

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIX LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI D'AGÈNCIA DIGITAL PER LES ACCIONS DE LA CONCEPTUALITZACIÓ I PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA, LA SEVA IMPLEMENTACIÓ, COMPRA I OPTIMITZACIÓ A ENTORNS DIGITALS I ALTRES I LA CREACIÓ, DISSENY I PRODUCCIÓ DE PECES DE COMUNICACIÓ DIGITALS

- PROCEDIMENT OBERT-

EXPEDIENT NÚM. 2407OB01 (modificat)

1. ANTECEDENTS

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (en endavant, CCMA o la Corporació) és l'ens públic que gestiona els mitjans de comunicació audiovisual de la Generalitat de Catalunya, els canals de Televisió de Catalunya i el grup d'emissores de Catalunya Ràdio, la plataforma digital 3Cat i la resta dels seus actius digitals com webs i aplicatius digitals a més dels continguts digitals generats per aquests mitjans. Ho fa en compliment de la seva missió de servei públic i amb un ferm compromís de qualitat, independència i promoció de la cultura i la llengua catalanes. També en forma part la Fundació La Marató de TV3, que promou la sensibilització social i la recerca biomèdica.

La Corporació és membre de la FORTA (Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms) des de la seva constitució, l'abril del 1989. Aquesta entitat associa les ràdios i televisions autòniques, amb l'objectiu de cooperar en els àmbits dels drets de propietat intel·lectual, transmissions, intercanvi de programes i serveis o participació en organismes internacionals.

També forma part de la UER-EBU (Unió Europea de Radiodifusió), a través de Catalunya Música, que participa en l'intercanvi musical Euroradio d'aquest organisme que agrupa tots els ens públics i les principals empreses privades de ràdio i televisió d'Europa.

La CCMA també està associada a CIRCUM Regional, que reuneix 376 televisions públiques de 38 països europeus amb l'objectiu de promoure i desenvolupar la cooperació entre els membres, en la coproducció i intercanvi de continguts audiovisuals i en la formació de periodistes i tècnics.

Pel que fa a l'oferta de servei, la Corporació treballa perquè els ciutadans puguin accedir als seus continguts des de qualsevol suport i des de qualsevol lloc del món. Per aquest motiu, a part de l'oferta audiovisual en televisió (5 canals) i ràdio (5 emissores), té un fort desplegament en l'àmbit digital.

L'oferta actual de la Corporació a internet combina la presència a plataformes pròpies (com la web les aplicacions per a mòbils i tauletes i les aplicacions per a SmartTV), amb la presència a plataformes externes i xarxes socials.

Web: El web ccma.cat (3Cat) és el servei més universal i accessible de la CCMA a internet. Al web hi ha tota l'oferta audiovisual de la Corporació, tant en directe com a la carta. També hi ha tota l'oferta de notícies i articles, accions de participació, jocs i contingut generat per usuari i oferta audiovisual de generadors de continguts en català. El web té un disseny responsiu i s'adapta al dispositiu des del qual s'hi accedeix, sigui un ordinador, una tauleta, o un telèfon mòbil.

Aplicacions per a dispositius mòbils: Els continguts de la CCMA també estan disponibles als telèfons mòbils i tauletes mitjançant diverses aplicacions, que els usuaris poden descarregar-se des dels mercats dels principals sistemes operatius. La Corporació compta, en el moment de la publicació d'aquest plec, amb sis aplicacions per a iOS i Android: 3Cat (abans TV3), Catalunya Ràdio, 3/24, Esport3, iCat i SX3.

Aplicacions per a televisors connectats: Els principals fabricants i sistemes operatius d'SmartTV ofereixen als seus mercats les aplicacions de 3Cat i SX3. Aquestes aplicacions també estan disponibles a través de diversos "dongles" (aparells que es connecten a la televisió per convertir-la en "intel·ligent", també anomenats "streaming sticks"), com AppleTV o FireTV. D'altra banda, TV3 i SX3 també tenen els respectius serveis de "botó vermell", disponibles als televisors compatibles amb la tecnologia HbbTV.

YouTube: La CCMA també té una presència important a la plataforma de vídeo YouTube. 3Cat (abans TV3) hi té diversos canals, i Catalunya Ràdio també hi ha realitzat una aposta important, amb apostes com "El Búnquer" o "Adolescents iCat". També hi ha els canals infantils S3 i X3.

Xarxes socials: La CCMA té una presència activa a les xarxes socials, que s'utilitzen com a canals de generació de comunitat i distribució de contingut nadiu per a xarxes. Actualment la CCMA té presència amb diverses marques i programes a Facebook, Twitter, Instagram, TikTok i Twitch. L'any 2023 es va llançar EVA, una comunitat dirigida a joves que viu a la xarxa Instagram i que té per objectiu fomentar la creació i el consum de continguts audiovisuals en català entre els joves.

Plataformes de podcast: Catalunya Ràdio té una àmplia oferta de podcasts, disponibles a plataforma pròpia, a la plataforma 3Cat i també a les principals plataformes de podcasting (Spotify, Apple Music, iVoox, Google Podcast i Amazon Podcast).

Assistents de veu: Totes les emissores de Catalunya Ràdio estan disponibles en aquests entorns, i també hi ha l'oferta de podcasts. Per la part de TV3, hi ha també disponible el sumari del "Telenotícies" i el servei de contes d'S3.

Aquest és l'ecosistema de distribució a internet de la CCMA:

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquesta concurrència és la contractació per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA d'un servei d'agència digital per les accions de conceptualització, planificació estratègica i tàctica, la implementació i optimització de campanyes digitals, la creació, disseny i producció de peces de comunicació digitals i les seves adaptacions, la conceptualització, gestió i producció d'accions especials que pivotin principalment en entorns digitals i l'anàlisi global de les campanyes i la seva optimització.

