



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DE LA CONTRACTACIÓ BASADA PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL I DE CONTINGUT INFORMATIU AL MITJÀ DIGITAL

CODI EXPEDIENT: PR 2024 420

Primera. Objecte

Aquest plec té per objecte la contractació dels serveis de gestió i inserció al mitjà internet d'anuncis de publicitat institucional i de formats de caire informatiu.

Per donar resposta completa a les necessitats comunicatives de la Generalitat de Catalunya l'objecte d'aquest contracte comprèn la inserció al mitjà digital (internet i les xarxes socials) d'anuncis de missatges publicitaris tant de campanyes transversals de publicitat institucional com d'accions puntuals de comunicació.

Així mateix, per explicar de manera més detallada els missatges de les campanyes i reforçar el missatge institucional serà necessària la difusió de formats especials amb contingut informatiu o "de marca" sobre els diferents serveis i actuacions que ofereix la Generalitat de Catalunya. Es posarà especial èmfasi en la penetració de la marca en aquells territoris on fins ara s'ha fet palesa la dificultat per comunicar-la.

Segona. Objectiu de la contractació i contingut dels serveis a prestar

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

El públic objectiu a qui van dirigides les insercions es definirà a cadascuna de les campanyes i accions puntuals de comunicació però podem definir com a públic genèric els ciutadans i ciutadanes de Catalunya majors de 14 anys usuaris d'internet tot i que en algunes campanyes també aniran dirigides al públic infantil.

Les empreses contractistes hauran de realitzar els serveis detallats a la clàusula segona del PPT de l'Acord marc.

La Direcció general de Difusió realitzarà la corresponent comanda mitjançant l'entrega d'un brífung de cada campanya/acció, que contindrà els requeriments específics (objectius de mitjans, públic objectiu concret al que va dirigit i període de difusió).

La concreció de suports d'inserció de cadascuna de les campanyes i/o continguts informatius es demanarà des de la Direcció General de Difusió en funció de l'estratègia proposada per l'empresa adjudicatària, a partir del brífung facilitat en cada cas, ja sigui per

afinitat amb el públic objectiu o amb la temàtica i tipologies de les campanyes i per les visites i audiències registrades.

El llistat de les diferents campanyes de publicitat i accions puntuals de comunicació, així com de les actuacions sobre les quals versaran els formats especials amb contingut informatiu, es detalla a l'Annex 1 d'aquest plec.

Tercera. Característiques tècniques

Suports:

Es demana la inserció per a una àmplia selecció de suports per assolir alts nivells de cobertura global i territorial i tenint en compte els nivells òptims d'audiència i la maximització de l'afinitat i de la rendibilitat.

En concret, les tipologies de suports d'inserció requerides en aquesta contractació són:

- 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 dels següents suports d'àmbit estatal.
- Les edicions digitals de les següents publicacions gratuïtes.
- Els portals digitals catalans.
- Les edicions digitals dels diaris i publicacions comarcals catalanes.
- Les edicions digitals des diaris esportius.
- Les edicions digitals de temàtica econòmica.
- 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*.
- Les següents plataformes de gestió de contingut: servei de tramesa massiva de correus electrònics, Plataforma Gemini Native Ad (plataforma de recomanació de continguts), Plataforma Ligatus (plataforma de recomanació de continguts), Plataforma Outbrain (plataforma de recomanació de continguts).

Formats:

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:

- Video In-Stream
- Preroll/ Midroll espot 20"/ 25"
- Preroll/ Midroll espot 30"
- Falca + Cover
- Falca Preroll
- Preroll/ Inread
- Formats display IAB
- Enllaç Patrocinat
- Sponsored Update
- Google Ads
- Post Photo
- Post Video
- Story
- Promoted Tweet
- Video Card
- Reel
- Spark Ads

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 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.

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 el ciutadà 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).

La concreció de suports de cada tipologia es detalla al document excel annex al model d'oferta econòmica .

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 al ciutadà (veure detall a l'Annex 1 d'aquest plec).

Encàrrecs

La Direcció general de Difusió realitzarà la corresponent petició mitjançant un correu electrònic on s'exposarà els requeriments específics de cadascuna de les campanyes (objectius de comunicació, públic objectiu, dates de la campanya, explicació de cadascuna de les creativitats i qualsevol altra informació que es cregui necessària per tal de dur a terme una planificació eficaç).

