



**INFORME JUSTIFICATIU PER A LA CONTRACTACIÓ BASADA DE NOVA LICITACIÓ 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.**

<b>Expedient</b>	<b>PR-2024-394</b>	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Direcció General de Difusió		
Procediment	Basat de nova licitació en Acord Marc	Tipus	Serveis
Objecte	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.		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	7.830.000,00 €	1.644.300,00 €	9.474.300,00 €
Valor estimat	28.188.000,00 €	-	-
Termini d'execució	Des de la data de notificació de la resolució d'adjudicació a l'empresa adjudicatària fins al 31 de desembre de 2024		

**1.- Dades que identifiquen l'expedient i CPV:**

L'objecte d'aquesta contractació és el 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.

Codi expedient: PR-2024-394

Codi CPV: 79341200-8

Tipus de contractació: contracte basat en l'Acord marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació, núm. exp. EC-2022-32, vigent pel que fa al lot 1 (Multimèdia), fins al 5 de juliol de 2024.

**2.- Necessitat de la contractació i justificació de la insuficiència de mitjans:**

Segons el punt 1.3 de l'acord de Govern de 19 d'octubre de 2021 la contractació i el finançament corresponent a la gestió i inserció en els mitjans de comunicació de la publicitat institucional de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que en depenen correspon a l'òrgan competent en matèria de publicitat institucional, és a dir, a la Direcció General de Difusió.



Actualment, la Direcció General de Difusió es troba adscrita al Departament de la Presidència d'acord amb el Decret 289/2022, de 2 de novembre, de reestructuració del Departament de la Presidència, i ostenta les competències relatives a la coordinació de la publicitat institucional i la definició dels criteris per al desenvolupament de les campanyes de publicitat institucional de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que en depenen.

A aquest respecte, els diferents departaments i entitats de la Generalitat de Catalunya han traslladat a la Direcció General de Difusió, els temes d'interès i benefici general, així com els nous serveis i actuacions sobre les quals cal informar a la ciutadania al 2024 de cadascun dels seus àmbits. D'aquesta manera, la Direcció General de Difusió ha pogut elaborar una planificació de l'estratègia de comunicació publicitària de la Generalitat pel 2024 i ha pogut preveure les temàtiques dels anuncis de publicitat.

Els àmbits i temàtiques que abastaran les accions, tan publicitàries com informatives, que es volen dur a terme són:

- Accions d'informació i prevenció de la salut: campanyes de consells i recomanacions d'hàbits saludables (realització d'activitat física, la importància de dur una dieta equilibrada, hàbits de higiene, deixar de fumar, consells per dormir saludablement, etc.); accions per informar sobre vacunació; campanya de prevenció dels riscos en l'època d'estiu (campanya sobre el bany segur); campanya per la prevenció i contra l'estigma en la salut mental (campanya sobre la salut mental als centres penitenciaris); accions per la prevenció de l'addicció al joc i apostes online; i altres accions que siguin de vital importància comunicar sobre aquest àmbit.
- Accions de caire social i/o entorn a drets fonamentals associats a l'estar del benestar: campanyes i accions per promoure la igualtat ; accions i campanyes informatives sobre drets laborals; campanya i accions de sensibilització vers la gent gran; campanya per prevenció del *bulling* i qualsevol tipus de violència o d'abús als menors; campanya per promoure l'acolliment infantil; campanyes relacionades amb els drets de la dona (campanya del dia de la dona; campanya pel 25N, el dia Internacional per l'Eliminació de la violència envers les dones; campanya sobre les actituds sexuals al transport públic; campanya sobre violències sexuals a nivell digita); campanya pel dia de l'Orgull; accions per la promoció de l'esport femení; campanya per fomentar la lectura entre els infants; accions de promoció de la formació professional; accions de foment de la participació de la ciutadania.
- Accions en l'àmbit de la conscienciació mediambiental: campanya per informar sobre les zones de baixes emissions; campanyes i accions per informar sobre conscienciació sobre les mesures per fer front al canvi climàtic i per preservar el medi ambient (campanya d'incendis, campanya sobre el Pla Alfa), campanya i accions per sensibilitzar la població del valor que tenen els espais naturals protegits de Catalunya, campanya i accions per a la prevenció de la sequera; campanya i accions per informar sobre la importància de la recollida selectiva i la reutilització de residus; campanya i accions de foment de la recollida de piles a les escoles i Campanya i accions informativa sobre l'impost Co2.
- Accions de l'àmbit econòmic i sectorial: campanya per informar de la 080 Barcelona Fashion Week; campanyes i accions per fomentar els hàbits de consum responsable, el comerç de proximitat i els drets del consumidor; campanya i accions per fomentar el turisme responsable a Catalunya; campanyes i accions per



promoure els productes catalans amb denominació d'origen; accions informatives sobre el Tercer Sector; campanya per informar dels ajuts de l'Institut Català de Finances (ICF); campanyes informatives de l'Agència Tributària de Catalunya; campanya i accions informatives sobre enfocades a donar a conèixer ajuts i informació pels autònoms; campanya per informar de les activitats i serveis a l'exterior; anuncis sobre jornades i debats al voltant de temes estratègics per al desenvolupament econòmic i social campanya de promoció del Carnet Jove; campanya sobre la Llei Ciència.

- Accions de l'àmbit cultural: campanyes de foment de l'ús de la llengua catalana; campanya per incentivar el mecenatge cultural; campanya per difondre els ajuts de Cultura jove pels joves d'entre 18 a 30 anys; campanyes i accions per a la difusió de les activitats i exposicions del Palau Robert; campanyes i accions per a la difusió de les activitats i exposicions dels principals equipaments culturals de Catalunya i de promoció del patrimoni cultural català, així com de la cultura popular i tradicional.
- Accions sobre tràmits i serveis d'especial rellevància per a la ciutadania: En cas d'eleccions, campanya informativa per a donar a conèixer a la ciutadania el funcionament de les noves eleccions al Parlament de Catalunya; campanyes i accions de protecció civil i emergències (entre altres, la campanya informativa sobre les estafes a internet), campanyes i accions de serveis o ajuts per a la ciutadania (per exemple, la campanya sobre la mediació; campanya sobre els preus universitaris; campanya per informar sobre cursos destinats a reduir la bretxa digital en la gent gran); campanyes i accions de posada en funcionament d'infraestructures o serveis; campanyes i accions per informar sobre la convocatòria de places públiques als diversos cossos de seguretat (convocatòria bombers; convocatòria mossos; convocatòria agents rurals).
- Anuncis de premis convocats per la Generalitat i campanyes d'actes institucionals commemoratius. (campanya per la Diada de Catalunya; campanya de Nadal).
- Reforç d'altres campanyes de sensibilització, conscienciació ciutadana i informació: a banda de possibles necessitats de comunicació puntuals que es puguin materialitzar posteriorment, es preveu el reforç a les campanyes següents: campanyes de prevenció d'accidents de trànsit adreçades a diferents col·lectius i problemàtiques (campanya per reduir el consum d'alcohol i drogues quan es condueixi; campanya de distraccions causades pel mòbil; reemissió de campanyes anteriors); d'aparells elèctrics i electrònics; campanya de promoció dels diferents productes de Loteria de Catalunya.

