

INFORME SOBRE LA NECESSITAT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ PER A LA DIFUSIÓ DE LES ACCIONS PUBLICITÀRIES DE LOTERIES DE CATALUNYA, SAU PER A L'ANY 2025, expedient el LCAT-2024-20100. (V0951-MKJ-25-0005)

1. ANTECEDENTS

El Decret Llei 16/2021, de 13 de juliol, d'aprovació de mesures urgents d'ordenament del joc de loteria reservat a la Generalitat de Catalunya, en el seu article 1, estableix que el joc de loteria, en les seves diverses modalitats, és organitzat i gestionat, per compte de la Generalitat de Catalunya, per Loteries de Catalunya, SAU, i també la recaptació per compte de la Generalitat dels ingressos públics derivats d'aquesta activitat i el pagament dels premis que s'estableixen.

El Decret 240/2004, de 30 de març, pel qual s'aprova el catàleg de jocs i apostes autoritzats a Catalunya i els criteris aplicables a la seva planificació, estableix en l'article 5.1 que la loteria, en qualsevol de les modalitats previstes en aquest precepte, serà organitzada per Loteries de Catalunya, SAU.

Les actuacions que desenvolupa Loteries de Catalunya se centren en l'organització i la gestió de diverses modalitats de jocs de loteria, les quals necessiten difusió en el seu àmbit d'actuació per tal de mantenir un grau de notorietat entre el públic objectiu i en relació a la resta de loteries que es comercialitzen en el territori de Catalunya.

2. SITUACIÓ ACTUAL I NECESSITATS

Actualment l'àmbit de la comercialització de les loteries es troba immers en un context caracteritzat per la forta competència que suposa la constant diversificació de productes que es comercialitzen, especialment per part de la SELAE i de l'ONCE, escenari que comporta que per part de Loteries de Catalunya s'hagin d'adoptar decisions i accions encaminades a assolir l'optimització de les quotes de mercat dels productes de Loteries de Catalunya.

La contractació de serveis de gestió i inserció de publicitat persegueix l'assoliment d'importants fites com són, entre d'altres, millorar el grau de notorietat i coneixement entre el públic objectiu respecte de la resta de loteries que es comercialitzen en el territori de Catalunya, i també, fer arribar a la ciutadania amb la màxima freqüència el missatge que participant en els jocs de Loteries de Catalunya es generen beneficis que reverteixen en programes socials a Catalunya.

Les accions publicitàries definides per a l'any seran per a qualsevol producte del portafoli de Loteries de Catalunya. També es contemplen accions de comunicació publicitària de caràcter corporatiu.

En definitiva, resulta primordial l'esmentada contractació de serveis de gestió i inserció de publicitat amb la finalitat de fer arribar al públic objectiu el missatge de la forma més efectiva possible i, alhora, optimitzant al màxim els recursos necessaris en el marc de la disponibilitat pressupostària de Loteries de Catalunya en aquesta matèria per a l'any 2025.

3. CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS DE LA CONTRACTACIÓ

Aquesta contractació està basada en l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen, que ha estat adjudicat pel Departament d'Economia i Hisenda en data 5 d'abril de 2022 (expedient EC-2022-32) i es fa mitjançant procediment de consulta a les empreses contractistes del Lot 1, referent a actuacions de comunicació que es difonguin

en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, televisió connectada, mitjà imprès, ràdio, exterior, mitjans digitals i xarxes socials.

Empreses adjudicatàries de l'Acord Marc.

- HAVAS MEDIA GROUP SPAIN, SAU, A78809662.
- CARAT ESPAÑA, SAU, A28343358.
- WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, S.L., B81173171.
- UTE ITAN MEDIA SL-GESMEDIA CONSULTING, SAU, (Union temporal de empresas Ley 18/1982 U09967852).

Divisió en lots

Aquesta contractació no es dividirà en lots perquè constitueix una unitat funcional que determina que les diferents prestacions que la integren no poden ser separades si es vol aconseguir la finalitat pública que cobreix aquest contracte. Així mateix, és imprescindible una coordinació integral de les tasques per assolir una correcta execució del servei i donar coherència i unitat a les campanyes de publicitat.

Termini d'execució

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data de la signatura del contracte i fins al **31 de desembre de 2025**.

No s'admet pròrroga.

Tramitació de l'expedient

Ordinària

Termini presentació ofertes contractació basada

De conformitat amb la clàusula 31 AC, **existeix planificació** i, per tant, el **termini per a la presentació de les ofertes serà de 10 dies hàbils**.