L'agència de mitjans adjudicatària, un cop rebut l'encàrrec corresponent, haurà de presentar el pla de mitjans de la campanya i la petició de material d'aquesta amb un termini no superior a 6 dies naturals.

Seguidament, la Direcció General de Difusió donarà feedback del pla de mitjans i enviarà tots els materials que siguin necessaris a l'agència adjudicatària per tal de poder començar a difondre la campanya.

Un cop acabada la campanya, l'agència adjudicatària enviarà el tancament amb tots els comprovants i les dades d'abastament necessàries per tal de poder avaluar-la.

Forma de pagament

S'estableixen pagaments mensuals, a mesos vençuts per les insercions efectivament realitzades.

Clàusula quarta. 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 en el mitjà digital de la Generalitat per l'any 2024 elaborada per la Direcció General, així com la dinàmica general d'estratègia de mitjans que es va dur a terme durant l'any 2023 en les campanyes i accions comunicatives en el mitjà digital.

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-2023-474.

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-2023-474.

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-2023-474. Tots els imports finals s'han arrodonit.

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

APROX. PRESSUPOST (IMPORTS abans IVA) **725.000 €**

DIGITAL						725.000 €
Suport	IP, Tipologia de compra i Format	Import Aprox.	nº ins.	Detall	Total Aprox.Ppost	
Webs grup CCMA	IP Cat. CPM* Video In-Stream	12 €	1.100.000	impressions	13.200 €	
Webs grup ATRESMEDIA	IP Cat. CPM* Preroll/Midroll espot 20"/25"	10 €	500.000	impressions	5.000 €	
Webs grup MEDIASET	IP Cat. CPM* Preroll/Midroll espot 20"/25"	11 €	500.000	impressions	5.500 €	
Movistar	IP Cat. CPM* Preroll (Espot Únic):	16 €	400.000	impressions	6.400 €	
Spotify	IP Cat. CPM* Falca+Cover	4 €	1.000.000	impressions	4.000 €	
Smartclip	IP Cat. CPM* Preroll/Inread	8 €	500.000	impressions	4.000 €	
Sunmedia	IP Cat. CPM* Preroll/Inread	8 €	500.000	impressions	4.000 €	
Acuity	IP Cat. CPM* Preroll/Inread	9 €	500.000	impressions	4.500 €	
Compra Programàtica	IP Cat. CPM* Formats display IAB	2 €	4.500.000	impressions	9.000 €	
Compra Programàtica	IP Cat. CPM* Video Preroll	5 €	1.500.000	impressions	7.500 €	
Facebook	IP Cat. CPM* Page Post Photo	1 €	12.000.000	impressions	12.000 €	
LaVanguardia. (GODÓ)	IP Cat. CPM* Preroll/Inread	9 €	1.200.000	impressions	10.800 €	
LaVanguardia. (GODÓ)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	1.200.000	impressions	10.800 €	
Rac1- Rac 105. (GODÓ)	IP Cat. CPM* Falca Preroll	7 €	1.200.000	impressions	8.400 €	
MundoDeportivo. (GODÓ)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	1.200.000	impressions	10.800 €	
ElPeriodico (PRENSA IBÉRICA)	IP Cat. CPM* Preroll	19 €	1.200.000	impressions	22.800 €	
ElPeriodico (PRENSA IBÉRICA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	1.200.000	impressions	8.400 €	
Sport (PRENSA IBÉRICA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	1.200.000	impressions	8.400 €	
ElPuntAvui. (HERMES)	IP Cat. CPM* Doble Roba	10 €	1.200.000	impressions	12.000 €	
LEsportiuDeCatalunya. (HERMES)	IP Cat. CPM* Doble Roba	10 €	1.200.000	impressions	12.000 €	
Ara.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	1.200.000	impressions	8.400 €	
ElPais. (PRISA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	1.000.000	impressions	9.000 €	
As. (PRISA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	500.000	impressions	4.000 €	
CincoDias. (PRISA)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	500.000	impressions	4.500 €	
Abc. (VOCENTO)	IP Cat. CPM* Doble Roba	6 €	500.000	impressions	3.000 €	
Webs Grup Flaix	IP Cat. CPM* Video Preroll	15 €	500.000	impressions	7.500 €	
Webs Grup Flaix	IP Cat. CPM* Falca Preroll	10 €	500.000	impressions	5.000 €	
ElMundo. (UNIDAD EDITORIAL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	500.000	impressions	3.500 €	
Marca. (UNIDAD EDITORIAL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	500.000	impressions	3.500 €	
Expansion. (UNIDAD EDITORIAL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	500.000	impressions	4.000 €	
LaRazon.	IP Cat. CPM* Doble Roba	4 €	500.000	impressions	2.000 €	
20Minutos.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6 €	2.000.000	impressions	12.000 €	
Publico.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	2.000.000	impressions	14.000 €	
Webs d'ElNacional.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	2.000.000	impressions	16.000 €	
Webs de NacioDigital.	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	2.000.000	impressions	18.000 €	
Webs de Vilaweb.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	2.000.000	impressions	14.000 €	
Webs d'ElMon.	IP Cat. CPM* Doble Roba	7 €	2.000.000	impressions	14.000 €	
Webs de LaRepublica.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	2.000.000	impressions	16.000 €	
Webs de l'ACPC	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	2.000.000	impressions	16.000 €	