Per portar a terme aquesta tasca, actualment, la Direcció General de Difusió, té en execució dos contractes basats en l'Acord marc EC-2022-32. Els 2 contractes basats en execució són l'expedient PR-2023-357 relatiu al 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 i, l'expedient PR-2023-474 relatiu al servei de gestió i inserció d'anuncis i continguts informatius de diverses campanyes de publicitat institucional al mitjà digital. Aquestes dos contractes, adjudicats l'any 2023 i amb una durada fins el 31 de desembre de 2023, han estat prorrogats fins al 30 de juny de 2024, conforme l'establert als seus plecs de clàusules administratives particulars respectius.

Per tant, i atès que la Direcció General de Difusió no disposa dels mitjans personals i materials per assumir internament la realització dels serveis objecte del present



contracte, es proposa la seva tramitació per tal de donar cobertura a aquestes necessitats pel període de l'any 2024 no cobert per la pròrroga de l'expedient PR-2023-357.

Cal assenyalar que en cas que es convoquessin eleccions, durant els períodes electorals únicament es realitzarien les activitats publicitàries imprescindibles per a la salvaguarda de l'interès general o per al desenvolupament correcte dels serveis públics i d'informació a la ciutadania que no comportessin per se cap informació que impliqués afavorir al partit polític que es troba en el Govern ni destaquessin la gestió o els objectius assolits.

### **3. Característiques principals de la contractació:**

Aquesta contractació basada de l'Acord marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació, núm. exp. EC-2022-32, es fa mitjançant procediment de consulta a les empreses contractistes del Lot 1 (Multimèdia) de l'Acord Marc.

#### Divisió en lots

Aquest contracte no es dividirà en lots atès que el servei de gestió i inserció d'una campanya publicitària institucional s'ha d'efectuar de forma conjunta i global en els diferents mitjans i, a més, el propi Acord marc ja està dividit en lots.

#### Termini d'execució

La vigència d'aquest contracte s'estableix en 6 mesos, des de la notificació de la resolució d'adjudicació del contracte basat a l'adjudicatari i fins el 31 de desembre de 2024.

Per a aquesta contractació es preveu la possibilitat de pròrroga per un període màxim de 12 mesos.

Es considera important la possibilitat d'establir un període màxim de dotze mesos de prorroga, donat l'allau de feina a nivell contractual que es preveu a la Direcció General de Difusió i ja que es creu que es rendibilitzaran els recursos si es prolonga l'execució del contracte, sempre que s'hagin assolit i es mantinguin els nivells de qualitat requerits.

#### Modificacions del contracte

Es preveu la possibilitat de modificar el contracte en un percentatge no superior al 20% del preu del contracte, sempre que es produeixi alguna de les següents causes:

1. Quan les necessitats reals del servei fossin superiors a les estimades inicialment.
2. L'assumpció de noves competències o la supressió d'alguna o algunes de les existents, per part del Departament.
3. L'atribució al Departament de nous mitjans o la reducció dels existents com a conseqüència de processos d'estructuració o reestructuració del Departament.
4. Situacions de reajustament, contenció o modificació de la despesa per raons pressupostàries.



### Cessió i subcontractació

Els drets i obligacions demanats en aquest contracte podran ser cedits pel contractista a un tercer sempre que es compleixin els requisits establerts a la clàusula trenta-sisena del PCAP de l'Acord marc.

D'acord amb la normativa vigent es permet la subcontractació excepte per a la realització de les tasques següents que, per considerar-se crítiques, no seran subcontractables:

- Servei d'assessorament i anàlisi previ.
- Servei d'elaboració i planificació de l'estratègia que haurà de complir i donar resposta a les conclusions resultants de l'anàlisi prèvia i a l'objectiu de comunicació.
- Servei de negociació i optimització dels espais publicitaris recomanats en la planificació.
- Servei de tancament de campanya.
- Servei de gestió integral del mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius.
- Servei d'intermediació en la contractació d'espais publicitaris en el cas d'insercions puntuals que no requereixen planificació prèvia.
- Servei de control de la inversió.

Aquests serveis tenen la consideració de crítics perquè són les tasques que exigeixen els coneixements tècnics i els plantejaments estratègics necessaris per aconseguir el servei més rendible, eficient i amb la millor estratègia comunicativa. La resta d'actuacions tenen la consideració de no crítics i poden ser subcontractades.

#### **4. Valor estimat del contracte i pressupost base de licitació: justificació del seu càlcul**

##### Valor estimat del contracte i pressupost base de licitació

El **valor estimat del contracte (VEC)** és el següent:

		<b>VEC total, IVA exclòs:</b>
<b>Import previst pels 6 mesos del 2024:</b>	<b>Import pròrroga prevista màxim 12 mesos del 2025:</b>	28.188.000,00 €
7.830.000,00 €	15.660.000,00 €	
<b>20% modif. 2024</b>	<b>20% modif. 2025</b>	
1.566.000,00 €	3.132.000,00 €	



Per a la determinació del VEC s'han tingut en compte els costos derivats de l'aplicació de les normatives laborals vigents, altres costos que es deriven de l'execució material dels serveis, despeses generals d'estructura i el benefici industrial.

Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

El pressupost de licitació d'aquest contracte, previst per a 6 mesos d'execució del contracte, s'ha calculat tenint en compte el número d'insercions que s'ha previst fer per a cada suport i format i el cost (preus unitaris) aproximat de la inserció de cada format i suport.

