



**COMANDA DE SERVEIS D'INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL EN
MITJANS DE COMUNICACIÓ**

Acord marc origen: EC 2022 32 Acord marc serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació
Procediment: basat per concreció de condicions. Aquesta licitació serà electrònica i es tramitarà mitjançant l'eina de presentació d'ofertes telemàtiques
Objecte: serveis de gestió i d'inserció de publicitat institucional a Komoot amb la finalitat de millorar el posicionament de Catalunya en diversos mercats europeus, com a destinació per a propostes actives a l'aire lliure en contacte amb la natura i també la creació de contingut exclusiu pel mercat italià de turisme actiu/outdoor a través dels canals propis de Lonely Planet Italia , així com la contractació de Hopscotch Italy per dur a terme un projecte de influencer marketing, per tal d'ampliar la presència i el coneixement de Catalunya a les xarxes socials a Itàlia i posar en valor les peculiaritats del territori, la bellesa i les oportunitats de viatge.
L'objecte del contracte correspon a: ☐ Lot 1: Multimèdia ☒ Lot 2: Digital
Termini d'execució: El termini d'execució del contracte serà des de l'adjudicació del contracte fins a 5 de desembre de 2025

S'adjunta a aquesta comanda un brífing de mitjans amb la planificació de les insercions.

Pel servei d'inserció de publicitat institucional a **Komoot** per a diversos mercats europeus (Itàlia, Espanya, Europa Central, Benelux, França, Regne Unit i Irlanda) per promocionar la varietat de propostes que Catalunya ofereix en relació amb els viatges vinculats a activitats esportives a l'aire lliure (senderisme, alpinisme, cicloturisme, gravel, rutes en bicicleta, entre d'altres), dirigides a diferents públics, incloent-hi les famílies, amb l'objectiu de millorar el posicionament de Catalunya com a destinació per a activitats a l'aire lliure en contacte amb la natura.

Exclusivament pel mercat italià, pel servei d'inserció de publicitat institucional a través de contingut de turisme actiu/outdoor als canals propis de **Lonely Planet Italia** en format download PDF i la seva comunicació a través dels canals propis de Lonely Planet Italia, així com brífing de mitjans pel servei d'influencer marketing amb **Hopscotch Italy** per tal d'ampliar la presència i el coneixement de Catalunya a les xarxes socials a Itàlia i posar en valor les peculiaritats del territori, la bellesa i les oportunitats de viatge. Per difondre aquesta informació es preveu la implicació de 3 influencers, cadascun enfocat a un segment determinat, per donar a conèixer la destinació a un públic ampli interessat en viatjar i que busca nova inspiració.

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El missatge de les campanyes amb Komoot, Lonely Planet Italia i Hopscotch Italy té com a objectiu continuar promovent propostes turístiques orientades a: desestacionalitzar el turisme, distribuir els fluxos turístics cap a territoris i zones menys conegudes als circuits turístics, presentar noves experiències per augmentar la despesa dels viatgers i desconcentrar les àrees amb més concentració turística, a més de fomentar la pràctica d'activitats a la natura de manera respectuosa.

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis als mitjans digitals i xarxes socials.

Els serveis designats per l'Acord Marc, als quals es compromet la central de mitjans adjudicatària, són:

1) Servei de negociació, optimització, contractació i execució de les accions publicitàries. L'especificitat i constant evolució d'aquestes tecnologies fa que sigui recomanable un plantejament més integral del servei per tal de garantir la viabilitat de les propostes. En els casos on la complexitat i innovació de les accions especials a realitzar així ho requereixi inclourà l'execució tècnica que se'n derivi. Tanmateix, es valorarà en cada cas concret la necessitat d'integrar part o la totalitat de la gestió.

2) Servei de control i seguiment diari de l'evolució de campanya amb el seu **reajustament/reconducció** per tal d'assolir els objectius. Control de les visites a la landing page si s'escau. En el cas de xarxes socials el nombre de clics segons els objectius fixats i les impressions assolides (d'orgànic i de pagament), interaccions (totals i concretes), nous fans o seguidors, etcètera.

3) Servei de tancament de campanya. Es lliurarà un tancament de campanya comparatiu entre la proposta adjudicada i el pla executat.

4) Servei d'intermediació en la contractació d'espais publicitaris en el cas d'insercions puntuals que no requereixin planificació prèvia.

2. Període de les insercions

Les insercions es realitzaran des de l'adjudicació del contracte fins a 5 de desembre de 2025.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 111.570,24€ IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 135.000,00 €).