Modificacions del contracte

De conformitat amb la clàusula 23 de l'Acord Marc **es preveu la possibilitat de modificar** aquesta contractació en un percentatge **no superior al 20% del pressupost base del contracte**, sempre que de les necessitats reals del servei siguin superiors a les estimades inicialment.

En tot cas, no es poden introduir modificacions substancials respecte del que estableix l'acord marc. Així mateix, la modificació no pot suposar l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

Cessió i subcontractació

No es permet la cessió del contracte.

No es permet la subcontractació d'acord amb la clàusula 36 de l'Acord Marc.

Forma de pagament

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

4. DETERMINACIÓ DEL PREU, VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE I PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ: JUSTIFICACIÓ DEL SEU CÀLCUL

Determinació del preu

D'acord amb l'article 101.1 de la LCSP, tots els preus o valors econòmics referits en aquests plecs s'expressen sense l'IVA que pugui correspondre, que es considera partida independent.

S'ha tingut en compte l'històric d'accions de comunicació d'anys anteriors per veure quins són els mitjans utilitzats amb un major retorn, així com els formats i els suports.

El sistema de determinació del preu d'aquest contracte es basa en un preu unitari net optimitzat per a cada format i suport que inclou tots els descomptes (comissió d'agència i IVA exclosos). Els licitadors hauran de presentar les seves ofertes d'acord amb el model de proposició econòmica annex al Plec de clàusules administratives particulars.

S'agafen com a referència els preus màxims establerts per al Lot 1 de l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen, (expedient EC-2022-32).

Així, al model de proposició econòmica, que s'annexarà al plec de clàusules administratives particulars d'aquesta contractació, les empreses hauran de presentar oferta de preus unitaris, per a cadascun dels suports i formats que s'especifiqui. En funció del tipus de suport es demanaran uns formats específics en cada cas.

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 en l'Acord Marc. També caldrà respectar l'oferta de l'Acord Marc quant a la comissió d'agència. La que s'aplicarà en aquesta contractació (CA formal o especial) no podrà ser superior en cap cas, però sí inferior.

Valor estimat del contracte i pressupost base de licitació

El valor estimat de la present licitació, de conformitat amb els criteris establerts en l'article 101 de la LCSP, s'ha calculat tenint en compte la despesa que potencialment es generaria durant la durada d'aquest contracte, incloent-hi les possibles modificacions previstes, sobre la base de l'import de l'estimació de consum prevista per 2025.

El VEC (valor estimat del contracte) no coincideix amb el pressupost de licitació perquè es preveuen modificacions contractuals:

Any	VE prestació (IVA EXCLOS)	VE eventuales prórrogues	VE modificacions previstes (art. 106 TRLCSP)	VE altres conceptes	TOTAL (IVA exclòs)
2025	1.652.892,56 €	-	330.578,51 €	-	1.983.471,07 €

Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

El pressupost base de licitació s'ha calculat en funció de les necessitats de difusió de campanyes de publicitat i accions puntuals de comunicació previstes pel 2025 i d'acord amb l'experiència acumulada en aquest tipus de contractacions.

El pressupost base de licitació s'ha calculat a l'alça respecte als pressupostos de licitació d'expedients de contractació anteriors, amb mateix objecte contractual i mateix sistema de determinació del preu.

Si ens fixem en els expedients per a la inserció d'accions de publicitat duts a terme els quatre últims anys observem que els imports facturats i el nombre de campanyes i accions de comunicació executades per a cada un d'ells han estat:

Expedient de contractació	Campanyes i accions de comunicació executades	Import de liquidació final IVA exclòs
18-2021 (2021)	10 campanyes de publicitat	3.448.834 €
21-2022 (2022) 151-2022 (2022) 113-2022 (2022) 129-2022 (2022)	8 campanyes de publicitat	3.873.621 €
65-2023 (2023)	5 campanyes de publicitat	2.435.101 €
19-2024 (2024)	3 campanyes de publicitat	1.650.000 €

Les accions publicitàries definides per a l'any 2025 seran per a qualsevol producte del portafoli. També es contemplen accions de comunicació publicitària de caràcter corporatiu.