Per al càlcul del nombre d'insercions s'ha tingut en compte les necessitats existents d'acord amb la planificació de l'estratègia de comunicació publicitària de la Generalitat per l'any 2024 elaborada per la Direcció General de Difusió a la qual s'ha fet referència en l'apartat 2 d'aquest informe així com la dinàmica general d'estratègia de mitjans que es va dur a terme durant l'any 2023 en totes les campanyes i accions comunicatives.

Per a la determinació dels preus unitaris aproximats per a la inserció de cada format i suport s'han tingut en compte les ofertes econòmiques que les empreses van presentar per homologar-se a l'Acord Marc (EC-2022-32) i les ofertes que es van presentar en el contracte que té la Direcció General de Difusió en execució actualment, PR-2023-357.

Cal tenir present que les empreses en l'AM havien de presentar oferta en alguns casos de preus unitaris i en altres de descomptes aplicables a les tarifes. De tal forma que, quan les empreses havien de fer la seva oferta econòmica en preus unitaris, els preus unitaris d'aquest contracte per cada mitjà i format s'han calculat a partir de la mitjana entre la mitjana dels preus oferts per cadascuna de les empreses per aquell mitjà i format en l'Acord Marc i la mitjana dels preus oferts per les empreses per aquell mitjà i format en l'expedient PR-2023-357. (Cal fer constar que no s'ha tingut en compte l'oferta presentada per ITAN MEDIA – GESMEDIA CONSULTING UTE ja que va quedar exclosa de la licitació).

En canvi, quan les empreses havien de fer la seva oferta econòmica a l'AM en descomptes s'ha fet una mitjana dels 4 descomptes oferts per les empreses en l'Acord Marc i després s'ha aplicat els descomptes a la tarifa publicada pel suport en qüestió per aquest 2023. Seguidament, s'ha fet la mitjana entre el preu resultant i la mitjana dels preus oferts per les empreses en l'expedient PR-2023-357. Tots els imports finals s'han arrodonit.

Tenint en compte l'exposat, a continuació es desglossa el pressupost de licitació:

Quadre resum import total pressupost licitació per mitjans:

<b>Mitjà</b>	<b>Import</b>
Televisió	1.169.760 €
Impresos	1.720.030 €
Ràdio	1.311.930 €
Exterior	1.721.900 €
Digital	1.906.380 €



<b>Pressupost licitació total</b>	<b>7.830.000 €</b>
-----------------------------------	--------------------

Càlcul del pressupost de licitació per a cada mitjà:

TELEVISIÓ					1.169.760 €
Durada Espot (en segons): 30					
Suport	Tipologia de compra i Format	Import Aprox.	nº ins.	Detall	Total Aprox.Ppost
TV3	GRP 20"* indiv.+16, mínim 45% PT.	292 €	1.970	grps	862.860 €
324	passi Esport	160 €	100	espots	24.000 €
E3	passi Esport	150 €	100	espots	22.500 €
33	passi Esport	150 €	100	espots	22.500 €
SX3	passi Esport	150 €	100	espots	22.500 €
BTV	passi Esport Prime Time	90 €	150	espots	20.250 €
LA XARXA	passi Esport Prime Time	140 €	150	espots	31.500 €
TDI	passi Esport	610 €	80	espots	73.200 €
TVLOCAL.CAT	passi Esport	80 €	150	espots	18.000 €
CTPL	passi Esport	290 €	150	espots	65.250 €
Plataforma d'intercanvi d'arxius	(pujada i baixada 1 espot)	80 €	90		7.200 €

\*El total aproximat dels suports marcats en vermell s'ha calculat multiplicant per 1,5 el total resultant de multiplicar l'import aproximat pel número insercions previstes. Cal fer constar que aquest 1,5 respon a l'adaptació que cal efectuar ja que la tarifa estàndard està prevista per una durada de 20 segons i, en canvi, el càlcul s'ha fet per una durada de 30 segons.

IMPRESOS					1.720.030 €
Suport	Tipologia de compra i Format	Import Aprox.	nº ins.	Detall	Total Aprox.Ppost
La Vanguardia	Pàgina Color Senar Lab	17.810 €	16	insercions	284.960 €
El Periódico de Cat.	Pàgina Color Senar Lab	15.210 €	16	insercions	243.360 €
El Punt Avui	Pàgina Color Senar Lab	6.520 €	9	insercions	58.680 €
Ara	Pàgina Color Senar Lab	6.180 €	12	insercions	74.160 €
El País	Pàgina Color Senar Lab	5.440 €	6	insercions	32.640 €
El Mundo	Pàgina Color Senar Lab	2.020 €	6	insercions	12.120 €
ABC	Pàgina Color Senar Lab	830 €	5	insercions	4.150 €
La Razón	Pàgina Color Senar Lab	1.370 €	5	insercions	6.850 €
Diari de Tarragona	Pàgina Color Senar Lab	3.250 €	10	insercions	32.500 €
Diari de Girona	Pàgina Color Senar Lab	2.370 €	10	insercions	23.700 €
Segre	Pàgina Color Senar Dm-Dv	3.190 €	10	insercions	31.900 €
La Mañana	Pàgina Color Senar	2.460 €	10	insercions	24.600 €
Regió 7	Pàgina Color Senar Lab	1.780 €	10	insercions	17.800 €
El 9 Nou	Pàgina Color Senar Dv	2.190 €	10	insercions	21.900 €
Diari de Sabadell	Pàgina Color Senar Lab	1.090 €	10	insercions	10.900 €
Diari de Terrassa	Pàgina Color Senar Lab	1.090 €	10	insercions	10.900 €
20 Minutos	Pàgina Color Senar Lab	5.220 €	10	insercions	52.200 €
Més Tarragona	Pàgina Color Senar Lab	2.950 €	10	insercions	29.500 €
El Mundo Deportivo	Pàg.Color Senar secció Barça	5.980 €	10	insercions	59.800 €
Sport	Pàg.Color Senar secció Barça	5.960 €	10	insercions	59.600 €
Marca	Pàgina Color Senar	1.310 €	5	insercions	6.550 €
As	Pàgina Color Senar	910 €	5	insercions	4.550 €
L'Esportiu	Pàgina Color Senar	1.910 €	6	insercions	11.460 €
Suports d'ACPC	Pàgina Color Senar a 17 setmanals i 4	12.693 €	12	insercions	152.316 €
Suports d'AMIC	Pàgina Color Senar a 20 setmanals i 12	20.390 €	12	insercions	244.680 €
Suports d'APPEC	Pàgina Color Senar a 5 setmanals	10.017 €	12	insercions	120.204 €
Expansión	Pàgina Color Senar	1.710 €	5	insercions	8.550 €
Cinco Días	Pàgina Color Senar	1.020 €	5	insercions	5.100 €
Línies	Pàgina Color Senar	930 €	80	insercions	74.400 €



\*Els suports ACPC, AMIC i APPEC son associacions de publicacions i, per tant, el preu unitari d'aquests suports és el resultat de sumar els preus unitaris de tots els suports setmanals i quinzenals previstos per cada associació. És a dir, 12 són les vegades que es faran les insercions setmanals i quinzenals de cada associació, essent un total d'insercions de 252 per suports ACPC, 384 suports AMIC, 60 suports APPEC.

