

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 02_PPT Central de Mitjans	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: SHETM-S22HI-VFLKS Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:53:18 Pàgina 1 de 5	SIGNATURES El documento ha sido _2 firmado_2 por _2 : 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 12:11 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 13:13
	ESTAT SIGNAT 26/11/2024 13:13



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS QUE HA DE REGIR EL CONTRACTE, PEL PROCEDIMENT OBERT, HARMONITZAT, DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT I CONTINGUTS EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LES CAMPANYES DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA.

1. Objecte del contracte
2. Especificació dels serveis
3. Equip tècnic mínim requerit
4. Fonts d'informació bàsiques del sector requerides pel contracte
5. Gestió del servei i terminis
6. Obligacions del contractista
7. Forma d'intermediació
8. Altra forma d'intermediació
9. Elaboració de les factures

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la prestació dels serveis d'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat i continguts en els mitjans de comunicació de les campanyes promocionals del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida (en endavant, Patronat de Turisme). La finalitat és l'establiment de les condicions econòmiques, preus màxims i descomptes mínims sobre les tarifes vigents, dels espais en els mitjans i suports detallats en el model Annex d'oferta subjecta a criteris automàtics que s'adjunta, així com la fixació de la comissió d'agència màxima aplicable durant la durada del contracte.

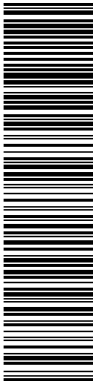
2. ESPECIFICACIÓ DELS SERVEIS

L'empresa adjudicatària del contracte portarà a terme els següents serveis:

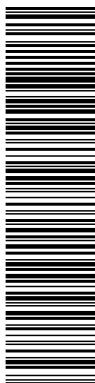
- **Assessorament estratègic:** recomanació estratègica de la combinació de mitjans nacionals i internacionals a emprar, basada en les anàlisis del *target group*/mercat i segons els objectius definits als brifings lliurats pel Patronat de Turisme durant la durada del contracte.
- **Planificació de mitjans:** recomanació tàctica dels mitjans i suports nacionals i internacionals idonis per a complir els objectius establerts pel Patronat de Turisme.

Aquesta recomanació s'haurà de justificar mitjançant criteris qualitatius i quantitatius, com les dades d'abastament estimades (audiència, cobertura, afinitat i altres mètriques) a través de les fonts d'estimació d'audiències requerides pel contracte i detallades al punt 4 d'aquest plec o, en cas de no tenir-ne, a través dels estudis propis o dels mateixos mitjans i suports. En qualsevol cas, l'empresa adjudicatària haurà de reportar els resultats dels suports digitals contractats amb les dades d'impressions aconseguides pels suports durant les campanyes, com a mínim mensualment.

La planificació de mitjans pot incloure el mitjà digital, el mitjà imprès, la televisió, la ràdio i el mitjà exterior. I pot incloure cadascun dels suports que integren els mitjans: les diferents plataformes, webs o xarxes socials del mitjà digital, les diferents capçaleres del



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 02_PPT Central de Mitjans	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: SHETM-S22HI-VFLKS Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:53:18 Pàgina 2 de 5	SIGNATURES El documento ha sido _2 firmado_2 por _2 : 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 12:11 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 13:13 ESTAT SIGNAT 26/11/2024 13:13



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 516960 SHETM-S22HI-VFLKS C3914F3783B509E417A1EEADC839E6519B5D9A) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadelleidia.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=6

mitjà imprès, les diferents cadenes de la televisió i la ràdio i els diferents tipus de peces del mitjà exterior (tanques, opis, etc.).

- **Mediació en les negociacions** dels espais publicitaris, tant convencionals com de continguts, patrocinis o accions especials, amb els suports de les campanyes que dugui a terme el Patronat de Turisme. Per això, l'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus/descomptes, estant al dia del mercat i, en qualsevol cas, aplicar com a mínim els descomptes o com a màxim els preus oferts en l'*Annex Oferta econòmica* d'aquesta licitació.
- **Contractació i gestió dels espais publicitaris:** l'empresa adjudicatària, prèvia aprovació del Patronat de Turisme, haurà de contractar els espais publicitaris de les campanyes, tant convencionals com no convencionals, i gestionar el lliurament del material necessari per a les insercions, facilitant les especificacions tècniques i les dates màximes.
- **Seguiment i control:** l'empresa adjudicatària farà el seguiment i control dels espais publicitaris contractats (convencionals i no convencionals) amb l'objectiu de verificar la correcta execució i d'optimitzar els resultats finals. Haurà de reportar l'abast de cadascuna de les diferents accions amb les mètriques pertinents, la ubicació i la qualitat de les campanyes de forma continuada, informant i actuant en cas d'incidència.
- **Tancament de campanya:** L'empresa adjudicatària, una vegada realitzat el control definit en l'anterior punt, haurà d'aportar una memòria de tancament de campanya que reculli el detall de les insercions tal com es van publicar, i que inclogui els possibles canvis produïts durant aquesta amb l'explicació necessària per entendre els canvis eventuais (per incidència i per acció correctora) del pla de mitjans tancat versus el pla de mitjans aprovat. El tancament ha de contenir una memòria visual, un *book*, amb les execucions de cada mitjà / versió i la seva repercussió (difusió, impressions..., la mètrica pertinent). No serà necessari repetir la imatge d'una mateixa execució per diversos suports d'un mitjà.
- **Fulls de control i documents justificatius:** tancament mensual amb el detall de les insercions segons model que proveirà el Patronat de Turisme a l'empresa adjudicatària per tal de ser aprovat abans de presentar la factura.

