar, sinó també fer una campanya intensa de *branding* potenciant l'acrònim ICF (ja que el nom de l'entitat no

ens ajuda a posicionar-nos com a banc públic). Per veure la campanya feu clic al següent enllaç:
<https://youtu.be/Yzi1QqRTkWs>



El 2020, en un context marcat per la crisi de la COVID19, el Grup ICF duu a terme una campanya de publicitat amb l'objectiu de transmetre de manera clara i eficaç el seu rol com a catalitzador del finançament i com a suport del teixit empresarial en aquests temps d'incerteses. Es presenta l'ICF com a actor clau de present i futur per impulsar els projectes empresarials que ajudin a l'economia a créixer, innovar i fer-ho de manera sostenible. Per veure l'anunci de televisió feu clic al següent enllaç:
https://www.youtube.com/watch?v=8_hsV_7PYCY



El setembre de 2023, el Grup ICF va impulsar la campanya 'Tens tot el nostre crèdit' en què es posa el focus en la idea que els empresaris, professionals i les organitzacions que tenen un projecte per finançar i un somni tindran el crèdit i el finançament de l'ICF per fer-ho possible. Per veure l'anunci de televisió feu clic en aquest enllaç: <https://www.youtube.com/watch?v=CWXzVy11mbE>



Aquestes campanyes han servit per incrementar el grau de coneixement de l'ICF i, especialment, el canvi de model que està aplicant des de 2011, centrat en la professionalització i autonomia de la seva gestió, i el suport proactiu al teixit empresarial, especialment a les pimes, per tal de contribuir al creixement de l'economia catalana i la creació d'ocupació.

2. POSICIONAMENT DE LA MARCA ICF

Des de 2014, l'ICF és membre de l'Associació Europea de Bancs Públics (EAPB). Aquesta entitat agrupa i representa prop d'un centenar de bancs, entitats financeres i associacions de bancs públics de 18 països d'arreu d'Europa davant d'institucions i d'altres grups d'interès.

A Catalunya, **l'ICF és el màxim exponent d'aquest model de banca pública**, on juga un paper clau com a dinamitzador de l'economia catalana finançant projectes sostenibles, d'innovació i desenvolupament estratègics, així com projectes que donen suport al desenvolupament social de Catalunya.

Acompanyem les empreses i entitats al llarg de tot el seu cicle de vida, des de la seva creació fins a les etapes d'expansió i consolidació, fet que, a més a més, genera un impacte positiu i de valor que repercuteix en tota la societat. Per tal de dur a terme la nostra tasca, **escoltem les necessitats del teixit empresarial**, assessorem els projectes que ens plantegen les companyies i que provenen del teixit social, i dissenyem les solucions financeres que millor s'ajusten a les necessitats concretes dels diferents sectors i l'economia. En definitiva, **som catalitzador del talent, la innovació i la capacitat de fer de les empreses, emprendors i entitats de Catalunya**.

Els valors que defineixen l'ICF són:

<p>Compromís</p> <p>Ens esforcem per assolir els nostres objectius, conscients que aconseguir la nostra meta impactarà de manera positiva no només en el teixit empresarial, sinó també en el conjunt de la societat i l'economia.</p>	<p>Professionalitat</p> <p>Treballem amb energia, rigor i eficàcia, sempre pensant en les necessitats empresarials. I ho fem gràcies a un equip humà que uneix els seus esforços i es transforma d'acord amb les exigències dels nous temps.</p>	<p>Proximitat</p> <p>Les empreses, persones emprendores i entitats són la nostra raó de ser. Per això les escoltem, les assessorem i les acompanyem durant tot el seu cicle de vida, fomentant relacions de confiança i de llarga durada.</p>	<p>Honestedat</p> <p>Actuem amb integritat i transparència en la realització de la nostra activitat, oferint sempre un tracte just i respectant els valors de justícia social i veritat, de manera coherent amb la nostra filosofia.</p>
---	---	--	---

3. OBJECTIUS I MISSATGE DE LES CAMPANYES

El context econòmic actual referit al punt 1 d'aquest plec ha posat de manifest la necessitat del Grup ICF de **reforçar la seva vocació de banca pública que complementi altres fonts de finançament**, tant públiques com privades, amb l'objectiu de multiplicar els recursos disponibles per al teixit empresarial i les organitzacions.

Hi ha dues característiques que ens defineixen com a banca pública: el nostre **caràcter anticíclic i ser capital pacient**. És a dir, impulsem l'accés al crèdit quan hi ha més limitacions per part de la banca comercial o bé quan hi ha una necessitat més gran, com ara l'actual. Alhora, **financem i invertim a llarg termini** en segments o sectors on al sistema financer li costa més arribar i **donem suport a les petites empreses** que tenen més dificultats per accedir al crèdit i a projectes amb impacte.

Com a entitat amb vocació de banca pública actuem com a **dinamitzador de l'economia, tractor de la inversió i multiplicador de recursos**. Apostem per projectes que impacten de manera positiva en l'economia, la societat i el medi ambient.

El nostre propòsit és arribar a més empreses i entitats i **reinvertir els beneficis en el teixit empresarial**, creant noves línies de finançament que contribueixen a construir una economia més pròspera, social i sostenible, alineada amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i l'Agenda 2030 de les Nacions Unides.