RÀDIO		1.311.930 €			
Durada Falca (en segons): 30					
Suport	Tipologia de compra i Format	Import Aprox.	nº ins.	Detail	Total Aprox.Ppost
Catalunya Ràdio	Falca DI-Dv (7h-10h)	450 €	230	falques	155.250 €
Rac 1	Falca El Mon a Rac 1/La Competència/El Barça juga a Rac1	980 €	300	falques	441.000 €
Rac 105	Falca DI-Dv (7h-11h)	160 €	200	falques	48.000 €
Flaixbac	Falca DI-Dv (6h-11h) + Va de Barça	180 €	300	falques	81.000 €
Flaix FM	Falca 20" DI-Dv (6h-11h)	150 €	300	falques	67.500 €
Ser Regional Cat.	Falca DI-Dv (6h-10h)	440 €	170	falques	112.200 €
Ser Catalunya	Falca DI-Dv (7h-12h)	80 €	120	falques	14.400 €
Los 40 Cat.	Falca DI-Dv (6h-11h)	250 €	170	falques	63.750 €
Dial Cat.	Falca DI-Dv (6h-11h)	70 €	70	falques	7.350 €
Los 40 Classic Cat.	Falca DI-Dv (7h-11h)	60 €	707	falques	63.630 €
Europa FM Cat.	Falca DI-Dv (7h-11h)	160 €	170	falques	40.800 €
Onda Cero Cat.	Falca DI-Dv (7h-11h)	300 €	140	falques	63.000 €
Melodia FM Cat.	Falca DI-Dv (7h-10h)	20 €	170	falques	5.100 €
Cadena 100 Cat.	Falca DI-Dv (6h-11h)	90 €	170	falques	22.950 €
Cope Cat.	Falca Herrera en la Cope	390 €	80	falques	46.800 €
Rock FM Cat.	Falca DI-Dv (6h-14,30h)	50 €	320	falques	24.000 €
Ràdio Tele Taxi	Falca Tota la graella	100 €	270	falques	40.500 €
Kiss FM Cat.	Falca DI-Dv (6h-11h)	20 €	245	falques	7.350 €
Los 40 Urban	Falca DI-Dv (8h-12h)	20 €	245	falques	7.350 €

\*El total aproximat dels suports marcats en vermell s'ha calculat multiplicant per 1,5 el total resultant de multiplicar l'import aproximat pel número insercions previstes. Cal fer constar que aquest 1,5 respon a l'adaptació que cal efectuar ja que la tarifa estàndard està previst per una durada de 20 segons i, en canvi, el càlcul s'ha fet per una durada de 30 segons.





EXTERIOR		1.721.900 €			
Durada Espot (en segons): 30					
Circuit	Tipologia de compra i Format	Import Aprox.	nº ins.	Detall	Total Aprox.Ppost
Cinema Moviedis	Cost per Mil Espectadors (CPM)	40 €	580.000	espectadors	34.800 €
Cinema 014 Medios	Cost per Mil Espectadors (CPM)	40 €	580.000	espectadors	34.800 €
Opis Metro	Circuit 1 setmana 185 Opis paper	13.300 €	13	Circuit	172.900 €
Opis Renfe	Circuit 1 setmana 95 Opis paper	4.900 €	13	Circuit	63.700 €
Opis FGC	Circuit 1 setmana 60 Opis paper	4.100 €	13	Circuit	53.300 €
Opis Catalunya (CLEAR CHANNEL)	Circuit 1 setmana 790 Opis paper	31.600 €	13	Circuit	410.800 €
Opis Barcelona Life (CLEAR CHANNEL)	Circuit 1 setmana 73 Opis Digital	13.200 €	13	Circuit	171.600 €
Opis BCN AM (JC DECAUX)	Circuit 1 setmana 147 Opis paper	11.200 €	13	Circuit	145.600 €
Autobusos Promedios	Circuit 1 setmana 5 autobusos Darrera Integral + Lateral Plus	4.400 €	13	Circuit	57.200 €
Autobusos Publicesa	Circuit 2 setmanes 5 autobusos Darrera Integral + Lateral Plus	5.300 €	13	Circuit	68.900 €
Autobusos Alpha Publicidad	Preu Net 5 autobusos Darrera Integral + Lateral Plus; 1 Setmana	2.100 €	13	Circuit	27.300 €
Tramvia TRAMBAIX	Circuit 2 setmanes 1 Tramvia Vinilat Integral	9.700 €	13	Circuit	126.100 €
Tramvia TRAMBESÒS	Circuit 2 setmanes 1 Tramvia Vinilat Integral	4.700 €	13	Circuit	61.100 €
Cinema Moviedis	Producció	1.400 €	13	producció	18.200 €
Cinema 014 Medios	Producció	400 €	13	producció	5.200 €
Opis Metro	Producció	900 €	13	producció	11.700 €
Opis Renfe	Producció	600 €	13	producció	7.800 €
Opis FGC	Producció	400 €	13	producció	5.200 €
Opis Catalunya (CLEAR CHANNEL)	Producció	2.200 €	13	producció	28.600 €
Opis BCN AM (JC DECAUX)	Producció	700 €	13	producció	9.100 €
Autobusos Promedios	Producció 5 Autobusos	2.600 €	13	producció	33.800 €
Autobusos Publicesa	Producció 5 Autobusos	2.500 €	13	producció	32.500 €
Autobusos Alpha Publicidad	Producció 5 Autobusos	2.300 €	13	producció	29.900 €
Tramvia TRAMBAIX	Producció 1 tramvia	4.300 €	13	producció	55.900 €
Tramvia TRAMBESÒS	Producció 1 tramvia	4.300 €	13	producció	55.900 €

\*Pel càlcul dels imports marcats en vermell, cal tenir en compte que el resultat final de multiplicar l'import aproximat pel número insercions previstes s'ha dividit entre 1.000 ja que el preu unitari en virtut del qual s'ha fet el càlcul fa referència al cost per 1.000 unitats. Així mateix, el resultat obtingut per 1,5 ja que la tarifa estàndard està previst per una durada de 20 segons i, en canvi, el càlcul s'ha fet per una durada de 30 segons.



