

**Exp. núm. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS APLICABLE A L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ D'UNA ÚNICA EMPRESA PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL DEL CENTRE DE CULTURA CONTEMPORÀNIA DE BARCELONA – CCCB- ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ CONVENCIONALS**

---

## **1. Definició de l'objecte del contracte**

El concepte de «publicitat» es troba definit a la Llei 34/1988, de l'11 de novembre, General de Publicitat com «tota forma de comunicació realitzada per una persona física o jurídica, pública o privada, en l'exercici d'una activitat comercial, industrial, artesanal, professional amb la finalitat de promoure de forma directa o indirecta la contractació de béns mobles o immobles, serveis, drets i obligacions».

Segons la Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional, «La publicitat institucional és un element més de la comunicació pública que serveix per a intercanviar i compartir informació d'utilitat per als ciutadans».

El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) és un consorci públic que té entre les seves finalitats impulsar totes les formes d'expressió artística i de reflexió humanística, així com tots els aspectes incardinats en el procés de creació, producció i difusió de la cultura. Amb aquesta finalitat el CCCB ofereix un ampli ventall d'ofertes per a totes les edats i tots els interessos vinculades amb les línies de programació del CCCB i amb la voluntat de fer accessible el seu programa a tots els públics.

La publicitat de l'activitat que es duu a terme des del CCCB permet informar la ciutadania de Barcelona, de Catalunya i d'Espanya en general sobre les activitats i els projectes que desenvolupa el CCCB i que són d'interès general per a la població.

El present contracte, promogut pel Servei de Comunicació i Cultura Digital, té per objecte la prestació de serveis de gestió per a la inserció de publicitat institucional del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) als mitjans de comunicació convencionals.

La inserció de publicitat es farà mitjançant **campanyes multimèdia**, això és, campanyes o accions que es difonguin en mitjà imprès, ràdio, mitjà exterior, així com en mitjans digitals, excepte xarxes socials i cercadors. Queden exclosos els anuncis oficials i les accions especials (màrqueting de guerrilla, influenciadors, relacions públiques, etc.), siguin o no digitals.

El CCCB planifica les seves insercions per anunciar la programació de la institució. Aquesta planificació als mitjans de comunicació consta de diferents missatges i creativitats per informar de les diferents activitats que s'hi duen a terme.

## **2. Especificació del servei a contractar**

L'empresa contractista realitzarà els següents serveis:

a) Fer d'intermediària i donar suport en la negociació per a la contractació dels espais publicitaris planificats prèviament pel CCCB, incloses les accions de *branded content*. L'empresa contractista confirmarà o negociarà els millors preus/descomptes per als

**Exp. núm. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

espais publicitaris, mitjans i suports objecte d'aquesta contractació i que es detallen a la clàusula 4 del present plec de prescripcions tècniques i realitzarà la contractació.

Aquests preus/descomptes hauran d'igualar o millorar l'oferta econòmica presentada en aquesta licitació.

La contractació dels espais publicitaris també inclou la tramitació de les insercions publicitàries puntuals a diferents suports que no poden tenir planificació prèvia per la seva necessitat comunicativa immediata.

b) Conèixer i comunicar les especificacions tècniques dels materials que cal lliurar per a les diferents insercions.

c) Vetllar pel compliment del calendari planificat i confirmar o responsabilitzar-se de la rebuda i/o recollida del material gràfic i audiovisual al Servei de Comunicació i Cultura Digital del CCCB, perquè arribi en temps als respectius mitjans.

d) Controlar i fer el seguiment de les campanyes i les insercions de publicitat als mitjans de comunicació contractats, assegurant que es compleix la planificació acordada amb cadascun dels mitjans.

e) Presentar els resultats a través d'una plantilla Excel (annex al present plec de prescripcions tècniques) acompanyada d'un informe amb gràfics i interpretacions que permetin valorar l'eficàcia de la campanya contractada. Cada una de les campanyes haurà de tenir el seu propi Excel i informe. Aquest document haurà de contenir l'avaluació final de la campanya on quedaran recollides les possibles incidències, canvis o reconduccions de la campanya o insercions, i tots els resultats quantitius. El tancament de la campanya, que consistirà en el lliurament dels comprovants de cada inserció i els resultats de les mateixes, s'haurà de presentar, com molt tard, en el termini de 20 dies hàbils després de la finalització de l'últim impacte de campanya.

f) Celebrar reunions bimensuals amb l'equip del CCCB per corregir o revisar les campanyes i les inversions de la publicitat contractada.

**3. Requeriments tècnics, humans i tecnològics necessaris**

L'empresa contractista, per tal de garantir la gestió de la planificació i control de les campanyes, haurà de tenir disponibles, com a mínim, les següents fonts de medicació o estudis bàsics:

- OJD i PGD: per a les tirades i difusions dels suports impresos.
- EGM-Barómetro: per a les audiències.
- Kantar Media o JP Media: per a les audiències de televisió i el control de les campanyes de televisió, i altres suports.
- Geomex: per a les audiències d'exterior.
- Comscore o GFK: per a les audiències dels suports digitals.
- Auditsa: per al control de les campanyes de ràdio.

Si durant la vigència d'aquesta contracte alguna d'aquestes fonts desaparegués, s'hauria de substituir per una altra d'equivalent acreditada pel mercat.

Caldrà aportar els documents acreditatius conforme disposen de les fonts de medicació mínimes requerides.

L'empresa contractista ha de disposar, en propietat o en lloguer, d'adserver per a la gestió de les campanyes digitals.

**Exp. núm. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

L'empresa contractista, a més, ha de posar a disposició del CCCB un equip de treball que tingui experiència demostrada en la planificació i seguiment de campanyes, sobretot regionals, comarcals i locals.