D'acord amb tot l'exposat, per al 2025 es preveu el següent:

Expedient de contractació	Pressupost de licitació (IVA exclòs)	IVA	Import Total (IVA inclòs)
LCAT-2024-20100	1.652.892,56 €	347.107,44 €	2.000.000 €

El VEC d'aquesta contractació s'ha determinat prenent com a base els mitjans i formats que previsiblement compondran cadascuna de les accions publicitàries (descrites amb detall en la clàusula 3 del Plec de prescripcions tècniques), i els imports aplicats en les campanyes d'anys anteriors. En conseqüència, el pressupost de licitació a efectes d'actuar com a valor màxim de licitació és de 1.652.892,56 € (IVA exclòs).

En concret, el pressupost assignat pel sorteig de La Grossa de Sant Jordi és de 404.958,68 € (IVA exclòs), 490.000 € (IVA inclòs).

Loteries de Catalunya no disposa de mitjans materials ni personals propis per a la realització dels serveis específics esmentats.

5. EQUIP MÍNIM

De conformitat amb la **Clàusula 9.4.b de l'Acord Marc Lot 1**. Multimèdia:

- 1 director/a i/o cap de planificació, amb titulació universitària de grau mig o superior o cicle formatiu de grau superior o cursos especialitzats en comunicació, màrqueting, publicitat i/o planificació de mitjans amb un còmput d'hores lectives mínimes de 30 hores per curs i amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de contracte de 5 anys.
- 2 planificadors/res (mínim un/a dels quals de nivell sènior, és a dir, amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de contracte de 5 anys). L'altre planificador pot ser una persona amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de contracte d'1 any.
- 2 persones especialitzades en els mitjans digitals i les xarxes socials (mínim un/a dels quals de nivell sènior, és a dir, amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de contracte de 5 anys). L'altre planificador pot ser una persona amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de contracte d'1 any.

L'experiència s'acreditarà mitjançant una DECLARACIÓ RESPONSABLE que inclogui la presentació d'un CV de cada membre de l'equip de professionals, detallant:

- Experiència: els anys de treball a la/es empresa/es on ha desenvolupat la seva feina i els clients més rellevants per als quals ha treballat / treballa.
- Càrrec: el càrrec que està desenvolupant actualment a l'empresa, el càrrec que desenvoluparà a l'equip per a la Generalitat de Catalunya i quina serà la responsabilitat assignada.
- Titulacions acadèmiques: titulacions i/o cursos especialitzats.

6. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

La puntuació total és de **100 punts** que es distribuïran de la següent forma:

Es dona preponderància als **criteris de valoració quantificables** mitjançant l'aplicació de fórmules amb un màxim de 80 punts, davant els **criteris de valoració mitjançant un judici de valor**, que es valoren amb un màxim de 20 punts.

De conformitat amb el punt 8 de la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica, s'apliquen les fórmules descrites a continuació **per incompatibilitat de la regla general** amb la estructura emprada en aquesta licitació.

6.1. CRITERIS DE VALORACIÓ MITJANÇANT UN JUDICI DE VALOR

Es ponderen de la manera següent:

- **PROPOSTA TÈCNICA (EXERCICI D'ESTRATÈGIA I PLANIFICACIÓ DE MITJANS): fins a 20 punts.**

Exercici d'estratègia i planificació de mitjans, d'acord amb l'establert a la clàusula segona del Plec de prescripcions tècniques i els objectius de comunicació i de mitjans establerts al bríng (clàusula tercera). L'objectiu d'aquests criteris és seleccionar aquelles empreses que per la seva metodologia, els

seus coneixements estratègics i la tecnologia d'anàlisi que tenen a l'abast, es consideren més ben preparades per a dur a terme les planificacions estratègiques.

L'exercici es valorarà d'acord amb els criteris següents:

1) Nivell d'aprofundiment en l'anàlisi prèvia i en la definició de variables de segmentació: fins a 4 punts

Es valorarà el procés de recerca, fonts d'informació utilitzades, anàlisi de l'entorn, de la competència, dels mitjans i del públic objectiu (hàbits, estil de vida i comportaments enfront al seu consum de mitjans).

2) Proposta estratègica i planificació tàctica: fins a 6 punts

Es valorarà el grau d'innovació, el nivell de coherència en el plantejament i desenvolupament de l'estratègia, mostrant visió global des de l'aplicació de les conclusions extretes de les anàlisis prèvies, fins a l'avaluació dels resultats.

Pel que fa referència a la planificació tàctica es valorarà la selecció de suports i distribució de la inversió, formats, franges horàries, posicionament, distribució geogràfica i temporal i l'ús d'espais qualitatius així com el grau d'integració dels mitjans de manera que totes les accions construeixin una campanya global.