Generalitat de Catalunya  
Departament de la Presidència  
Direcció General de Difusió

DIGITAL		1.906.380 €				
Supert	IP, Tipologia de compra i Format	Import Aprox.	nº ins.	Detall	Total Aprox. Ppost	
Webs grup CCMA	IP Cat. CPM* Video In-Stream	12	5.000.000	impressions	60.000	
Webs grup ATRESMEDIA	IP Cat. CPM* PrerollMidroll esport 2025	10	5.500.000	impressions	55.000	
Webs grup MEDIASET	IP Cat. CPM* PrerollMidroll esport 2025	10	5.500.000	impressions	55.000	
Spotify	IP Cat. CPM* Falca+Cover	4	4.000.000	impressions	16.000	
Smartclip	IP Cat. CPM* PrerollInread	9	1.700.000	impressions	15.300	
Sunmedia	IP Cat. CPM* PrerollInread	10	1.700.000	impressions	17.000	
Acuity	IP Cat. CPM* PrerollInread	10	1.700.000	impressions	17.000	
Compra Programàtica	IP Cat. CPM* Formats display IAB	2	7.000.000	impressions	14.000	
Compra Programàtica	IP Cat. CPM* Video Preroll	6	2.500.000	impressions	15.000	
Facebook	IP Cat. CPM* Page Post Photo	1	12.000.000	impressions	12.000	
Facebook	IP Cat. CPM* Page Post Video	1	12.000.000	impressions	12.000	
Instagram	IP Cat. CPM* Page Post Photo	1	12.000.000	impressions	12.000	
Instagram	IP Cat. CPM* Page Post Video	1	12.000.000	impressions	12.000	
Instagram	IP Cat. CPM* Story	1	12.000.000	impressions	12.000	
X (Twitter)	IP Cat. CPM* Promoted Tweet	1	12.000.000	impressions	12.000	
X (Twitter)	IP Cat. CPM* Video Card	1	12.000.000	impressions	12.000	
LinkedIn	IP Cat. CPC* Sponsored Updates	2	1.000	clics	2.000	
Google	IP Cat. CPM* Google Ads	1	12.000.000	impressions	12.000	
Youtube	IP Cat. CPM* Preroll	3	9.000.000	impressions	27.000	
LaVanguardia. (GODÓ)	IP Cat. CPM* PrerollInread	9	5.500.000	impressions	49.500	
LaVanguardia. (GODÓ)	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	5.500.000	impressions	44.000	
MundoDeportivo. (GODÓ)	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	4.000.000	impressions	32.000	
EIPeriodico (PRENSA IBÉRICA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	6	9.000.000	impressions	54.000	
Sport (PRENSA IBÉRICA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	6	5.000.000	impressions	30.000	
EIPuntAvui. (HERMES)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9	4.000.000	impressions	36.000	
LEsportiuDeCatalunya. (HERMES)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9	4.000.000	impressions	36.000	
Ara.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6	8.000.000	impressions	48.000	
EIPais. (PRISA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	4.000.000	impressions	28.000	
As. (PRISA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	4.000.000	impressions	32.000	
CincoDias. (PRISA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	4.000.000	impressions	32.000	
Abc. (VOCCED)	IP Cat. CPM* Doble Roba	5	3.000.000	impressions	15.000	
EIMundo. (UNIDAD EDITORIAL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	3.000.000	impressions	21.000	
Marca. (UNIDAD EDITORIAL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	3.000.000	impressions	21.000	
Expansion. (UNIDAD EDITORIAL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	3.000.000	impressions	21.000	
LaRazon.	IP Cat. CPM* Doble Roba	10	2.800.000	impressions	28.000	
20Minutos.	IP Cat. CPM* Doble Roba	5	7.000.000	impressions	35.000	
Publico.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	5.500.000	impressions	38.500	
Webs d'EINacional.	IP Cat. CPM* Doble Roba	10	5.500.000	impressions	55.000	
Webs de NacioDigital.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	5.500.000	impressions	44.000	
Webs de Vilaweb.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	4.000.000	impressions	28.000	
Webs d'EIMon.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	4.000.000	impressions	28.000	
Webs de LaRepublica.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	4.000.000	impressions	32.000	
Webs de l'ACPC	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	5.500.000	impressions	44.000	
Webs de l'AMIC	IP Cat. CPM* Doble Roba	13	4.000.000	impressions	52.000	
Webs de l'APPEC	IP Cat. CPM* Net div. formats Display	12	2.500.000	impressions	30.000	
Webs de CronicaGlobal.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6	5.800.000	impressions	34.800	
Webs d'EIconfidencial.	IP Cat. CPM* Doble Roba	5	3.100.000	impressions	15.500	
Webs d'EIDIario.	IP Cat. CPM* Doble Roba	9	4.000.000	impressions	36.000	
Webs d'EI grup Tirabol	IP Cat. CPM* Doble Roba	10	3.100.000	impressions	31.000	
DiariDeTarragona.	IP Cat. CPM* Doble Roba	29	1.000.000	impressions	29.000	
DiariDeGirona.	IP Cat. CPM* Doble Roba	9	3.500.000	impressions	31.500	
Segre.	IP Cat. CPM* Doble Roba	11	3.500.000	impressions	38.500	
LaManyana.	IP Cat. CPM* Doble Roba	10	3.500.000	impressions	35.000	
Regio7.	IP Cat. CPM* Doble Roba	10	3.800.000	impressions	38.000	
EISnou.	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	640	35	setmanals	22.400	
DiariDeTerrassa.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	4.500.000	impressions	36.000	
DiariDeSabadell.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8	4.500.000	impressions	36.000	
DiariMes.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6	3.500.000	impressions	21.000	
EIEconomista.	IP Cat. CPM* Doble Roba	13	2.500.000	impressions	32.500	
EconomiaDigital.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7	4.000.000	impressions	28.000	
Viapresa.	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	1.400	35	setmanals	49.000	
TheNewEcnPost.	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	400	35	setmanals	14.000	
TikTok	IP Cat. CPM* Video In Feed	1	12.000.000	impressions	12.000	
Twitch	IP Cat. CPM* Video Preroll-Midroll	10	2.000.000	impressions	20.000	
Instagram	IP Cat. CPM* Reels	1	12.000.000	impressions	12.000	
COST TECNOLÒGIC					30.880	

\*Pel càlcul dels imports marcats en vermell, cal tenir en compte que el resultat final de multiplicar l'import aproximat pel número insercions previstes s'ha dividit entre 1.000 ja que el preu unitari en virtut del qual s'ha fet el càlcul fa referència al cost per 1.000 unitats.