3. ABAST DE L' ENCÀRREC

En concret, haurà de donar els serveis de:

- Consultoria, formació i assessoria estratègica en l'entorn digital.
- Estudis d'anàlisi de competència, de mercat i tendències. Elaboració de documents i presentacions en formats digitals i audiovisuals de les consultories, estudis per ser compartits.
- Consultoria i assessorament en estratègia de mitjans 360.
- Consultoria i assessorament en l'estratègia i activació de campanyes. Com a mínim haurà d'incloure:
 - a. Anàlisi del target grup de la campanya/acció de comunicació.
 - b. Anàlisi de l'entorn objecte de la campanya/acció de comunicació.
 - c. Anàlisi d'aquells paràmetres quantitatius que aportin informació rellevant i contrastada dins del sector (audiència, afinitat, rendibilitat...).
 - d. Pel que fa a les xarxes socials, servei de selecció de perfils, formats, accions.
 - e. Anàlisi, gestió, selecció i estratègia d'influenciadors.
 - f. Aportació de dades qualitatives sempre que siguin rellevants.
 - g. Conclusió dels diferents punts analitzats per establir les bases que conduiran a l'elaboració de l'estratègia.
- Assessorament, formació i accés a les innovacions tecnològiques, tals com innovacions en serveis, planificació i formats de les diferents plataformes digitals audiovisuals, buscadors, en especial de Google, i de les diferents xarxes socials pròpies i alienes per la planificació de campanyes, la seva optimització i reporting. Contractació d'eines tecnològiques.
- Definició de perfils i clústers i el customer journey del mercat audiovisual i de les audiències actuals i potencials de la CCMA.
- Conceptualitzar, planificar i definir l'estratègia i la seva difusió digital per les diferents campanyes digitals multicanal.
- Definir, implementar, optimitzar la proposta estratègica i tàctica necessària per assolir els objectius definits pel entorn digital ja siguin de tràfic, adquisició, notorietat i/o altres objectius específics de cada acció o campanya, i fer-ne el seguiment continu.

La proposta ha de ser global i ha de contemplar la planificació, compra, gestió i optimització dels mitjans els diferents suports digitals, xarxes socials, Google whatsapp, smart TV, estratègies push o butlletins i altres entorns i suports digitals, tan propis, com comprats i guanyats. Incloent-hi especialment accions de programàtica, search màrqueting i promoted Ads

- La conceptualització, gestió, producció, compra i implementació d'accions especials, tal com brand content i esdeveniments que pivotin principalment en l'entorn digital.
- Conceptualització, producció, gestió, compra i implementació i seguiment de campanyes amb influenciadors i personatges mediàtics en el món digital,
- Serveis de relacions públiques que donin resposta als objectius de comunicació relacionats amb les campanyes activades.
- Campanyes SEO i SEM per l'optimització en els diferents buscadors.
- Creació del concepte i línia creativa de les campanyes digitals i de les accions especials.
- La creació, el disseny i la producció de les peces de comunicació digitals multimèdia simples i dinàmiques i les seves adaptacions, en qualsevol dels formats digitals definits en la planificació, tals com audiovisuals, baners, apunts (post), stories, textos per suports digitals, formats digitals per la web, formats per Smart TV, brand days, landing, entre d'altres, segons les necessitats específiques de cada campanya prèviament acordades.
- L'adaptació de campanyes offline als canals digitals, tant a nivell estratègic com en la producció de les peces de comunicació declinades de la línia creativa off line.
- Puntualment la planificació i compra de mitjans no digitals, tals com ràdio, mitjans exteriors, cinema, TV, premsa i revistes i altres mitjans no digitals.
- Creació de pàgines d'aterratge (landings) per a campanyes i altres necessitats.
- Definició, creació i producció d'elements digitals pels actius digitals (webs, Apps, Xarxes socials) .
- Definir estratègies de continguts. Generar continguts per suports digitals i especials.
- Conceptualització i producció d'accions d'activació mitjançant e-mail màrqueting, textos i disseny inclosos
- Els serveis de redactor digital, creatiu i redacció de branded Content Digital
- La definició, manteniment, actualització i implementació del pla editorial pactat de les campanyes pels diferents canals digitals i fer propostes de millora en funció del rendiment de les diferents campanyes.
- Serveis de gestors de comunitats (community manager) per la dinamització de les campanyes, gestió i seguiment de les xarxes socials pròpies i alienes i l'optimització dels resultats, la generació de diàlegs amb els ciutadans i les altres comunitats digitals. I si fos necessari la resposta als Markets.
- Definir i implementar estratègies d'activació comunitària territorial i/o per a determinats col·lectius.
- Serveis de seguiment de resultats de les campanyes en els diferents canals. Definició de kpi's. Assessorament, definició i implementació dels elements necessaris per obtenir les mètriques necessàries.
- Anàlisi estratègica periòdica dels resultats de campanya i estratègia dels canals digitals propis i propostes de millora per la seva optimització
- Reporting periòdic i puntual, amb informes i dashboards pel seguiment de resultats i per a la presa de decisions, vinculant-se quan sigui necessari a les eines i tipologia de reportings pròpies de la CCMA i

- Serveis d'escolta activa. Especialment en la identificació de tendències, seguiment de la competència i identificació i gestió de crisis reputacionals de les campanyes i els actius digitals propis.
- Servei d'intermediació en la contractació d'espais publicitaris en el cas d'insercions puntuals que no requereixin planificació prèvia.
- Servei de control i seguiment pressupostari, de la inversió i la facturació.
- Correcció ortotipogràfica i/o traducció si s'escau

Aquest serveis s'hauran de desenvolupar com a mínim pels canals digitals propis (webs pròpies, aplicacions mòbils, SmartTV i xarxes socials pròpies: Instagram, Youtube, Facebook, X, TikTok, Twitch, canals de Whatsapp, Telegram, LinkedIn i Spotify), pels mitjans digitals comprats, en especial xarxes socials i Google, i l'activació de canals comprats i guanyats, tals com accions amb influenciadors i brand ambassadors, entre d'altres.