Així doncs, els **objectius de les campanyes de comunicació del Grup ICF** són els següents:

- Incrementar el coneixement de l'ICF com a entitat financera pública al servei del teixit empresarial, les organitzacions i les institucions i com a un actor clau de finançament de l'economia catalana.
- Focalitzar que el rol de l'ICF és el de la banca de proximitat, acompanyant les empreses en els seus projectes, especialment les pimes i petites empreses i donant-los suport en els diferents cicles de vida, tot buscant la millor solució de finançament i/o inversió per cada moment.
- Posicionar l'ICF com a referència de banca pública de promoció del país, reforçar la seva imatge de marca i mostrar-la com a complement de la banca privada.
- Singularitzar l'ICF com a eina de finançament i inversió en tres grans eixos d'actuació: la reindustrialització, la transició energètica i l'habitatge social.
- Generar coneixement entre el públic potencial dels productes de l'ICF perquè es puguin estructurar acords de finançament (generació de *leads*)

4. PÚBLIC OBJECTIU

El públic objectiu de les campanyes es pot dividir en dos grups.

D'una banda, un **públic generalista que inclou tota la ciutadania de Catalunya**. En aquest sentit, volem que principalment el teixit econòmic, institucions, ciutadania, etc. coneguin l'ICF i el reconeguin com un **actor clau del sistema financer** i com una eina útil de finançament a la qual recórrer. Aquest primer grup serà el destinatari de les campanyes de marca.

D'altra banda, el segon públic és el dels **clients consolidats i els potencials que volem** que ho acabin sent. A aquest segon grup aniran adreçades les **campanyes de producte que estaran específicament dissenyades amb una clara orientació sectorial** per assegurar una major efectivitat i adaptació als seus interessos i necessitats. De totes maneres, tenint en compte la nostra activitat, cal posar especial èmfasi en totes les empreses i entitats que desenvolupen la seva activitat a Catalunya, sobretot pimes i aquelles que **encara no coneixen l'ICF** o bé coneixent-lo, no el contemplen com una font de finançament per als seus projectes empresarials.

5. MITJANS

Els mitjans suports i formats on es preveu difondre les campanyes queden detallats a l'**Excel desglossament PBL**, adjuntat com a **annex 1 de la memòria justificativa** de la present licitació. A grans trets, aquests son:

- **Televisió:** espots de 20" als mitjans de la CCMA (TV3, 33, 3/24, etc.), BTV, la Xarxa de televisions locals, TDI, TVLOCAL.CAT, CTPL i altres cadenes d'àmbit català, espanyol o internacional.
- **Mitjans impresos:** insercions de diverses mides en mitjans impresos d'àmbit local, català i espanyol.
- **Ràdio:** falques de ràdio a cadenes de la CCMA i altres d'àmbit local, català i espanyol.

- **Exteriors:** insercions en cinemes, Opis Metro, Opis FGC, mobiliari urbà, tramvia i altres circuits exclusivistes d'exterior d'àmbit local, català i espanyol.
- **Digital:** insercions de banners i altres recursos digitals tant per XXSS (LinkedIn, Twitter, Facebook, Youtube, etc.), motors de cerca (Google), webs de mitjans (televisió, premsa, ràdio o mitjans nadius digitals) i qualsevol altre site d'àmbit local, català o espanyol que pugui ser d'interès.

6. ESTRUCTURA DE LES CAMPANYES I PLANIFICACIÓ

L'ICF duu a terme **diverses campanyes durant l'any** que poden ser **de notorietat** (enfocades a augmentar el coneixement de l'entitat) o **de producte** (que busquen generar *leads* de clients potencials interessats en alguna de les ofertes de l'entitat).

Aquestes campanyes es **posen en marxa en funció de les necessitats de cada moment** i tenen una durada variable. S'estableixen **tres modalitats de campanyes** en funció dels terminis de difusió:

Campanyes periòdiques:

Fa referència a **aquelles campanyes que s'executen durant un període de temps determinat** en funció dels objectius de la mateixa. Per exemple: "Campanya de notorietat tardor 2024" o "Campanya del producte Eurocrèdit Juliol 2024".

Per a cada campanya periòdica l'ICF farà una petició de planificació a l'adjudicatària que inclourà els objectius de la campanya a alt nivell, els mitjans sol·licitats (televisió, ràdio, digital, premsa, etc.) i els suports disponibles. **La licitadora haurà d'entregar en el termini de 5 dies hàbils** una planificació que serà validada per l'ICF.

Un cop acabat el termini de la campanya, l'adjudicatària haurà d'entregar **l'informe d'impacte estimat** en base a les dades d'audiències.

Campanyes permanents:

Fan referència a **campanyes que es duen a terme durant tot l'any**. Es tracta sobretot de **campanyes en suports digitals** per la promoció de **posts específics a XXSS**, que es poden sol·licitar puntualment durant tot l'any, o una **estratègia de pagament constant** per aconseguir **posicionar la web de l'ICF** als motors de cerca.

Per aquestes campanyes es presentarà una **planificació anual que es consensuarà entre l'ICF i l'adjudicatària**. **De manera mensual es farà un seguiment** del seu impacte i consum i se'n podran anar ajustant els criteris d'inserció. L'ICF podrà **demanar en qualsevol moment l'aturada de la campanya**.

Insercions concretes:

Fan referència a **insercions concretes que es puguin demanar a mitjans** per promocionar elements específics. Per exemple "Anunci d'esdeveniment a Tortosa", "Producte específic pel sector agrari", etc. **Normalment aquestes insercions seran a algun mitjà concret**, local o sectorial.

Per aquestes insercions **l'ICF farà la petició a l'adjudicatària** i aquesta haurà de fer la gestió de la inserció amb el mitjà.

Pel seu caràcter puntual, **la inserció d'aquests anuncis haurà de ser àgil**, podent sol·licitar-se la seva publicació en un termini inferior als **dos dies hàbils** des de la petició.

7. DURADA

La durada de les campanyes dependrà de la seva tipologia i disponibilitat de recursos.