Acompanyant els fulls de control, l'empresa adjudicatària té l'obligació d'aportar els justificants que tingui al seu abast, sigui per les fonts del mercat contractades o per les acreditacions pròpies dels mitjans, o dels servidors externs, com a comprovants de les insercions de publicitat ordenades en cada suport.
- **Informes trimestrals:** L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar trimestralment, un informe de tota la facturació del trimestre anterior desglossant inversió total (per mesos, campanyes, mitjans i suports) i el seu acumulat.
- **Gestió d'influencers:** L'empresa adjudicatària portarà a terme la gestió de *bloggers*, *influencers* o *microinfluencers*, quan aquest servei es requereixi, a criteri del Patronat de Turisme. Aquest servei inclou: presentar proposta de perfils, concretar el contingut de la col·laboració, valorar el nivell d'engatjament i seguidors per negociar amb coneixement del mercat, contractar els professionals, tramitar els drets d'aquests si s'escau i fer el seguiment de cada acció.

Tots aquests serveis seran susceptibles d'aplicar-se en mercats internacionals, principalment en mercats com França, Alemanya, Regne Unit i Països Baixos.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 02_PPT Central de Mitjans	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: SHETM-S22HI-VFLKS Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:53:18 Pàgina 3 de 5	SIGNATURES El documento ha sido _2 firmado_2 por _2 : 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 12:11 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 13:13
	ESTAT SIGNAT 26/11/2024 13:13



3. EQUIP TÈCNIC MÍNIM REQUERIT

L'equip tècnic del qual disposarà l'empresa per a l'execució del contracte serà un equip amb titulació superior o experiència acreditada en agències de mitjans, en qualsevol dels casos s'haurà d'acreditar una experiència mínima, format per:

- Un director o cap de planificació amb un mínim de 3 anys d'experiència a càrrec d'un equip de planificadors i 5 anys d'experiència prèvia en la planificació multimèdia (mitjà imprès, mitjans digitals, televisió, ràdio i mitjà exterior). Es requereix una experiència mínima de dos anys portant algun compte del sector turístic.
- Dos planificadors de mitjans senyors amb un mínim de 5 anys d'experiència en la planificació multimèdia (mitjà imprès, mitjans digitals, televisió, ràdio i mitjà exterior). Es requereix una experiència mínima de dos anys portant algun compte del sector turístic per part d'algun dels dos planificadors.

Professional/s amb una experiència mínima d'1 any en posicionament en cercadors, gestió d'influencers i email màrqueting. No cal que l'experiència en aquestes disciplines estiguin concentrades en una sola persona, tampoc cal que sigui l'equip

L'experiència en planificació multimèdia inclou les diferents disciplines dins de l'àmbit digital: compra programàtica, posicionament en cercadors, xarxes socials, gestió de continguts, gestió d'influencers, email màrqueting i la resta de camps. No és imprescindible que el mateix equip assignat al Patronat de Turisme tingui experiència en totes les àrees, però sí que s'haurà de presentar els professionals necessaris per a cobrir-les totes.

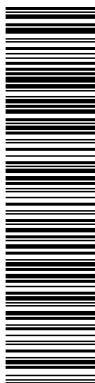
Si durant el transcurs del contracte algun dels professionals de l'equip interlocutor marxa de l'empresa, és baixa mèdica o sorgeix alguna justificació de pes per la qual el Patronat de Turisme requereix un canvi, l'adjudicatari resta obligat a substituir-lo amb un professional amb capacitació i experiència equivalents.

L'experiència s'ha d'acreditar mitjançant una declaració responsable i el *curriculum vitae* dels professionals designats. Detallant les titulacions acadèmiques, el càrrec que desenvolupa actualment, els anys d'experiència, la/es empresa/es on ha treballat i els clients més rellevants per l'objecte del contracte pels que ha treballat/treballa.

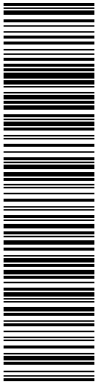
4. FONTS D'INFORMACIÓ BÀSIQUES DEL SECTOR REQUERIDES PEL CONTRACTE

Les empreses licitadores hauran de tenir contractades les fonts d'informació i el software corresponent per tal de desenvolupar el servei de planificació, seguiment i control de les campanyes. Aquesta condició té caràcter d'obligació essencial i l'incompliment pot ser causa de resolució del contracte:

- GFK o Comscore (audiències dels mitjans digitals)
- EGM (audiències dels mitjans)
- OJD i PGD (tirades i difusions del mitjà imprès)
- Kantar Media (audiències de televisió)
- Geomex (audiències del mitjà exterior)
- Infoadex o Arce Media (inversions publicitàries)



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 02_PPT Central de Mitjans	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: SHETM-S22HI-VFLKS Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:53:18 Pàgina 4 de 5	SIGNATURES El documento ha sido _2 firmado_2 por _2 : 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 12:11 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 13:13	ESTAT SIGNAT 26/11/2024 13:13



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 516960 SHETM-S22HI-VFLKS C3914F3783B503E417A1EEADC839E6519B5D9A) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputadollleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=6

En cas que durant la vigència del contracte alguna de les fonts anteriors desaparegui, l'empresa adjudicatària haurà d'aportar una altra font del mercat per tal de poder seguir donant la informació de la font desapareguda.