L'empresa haurà de reportar periòdicament els resultats i anàlisis de les campanyes que estigui gestionant, així com els plans de millora i optimització proposats en funció de cada objectiu de campanya.

4. TIPOLOGIA D'ACCIONS I EL SERVEI

En funció de la naturalesa de l'actuació de comunicació, s'han establert quatre tipologies de serveis:

1. Accions d'activació permanent

Per millorar el tràfic i engagement als continguts i objectius de marca, així com dels seus actius digitals i el creixement de les comunitats vol disposar d'un servei d'activació permanent d'accions digitals, amb una planificació regular i permanent al llarg de tota la licitació.

El servei ha de garantir l'activació continua del catàleg de continguts emesos per les diferents finestres de 3Cat amb campanyes promocionals, l'activació dels productes i l'activació i generació de tràfic a canals, apps i plataformes propis, el creixement de les diferents comunitat. Així com l'activació de campanyes continues que responen a objectius de marca i objectius estratègics de la companyia.

2. Campanyes digitals

Campanyes digitals que responen a objectius específics, que poden ser natives digitals o que es demani la declinació digital d'una campanya 360° que estigui desenvolupant la CCMA, en què el concepte creatiu serà proporcionat per la CCMA. En el primer cas l'agència haurà de realitzar des de conceptualització i estratègia digital multicanal per donar resposta als objectius, així com disseny i la creativitat i producció de les diferents peces, la planificació i la compra de mitjans, la conceptualització i implementació d'accions especials, el seu seguiment i optimització.

3. Accions especials:

Alguns dels objectius de comunicació requeriran la conceptualització, disseny, producció i implementació i compra d'accions especials digitals o transmedia, tals com accions d'activació o tràfic, concursos, sortejos i reptes, accions amb influenciadors, branded content, esdeveniments, entre d'altres.

4. Planificació i compra de campanyes a mitjans 360

Puntualment i per campanyes 360 es podrà sol·licitar els serveis de planificació i de mitjans no digitals, tals com ràdio, premsa, revistes, exteriors, accions de màrqueting relacional.

Els costos de la producció d'il·lustracions i els de la música, les fotografies o imatges d'arxiu, drets d'imatge i altres que se'n derivin de la proposta creativa han d'anar inclosos en el cost de producció de la peça.

La CCMA realitzarà la corresponent comanda mitjançant un brífling que contindrà els requeriments específics de cada campanya o acció de comunicació i especificarà si encarrega o es facilita la creativitat i/o les peces d'una campanya ja creada.

Totes les accions seran calendaritzades, supervisades i aprovades prèviament a la seva implementació per la CCMA.

5. **PERFILS PROFESSIONALS REQUERITS:**

S'estima que els perfils professionals implicats necessaris per aquest servei, equip bàsic assignat, són els següents:

- Director/a de serveis al client:
- Director/a creatiu/va digital
- Dissenyador/a gràfic digital i multimèdia
- Redactor/a creatiu/va digital especialista SEO i SEM
- Especialista planificador/a social media i mitjans digitals
- Especialista en marketing d'influenciadors i accions especials
- Especialista planificador i comprador mitjans no digitals
- Community manager
- Especialista comprador social media i mitjans digitals
- Project Manager
- Dissenyador/a Web
- RTB Manager
- Productor/a audiovisual
- Analista resultats i escolta activa
- Correcció orto tipogràfica i/o traducció si s'escau

Les necessitats del servei poden requerir de perfils addicionals.

Per l'òptima execució del servei s'ha definit un equip de treball bàsic necessari assignat al projecte i uns perfils que s'estima necessària una dedicació puntual. La descripció dels perfils professionals es detalla en l'apartat 8 del present plec de Clàusules tècniques.

Així mateix, s'ha definit un **'Equip mínim permanent'** compostat per determinats perfils dels que es requerirà una dedicació permanent al servei de la CCMA ja sigui a temps complet o parcial de la seva jornada. Pels serveis d'aquest 'Equip mínim permanent' es demanarà a l' empresa que estipuli un fee d'agència (veure Annex 1).

Aquests perfils de l' equip mínim son:

- Director/a de serveis al client
- Especialista comprador i optimitzador Social Media i mitjans digitals
- Especialista planificador/a Social Media i mitjans digitals
- Especialista en marketing d'influenciadors i accions especials

6. FACTURACIÓ DEL SERVEI:

Mensualment l'empresa facturarà el fee d'agència pels serveis permanents de l' equip mínim, així com la resta de càrrecs del servei ofert en el mes precedent.

Els serveis de definició estratègica, planificació, gestió, optimització i seguiment de resultats d'accions als entorns digitals i la coordinació dels serveis, es consideraran inclosos en el fee d'agència.

El criteri de remuneració de la resta dels encàrrecs o conceptes dependrà de cada tipologia de servei i de la naturalesa de l'acció que s'encarregui i es definirà en cada un dels encàrrec. De manera que els encàrrecs es remuneraran en funció d'un o la combinació de diversos criteris que es mostren a continuació. Es sol·licitarà un pressupost previ.

