



Diputació de Lleida

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIXEN EL CONTRACTE DE SERVEIS DE DIFUSIÓ PUBLICITÀRIA DEL CONCEPTE-CLAIM “LLEIDA, TERRA D’OPORTUNITATS” AMB LLEIDA TV, MITJANÇANT PROCEDIMENT NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT

Primera. Objecte

Aquest plec té per objecte establir les prescripcions i altres formalitats tècniques que han de regir l’adjudicació, mitjançant procediment negociat sense publicitat, d’un contracte de serveis de difusió publicitària del concepte-claim “Lleida, Terra d’Oportunitats”, en desenvolupament d’una acció de difusió que fixi i popularitzi aquesta marca per tal d’esdevenir un factor d’atracció d’inversions al territori.

Aquesta campanya, per tant, ve a desenvolupar el projecte “Lleida, Terra d’Oportunitats” elaborat a l’efecte i que consta adjunt a aquest Plec de Prescripcions Tècniques, com a **Annex 1**, formant part d’aquesta licitació.

Aquesta difusió es realitzarà amb el material audiovisual propi de la Diputació de Lleida, a través de l’estació de televisió local amb màxima difusió provincial, que, per raons tècniques, únicament aconsegueix un únic mitjà local (Lleida TV). D’aquesta manera, l’estació de televisió efectuarà publicitat i promocionarà la marca “Lleida, Terra d’Oportunitats” mitjançant microespais televisius, com capsules de dos minuts de duració, que seran inserides entre la programació habitual del canal, generant així l’efecte de popularització de la marca en la demarcació més enllà de programes televisius especialitzats.

Les característiques concretes de la difusió publicitària figuren en **la clàusula segona d’aquest Plec de Prescripcions Tècniques**.

Segona. Característiques tècniques

El Pla de Comunicació per a la Publicitat Institucional de la Diputació de Lleida corresponent a l’any 2024, en l’apartat “Campanyes institucionals”, preveu el projecte “Lleida, Terra d’Oportunitats” de suports multicanal que promou el “claim” associat al G-10 i que pretén aportar marca d’atracció econòmica, amb l’objectiu de mostrar les oportunitats per al creixement econòmic i sostenible de les comarques lleidatanes en funció de l’impuls a la bioeconomia.

Per aquest motiu s’ha cregut convenient contractar aquest servei de difusió publicitària, considerant que per assolir aquests objectius es necessiten un total de **730 minuts** d'emissions en el canal de televisió local amb màxim difusió provincial, en horari de *prime time*, de dilluns a diumenge.

Cada mes es preveu que s’emetin un mínim de 130 minuts de difusió publicitària, excepte en el mes de desembre, que seran un mínim de 80 minuts. Aquesta distribució podrà sofrir variacions atenent a la data de formalització del contracte, finalitzant aquesta acció a 31 de desembre de 2024, atès que la campanya es refereix a l’annualitat 2024.



Diputació de Lleida

La difusió es durà a terme mitjançant l'emissió de microespais televisius, com càpsules d'uns dos minuts de duració, que seran inserides entre la programació habitual del canal en la franja horària i els dies indicats, amb el material audiovisual propi de la Diputació de Lleida.

A fi que es pugui dur a terme el servei referenciat, la Diputació de Lleida facilitarà a l'estació de televisió el material audiovisual ja existent, a més d'aquell que es vagi generant de nou al llarg de l'any amb motiu de la participació en fires o activitats relacionades amb l'estratègia de transformació del sistema econòmic de les terres de Lleida, Pirineu i Aran.

El contractista, per tant, serà responsable de difondre el material facilitat per la Corporació en els termes previstos i de lliurar una memòria on es doni compliment de les accions de difusió descrites. Aquesta memòria es lliurarà en el moment en que es presenti la última factura per part del contractista.

Lleida, a data de la signatura electrònica

L'Assessor de comunicació institucional



Diputació de Lleida

ANNEX 1. PROJECTE “LLEIDA, TERRA D'OPORTUNITATS”

ANTECEDENTS:

El 5 d'octubre de l'any 2022 es va desenvolupar a Barcelona la jornada 'Lleida, Terra d'Oportunitats', dins de l'estratègia de la Diputació de Lleida de Transformació del model econòmic de les terres de Lleida, Pirineu i Aran compartida amb Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Lleida, Universitat de Lleida i les Cambres de Comerç de Lleida i Tàrraga, llavors integrants del conegut com a G-6.

Posteriorment, aquest grup de treball interinstitucional s'ha completat en el que ara es coneix com a G-10, integrat per Diputació de Lleida, Cambra de Comerç de Lleida, Cambra de Comerç de Tàrraga, COELL, Pimec Lleida, CCOO Terres de Lleida, UGT Terres de Lleida, Universitat de Lleida, Delegació del Govern de la Generalitat a Lleida i Ajuntament de Lleida.

Per aquella jornada es va crear un logotip i material gràfic específic que, a mode de marca, s'ha anat utilitzant de manera regular en diferents accions de difusió per a destacar els valors socioeconòmics que la Diputació de Lleida promou amb la transformació del model econòmic lleidatà.

En paral·lel, la Diputació, majoritàriament a través del Patronat de Promoció Econòmica, ha anat generant una multiplicitat de material audiovisual propi amb accions d'empreses emprenedores que, en conjunt, omplen de contingut pràctic el concepte-claim de “Lleida, Terra d'Oportunitats”.

L'OBJECTIU:

Amb tot el material propi disponible es planteja una acció comunicativa d'ample abast que fixi i popularitzi el concepte-claim de “Lleida, Terra d'Oportunitats” com a marca de qualitat del teixit productiu lleidatà amb la pretensió d'esdevenir un factor d'atracció d'inversions al territori semblant al que ara com ara significa la marca “Ara Lleida” per al turisme, i que pugui arribar a ser utilitzat en les seves accions de difusió pròpies pels integrants del G-10 en aquelles activitats que hi conflueixin en l'objectiu de la transformació del sistema econòmic de les terres de Lleida, Pirineu i Aran.

ELS MITJANS:

Es proposa una acció massiva, sostinguda al llarg de l'any 2024, de difusió de microespais televisius sota la marca “Lleida, Terra d'Oportunitats” amb el material audiovisual propi de la Diputació de Lleida, com capsules de dos minuts, que puguin ser inserides entre la programació habitual l'estació de televisió amb màxima difusió provincial, LLEIDA TV, generant així l'efecte de popularització de la marca en aparèixer més enllà de programes televisius especialitzats.



Diputació de Lleida

Donada l'audiència de l'estació de televisió, es proposa una acció de difusió publicitària anual per al 2024 de **730 minuts** d'emissions a **Lleida TV** en *prime time* de dilluns a diumenge, amb un cost total de **139.994,22 euros**, IVA inclòs.

La Diputació de Lleida facilitarà a l'estació el material audiovisual que és intemporal ja existent i aquell que es vagi generant de nou al llarg de l'any amb motiu de participació en fires o activitats relacionades amb l'estratègia compartida de la transformació del sistema econòmic de les terres de Lleida, Pirineu i Aran.