3) Propostes d'accions basades en resultats extrets d'un servei d'integració de Location Intelligence i Geodata, o en base a un sistema similar que permeti tenir insights precisos i detallats sobre on, quan i com impactar als nostres usuaris: fins a 9 punts

4) Resultats d'abastament aconseguits, propostes de seguiment i de mesures correctores en funció dels resultats: fins a 1 punt

Es considerarà la millor proposta aquella que respongui plenament a les diferents variables definides anteriorment, les propostes que presentin algunes mancances respecte a l'excel·lència de la millor proposta es valoraran amb puntuacions menors segons la ponderació següent:

Puntuació obtinguda	(%)
Adequació òptima	100 %
Adequació notable	75 %
Adequació correcta	50 %
Té algunes mancances	25 %
Té moltes mancances	5 %

La puntuació total dels licitadors corresponent al conjunt del Sobre A és la suma de les puntuacions parcials obtingudes en cadascun dels apartats anteriors.

6.2. CRITERIS DE VALORACIÓ OBJECTIVA:

Els paràmetres a valorar de forma automàtica són els següents:

▪ **PROPOSICIÓ ECONÒMICA: total fins a 80 punts**

La puntuació que es dona a la proposició econòmica i que, per tant, reflecteix una millor negociació, té un pes superior ja que l'objecte principal d'aquesta licitació és la compra d'espais publicitaris als mitjans de comunicació i els preus d'aquests espais són els mateixos, per tant la capacitat de negociació sobre aquests preus de les agències que formaran part del present contracte, és la part més rellevant i ens permetrà rendibilitzar la inversió que fem en publicitat. Les aportacions qualitatives no són tan rellevants més enllà de les que es valoren en els criteris del judici de valor.

Cadascun dels apartats es puntuaran tenint en compte la distribució següent: televisió fins a 28 punts, mitjà imprès fins a 4 punts, ràdio fins a 19 punts, mitjans de publicitat exterior fins a 12 punts, mitjans digitals i xarxes socials fins a 16 punts i comissió d'agència fins a 1 punt.

A. MULTIMÈDIA: fins a 79 punts

a) MITJÀ TELEVISIÓ: fins a 28 punts

En el model de proposició econòmica del mitjà televisió es demanen C/GRP, preu net per passi referits a espots de 20", que és la durada estàndard dels espots i descompte mínim per a la resta de formats convencionals no especificats. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

b) MITJÀ IMPRÈS: fins a 4 punts

El model de proposició econòmica del mitjà imprès només detalla el format plana color senar, que és el més emprat habitualment. Per a aquest format, es demana un preu net. També es demana un descompte mínim per a la resta de formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

c) MITJÀ RÀDIO: fins a 19 punts

En el model de proposició econòmica del mitjà ràdio es demana un descompte mínim per a tots els formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

d) MITJÀ EXTERIOR: fins a 12 punts

En el model de proposició econòmica del mitjà exterior es demana un descompte mínim als formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

En el cinema es demana també CPM de 20", i aquest s'extrapolarà a la resta de durades.

e) MITJANS DIGITALS: fins a 16 punts

En el model de proposició econòmica del mitjà internet es demana un descompte per a tots els suports aplicable a qualsevol format convencional. A més, en el cas d'alguns suports i de les xarxes socials es demanen alguns preus concrets com el CPM, CPC, CPV o CPE, etc. en funció del suport/format especificat. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

També hi haurà un apartat específic per detallar els costos tecnològics en funció del pes de les peces publicitàries així els de control de les campanyes.

Valoració: la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada (menor preu net per inserció, menor cost per mil (CPM), menor cost per clic (CPC), menor cost per link clic (CPLC), menor cost per engatjament (CPE), menor cost per visionat (CPV), etc. o un major descompte).

La resta es puntuaran d'acord amb la següent fórmula:

$$P = \frac{\text{Puntuació Màxima} \times \text{Oferta Més Econòmica}}{\text{Oferta Valorada}}$$

La utilització d'aquesta fórmula de la inversa proporcional atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

És la fórmula de valoració que s'ha fet servir a les anteriors licitacions perquè en aquest tipus de licitació no partim d'uns imports unitaris de licitació que ens permetin aplicar la fórmula proposada per la Comissió Central de Subministraments.