4. Detall de la inserció/planificació

Komoot

MERCAT	SUPORT	FORMAT ESPECIAL	CANAL	INSERCIIONS	CLICS ESTIMATS	CALENDARI
Espanya	KOMOOT	Branded content: Col·lecció Gravel	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Espanya	KOMOOT	Branded content: Col·lecció senderisme en família target adolescents	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Itàlia	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Gravel	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Itàlia	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Senderisme en família	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Regne Unit	KOMOOT	Branded content: Col·lecció senderisme en família target adolescents	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Regne Unit	KOMOOT	Branded content: Col·lecció Cicloturisme en família	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Alemanya	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Cicloturisme-Rutes entre cultura i natura	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre

Alemanya	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Grans Rutes senderistes de Catalunya	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Alemanya	KOMOOT	Branded content: Creació Col·lecció TBD amb un content creator	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
França	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Cicloturisme en família	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
França	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Cicloturisme per explorar Catalunya	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Benelux	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Cicloturisme de carretera	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre
Benelux	KOMOOT	Branded content: Traducció i esponsorització Col·lecció Grans Rutes senderistes de Catalunya	Web propi Komoot	1	3.538 clics	Juny a desembre

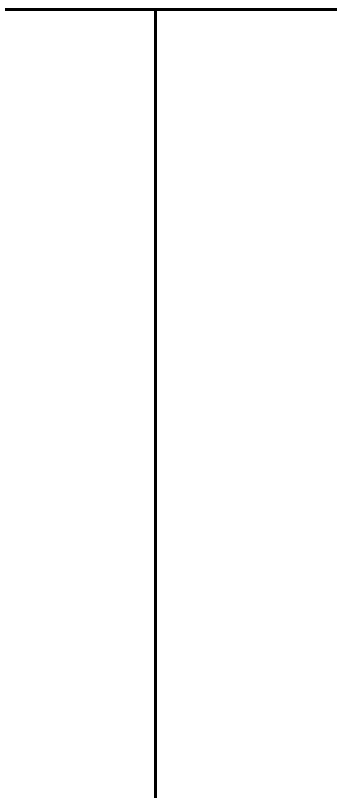
Lonely Planet Italia

MERCAT	SUPORT	FORMAT ESPECIAL	CANAL	INSERCIONS	KPIs ESTIMATS	CALENDARI
Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	ADV Display	Web propi Lonely Planet Italia	1	3.500 impressions	A definir amb el suport

Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	Post IG	IG de Lonely Planet Italia	1	25.000 visualitzacions	A definir amb el suport
Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	IG Stories	IG de Lonely Planet Italia	3	Abast mínim garantit: 25.000 visualitzacions	A definir amb el suport
Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	Post FB	FB de Lonely Planet Italia	1	30.000 visualitzacions	A definir amb el suport
Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	Newsletter B2C	BBDD Lonely Planet Italia	1	Taxa mínima d'obertura garantida: 20%	A definir amb el suport
Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	Branded content: article native	Web propi Lonely Planet Italia	1	Visualitzacions mínimes garantides: 1000 en 12 mesos	A definir amb el suport
Itàlia	LONELY PLANET ITALIA	Landing page	Web propi Lonely Planet Italia	1	Visualitzacions mínimes garantides: 4000 en 12 mesos	A definir amb el suport

Hopscotch Italy

MERCAT	ACCIÓ ESPECIAL – MÀRQUETING D'INFLUÈNCIA	CANALS	FORMATS	INSERCIONS	CALENDARI
ITÀLIA	Hopscotch Italy	Instagram/Tik Tok/Blog de @ Bazatravel	Posts	4	Maig-octubre 25
			Stories	7/dia	
		Instagram/Tik Tok @Trip N Roll	Tik Tok	1	
			Posts	4	
			Stories	7/dia	
			Tik Tok	1	
			Posts	4	
			Stories	7/dia	
		Instagram/Tik Tok/Blog de @Acchiappa mappa	Tik Tok	1	



Si el contingut que comparteix *l'influencer* té fins publicitaris, aquesta etiqueta s'ha d'identificar de manera clara i inequívoca. Aquesta obligació d'etiquetatge recau en la persona *influencer*.

Cal tenir en compte la normativa del país del públic al qual es dirigeix *l'influencer*, que entre d'altres obligacions podrà comportar que l'etiquetatge es realitzi en l'idioma de cada país.

5. Classificació empresarial i solvència econòmica i financera i tècnica requerides

Classificació empresarial:

Lot 2: Digital

Classificació segons RD 773/2015
Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: 1

La solvència econòmica i financera:

La solvència econòmica i financera que s'exigeix per aquest contracte serà el volum anual de negocis referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de

les dates de constitució o d'inici de les activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per un import igual o superior al pressupost de licitació. Aquesta solvència s'acreditarà mitjançant una declaració responsable.

Aquells licitadors que no hagin 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, hauran d'aportar la declaració responsable conforme mantenen les condicions inicials de capacitat i la documentació acreditativa de la solvència requerida en els plecs de clàusules administratives particulars del corresponent contracte basat o de la corresponent concreció de condicions.

Solvència tècnica o professional:

La solvència tècnica o professional que s'exigeix per aquest contracte és la següent:

Declaració responsable que inclogui una relació dels principals serveis o treballs d'igual o similar naturalesa a l'objecte del contracte realitzats en els darrers tres anys, que inclogui per a cada anualitat: import, dates i els destinataris públics o privats com també l'import total executat. L'import anual dels serveis o treballs d'igual o similar naturalesa realitzats durant l'anualitat de major execució del període de tres anys esmentat serà de, com a mínim, el pressupost de licitació, IVA inclòs, d'aquesta contractació.