L'equip o persona que l'empresa contractista posi a disposició del CCCB ha de demostrar que, des de la fase inicial fins a la seva inserció final als mitjans i la seva posterior anàlisi, pot encarregar-se i seguir la planificació de mitjans.

L'empresa contractista ha de comptar dins la seva estructura dels perfils professionals que permetin oferir el servei sol·licitat; és per això que es requerirà com a mínim els següents: un gestor/a de comptes-planificador de mitjans, un/a analista de dades, i gestor/a de facturació. Les funcions dels quals queden descrites de la manera següent:

- **Gestor/a de comptes:** amb una experiència mínima contrastada de 5 anys en el treball en central de mitjans. Serà la persona encarregada de la intermediació o interlocució amb el responsable del contracte i els mitjans de comunicació i de vetllar pel compliment de la planificació prèvia establerta pel CCCB.
- **Analista de dades:** amb una experiència mínima contrastada de 3 anys en el treball d'anàlisi de dades en una central de mitjans. Serà la persona encarregada de demanar a cada mitjà, suport o plataforma els comprovants de les diferents accions contractades; enviar aquests comprovants juntament amb l'informe de resultats de la campanya a l'equip de publicitat del CCCB, en el temps pactat. Els informes es presentaran segons s'acordi prèviament amb el CCCB.
- **Gestor de facturació:** serà la persona encarregada d'emetre en temps i forma les factures corresponents a les accions ja efectuades; serà el contacte amb l'equip de facturació del servei de comunicació del CCCB per resoldre qualsevol incidència respecte a les factures.

**4.- Tipologies de suports i mitjans objecte de contractació.****4.1. Mitjans impresos****Premsa general i esportiva**

- Ara
- El Mundo
- El País
- El Periódico de Catalunya
- El Punt Avui
- La Vanguardia
- Altra premsa general d'àmbit català i espanyol
- Sport
- Altra premsa esportiva d'àmbit català i espanyol
- Premsa econòmica d'àmbit català i espanyol
- Premsa gratuïta d'àmbit català i espanyol
- Premsa d'àmbit internacional

**Premsa comarcal i local**

- Diari de Girona
- Diari de Tarragona
- El Segre

**Exp. núm. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

- Altra premsa comarcal i local d'àmbit català

**Revistes i suplementes. Generalistes i especialitzats**

- Bonart
- Caiman Cuadernos de Cine
- Cinemanía
- El Culturista
- Exit
- JotDown
- Mercurio
- Mondosonoro
- Neo2
- Nuevo
- Panenka
- Rockdelux
- SoFilm
- Teatre BCN
- Tendencias del mercado del arte
- Altres revistes i suplementes d'àmbit català, estatal i internacional
- Altres revistes especialitzades editades pels col·legis professionals, fires comercials i similars.

**4.2 Mitjans digitals**

**Webs de notícies i televisió**

- vilaweb.cat
- 20minutos.com
- elnacional.cat
- diario.es
- Altres webs de notícies d'àmbit català i espanyol
- Webs de CCMA

**Webs de les associacions**

- Webs de l'ACPC
- Webs de l'APPEC
- Webs de l'AMIC

**Altres webs sectorials**

- La Marea
- Masdearte
- Núvol
- Surt de casa
- Teatron
- TotBCN
- Altres webs culturals, d'estil de vida, viatges, oci, família
- Altres webs d'àmbit català
- Altres webs d'àmbit espanyol
- Altres webs d'àmbit internacional

**Mòbils i altres dispositius**

**Exp. núm. CCCB/2024/0004509 // CNM\_2024\_09**

#### **4.3 Mitjans radiofònics**

- Catalunya Ràdio
- Catalunya Informació
- Resta d'emissores de la CCMA
- Flaix FM i Flaixbac
- Rac 1
- SER Catalunya
- Altres ràdios d'àmbit català
- SER
- Onda Cero
- Altres ràdios d'àmbit espanyol
- Ràdios d'àmbit internacional
- Podcast d'emissores convencionals
- Radio Primavera Sound
- I altres ràdios exclusivament digitals, podcast i altres formats digitals

#### **4.4 Mitjans exteriors**

- Autobusos urbans Barcelona ciutat
- Cinema
- Opis a parades autobús i mobiliari urbà exterior
- Opis Ferrocarrils de la Generalitat
- Opis metro Xarxa Metropolitana Barcelona Paper
- Opis metro Xarxa Metropolitana Barcelona Digital
- Tramvies de Barcelona
- Altres suports similars d'àmbit local i comarcal
- Altres suports similars d'àmbit català i espanyol.

LA CAP DEL SERVEI DE COMUNICACIÓ  
I CULTURA DIGITAL

LA SUBDIRECTORA- GERENT



## Metadades del document

<b>Núm. expedient</b>	CCCB/2024/0004509
<b>Tipus documental</b>	Plec de clàusules o condicions
<b>Títol</b>	Plec de prescripcions tècniques aplicable a l'Acord Marc per a la selecció d'una única empresa per a la prestació dels serveis de gestió per a la inserció de publicitat institucional del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona - CCCB- als mitjans de comunicació convencionals.

## Signatures

<b>Signatari</b>		<b>Acte</b>	<b>Data acte</b>
Pilar Soldevila Garcia (TCAT)	Subdirectora - Gerent	Signa	23/09/2024 10:59
Mònica Muñoz-Castanyer Gausset (TCAT)	Cap Servei Comunicació i Cultura Digital	Signa	16/10/2024 14:27

## Validació Electrònica del document

<b>Codi (CSV)</b>	<b>Adreça de validació</b>	<b>QR</b>
330ec8452379cadf8c3e	<a href="https://seuelectronica.diba.cat">https://seuelectronica.diba.cat</a>	