- Percentatge ofert sobre la inversió per la gestió i compra de mitjans digitals, Tv digital, cercadors i Social Media i les accions especials digitals proposades (annex 2)
- Percentatge ofert sobre la inversió per la planificació, gestió i compra de mitjans no digitals (annex 3)
- Preu per hora de perfil dedicat ofert en el tarifari (annex 4)
- Preu per peça i per estratègia definit en el tarifari que s'adjunta (annex 6)

La facturació del servei es produirà un cop executada l'acció o producció i/o la compra de mitjans.

La factura haurà de ser desglossada. La CCMA indicarà a la empresa adjudicatària com haurà de ser el detall de la mateixa.

En cap cas es pagarà de forma anticipada cap dels serveis ni el cost dels mitjans comprats, accions especials o amb influenciadors.

Inversió publicitària al entorn digital

El pressupost estimat anual destinada a accions i campanyes a mitjans digitals i canals Social Media, cercadors i altres canals digitals serà aproximadament de 2.000.000 €. El pressupost anual estimat per accions especials digitals, incloent-hi les accions amb influenciadors serà d'aproximadament de 400.000 €. El pressupost per campanyes en mitjans no digitals s'estima d'aproximadament 400.000 € anuals. Aquests pressupostos inclouen tant la compra de suports com la seva conceptualització, consultoria i gestió. La inversió estimada en producció de peces i elements digitals serà de 200.000 € anuals. Aquestes xifres son una estimació i podran variar en funció de les necessitats de comunicació.

7. ESPECIFICACIONS DEL SERVEI

Requeriments de les creativitats

Formats: inclou totes les variants possibles dins d'aquest àmbit de la publicitat (peces estàtiques, dinàmiques, vídeos, formats verticals, horitzontals, contingut nadiu digital, content, etc).

Subtitulació: qualsevol peça de vídeo proposada haurà de comptar amb la necessària subtitulació per criteris d'accessibilitat.

Drets fotografia i musicals: Les músiques de les peces multimèdia, si calguessin, hauran d'estar lliures de drets o bé s'haurà d'entregar les llicències de les músiques fetes servir i coordinar-se amb el nostre departament musical. Els costos dels drets de fotografia i imatge derivats de la idea creativa proposada estaran inclosos en el pressupost de l'encàrrec.

Correcció orto tipogràfica: Totes les peces necessàriament hauran de passar una correcció orto tipogràfica professional, l'empresa serà responsable de les traduccions si així es requereix.

Traduccions: L' empresa serà responsable de les traduccions quan siguin necessàries i el seu cost anirà inclòs en el pressupost de l'encàrrec definit.

Aprovació de les peces: la CCMA podrà efectuar els canvis que considerin oportuns en les peces, propostes estratègiques, accions de especials i planificacions de mitjans fins a la total aprovació de les peces finals.

Idioma

Les peces de comunicació i accions de comunicació hauran de ser com a mínim en català. La CCMA determinarà cada campanya o peça de comunicació en quins idiomes s'haurà de traduir.

Excepcionalment, en el cas d'haver de desenvolupar una landing de campanya, aquesta haurà d'estar com a mínim en català, castellà i anglès.

L'empresa adjudicatària serà responsable de les traduccions i adaptacions als diferents idiomes així com garantir la correcció ortogràfica i gramatical a tots els idiomes.

Llibre d'estil

El licitador assumirà el compromís de la correcció i adequació de les publicacions públiques d'acord amb els principis i criteris del Llibre d'Estil de la CCMA (que inclou el portal lingüístic ésAdir <https://www.ccma.cat/llibredestil/>) i del Manual de marca (<https://my.corebook.io/3cat/introduccio>). Totes les publicacions i continguts seran respectuosos amb el dret a la privacitat i la reputació de les persones, així com els drets dels menors.

Servei lingüístic

Amb l'objectiu de garantir la qualitat lingüística i de donar compliment al principi de promoció i consolidació de l'estàndard de la llengua catalana que regeix en els mitjans de comunicació de la CCMA, el licitador assumirà el compromís de la correcció i adequació lingüística de les publicacions públiques d'acord amb els principis i criteris lingüístics del Llibre d'Estil de la CCMA, que inclou el portal lingüístic ésAdir.

Imatge gràfica

L'empresa adjudicatària seguirà el manual d'imatge corporativa de la CCMA, per cada marca o producte objecte de la campanya. Sempre haurà de comptar amb la supervisió creativa del Departament de màrqueting de la CCMA. Les publicacions hauran de mantenir una mateixa línia editorial, assegurant la uniformitat de la marca i respectant la imatge corporativa, excepte quan l'objecte de la campanya ho requereixi.

Ad manager i Ads Server

Quan així se li requereixi, l'adjudicatari haurà de fer ús dels comptes Ads Manager de la CCMA, de les diferents plataformes que es necessitin per poder realitzar les campanyes digitals. La CCMA atorgarà els permisos necessaris per la gestió de les campanyes.

Així mateix, en el cas que la CCMA ho cregui oportú, l'agència haurà d'utilitzar els sistemes de planificació de campanyes propis de la CCMA com per exemple Ads Servers o DSP. En el cas que l'agència utilitzi els seus propis programes, s'haurà de realitzar una integració de dades entre els sistemes de l'agència i el programa d'anàlisis de dades de la CCMA, per poder garantir un seguiment dels resultats, una atribució de les campanyes i un històric en concepte de dades.