Aquells licitadors que no hagin 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, hauran d'aportar la declaració responsable conforme mantenen les condicions inicials de capacitat i la documentació acreditativa de la solvència requerida en els plecs de clàusules administratives particulars del corresponent contracte basat o de la corresponent concreció de condicions.

6. Termini de presentació de les ofertes

En el termini màxim que s'assenyala en l'anunci de licitació publicat al perfil del contractant de la Plataforma de Serveis de Contractació Pública.

7. Presentació i criteris d'adjudicació

Documentació a presentar:

- a) **Una declaració responsable** conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc o la classificació empresarial opcional, **annex 1** a la comanda.
- b) **L'oferta econòmica.** Segons el model de proposició econòmica **annex 2** a la comanda.

D'acord amb la clàusula quaranta-dosena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, **la no participació, sense causa justificada, en més de 5 invitacions als procediments basats és causa de resolució de l'Acord marc.** La justificació de la impossibilitat de participar en el procediment basat es realitzarà mitjançant **la presentació de l'escrit pertinent davant l'òrgan de contractació.** No es podrà al·legar com a causa justificada per no participar qualsevol circumstància que pugui donar lloc a la resolució de l'Acord Marc, en aplicació de les causes previstes en l'article 211 de la LCSP.

Criteris d'adjudicació:

Els criteris d'adjudicació són els que estan previstos a l'apartat O1. Detall i mètode per valorar els criteris d'adjudicació, de la memòria justificativa del contracte i són els següents:

Per a valorar l'oferta econòmica presentada el criteri emprat és el preu unitari final optimitzat. La puntuació màxima d'aquest criteri és de 100 punts i s'aplicarà la fórmula següent:

$$\text{Puntuació} = \frac{(100 \text{ punts}) \times (\text{import base més baix})}{(\text{import base que es valora})}$$

També segons la clàusula trenta-unena, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta.

8. Garanties

Definitiva: 5,00 %

Del preu final ofert per l'empresa que hagi presentat la millor oferta, IVA exclòs (pel cas que la determinació del preu s'hagi establert a tant alçat) o del pressupost base de licitació, IVA exclòs (pel cas que la determinació de preu s'hagi establert per preus unitaris).

9. Condicions especial d'execució

Les que preveu l'Acord Marc de referència a la clàusula vint-i-setena del plec de clàusules administratives particulars. Concretament, i entre d'altres, les següents:

- **Per a la igualtat de gènere:** l'empresa contractista s'obliga a aplicar en executar les prestacions pròpies del servei les mesures destinades a promoure la igualtat entre homes i dones.
- **D'estabilitat laboral i de qualitat en l'ocupació:** l'empresa contractista es compromet a dedicar els recursos humans i materials necessaris per a la correcta execució de l'Acord marc i els contractes basats i mantenir durant la vigència de l'Acord marc la composició (quant a quantitat i qualitat del personal) de l'equip de treball acreditat com a solvència mínima i de l'equip presentat com a millora.

El personal adscrit a l'execució del contracte dependrà exclusivament de l'empresa adjudicatària i no adquirirà cap vincle laboral amb l'Administració de la Generalitat de Catalunya, ni amb la resta d'entitats o organismes destinataris de l'Acord marc.

L'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i contínua, sobre el personal integrant de l'equip de treball encarregat de l'execució del contracte, el pagament de salaris, la concessió de permisos, llicències i vacances, la substitució dels treballadors en supòsits de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de les cotitzacions i el pagament de prestacions, quan s'escaigui, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la



potestat disciplinària, així com tots els drets i obligacions que es puguin derivar de la relació contractual entre ocupador i empleat.

D'acord amb la prescripció sisena del PPT, les empreses hauran de mantenir durant la vigència de l'Acord marc la composició (quant a quantitat i qualitat del personal) de l'equip de treball acreditat com a solvència mínima i de l'equip presentat com a millora i aportar tot el personal necessari i suficient per a la realització dels serveis, d'acord amb el Plec de prescripcions tècniques del contracte basat o de la concreció de condicions corresponent.

- **Altres clàusules diferents de les anteriors:** l'empresa contractista, en l'elaboració i presentació de l'objecte del contracte, ha d'incorporar la perspectiva de gènere i evitar els elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge i de la imatge.
- **Clàusules ambientals:** s'estableixen les següents consideracions mediambientals a fi de contribuir a complir l'objectiu que estableix l'article 88 de la Llei 2/2011, de 4 de març, d'economia sostenible; el manteniment o la millora dels valors mediambientals que es puguin veure afectats per l'execució del contracte:
 - Reduir les impressions el màxim possible i lliurar tots els documents generats preferentment en format electrònic. Quan sigui necessari imprimir, utilitzar preferentment paper 100% reciclat i fabricat amb un procés lliure de clor, fer les impressions a doble cara i en blanc i negre.
 - Separar i gestionar correctament les diferents fraccions de residus generats i implementar mesures d'estalvi d'aigua i energia a l'oficina.
 - Realitzar els desplaçaments imprescindibles per l'execució del contracte, prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).

Marta Teixidor Thos
Responsable Mercat Itàlia i Israel