Webs de l'AMIC	IP Cat. CPM* Doble Roba	13 €	1.500.000	impressions	19.500 €
Webs de l'APPEC	IP Cat. CPM* Net div. formats Display	13 €	500.000	impressions	6.500 €
Webs de CronicaGlobal.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6 €	160.000	impressions	960 €
Webs d'ElDiario.	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	1.000.000	impressions	9.000 €
Social.cat (grup TIRABOL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	500.000	impressions	4.500 €
Racó Català (grup TIRABOL)	IP Cat. CPM* Doble Roba	10 €	500.000	impressions	5.000 €
El Confidencial	IP Cat. CPM* Doble Roba	5 €	600.000	impressions	3.000 €
ElEconomista.	IP Cat. CPM* Doble Roba	12 €	50.000	impressions	600 €
EconomiaDigital.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6 €	100.000	impressions	600 €
Viaempresa.	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	1.602 €	5	setmana/es	8.010 €
TheNewBcnPost.	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	450 €	5	setmana/es	2.250 €
DiariDeTarragona.	IP Cat. CPM* Doble Roba	28 €	300.000	impressions	8.400 €
DiariDeGirona.	IP Cat. CPM* Doble Roba	10 €	800.000	impressions	8.000 €
Segre.	IP Cat. CPM* Doble Roba	12 €	800.000	impressions	9.600 €
LaManyana.	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	800.000	impressions	7.200 €
Regio7.	IP Cat. CPM* Doble Roba	10 €	800.000	impressions	8.000 €
El9Nou.	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	648 €	5	setmana/es	3.240 €
DiariDeTerrassa.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	800.000	impressions	6.400 €
DiariDeSabadell.	IP Cat. CPM* Doble Roba	8 €	800.000	impressions	6.400 €
DiariMes.	IP Cat. CPM* Doble Roba	6 €	700.000	impressions	4.200 €
El Crític	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	700.000	impressions	6.300 €
El Temps (directe)	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	228 €	5	impressions	1.140 €
TimeOut	IP Cat. CPM* Doble Roba	9 €	350.000	impressions	3.150 €
El Culturista	IP Cat. Cost Fixe 1 Quinzena Doble Roba	342 €	5	impressions	1.710 €
Nuvol	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	632 €	5	impressions	3.160 €
Catorze	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	697 €	5	impressions	3.485 €
Cultura21	IP Cat. Cost Fixe 1 Mes Doble Roba	2.850 €	3	impressions	8.550 €
Tempsdelesarts.cat	IP Cat. Cost Fixe 1 Setmana Doble Roba	375 €	5	impressions	1.875 €
TikTok	IP Cat. CPM* Video In Feed	1 €	8.000.000	impressions	8.000 €
Twitch	IP Cat. CPM* Video Preroll-Midroll	10 €	500.000	impressions	5.000 €
COST TECNOLÒGIC					17.495 €

*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.

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.”

Clàusula quarta. Obligacions específiques del contractista

El contractista es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats.

Clàusula cinquena. Ús del català i condicions lingüístiques d'execució

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.

L'empresa contractista ha de redactar en llengua catalana la documentació del projecte tant en paper com en suport digital, que s'obtingui com a resultat de la realització dels treballs segons les determinacions del plec de prescripcions tècniques.