En l'annex 1 d'aquest informe es pot consultar la distribució del pressupost de licitació en funció de cadascun dels àmbits i temàtiques que es volen comunicar incloent les diferents accions comunicatives que es voldran fer (campanyes de publicitat, redaccionals informatius, anuncis puntuals i accions especials), d'acord amb l'experiència acumulada en el món de la publicitat i partint dels plans de mitjans d'antigues campanyes.

Pel que fa als costos laborals, cal fer constar que el cost del personal no és preu del contracte i no forma part de l'oferta econòmica.

D'acord amb la resolució 739/2019 del TACRC, la desagregació dels costos de personal per gènere i categoria professional prescrita per l'article 100.2 LCSP només afecta als contractes de serveis en què els costos del personal que executa el servei, a banda de ser el cost principal, formen part del preu total del contracte.

En aquest cas, els costos salarials de les persones que executaran el contracte no contribueixen a fixar el preu ni en formen part, i no s'integren en el preu total del contracte.

En tot cas l'empresa contractista haurà de complir el conveni col·lectiu aplicable, o bé, haurà de respectar el salari mínim interprofessional i, en el seu cas, les condicions laborals que s'hagin pogut fixar en el marc d'un acord interprofessional, de conformitat amb els articles 3 i 83 del Reial Decret Legislatiu 2/2015, de 23 d'octubre, pel que s'aprova el Text Refós de la Llei de l'Estatut dels Treballadors."

#### Modalitat de determinació del preu

El sistema de determinació del preu és per preus unitaris, ja que aquesta contractació es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits i la distribució concreta es farà en funció de les necessitats de comunicació.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària i que queden recollits al document Excel de la proposta econòmica desglossada (annex del PCAP) que es presentarà a la licitació.

Les empreses oferiran per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net, un descompte o un recàrrec. El percentatge de la comissió d'agència per a cada mitjà també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model 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 tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'Excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus o costos, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc EC-2022-32.



Partida pressupostària

La partida pressupostària a la qual s'imputa la despesa proposada per a l'any 2024 és la DD04 D/226000300/1210/0000

**6. Criteris de solvència i classificació**

a) Solvència econòmica i financera:

No es sol·licita cap solvència addicional a la requerida a l'Acord marc, que era la següent: declaració responsable sobre la xifra anual de negocis en l'àmbit d'activitats corresponent a l'objecte del contracte, referit al millor exercici dins dels tres darrers disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes, per un import igual o superior a 5.000.000,00 euros.

Tot i que la solvència requerida és troba per sota del pressupost base de licitació i del VEC, es creu que no es necessari sol·licitar cap solvència addicional ja que el valor requerit a l'Acord Marc ja es considera suficientment elevat i adequat en proporció a la complexitat tècnica del contracte i amb la seva dimensió econòmica i suficientment raonable per tal de garantir la lliure concurrència de totes les empreses ja homologades en el Lot 1.

b) Solvència tècnica:

No es sol·licita cap solvència addicional a la requerida a l'Acord marc, que era la següent: els licitadors hauran d'acreditar haver realitzat un mínim de cinc campanyes publicitàries multimèdia de pressupost superior a 500.000 € cadascuna durant els últims tres anys, detallant-ne l'import, les dates i el destinatari.

c) Classificació empresarial optativa.

La classificació empresarial substitutòria per a aquesta contractació basada és la mateixa que en l'Acord marc:

Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: 5

**7. Criteris d'adjudicació**

A) **Criteris qualitatius**

Es valorarà la millora en el termini de lliurament de la planificació amb un màxim de 10 punts.

Segons l'apartat 3 del Plec de prescripcions tècniques, el termini màxim de lliurament d'una planificació de mitjans d'una campanya és de 8 dies des de la data en que s'ha fet la petició del pla de mitjans. Pel volum de feina de la unitat i pel funcionament frenètic de les campanyes de publicitat, la unitat creu necessari poder millorar el termini de



lliurament per tal de poder incrementar l'eficiència i el control de les campanyes en curs i igualment garantir una planificació eficient i enfocada a impactar el públic objectiu de cada campanya.

La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

<b>Criteri</b>	<b>Puntuació</b>
El termini de lliurament de les planificacions serà de 3 dies naturals des de la data de la petició de la campanya	10
El termini de lliurament de la planificació serà de 4 dies naturals des de la data de la petició de la campanya	8
El termini de lliurament de la planificació serà de 5 dies naturals des de la data de la petició de la campanya	6
El termini de lliurament de la planificació serà de 6 dies naturals des de la data de la petició de la campanya	4
El termini de lliurament de la planificació serà de 7 dies naturals des de la data de la petició de la campanya	2
El termini de lliurament de la planificació serà de 8 dies naturals des de la data de la petició de la campanya	0

## B) **Criteris econòmics**

Es valorarà l'oferta econòmica, la qual es puntuarà amb un màxim de 90 punts que es distribueixen entre els diferents mitjans de la forma següent:

<b>Total</b>	<b>Fins a 90 punts</b>
Suport televisiu	Fins a 14 punts
Suport imprès	Fins a 20 punts
Suport ràdio	Fins a 15 punts
Suport exterior	Fins a 22 punts
Suport digital i xarxes socials	Fins a 19 punts

La distribució de la puntuació entre els diferents formats i suports de cadascun dels mitjans s'ha realitzat tenint en compte les insercions realitzades en els expedients tramitats per la Direcció General de Difusió l'any 2023, donant més o menys pes als formats i als suports que han representat una quota del pressupost major o menor. Per aquells suports amb molt poca quota o sense quota, el repartiment de punts s'ha fet en base a les audiències publicades, donant més pes a aquells suports que tenen més audiència i/o concurrència.