B. COMISSIÓ D'AGÈNCIA: fins a 1 punt

En cadascuna de les graelles dels mitjans anteriors hi haurà un apartat específic per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar **únicament** per als **formats convencionals**.

També hi haurà un apartat per detallar el percentatge de la comissió d'agència màxima a aplicar **únicament als formats/accions especials** que no tenen una tarifa publicada partir de la qual s'hi pugui aplicar un descompte.

En **cap cas es podran aplicar les dues comissions simultàniament**.

Valoració: pel que fa a les comissions, s'estableix una **ponderació esglaonada en diversos trams** en referència a la comissió màxima que es pot arribar a aplicar respecte l'import corresponent.

L'esglaonat de la comissió d'agència a aplicar **únicament** per als **formats convencionals**:

Comissió d'agència del 0,00%
Comissió d'agència màxima del 0,25%
Comissió d'agència màxima del 0,50%
Comissió d'agència màxima del 1,00%

L'esglaonat de la comissió d'agència a aplicar **únicament** per als **formats/accions especials**:

Comissió d'agència del 0,00 %
Comissió d'agència màxima del 0,05 %
Comissió d'agència màxima del 0,10 %

La puntuació total dels licitadors corresponent al conjunt del Sobre B és la suma de les puntuacions parcials obtingudes en cadascun dels apartats anteriors.

7. PUNTUACIONS TOTALS

De la suma de la puntuació que correspon a les ofertes econòmiques, més les ofertes tècniques, valorades d'acord amb els criteris d'adjudicació, s'obtindrà la puntuació total que correspon a les proposicions dels licitadors, d'acord amb la qual es realitzarà la classificació definitiva de les proposicions, per ordre decreixent, per obtenir les ofertes econòmicament i tècnicament més avantatjoses.

8. CONFIGURACIÓ DE SOBRES

SOBRE A

- **DECLARACIÓ RESPONSABLE** conforme mantenen les seves condicions inicials de capacitat, solvència i representació mitjançant l'ANNEX del PCAP.
- **DECLARACIÓ DE MITJANS PERSONALS (Equip mínim)** mitjançant l'ANNEX del PCAP.
- **PROPOSTA TÈCNICA** "Exercici d'estratègia i planificació de mitjans" d'acord amb allò establert a la clàusula segona del Plec de prescripcions tècniques i que es valorarà d'acord amb els criteris establerts a l'apartat H.1 del Quadre de Característiques del PCAP (**preferiblement documents PDF**).

Serà causa d'exclusió:

- La no incorporació dins d'aquest sobre dels conceptes indicats anteriorment.
- La incorporació de documentació que no correspongui a aquest sobre quan es vulneri el secret de les ofertes o el deure de no tenir coneixement del contingut de la documentació relativa als criteris de valoració objectiva abans de la relativa als criteris de valoració subjectiva.

SOBRE B:

- **OFERTA ECONÒMICA** que es presentarà d'acord amb el model de l'ANNEX del PCAP en format EXCEL i signat electrònicament.
- **Cal omplir totes les caselles en TARONJA (referents a l'Acord Marc) i en GROC (referents a l'Expedient actual).**

Serà causa d'exclusió sense valoració:

- La no incorporació dins d'aquest sobre dels conceptes indicats anteriorment.
- Les ofertes econòmiques que tinguin omissions, errades o esmenes que no permetin conèixer clarament allò que es considera fonamental per valorar-les.
- Les ofertes en què no s'ofereixi preu per tots i cadascun dels conceptes obligatoris.
- Les ofertes que apliquin descomptes inferiors, preus superiors o comissions superiors, respecte a les de l'Acord Marc.

- Les ofertes econòmiques que excedeixin del pressupost base de licitació.
- Les ofertes econòmiques que modifiquin substancialment els models de proposició establerts en aquest plec, comportin un error manifest en l'import de la proposició, aquelles en les quals l'empresa licitadora reconegui l'existència d'error o inconsistència que la fa inviable.
- La incorporació incorrecta del format en el model de proposició econòmica: les dades incorporades han de tenir el format sol·licitat. Si es sol·licita en € s'ha d'expressar en €; si es sol·licita en % s'ha d'expressar en %; si es sol·licita una X ha de figurar una X.
- Les ofertes econòmiques en cap cas es poden aplicar les dues comissions d'agència (Formats Convencionals vs Formats Especials) simultàniament. En cas de aplicar-se, serà objecte d'exclusió.

