

DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp: 903700-2025

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA COMPRA D'ESPAIS PUBLICITARIS A LA PREMSA GENERALISTA LÍDER ON/OFF EL PERIÓDICO, SPORT, PREMSA LOCAL I ALTRA PREMSA GENERALISTA PER A LES ACCIONS DE COMUNICACIÓ DE L'ANY 2025 A TRAVÉS DE LES AGÈNCIES DE MITJANS HOMOLOGADES

Departament: Direcció de Serveis de Comunicació

Responsable: Cap del Servei de Màrqueting i Publicitat

Projecte: Reserva i compra d'espais publicitaris per a l'activació d'accions de comunicació

1. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

Durant l'any 2025 els principals objectius de comunicació estaran alineats amb l'Acord per al Govern de l'AMB signat a l'inici del mandat 2023-2027 i amb el desenvolupament del Pla d'actuació metropolitana (PAM) que s'està redactant. Destaquem els principis orientadors i els objectius programàtics que han de conduir les accions de comunicació:

- Consolidar la construcció d'una metròpolis territorialment vertebrada i socialment cohesionada.
- Desenvolupar una política pública d'habitatge que permeti ampliar l'oferta d'habitatge assequible i de qualitat.
- Enfortir l'estratègia per millorar l'equilibri ecològic del territori metropolità i afrontar els reptes derivats de l'emergència climàtica.
- Promoure la mobilitat sostenible i de baixes emissions.
- Desenvolupar noves polítiques a favor de la ciutadania tot consolidant l'estructura de la Institució.
- Completar els serveis i competències fixades a la llei metropolitana, especialment pel que fa a urbanisme, transport i mobilitat.
- Treballar en temes que siguin d'interès comú amb altres institucions i territoris i institucions. Reforçar la presència en l'àmbit internacional i el compromís en la cooperació al desenvolupament.

2. SELECCIÓ DELS SUPORTS

La selecció dels suports s'ha efectuat, en tots els casos, atenent-nos als seus valors i al compromís amb el territori metropolità de Barcelona, en el qual tots són mitjans i suports de referència. A més, també s'han tingut en compte indicadors objectius com ara la difusió, les audiències i el seguiment per mitjà de les xarxes socials.



Mitjans generalistes (ON|OFF):

- **El Periódico de Catalunya (ON|OFF)**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *tercer diari de més lectura al territori*.
Audiència paper: 209.000 lectors una afinitat del 97,8.
Edició digital, usuaris únics (000): 3.138 amb una cobertura del 55,2 % i una afinitat de 164.
Xarxes socials: Twitter 708.088 seguidors.
 - **Adreçat al nostre públic objectiu**: Homes (58 %) i dones (42 %), classes MB-MM-MA-A que viuen a l'àrea metropolitana de Barcelona i Catalunya.
- **SPORT (ON|OFF)**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *segon diari esportiu de més lectura al territori*.
Audiència: 167.000 lectors amb una afinitat del 94,4.
Edició digital, usuaris únics (000): 1.871.000 amb un 32,9 % de cobertura i una afinitat de 130.
Xarxes socials: Twitter 1.922.676 seguidors.
- **El Far de Llobregat (ON|OFF)**
20.500 exemplars. Cobertura: Castelldefels, Cornellà, Corbera, Esplugues, el Papiol, el Prat, l'Hospitalet, Gavà, Molins de Rei, Sant Joan Despí, Sant Boi, Sant Feliu, Sant Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Cervelló,.
- **Anuari El Far de Llobregat (ON|OFF)**
- **El Llobregat / ellobregat.com (ON|OFF)**: 35.000 exemplars. Cobertura: Castelldefels, Cornellà, Corbera, Esplugues, el Papiol, el Prat, l'Hospitalet, Gavà, Molins de Rei, Sant Joan Despí, Sant Boi, Sant Feliu, Sant Vicenç dels Horts, Santa Coloma de Cervelló, Viladecans.
- **Elbaix.cat (ON|OFF)**
- **La premsa del Baix /lapremsadelbaix.es (ON|OFF)**: 22.354 exemplars i 106.707 visites web. Cobertura: Esplugues, Sant Joan Despí, Cornellà, Sant Just Desvern, Sant Feliu del Llobregat, Molins de Rei, Sant Vicenç dels Horts, Viladecans, Pallegà, Castelldefels, Gavà i Sant Climent del Llobregat.
- **Llobregat Motor (ON|OFF)**: 25.000 exemplars.
- **Altres capçaleres de premsa local metropolitana ON |OFF**
- **Altra premsa d'àmbit Catalunya ON |OFF**
- **Altra premsa d'àmbit Espanya ON |OFF**
- **Premsa internacional ON |OFF**
- **Altres suplementes de premsa d'àmbit Catalunya o Espanya ON |OFF**

3. DESCRIPCIÓ I CONTINGUT DELS FORMATS

- **OFF_Branded content/redaccional/pàgines especials redaccionals**: 1 pàgina, 2 pàgines, més de 2 pàgines
- **OFF/Publicitat**: Formats inferiors a ½ pàgina senar, iguals o superiors a ½ pàgina senar i patrocinis.



- **OFF/ Branded content/redaccional/pàgines especials redaccionals- Suplements, monogràfics, dossier, foros i accions Singulares i edició cap de setmana:** 1 pàgina, 2 pàgines, més de 2 pàgines
- **OFF/Publicitat - Suplements, monogràfics, dossier, foros i accions Singulares i edició cap de setmana:** Formats inferiors a ½ pàgina senar, iguals o superiors a ½ pàgina senar i patrocinis
- **OFF/ON Patrocini acte o acció singular que tingui lloc al territori**
- **OFF/ON AAEE/Jornades tècniques:** Organització de jornades o actes sobre temes estratègics de l'AMB, on es genera contingut d'interès tant prèviament com posteriorment
- **ON_Monogràfic temàtic interactiu:** inclusió infografies, banners, vídeo, entrevista, enquestes.
- **ON_Branded content:** publicació article de l'edició impresa.
- **ON_Format publicitari:** robadoble, billboard, banner estàtic (HOME i ROS) i altres.

4. PERÍODE DE L'ACCIÓ: any 2025, fins al 31 de desembre.

5. INVERSIÓ MÀXIMA: 390.082,65 € (sense IVA) i 472.000,01 € (IVA inclòs), que anirà a càrrec de la partida pressupostària **G1024 92000 22602** de l'any 2025. A mesura que es vagin impulsant les accions comunicatives, es facturarà mensualment juntament amb la presentació dels justificants de la seva emissió.

El descomptes i preus unitaris finals dependran del resultat de les negociacions de les centrals de mitjans. Cal tenir en compte que els descomptes mai no podran ser inferiors als que s'han ofert en l'acord marc de mitjans, ni deixar de respectar totes les condicions establertes en la seva homologació.