La valoració de les propostes, es realitzarà de la manera següent: Es compara els preus unitaris nets oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més econòmic i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu unitari o cost per mil espectadors, en el cas del cinema, o un major descompte). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment dels preus de l'oferta respectiva.

Així, cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i d'acord amb la puntuació que s'estableix per a cada format i suport en l'annex corresponent amb el títol "     Excel Prop. Econ. Desgl.



*MULTIMEDIA 2024'* del Plec de Clàusules Administratives Particulars d'aquest contracte.

- Quan es valorin preus nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu net per inserció més baix})}{(\text{Preu net per inserció que es puntua})}$$

- Quan es valori la comissió d'agència (tant per formats convencionals com per formats especials) la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 + \text{la comissió més baixa})}{(1 + \text{la comissió que es puntua})}$$

- Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})^{(*)}}$$

Aquestes fórmules s'especifiquen a la clàusula Trenta-unena de l'Acord marc, on s'exposa que també es poden utilitzar altres fórmules diferents que responguin a les necessitats específiques de cada estratègia. En aquest sentit, cal fer constar que la fórmula relativa pel càlcul de la comissió d'agència és la fórmula equivalent a la que valora el descompte però a la inversa, ja que en aquest cas es tracta d'un recàrrec als preus.

La utilització d'aquestes fórmules de la inversa proporcional atribueixen la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evitant que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assignant els punts d'una manera adequada i proporcional.

La determinació de l'existència de baixes presumptament anormals es realitzarà conforme estableix la clàusula 32a. del PCAP de l'AM. Per tal de considerar una oferta incursa en valors anormalment baixos caldrà que la puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu sigui inicialment desproporcionada i que al mateix temps també ho sigui l'oferta econòmica (suma dels preus unitaris oferts però no s'inclouran els descomptes, recàrrecs o comissions d'agència que estan valorats per un %).

## **8. Garantia definitiva**

D'acord amb la clàusula divuitena i trenta-tresena de l'AM, per aquest contracte s'estableix una garantia definitiva del 5% del pressupost base de licitació.

D'acord amb la clàusula trenta-setena del PCAP de l'AM no s'estableix termini de garantia.

## **9. Drets i Obligacions del contractista i condicions especials d'execució:**

### **Adscripció de recursos humans i materials**



L'empresa contractista es compromet a dedicar els recursos humans i materials necessaris per a la correcta execució del contracte i mantenir durant la vigència de contracte la composició (quant a quantitat i qualitat del personal) de l'equip de treball acreditat com a solvència mínima i de l'equip presentat com a millora.

El personal adscrit a l'execució del contracte dependrà exclusivament de l'empresa adjudicatària i no adquirirà cap vincle laboral amb l'Administració de la Generalitat de Catalunya, ni amb la resta d'entitats o organismes destinataris de l'Acord marc.

L'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i contínua, sobre el personal integrant de l'equip de treball encarregat de l'execució del contracte, el pagament de salaris, la concessió de permisos, llicències i vacances, la substitució dels treballadors en supòsits de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de les cotitzacions i el pagament de prestacions, quan s'escaigui, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com tots els drets i obligacions que es puguin derivar de la relació contractual entre ocupador i empleat.

L'empresa haurà de tenir contractades les fonts d'informació bàsiques del sector requerides com a solvència mínima per tal de desenvolupar, avaluar i controlar les campanyes, en funció de cada lot. És a dir, no només tenir l'accés a les dades obertes publicades per cada font, sinó l'accés i l'explotació (mitjançant el software específic) d'aquelles dades exclusives per als associats.

L'empresa haurà de facilitar la informació requerida sobre difusió i audiències dels mitjans de comunicació, així com dades de targets de públic objectiu concrets. Tota aquesta informació i dades haurà de ser lliurada en català.

### **Utilització de la llengua catalana**

L'empresa contractista ha d'emprar el català en les seves relacions amb l'Administració de la Generalitat derivades de l'execució de l'objecte d'aquest contracte. Així mateix, l'empresa contractista i, si escau, les empreses subcontractistes han d'emprar, almenys, el català en els rètols, les publicacions, els avisos i en la resta de comunicacions de caràcter general que es derivin de l'execució de les prestacions objecte del contracte. Així mateix, l'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar que es podran realitzar les prestacions objecte del servei en català. A aquest efecte, l'empresa contractista haurà d'adoptar les mesures de formació del seu personal necessàries per garantir que el personal que, si escau, pugui relacionar-se amb el públic, tingui un coneixement suficient de la llengua catalana per desenvolupar les tasques d'atenció, informació i comunicació de manera fluida i adequada.

En tot cas, les empreses contractistes queden subjectes en l'execució de l'Acord marc a les obligacions derivades de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística i de les disposicions que la desenvolupen. En l'àmbit territorial de la Vall d'Aran les empreses contractistes i, si s'escau, les empreses subcontractistes, han d'emprar l'aranès d'acord



amb la Llei 1/2015, del 5 de febrer, del règim especial d'Aran, i amb la normativa pròpia del Conselh Generau d'Aran que la desenvolupi.

### **Tractament de dades de caràcter personal**

L'empresa contractista estarà obligada al compliment d'allò establert a la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals, i a la normativa de desenvolupament, en relació a les dades personals a les que tingui accés durant la vigència del contracte.

Per a l'execució de les prestacions derivades d'aquest, el personal de les empreses contractistes no pot accedir a les dades de caràcter personal que figuren als arxius, documents i sistemes informàtics dels diferents òrgans de contractació.

No obstant el que estableix el paràgraf anterior, quan el personal de les empreses contractistes accedeixi a les dades personals incidentalment, estarà obligat a guardar secret fins i tot després de la finalització de la relació contractual, sense que en cap cas pugui utilitzar les dades ni revelar-les a tercers.

L'empresa contractista ha de posar en coneixement dels seus treballadors els deures i obligacions establerts anteriorment.

L'empresa contractista ha de posar en coneixement dels diferents òrgans de contractació, de forma immediata, qualsevol incidència que es produeixi durant l'execució del contracte que pugui afectar la integritat o la confidencialitat de les dades de caràcter personal tractades per l'Administració contractant, la qual haurà d'anotar-ho al Registre d'incidències.

L'incompliment del que s'estableix en els apartats anteriors pot donar lloc a que l'empresa contractista siguin considerades responsables del tractament, als efectes d'aplicar el règim sancionador i de responsabilitats previst a la normativa de protecció de dades.