Coordinació amb altres proveïdors

L'adjudicatari estarà disposat en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir la CCMA, ja es tracti d'agències de publicitat, agències de disseny gràfic, desenvolupament web, app, smartTv, entre d'altres.

Horari de prestació del servei

El servei ha de donar cobertura de dilluns a divendres en horari de 9 h a 19 h. Excepcionalment es podria demanar alguna feina no prevista dissabte o diumenge, previ avís a l'empresa Llicenciaria.

Durant els períodes considerats de vacances (agost, setmana santa i Nadal), l'empresa adjudicatària garantirà el servei. L'empresa adjudicatària haurà d'assignar un responsable de servei i un equip mínim per cobrir l'activitat durant aquests períodes, i haurà de comunicar-lo a la CCMA, SA mínim amb quinze dies d'antelació.

El nombre i composició dels perfils professionals assignats al servei haurà de tenir la continuïtat necessària per assegurar una correcta execució del contracte.

Infraestructura i equipaments per a realitzar el servei

El servei es prestarà des de les dependències de l'adjudicatari, que també serà responsable de garantir l'equipament necessari per a la prestació del servei. El licitador haurà de fer-se càrrec de la infraestructura, lloc de treball integral, maquinària i programari necessaris amb les seves llicències per dur a terme correctament el servei. En aquest sentit, haurà de garantir l'equipament informàtic necessari per a les posicions encarregades de prestar el servei.

Puntualment i responent a necessitats del servei, i amb avis previ, la CCMA, SA podrà sol·licitar que algun dels perfils ofereixi el seu servei des de les oficines de la CCMA, SA.

L'adjudicatari serà responsable dels consums derivats i del compliment dels protocols de seguretat establerts per CCMA,SA.

La CCMA, SA donarà accés remot a l'adjudicatari, via VPN o sistema alternatiu, a les eines pròpies que el licitador necessiti per realitzar la tasca encomanada. Es podran proposar altres opcions de connexió que la CCMA, SA avaluarà i autoritzarà si les considera adequades i segures. L'equipament amb el que es connectin haurà de disposar d'antivirus degudament actualitzat.

D'altra banda, les despeses de dedicació i desplaçaments a les dependències de la CCMA, SA si calen per tasques de coordinació aniran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

Protocols de seguretat d'accés a la CCMA

L'adjudicatari està obligat a complir els requeriments que facilitarà CCMA,SA respecte a persones que accediran als sistemes de la CCMA, SA, els usuaris assignats, els programaris als quals podran accedir i les dates de vigència d'accés al servei.

8. EQUIP A DISPOSICIÓ DEL PROJECTE

L'empresa adjudicatària es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin necessaris per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a

facilitar tota la informació i assistència necessària per a la utilització dels resultats aportats.

L'empresa adjudicatària ha de designar un responsable únic per coordinar-se i tenir informada la CCMA. S'establiran reunions puntuals i periòdiques, a demanda de la CCMA, en les quals es farà un repàs exhaustiu de cada una de les accions, planificacions, compra i campanyes, així com del calendari de treball, i per establir prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament de les accions. Es farà també un seguiment dels objectius i els assoliments de cada acció.

Correspon a l'adjudicatari desenvolupar les tasques derivades de l'objecte del contracte i establir les prioritats i el mètode de treball.

La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció el valida i conforma la CCMA.

Correspon a l'empresa adjudicatària del present contracte la direcció i supervisió de la qualitat de la feina executada, per la qual cosa es requereix que l'empresa porti la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per dur-les a terme i donar servei a encàrrecs que es facin de forma simultània. En el cas de les adaptacions destinades a comunicació online, l'empresa adjudicatària haurà de fer-ne el lliurament a través del servidor d'anuncis (ad server) que indiqui la CCMA.

Per a dur a terme tots els serveis de gestió integral, el servei haurà de comptar amb els següents perfils professionals especialitzats, definits en base a experiències prèvies en serveis similars i a l'anàlisi de mercat realitzat:

Equip de treball bàsic necessari assignat

L'equip bàsic requerit per dur a terme el servei objecte del contracte és el següent:

- **Director/a de serveis al client:** Ha de tenir un mínim de 10 anys d'experiència en la definició estratègica global de projectes i planificació de mitjans, coordinació i gestió de treballs similars i accions de comunicació digitals i no digitals. Ha de dur a terme les tasques de gestió i coordinació amb els diferents referents de comunicació de la CCMA i els de l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació de les tasques i dels equips, així com la gestió econòmica, contractual, control pressupostari i supervisió de la facturació.
- **Especialista planificador/a social media i mitjans digitals:** Ha de tenir un mínim de 7 anys d'experiència en planificació estratègica de campanyes i accions de comunicació, dels quals un mínim de 5 en estratègies i campanyes digitals i en especial en campanyes de Social Media i RTB. Serà responsable de la elaboració de l'estratègia digital multicanal. Anàlisi d'objectius, anàlisi dels canals propis i situació de mercat, públics objectius, mitjans i recursos. Definició de la línia de comunicació digital estratègica i creativa, i estratègia de difusió per aconseguir els objectius de comunicació i la planificació dels canals de difusió digitals i ha de coordinar els equips de community managers.

