

DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp: 904109/25

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA COMPRA D'ESPACIS PUBLICITARIS A LES EMISSORES DE RÀDIO GENERALISTES, RÀDIO FÓRMULA, RÀDIO LOCALS I ALTRES EMISSORES DE RÀDIO, 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.

Ràdios generalistes, ràdio fórmula i ràdios locals:

- **SER CATALUNYA:** Segona emissora de referència al territori, amb 191.000 oients a l'àrea metropolitana, i una afinitat de 99,5.
 - Emissora que té un compromís amb el territori, crea un espai i programes de dedicació exclusiva.



- Xarxes socials: Ser.cat Twitter 20.523 seguidors.
- **LOS40:** 114.000 oients a l'àrea metropolitana, i una afinitat de 93.
 - Twitter: 1.559.526 seguidors.
- **DIAL:** 45.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 97,8.
 - Twitter Catalunya: 4.219 seguidors
- **ONDACERO:** 61.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 98,4.
 - ONDA CERO CAT: 3.071 seguidors
- **EUROPAFM:** 43.000 oients, amb una afinitat de 95,3.
 - Europa FM CAT: 1.354 s.
- **CATALUNYA RÀDIO:** Tercera emissora de referència al territori, amb 545.000 oients CAT i 164.000 a l'àrea metropolitana, i una afinitat de 98,2.
 - Emissora que té un compromís amb el territori i comparteix valors centrals dels nostres programes: sostenibilitat, ajudes als col·lectius més desfavorits.
 - Xarxes socials: Twitter: 272.708 seguidors.
- **RAC 1:** Emissora de referència i líder al territori i en totes les franges horàries, amb un total de 880.000 oients CAT i 336.000 a l'àrea metropolitana, i una afinitat de 98,5.
 - Emissora que té un compromís amb el territori i comparteix valors centrals dels nostres programes: sostenibilitat, ajudes als col·lectius més desfavorits.
 - Xarxes socials: Twitter 329.789 seguidors
- **RAC105:** 48.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 98,6.
 - Twitter: 21.019 seguidors
- **RÀDIO TELETAXI:** Emissora de forta implantació al Barcelonès nord i al Baix Llobregat, amb 174.000 oients CAT i 54.000 oients a l'àrea metropolitana.
 - Emissora que té un compromís amb el territori i una connexió amb els col·lectius més desfavorits.
 - Xarxes socials: Twitter 8.018 seguidors
 - Programa seleccionat: El Jaroteo, amb Justo Molinero. DI-Dv. 10 h – 13 h.
 - Programa que acompanya l'actualitat de la metròpolis en format entrevistes.
- **FLAIXBAC:** 70.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 92,9.
 - Twitter Cat: 27.774 seguidors
- **FLAIX FM:** 59.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 96,6.
 - Twitter: 56.030 seguidors



- **COPE:** 108.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 99,1.
 - Twitter Cat: 1.361 seguidors
- **C100:** 66.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 95,5.
 - Twitter: 440.969 seguidors
- **RADIO MARCA:** 520.000 oients.
 - Twitter: 143.693 seguidors
- **Ràdio Estel:** 12.000 oients.
 - Twitter: 4.817 seguidors
- **ROCK FM: 1.014.000 oients**
 - Twitter: 222.782 seguidors
- **KISS FM:** 41.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 97,6.
 - Twitter: 95.393 seguidors
- **CADENA DIAL:** 45.000 oients a l'àrea metropolitana, amb una afinitat de 97,8.
 - o Twitter Catalunya: 4.219 seguidors

• RESTA D'EMISSORES DE LA CCMA

• ALTRES WEBS DE RÀDIO

• RÀDIOS MUNICIPAL (XAL):

- El Prat Ràdio
- Ràdio Pallejà
- Ràdio Sant Feliu
- Ràdio Sant Vicenç
- Ràdio Ciutat de Badalona
- Cerdanyola Ràdio
- Cugat.cat Ràdio
- Altres emissores municipals (XAL)

- **PODCAST EMISSORES CONVENCIONAL**
- **ALTRES EMISSORES CATALANES**
- **ALTRES EMISSORES FORA DE CATALUNYA**

3. DESCRIPCIÓ I CONTINGUT DELS FORMATS

Ràdio:

- Entrevistes i reportatges en programes afins per temàtica.
- Mencions
- Falques 10", 20" i 30"
- Accions especials: sortida de programa, patrocini de secció, espai 1 minut, Reportatge/entrevista/secció 30 minuts i campanya 4 podcast / videopodcast



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

5. INVERSIÓ MÀXIMA: 173.553,72 € (sense IVA) i 210.000 € (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.

RCS WQUJDSTRA, Elana (3 de 3)
Directoria de Serveis de Comunicació
Data signatura :28/10/2025 14:50:24
HASH:A0D3EE363F1B04661148978CF0017EA7D215C1C

SOLANO,CERECEDA, Silvia (2 de 3)
Cap de Servei Màrqueting i Publicitat
Data signatura :28/10/2025 14:25:07
HASH:A0D3EE363F1B04661148978CF0017EA7D215C1C

ANGEL CONTRERAS, MARIA DEL PILAR (1 de 3)
Tecnica superior Comunicació 4
Data signatura :28/10/2025 14:24:22
HASH:A0D3EE363F1B04661148978CF0017EA7D215C1C

