

DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ
Exp: 904102/2025

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA COMPRA D'ESPAIS PUBLICITARIS A LA PREMSA GENERALISTA LÍDER ON/OFF LA VANGUARDIA, EL MUNDO DEPORTIVO, PREMSA DIÀRIA LOCAL CATALUNYA I ESPANYA, REVISTES I REVISTES ESPECIALITZADES 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 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):

- **La Vanguardia (ON|OFF)**

- **Nivells d'audiència**, que el situen com el *primer diari de més lectura al territori*.

Audiència: 399.000 lectors amb una afinitat de 98,8.

ÀREA METROPOLITANA DE BARCELONA

Carrer 62, núm 16-18, Zona Franca, 08040 Barcelona
Tel. (+34) 93 223 51 51 | www.amb.cat



Edició digital, usuaris únics (000): 4.183 amb una cobertura del 73,5% i una afinitat de 129.

Xarxes socials: LaVanguardiaCat Twitter 93.176 seguidors. LV 1.263.653 s.

- **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.

- **EL MUNDO DEPORTIVO (ON|OFF)**

- **Prensa Diària Catalunya i Espanya (ON|OFF)**

Revistes (ON|OFF):

- Sapiens
- Descobrir (Grup Sàpiens)
- Política i Prosa
- La Mira Magazin
- Next Llobregat. Anuari i especial Estiu
- El Crític Anuari
- Cavall Fort/El Tatano
- Socpetit.cat
- Sortirambnens.cat
- Viure en Família/Crecer en família
- Cataluña Económica
- Catalonia Today
- Catalan Internacional View
- Altres revistes d'àmbit Catalunya
- Revistes d'àmbit Espanya
- Revistes internacionals

Revistes especialitzades (ON|OFF):

Mobilitat

- Carril Bus
- Autobuses & Autocares
- Viajeros
- ATUC
- Ciclosfera
- MZE

Medi ambient

- FutureEnviro
- FuturEnergy
- Retema
- Industria y Ambiente
- Equipamientos y Servicios Municipales
- Energética XXI



Cultura i tendència

- **Coolt**
- **Time Out**

Municipals

- **Alcades.eu**

Urbanisme

- **Infoedita**
- **El Croquis**
- **Arquitectes per l'arquitectura (AA)**
- **Arquitectura Viva**

Varis

- **USPAC**

Altres

- Altres revistes tècniques i/o especialitzades
- Webs tècniques de mediambient, energia, urbanisme, mobilitat, transport i altres

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** 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: 391.652,90 € (sense IVA) i 473.900,01 € (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.