- **Especialista comprador/a de social media i de mitjans digitals:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions i una experiència en concret de 2 anys en compra programàtica. Ha de planificar, comprar i optimitzar la estratègia de difusió en mitjans digitals i social media. Ha de planificar l'estratègia de mitjans tant en mitjans i suports propis com comprats. Optimitzar les campanyes, i fer el reporting de resultats.
- **Especialista en marketing d'influenciadors i accions especials:** Ha de tenir un mínim de 5 anys com especialista en planificació, gestió i compra d'accions amb influenciadors i altres accions especials. Ha de conceptualitzar, gestionar, comprar, fer el seguiment i la anàlisi de resultats de les accions especials digitals, especialment les accions amb influenciadors. Ha de coordinar la resta dels equips per la execució de les accions.
- **Dissenyadors/a gràfics digitals i multimèdia:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions en el món digital. Dominar els programes de disseny multimèdia i de producció i post-producció de vídeos.
- **Analista i escolta activa:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Serà responsable de la definició de kpi, anàlisi de resultats, reporting d'informació per la presa de decisió. Gestió i monitorització de l'escolta activa.
- **Director/a creatiu/va digital:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de participar en la definició de l'estratègia creativa de la campanya i accions digitals. És el responsable de la línia creativa i de la execució de les diferents peces creatives. Ha de coordinar i dirigir els diferents equips creatius, liderar i garantir l'excel·lència creativa, supervisar la producció creativa a nivell d'art.
- **Especialista planificador i comprador mitjans no digitals:** Ha de tenir una experiència mínima de 2 anys. Desenvoluparà les funcions de planificació, compra, gestió i seguiment i anàlisi de resultats de les accions de compra de mitjans no digitals.

Perfils amb dedicació puntual

Igualment, l'empresa haurà de comptar amb diferents perfils especialistes en màrqueting digital per a desenvolupar funcions concretes al llarg del període de licitació:

- **Project Manager:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostària i facturació.

- **RTB Manager:** Especialista encarregat de l' optimització del capital destinat a campanyes de SEM, responsable de la conversió i la captació programàtica.
- **Redactor/a creatiu/va digital especialista en SEO/SEM:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de fer la tasca de conceptualització d'informació i de redacció publicitària. Ha de ser especialista en SEO/SEM. Així mateix ha de fer les tasques de redacció de branded content en entorns digitals.
- **Community manager:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Tasques de generar, gestionar i dinamitzar comunitats, identificació i gestió de crisis reputacionals, redacció de continguts, participació en la planificació i publicació de continguts. Atenció a l' usuari, resposta als markets.
- **Dissenyador/a Web:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de poder dissenyar landings.
- **Productor/a audiovisual:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de fer les produccions de vídeos i audiovisuals per diferents suports digitals.
- **Corrector/a ortotipogràfic i traductor/a:** Experiència de 2 anys. Serà responsable de la correcció ortotipogràfica i de les traduccions.

L'adjudicatari assignarà aquests perfils professionals al servei objecte d'aquesta licitació. En cas de mobilitat del personal dedicat al servei dins de l'empresa adjudicatària, caldrà proporcionar el mateix perfil i informar-ne a la CCMA. Dita incorporació no tindrà cap mena d'impacte econòmic per la CCMA, SA durant el període d'adaptació.

La CCMA, SA podrà sol·licitar un augment de perfils quan calgui cobrir nivells de treball més elevats dels previstos inicialment, fent les adaptacions necessàries perquè no s'alteri l'import global del contracte.

Un cop s'hagi adjudicat aquest contracte, i si la CCMA considera que una o varies persones responsables de desenvolupar-lo no encaixen en l'equip de treball o no tenen prou coneixements per desenvolupar el servei, l'adjudicatari haurà de facilitar l'opció de substituir-la o substituir-les per unes altres amb el perfil requerit en el present plec de clàusules tècniques, sense cap cost addicional.

Representant de l'empresa contractista davant la CCMA

Les empreses licitadores, en la seva oferta, hauran de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant la CCMA, expressant el nom i cognoms, i el correu electrònic i telèfons fix i mòbil de l'empresa.

Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa contractista i els responsables de la CCMA i assumirà la direcció tècnica del personal que aporti per dur a terme aquesta contractació.

Com a representant de l'empresa contractista davant la CCMA i com a director/a tècnic, durà a terme el seguiment i control de l'execució del contracte a nivell econòmic i tècnic; l'emissió de les certificacions i facturació dels serveis realitzats; la resolució de les incidències que puguin sorgir, així com el lliurament de la informació i documentació que la CCMA sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució d'aquest contracte; a més, la coordinació tècnica dels treballs que són objecte d'aquest contracte.

9. REUNIONS DE SEGUIMENT

Degut a que el servei contempla diverses tipologies de subserveis, amb naturaleses diferents, l'empresa adjudicatària farà una proposta de metodologia i seguiment del servei, que s'utilitzarà com a element de valoració subjectiva, tal com està definit al plec de clàusules administratives particulars (PCAP).

La proposta presentada ha de contemplar la metodologia a emprar per a cada subservei, així com els punts de control i com s'executaran. Pel que fa a aquests punts de control, com a mínim caldrà realitzar:

- Reunions presencials i/o telemàtiques de seguiment i planificació setmanals.
- Reunions presencials i/o telemàtiques d'avaluació de servei i seguiment d'indicadors quinzenals.

D'altra banda, la CCMA podrà requerir de reunions presencials addicionals a les instal·lacions de la CCMA, tant periòdiques com puntuals.

10. ACORDS DE NIVELL DE SERVEI

Errors en l'execució del servei

Es consideren errors en l'execució del servei:

- No contractació dels mitjans o accions especials segons els terminis i canals acordats.
- Publicació de continguts amb faltes d'ortografia o errors gramaticals. Publicació de continguts amb mencions o hashtags incorrectes.
- No producció de peces en els terminis o característiques acordats.
- No detecció d'una crisi reputacional
- No enviament d'un informe de seguiment en la data acordada.
- No assistència a una reunió sense avís previ.
- Retard de més d'un dia en respondre un correu, missatge de Teams o comunicació mòbil durant la jornada, dins l'horari del servei, sense causa justificada.