### **Consideracions mediambientals**

També s'estableixen les següents consideracions mediambientals a fi de contribuir a complir l'objectiu que estableix l'article 88 de la Llei 2/2011, de 4 de març, d'economia sostenible; el manteniment o la millora dels valors mediambientals que es puguin veure afectats per l'execució del contracte:

- Reduir les impressions el màxim possible i lliurar tots els documents generats preferentment en format electrònic. Quan sigui necessari imprimir, utilitzar preferentment paper 100% reciclat i fabricat amb un procés lliure de clor, fer les impressions a doble cara i en blanc i negre.
- Separar i gestionar correctament les diferents fraccions de residus generats i implementar mesures d'estalvi d'aigua i energia a l'oficina.
- Realitzar els desplaçaments imprescindibles per l'execució del contracte, prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).





**D'acord amb allò que s'ha exposat,**

**PROPOSO**

Que s'iniciï la contractació administrativa del contracte relatiu al servei de gestió i inserció d'anuncis i continguts informatius de diverses campanyes de publicitat institucional als mitjans imprès, televisió, exterior, ràdio i digital, amb les característiques especificades en aquest informe i la proposta de plec de prescripcions tècniques que s'ha elaborat també per aquesta unitat promotora (exp. núm. PR-2024-394).

Les empreses a convidar en la licitació d'aquest contracte basat de nova licitació son les empreses adjudicatària del lot 1 (multimèdia) de l'Acord marc EC-2022-32 i, més concretament:

- Havas Media Group Spain, SAU
- Carat España, SAU
- Wavemaker Publicidad Spain, S.L
- Wavemaker Publicidad Spain, S.L

Signat digitalment a Barcelona.

Directora general de Difusió



## ANNEX 1

Aproximació Pressupost	7.830.000,00 €	9.474.300,00 €
<b>1. Accions d'informació i prevenció de la salut:</b>	<b>632.231 €</b>	<b>765.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals de prevenció de riscos en l'època d'estiu	74.380 €	90.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de consells i recomanacions d'hàbits saludables	74.380 €	90.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de vacunació	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar per prevenir i desestigmatitzar la salut mental	123.967 €	150.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per la prevenció de l'addicció al joc i apostes online	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per fomentar el consum de fruita i llet a les escoles	41.322 €	50.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per reconeixement del sector sanitari	103.306 €	125.000 €
<b>2. Accions caire social i/o entorn a drets fonamentals associats a l'estar del benestar:</b>	<b>2.789.256 €</b>	<b>3.375.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals per fomentar la igualtat	826.446 €	1.000.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals sobre acolliment infantil	330.579 €	400.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per la prevenció de la violència masclista, el bulling i qualsevol tipus de violència o d'abús als menors.	661.157 €	800.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per la promoció de l'esport i en especial, l'esport	247.934 €	300.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per a la formació professional al llarg de tota la vida laboral	330.579 €	400.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per la sensibilització vers la gent gran	103.306 €	125.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per promoure la lluita contra la pobresa i la inclusió social	82.645 €	100.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de foment de la participació de la ciutadania	82.645 €	100.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar sobre les preinscripcions escolar i per fomentar la lectura als infants	123.967 €	150.000 €
<b>3. Accions de caire mediambiental:</b>	<b>1.334.711 €</b>	<b>1.615.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals de conscienciació sobre les mesures per fer front al canvi climàtic i per preservar el medi	578.512 €	700.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per la sensibilitzar la població del valor que tenen els espais naturals protegits de Catalunya	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per fomentar un ús racional de l'aigua i prevenir la sequera	206.612 €	250.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar sobre la importància de la recollida selectiva de residus	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per promoure la reutilització dels residus:	78.512 €	95.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de foment de la recollida de piles a les escoles	78.512 €	95.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de la recollida selectiva d'aparells elèctrics i electrònics	78.512 €	95.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals informatius sobre l'impost Co2	99.174 €	120.000 €



<b>4. Accions de l'àmbit econòmic i sectorial:</b>	<b>1.454.545 €</b>	<b>1.760.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals per informar a la ciutadania de l'existència dels fons europeus Next Generation	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar de la 080 Barcelona Fashion Week	185.950 €	225.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per fomentar els hàbits de consum responsable	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per fomentar el comerç de proximitat	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per fomentar el turisme a Catalunya	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per promoure els productes catalans amb denominació d'origen	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar dels ajuts de l'Institut Català de Finances (ICF) a disposició de les pimes i autònoms	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar sobre l'Agència Tributària de Catalunya	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar de les activitats i serveis a l'exterior	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals sobre jornades i debats al voltant de temes estratègics per al desenvolupament econòmic i social	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de promoció del Carnet Jove	53.719 €	65.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals sobre la Llei de la Ciència	247.934 €	300.000 €
<b>5. Accions de l'àmbit cultural:</b>	<b>479.339 €</b>	<b>580.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals per a la difusió de les activitats i exposicions del Palau Robert	165.289 €	200.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per a la difusió de les activitats i exposicions dels principals equipaments culturals de Catalunya i de promoció del patrimoni cultural català, així com de la cultura popular i tradicional	66.116 €	80.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de foment de l'ús de la llengua catalana	247.934 €	300.000 €
<b>6. Accions sobre tràmits i serveis d'especial rellevància per a la ciutadania:</b>	<b>644.628 €</b>	<b>780.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals per informar sobre la mediació	82.645 €	100.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per fer front a la bretxa digital	206.612 €	250.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de protecció civil i emergències	165.289 €	200.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals per informar sobre les convocatòries als cossos de gestió de la Generalitat (mossos, bombers, agents rurals)	107.438 €	130.000 €
* Campanyes, accions i redaccionals de posada en funcionament d'infraestructures o serveis	82.645 €	100.000 €
<b>7. Anuncis de premis convocats per la Generalitat i anuncis d'actes institucionals commemoratius:</b>	<b>420.909 €</b>	<b>509.300 €</b>
* Inserció d'anuncis amb motiu de la convocatòria preims per part de la Generalitat, així com anuncis d'actes institucionals commemoratius.	420.909 €	509.300 €
<b>8. Accions per reforçar la difusió d'altres campanyes de sensibilització, conscienciació ciutadana i d'informació:</b>	<b>74.380 €</b>	<b>90.000 €</b>
* Campanyes, accions i redaccionals de prevenció d'accidents de trànsit adreçades a diferents col·lectius i problemàtiques	74.380 €	90.000 €