

DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp: 904066/2025

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA COMPRA D'ESPACIS PUBLICITARIS A LA PREMSA GENERALISTA LÍDER ON/OFF EL PAÍS, 20 MINUTOS, ARA, EL PUNT I ALTRE PREMSA LOCAL ON/OFF DEL VALLÉS OCCIDENTAL I DE L'ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA 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 metropolità (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 metropolitàna, 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):

- **20 Minutos:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *segon diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el segon en digital.
 - **Audiència:** 281.000 lectors per exemplar amb una afinitat del 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 3.143 amb una cobertura del 55,2 % i una afinitat de 104.
 - **Xarxes socials:** twitter 1.469.409 seguidors
- **El País:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *quart diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el tercer en digital.
 - **Audiència:** 34.000 lectors per exemplar amb una afinitat de 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 2.922 amb una cobertura del 51,4 %.
 - **Xarxes socials:** elPais.cat Twitter 20.704 seguidors
- **Ara.cat:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *sisè diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el dotzè digital.
 - **Audiència:** 71.000 lectors per exemplar amb una afinitat del 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 506 amb una cobertura del 8,9 % i una afinitat de 515.
 - **Xarxes socials:** Twitter 543.442 seguidors
- **Punt-Avui:**
 - **Nivells d'audiència**, que el situen com el *novè diari generalista en paper de més lectura al territori*, i el trenta-cinquè digital.
 - **Audiència:** 68.000 lectors per exemplar amb una afinitat del 100.
 - **Edició digital, usuaris únics (000):** 296 amb una cobertura del 5,2 % i una afinitat de 561.
 - **Xarxes socials:** Twitter 269.874 seguidors

Mitjans locals Vallès Occidental (ON|OFF):

- **Tot Sant Cugat/ totsantcugat.cat:** 19.053.000 exemplars.
- **Sant Cugat Magazine:** 15.136
- **Tot Cerdanyola/ totcerdanyola.cat:** 563.661 visites web. Cobertura: Cerdanyola i Ripollet.
- **Cerdanyola al dia:** 6.037 exemplars.
- **Línia Vallès (edició Cerdanyola):** 1.495 exemplars.
- **Ripollet al dia:** 6.000 exemplars.
- **Moncastellbisbal.cat/monterrassa**

Mitjans locals Àrea Metropolitana de Barcelona (ON|OFF):

- **Totbarcelona.cat:** 563.661 visites web.
- **Kpress**
- **Gente Catalunya:** 23.229 exemplars.



- **Lo mejor:** 20.000 exemplars. Setmanal. Distribució població Baix Llobregat, Bcd.Nord i Maresme.
- **Altres capçaleres de premsa local metropolitana**

3. DESCRIPCIÓ I CONTINGUT DELS FORMATS

Suports

- **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 Singulars i edició cap de setmana:** 1 pàgina, 2 pàgines, més de 2 pàgines
- **OFF/ON Patrocini acte o acció singular que tingui lloc al territori**
- **ON_Monogràfic temàtic interactiu:** inclusió infografies, banners, vídeo, entrevista, enquestes.
- **ON_Branded content:** publicació article de l'edició impresa.
- **ON_Branded Content / redaccional / pàgines especials**
- **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: 397.851,24 € (sense IVA) i 481.400€ (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.