El responsable del servei per part de la CCMA tindrà com a responsabilitat fer un

seguiment dels errors. Cada error comptarà 1 punt.

Penalitzacions

Si l'indicador d'errors de servei supera els 20 punts acumulats en el mateix mes natural, la CCMA, SA es reserva el dret a rescindir el contracte.

11. PLA DE TRANSICIÓ I D'EVOLUCIÓ DEL SERVEI

El servei integral licitat es presenta en 3 fases diferenciades:

Inici del servei actual a l'empresa adjudicatària

L'objectiu d'aquesta fase és que l'empresa adjudicatària realitzi totes les tasques necessàries per a poder garantir el bon funcionament del servei i de manera transparent.

La CCMA, SA farà entrega de la documentació necessària per al correcte funcionament del servei i s'establiran els contactes i els entorns de treball. La CCMA, SA oferirà sessions presencials amb el Responsable de Servei per tal d'aclarir qualsevol dubte.

Aquesta fase s'inicia tan bon punt es formalitzi l'adjudicació, i ha de tenir una durada màxima d'una setmana.

Manteniment del servei

Aquesta fase contempla el servei d'acord amb el que es descriu en el present document.

Tancament del servei

Aquesta fase s'iniciarà 1 mes abans de la finalització del contracte de servei integral objecte d'aquesta licitació, i té com a objectiu la transició del servei en mans de l'empresa adjudicatària cap a la CCMA, SA o cap a una tercera empresa adjudicatària.

Una vegada finalitzada la prestació dels serveis, la CCMA, SA podrà continuar amb els serveis objecte de la present concurrència o bé fer-ho amb els seus propis recursos. Al respecte, es recorda que l'empresa adjudicatària està obligada a lliurar totes les plantilles documentals i gràfiques i audiovisuals que hagi general per a desenvolupar el servei, així com estudis, informes i resta de documentació.

12. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

El o la contractista cedirà a la CCMA gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de les obres realitzades per a la prestació de l'objecte contractual, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).

La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes que la CCMA, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades per a la prestació de l'objecte contractual (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics, etc.), pugui registrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (fotografies digitals, etc.) per persones o empreses que hagin estat subcontractades per l'empresa adjudicatària, i a aquest efecte, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar la cessió esmentada. Aquests drets es cediran a la CCMA també en exclusiva, sense límit de temps i per l'àmbit territorial universal en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa la xarxa d'Internet: el dret de reproducció, distribució o comunicació pública.

Pel que fa als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci i en qualsevol altre element o suport que composi la campanya o acció, el contractista haurà de contractar els drets d'imatge o d'altres que els podrien correspondre (veu, música, nom o d'altres) per un període d'un (1) any, per tal que la CCMA, com a propietària de les creacions publicitàries pugui emetre-les per l'àmbit territorial universal sense cap càrrec per aquesta o d'altres conceptes durant el període esmentat.

A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'haurà d'acreditar simultàniament al lliurament dels treballs que són objecte del present contracte.

D'altra banda, i per al cas que es vulgui seguir utilitzant la campanya, el contractista es compromet a facilitar les dades professionals dels models emprats en la campanya prèvia autorització dels interessats, per poder acordar amb l'agència i/o persona a qui correspongui la pròrroga dels drets d'imatge.

En el cas que es faci ús d'imatges d'arxiu, el contractista ha de respectar la llicència d'ús de les imatges utilitzades en cada cas. Si la CCMA detecta que les imatges d'arxiu han estat utilitzades en altres campanyes de publicitat, pot demanar el canvi per unes altres imatges d'arxiu de les mateixes característiques.

A més, el o la contractista assumeix també l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que la CCMA pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda per a l'objecte d'aquesta contractació, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.

13. REUNIÓ INFORMATIVA DE LA LICITACIÓ

Les empreses interessades en participar a la licitació hauran d'assistir obligatòriament a una reunió informativa preparatòria a les instal·lacions de CCMA, SA, a la seu de 3Cat a Sant Joan Despí.

A tal efecte, hauran de confirmar, per correu electrònic i abans del **22 de juliol de 2024 a les 13:00 hores**, la seva assistència a l'adreça:

administracioiserveiscompres@3cat.cat

indicant a l'assumpte del correu: **2407OB01 visita a les instal·lacions**.

En aquest correu haurà de figurar, necessàriament, el nom de l'empresa, el nom i el número de DNI de la persona o persones que hi assistiran (màxim dues), i el nom de la persona de contacte, el seu telèfon i l'adreça de correu electrònic.

Les reunió tindrà lloc **el dia 23 de juliol de 2024 a les 12:00 hores** a les instal·lacions de 3Cat (CCMA, SA) a Sant Joan Despí, al carrer de Oriol Martorell 1.

La reunió informativa preparatòria serà amb totes les empreses interessades alhora. A la sessió presencial es resoldran els dubtes que tinguin els licitadors.

La CCMA, SA emetrà certificat d'assistència a aquesta reunió, i serà imprescindible per poder participar en la licitació. Aquest certificat s'haurà d'incloure al sobre A de la licitació. La no disposició d'aquest certificat suposarà l'exclusió del procediment.

14. BRIEFING DE L'EXERCICI DE VALORACIÓ QUALITATIU

La CCMA, SA, disposa del brífing que les empreses licitadores hauran de desenvolupar i que és objecte de la valoració subjectiva (**Annex 5**).