5. GESTIÓ DEL SERVEI I TERMINIS

La competència per contractar els serveis, radica de forma exclusiva en l'àrea de Comunicació del Patronat de Turisme, qui, com a unitat gestora, farà tots els encàrrecs de prestacions de servei derivats d'aquest contracte. Les peticions es faran preferentment mitjançant correus electrònics amb les dades necessàries o annexant brífings específics.

L'empresa adjudicatària trametrà la planificació i els altres termes requerits en l'encàrrec, preferentment via correu electrònic, en el termini general màxim de 5 dies. Tret dels casos en què s'especifiqui un termini més curt o ampli, a comptar des de la recepció del correu electrònic de l'encàrrec tramès per l'òrgan gestor.

En els casos d'anuncis oficials i comunicats urgents el termini podria ser inferior a les 24 h.

El Patronat de Turisme, remetrà la conformitat de l'estratègia i/o planificació, si escau, amb les esmenes que es considerin convenients.

L'empresa adjudicatària contractarà els espais publicitaris, accions especials, contingut o *influencers* de la campanya aprovada, i gestionarà el lliurament del material necessari per a l'execució de les accions corresponents.

6. OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

L'empresa adjudicatària, durant la durada del contracte té l'obligació d'aplicar com a mínim els descomptes i com a màxim els preus presentats a l'oferta econòmica, sens perjudici de poder millorar-los. Així mateix tindrà l'obligació d'aplicar els descomptes estacionals o abaixades de tarifes o preus dels diferents suports sempre que resulti econòmicament més avantatjós.

7. FORMA D'INTERMEDIACIÓ

D'acord amb aquest plec, el Patronat de Turisme podrà contractar la inserció de publicitat a través de l'empresa adjudicatària del present procediment, qui facturarà el cost del mitjà més la comissió d'agència corresponent, segons els preus nets màxims o descomptes mínims de l'oferta econòmica presentada.

8. ALTRA FORMA D'INTERMEDIACIÓ

El Patronat de Turisme es reserva el dret de negociar i contractar directament col·laboracions puntuals amb els mitjans, de manera excepcional, sense que aquesta negociació i/o contractació generi cap despesa en concepte de comissió d'agència, a través dels procediments estipulats per la Llei de Contractes del Sector Públic. Són supòsits d'aquestes intermediacions excepcionals les col·laboracions amb suports molt locals o puntuals amb motiu de fires, esdeveniments culturals, espais de promoció de posts dels *community managers*, determinades col·laboracions amb altres agents del sector turístic dintre o fora de l'estat espanyol, per exemple.

En el cas que aquesta negociació/contractació es tramités a través de l'empresa contractista, aquesta tindrà dret a percebre la comissió d'agència, especificada en l'oferta econòmica, sobre la publicitat que resulti d'aquest acord excepcional.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: 02_PPT Central de Mitjans	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: SHETM-S22HI-VFLKS Data d'emissió: 3 de Març de 2025 a les 10:53:18 Pàgina 5 de 5	SIGNATURES El documento ha sido _2 firmado_2 por _2 : 1.- Cap Servei Premsa de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 12:11 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 26/11/2024 13:13
	ESTAT SIGNAT 26/11/2024 13:13



Així mateix el Patronat de Turisme es reserva el dret de patrocinar diferents accions o formats de comunicació de manera directa, excepcionalment, quan la contractació dels espais estiguin molt lligats a esdeveniments locals. En aquests casos, l'empresa licitadora no tindrà dret a percebre la comissió d'agència sobre ells.

9. ELABORACIÓ DE LES FACTURES

- a. Les factures hauran de presentar-se un cop els fulls de control i comprovants estiguin aprovats per part de l'equip del Patronat de turisme.
- b. De forma prèvia a l'entrada de les factures es trametrà pel contractista el corresponent full de control que incorporarà els següents conceptes:
 - Referència de l'expedient i/o ordre de publicitat així com el nom de l'Acció i/o Campanya.
 - Mitjà on s'ha inserit la publicitat amb la data d'aparició de l'anunci.
 - Format de l'anunci encarregat.
 - Preu brut segons tarifa vigent del mitjà.
 - Descompte aplicat segons l'oferta presentada o acord entre el Patronat de Turisme i el mitjà i resultat d'aplicar el descompte.
 - Comissió d'agència pactada i resultat d'aplicar aquesta comissió.
 - IVA vigent i resultat d'aplicar l'IVA.

Lleida, a data de la signatura electrònica