9. OBSERVACIONS A L'ANNEX D'OFERTA ECONÒMICA

Apartat Impresos de l'Oferta econòmica:

- La ubicació de les insercions (sigui quin sigui el format) sempre haurà de ser senar.

Apartat Exterior de l'Oferta econòmica:

- Exclusivitat: en alguns casos els suports poden canviar d'exclusivista durant la vigència de l'Acord marc. L'oferta ha de tenir en compte aquesta possibilitat ja que preval el suport.

Apartat Digital de l'Oferta econòmica:

- Les caselles GRISES de la columna VALORS PRESENTATS ACORD MARC, no cal omplir-les.

10. CONCLUSIÓ I PROPOSTA

Es proposa iniciar procediment per a la contractació de serveis de gestió i inserció de publicitat en les actuacions de comunicació que es difonguin en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, televisió connectada, mitjà imprès, ràdio, exterior, mitjans digitals i xarxes socials, per a la difusió d'accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU per a l'any 2025, mitjançant consulta amb les empreses que han resultat adjudicatàries del Lot 1 de l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen (expedient EC-2022-0032).

A la data de la signatura electrònica de la directora de Màrqueting i Jocs de Loteries de Catalunya, SAU.

ANNEXOS

▪ ANNEX DECLARACIÓ RESPONSABLE DE PLENA VIGÈNCIA DE LA DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA ACREDITADA EN L'ACORD MARC.

(Incloure al Sobre A)

Núm. de l'expedient de contractació: **LCAT-2024-20100**

Objecte del contracte: Servei de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació per a la difusió de les accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU, per a l'any 2025

Nom i cognoms:

Càrrec:

Empresa:

NIF empresa:

Declaro sota la seva responsabilitat que l'empresa a la qual representa, com a licitadora d'aquesta contractació:

1. Que reuneix totes i cadascuna de les condicions exigides per a contractar amb l'Administració, ja que, tenint capacitat d'obrar, no es troba compresa en cap de les circumstàncies de prohibició per contractar amb el sector públic ni amb les Administracions Públiques.
2. Que declara vigents els requisits de capacitat, solvència i representació tal com ho va presentar en la documentació acreditada en l'Acord marc dels serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'administració de la Generalitat de Catalunya (expedient número EC 2022 32 – LOT 1).
3. Que en relació als requisits de solvència establerts per a aquest contracte basat (assenyalar l'opció que correspongui):
 - ☐ L'empresa ha acreditat, en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat.
 - ☐ L'empresa **NO TÉ ACREDITADA**, en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat, **per la qual cosa presento la corresponen documentació acreditativa**
4. Que en relació als signataris de la proposició d'aquest contracte basat (assenyalar l'opció que correspongui):
 - ☐ Són els mateixos que varen signar la participació a l'Acord Marc.
 - ☐ Són diferents dels que varen signar la participació a l'Acord Marc, **per la qual cosa presento la corresponent documentació acreditativa.**
5. Que els poders són vigents i no han estat modificats, restringits o limitats fins a la data d'avui.
6. Que està al corrent del compliment de les obligacions tributàries i de la seguretat social.
7. Que coneix i accepta incondicionalment el Plec de clàusules administratives particulars i el de prescripcions tècniques que regeixen aquesta licitació, així com, les previsions del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.

8. Que la informació i documents aportats són de contingut absolutament cert.
9. Que la bústia electrònica on realitzar les comunicacions i notificacions en el procés de licitació i, si s'escau, els posteriors tràmits d'adjudicació, formalització, modificació, negociació, execució i extinció normal o anormal del contracte és

I perquè així consti, signo aquesta declaració.

▪ **ANNEX DECLARACIÓ DE MITJANS PERSONALS**
(Incloure al Sobre A)

Núm. de l'expedient de contractació: **LCAT-2024-20100**

Objecte del contracte: Servei de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació per a la difusió de les accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU, per a l'any 2025.

Nom i cognoms:

Càrrec:

Empresa:

NIF empresa:

Declaro que, assabentat/ada de les condicions i els requisits que s'exigeixen per poder ser adjudicatari/ària del contracte de la referència, **proposa com a equip mínim** per a l'execució d'aquest contracte el personal que es detalla a continuació d'acord amb l'establert en **l'apartat G del quadre de característiques**:

Nom i cognoms	Categoria	Experiència
---------------	-----------	-------------

I perquè així consti, signo aquesta declaració.

- **ANNEX MODEL D'OFERTA ECONÒMICA (excel)**
(Incloure al Sobre B)