Directora general de Difusió

ANNEX 1

L'Administració de la Generalitat a través de la Direcció General de Difusió, com a òrgan competent en matèria de publicitat institucional del Departament de la Presidència, preveu la necessitat de la contractació del servei d'inserció al mitjà digital (internet i les xarxes socials) d'anuncis de publicitat institucional i de formats de caire informatiu.

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:

1.INSERCIÓ D'ANUNCIS DE PUBLICITAT

La inserció corresponent a **anuncis de publicitat**, tant els estàndard habituals com d'altres formats publicitaris especials o els creats per a les xarxes socials, abasta diferents àmbits i temàtiques i es concreten, entre d'altres, en les següents:

>Campanyes de caire social i/o entorn a drets fonamentals associats a l'estar del benestar: campanya per la prevenció del *bullying* i qualsevol tipus de violència o d'abús als menors, campanya sobre els certificats de professionalitat, campanyes sobre drets socials (atenció social, cases d'acolliment, real·lotjament, lloguer social, etc.) i el telèfon Infància Respon.

>Campanyes en l'àmbit de la conscienciació mediambiental: campanya Let's Clean Up Europe i altres accions o iniciatives per promoure la preservació de l'entorn.

>Campanyes en l'àmbit del feminisme: campanya sobre el repartiment gratuït de productes menstruals entre la població femenina i campanya i accions per la promoció de l'esport femení.

>Campanyes de l'àmbit econòmic i sectorial: campanya sobre la ciberseguretat, accions de prevenció d'accidents laborals i campanyes d'ajuts (SOC, ajuts als joves, ajuts a la rehabilitació, etc.).

>Campanyes de l'àmbit cultural: campanya sobre la nova Llei de drets culturals i campanya Escena 30.

>Campanyes sobre tràmits i serveis d'especial rellevància per a la ciutadania: campanyes o anuncis puntuals de protecció civil i emergències, campanyes o anuncis puntuals de posada en funcionament d'infraestructures o serveis i anuncis sobre la convocatòria d'oposicions a determinats cossos (Mossos d'Esquadra, Bombers, Agents Rurals, etc.).

> Anuncis d'actes institucionals commemoratius/inauguracions/exposicions/jornades.

2.INSERCIÓ DE CONTINGUTS INFORMATIUS:

La inserció de **continguts informatius**, que seran els formats majoritaris d'aquest contracte, abasta diferents àmbits i temàtiques i es concreten, entre d'altres, en les següents:

> Temes de Salut: prevenció del suïcidi, prevenció trastorns associats a la pressió estètica, salut emocional infants i adolescents i prevenció d'addicions.

> Serveis d'especial rellevància per a la ciutadania: redaccionals per informar la ciutadania sobre els serveis públics que té a la seva disposició i sobre altres temes d'interès per a la seva salvaguarda (mesures per combatre la pobresa energètica, la certificació energètica als edificis, els beneficis de la pràctica esportiva en els infants i adolescents, la prevenció de la violència de gènere, les noves infraestructures i serveis, els ajuts en matèria d'habitatge, el portal de transparència i dades obertes, l'acolliment familiar, la no discriminació al col·lectiu LGBTI, els drets dels consumidors i el foment d'un consum responsable, temes relacionats amb l'ensenyament i qualsevol nova regulació que afecti a la prestació de serveis públics o a la relació dels ciutadans amb l'Administració de la Generalitat de Catalunya, entre d'altres).

> Temes de conscienciació mediambiental: redaccionals per fomentar la recollida selectiva de residus a Catalunya, l'estalvi energètic i la transició a noves fonts més sostenibles i altres temes relacionats amb la cura de l'entorn.

> Temes de l'àmbit econòmic i sectorial: redaccionals per ampliar el coneixement sobre els diferents ajuts i subvencions a disposició de la ciutadania i les empreses, sobre el comerç de proximitat, sobre el turisme i els diferents esdeveniments que comporten foment de l'activitat turística i sobre jornades i debats al voltant de temes estratègics per al desenvolupament econòmic i social.

> Temes de Drets Socials, Igualtat i Feminismes: productes reutilitzables d'higiene menstrual, oficina de no discriminació, acolliment d'infants, taula Tercer Sector i cases d'acollida, entre d'altres.

> Temes de Cultura: oferta de cursos de català, exposicions, jornades, oferta de museus i altres equipaments culturals.

> Temes d'Esport: esport femení, esdeveniments esportius rellevants i accions actes esportius territorials.