Al tractar-se d'un document que conté informació confidencial, les empreses que estiguin interessades en rebre la documentació hauran d'enviar un correu electrònic adjuntant **l'Annex** degudament complimentat amb el DNI de la persona que signa, **abans del dia 22 de juliol** a l'adreça administracioiserveiscompres@3cat.cat, indicant a l'assumpte del correu: **CPO 2407OB01 Petició briefing**.

Sant Joan Despí, juliol del 2024

ANNEX

DOCUMENT DE CONFIDENCIALITAT I NO REVELACIÓ D'INFORMACIÓ

_____, _____ de _____ de 2024

D'una part, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA amb NIF A-08849622 i domicili social a Sant Joan Despí, Carrer d'Oriol Martorell, 1 (En endavant la CCMA, SA)

I de l'altra, El/La senyor/a, _____, intervé en aquest acte en qualitat de _____, en nom i representació de la societat mercantil _____, amb NIF _____, amb domicili a _____, carrer _____, núm. _____. (En endavant l'EMPRESA)

EXPOSEN

1. - Que la CCMA, SA convoca la concurrència pública d'ofertes per la contractació del servei d'agència digital (**Expedient 2407OB01**).

2. - Que l'EMPRESA és una societat que es dedica principalment a la prestació dels serveis objecte del contracte i té intenció de presentar una oferta per ser adjudicatari del servei licitat.

3. - Que la CCMA, SA considera que la informació i la documentació per desenvolupar el briefing és confidencial.

I en virtut del que s'ha exposat, les parts desitgen protegir i salvaguardar l'esmentada Informació Confidencial així com definir els seus respectius drets i obligacions respecte a la mateixa en aquest Acord, per la qual cosa,

ACORDEN:

1 .- DEFINICIÓ

"Informació Confidencial" significarà tota la documentació i clàusules contingudes en el briefing proposat per part de la CCMA, SA.

2 .- OBLIGACIONS I DRETS DE LES PARTS

2.1 L'EMPRESA es compromet a mantenir en la més estricta confidencialitat la Informació Confidencial rebuda de la CCMA, SA en qualsevol forma, així com a protegir i salvaguardar la mateixa amb mesures iguals al menys que les que aplica a la seva pròpia informació confidencial, però, en qualsevol cas, mai en forma que no sigui raonablement apropiada.

L'EMPRESA acorda utilitzar la Informació Confidencial rebuda només en relació amb l'objecte d'aquest contracte i s'abstindrà de qualsevol ús de tal Informació Confidencial per a qualsevol altre propòsit diferent, excepte per aquells caps que puguin ser autoritzats mitjançant acord escrit posterior d'ambdues Parts.

2.2 Addicionalment, L'EMPRESA s'abstindrà de divulgar o de revelar directa o indirectament, en qualsevol forma i per qualsevol mitjà, la Informació Confidencial rebuda, o qualsevol part d'ella, a tercers.

2.3 L'EMPRESA té dret a revelar o donar accés a la Informació Confidencial rebuda als seus empleats que ho necessitin per a la consecució de l'objecte del present acord, mantenint a tal efecte els deures de secret i de confidencialitat previstos.

2.4 L'obligació de confidencialitat expressada en aquest article 2 comença en el moment de l'entrega de la documentació i es mantindrà per temps indefinit.

2.5. L'obligació de confidencialitat i de no revelació expressada en aquest article 2 no serà aplicable a la Informació Confidencial amb respecte a la qual L'EMPRESA provi raonablement:

(i) que ja estava en possessió amb anterioritat al moment de la signatura del present Acord o al de la seva revelació per la Part Emissora;

(ii) que, en el moment de la seva revelació a la Part Receptora, estigués disponible públicament o hagués entrat en el domini públic.

(iii) que l'ha obtingut d'un tercer sense obligació de confidencialitat o de no revelació.

(iv) que havia arribat a ser de domini públic sense infracció de les obligacions assumides per la Part Receptora en el present Acord.

En el cas que només una part de la Informació Confidencial estigui subjecte a una o més de les anteriors excepcions, la resta continuarà, subjecte a les prohibicions i restriccions establertes en aquest Acord.

3 .- RESOLUCIÓ DE CONTROVÈRSIES

3.1. Les parts reconeixen que la Informació Confidencial té el caràcter d'única i, per tant, la seva revelació amb infracció d'aquest Acord produirà danys irreparables a la CCMA, SA pels quals la indemnització pecuniària pot no ser la única compensació adequada.

Les Parts convenen que, en cas d'incompliment, efectiu o previsible, la CCMA, SA estarà facultada per sol·licitar mesures coercitives, de naturalesa cautelar o definitiva, davant la jurisdicció competent.

Aquestes mesures tindran caràcter addicional i no substitutiu de qualsevol altra compensació en forma d'indemnització pecuniària.

3.2. Qualsevol discrepància en relació amb la interpretació o l'execució d'aquest acord, que no pugui ser resolta amistosament per les Parts, serà sotmesa als Jutjats i Tribunals de Barcelona.

4 .- DISPOSICIONS GENERALS

- 4.1 Cap disposició del present Acord conferirà a cap de les parts el dret d'assumir compromisos de cap tipus en nom o per compte de l'altra Part sense el permís previ escrit d'aquesta.
- 4.2 No serà vàlida ni vinculant per les Parts cap modificació dels termes i condicions del present Acord si no és mitjançant escrit signat per un representant degudament autoritzat de cada una de les elles.
- 4.3 L'EMPRESA convé a complir les obligacions assumides en el present Acord sense dret a reclamar càrrec o despesa a la CCMA, SA.

I en prova de conformitat amb quant antecedeix el representant de L'EMPRESA signa el present Acord en el a l'encapçalament.

(Nom i signatura)