

DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMUNICACIÓ  
Exp: 904156/2025

## PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques DEL CONTRACTE BASAT EN L'ACORD MARC PER A LA CAMPANYA INFORMATIVA I D'IMPULS DE LA REGULACIÓ DEL SERVEI METROPOLITÀ DE MOTO ELÈCTRICA COMPARTIDA 2025

### 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 de la campanya d'informació i d'impuls del servei del motosharing

### 1. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

El contracte que regula l'acord marc dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, coordinació i mediació en les negociacions de compra, gestió i difusió dels anuncis, accions i campanyes de comunicació que dugui a terme l'AMB, tant en els mitjans de comunicació convencionals i no convencionals, s'executarà de conformitat amb l'article 219 de la LCSP i en compliment de les competències establertes als articles 13.2 i 14 de la Llei 31/2010, de 3 d'agost, de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB).

La Direcció de Serveis de Comunicació és l'encarregada de gestionar diferents aspectes de les campanyes de comunicació i publicitat que impulsa l'Àrea Metropolitana de Barcelona, entre els quals hi trobem la compra d'espais publicitaris. Per poder atendre i gestionar les demandes, el 17 de juny de 2025 es va concloure l'Acord marc dels serveis de gestió, creació i contractació de publicitat institucional en els canals, mitjans i suports de comunicació convencionals i no convencionals amb l'homologació de tres empreses: CARAT ESPAÑA, S.A.U, IKI MEDIA COMMUNICATIONS, S.L i ADSPLANNING, S.L

Les necessitats del contracte basat son, en general, les mateixes que es van establir a l'acord marc, és a dir, l'assessorament estratègic, la planificació, la mediació en les negociacions i la compra, gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació convencionals i no convencionals. Durant l'any 2025 es preveu que es desenvoluparan accions de comunicació encaminades a:

- Consolidar la construcció d'una metròpolis territorialment vertebrada i socialment cohesionada dins d'un marc de convivència i seguretat on l'activitat econòmica sigui el motor d'ocupació i benestar.
- 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.



- Treballar en temes que siguin d'interès comú amb altres institucions i territoris.
- Reforçar la presència en l'àmbit internacional i el compromís en la cooperació al desenvolupament.

El contracte de la campanya informativa i d'impuls del Motosharing Metropolità per la Direcció de Serveis de Comunicació de l'AMB s'executarà en compliment de la responsabilitat que té l'Àrea Metropolitana de Barcelona de promocionar i divulgar tots els serveis i competències que gestiona d'acord amb els articles 13.2 i 14, de la Llei 31/2010, del 3 d'agost, de l'Àrea Metropolitana de Barcelona (L'AMB)

En general, es tracta de posar en valor el territori metropolità, que el ciutadà en conegui les seves característiques i singularitats, que entengui els serveis metropolitans que la institució posa al seu abast, que en faci un bon ús i que participi de les diferents activitats que tenen lloc al territori, així com que tingui accés a les ajudes i subvencions que l'AMB li ofereix.

La contractació d'aquest servei és necessari com a conseqüència de la regulació de les llicències metropolitanes de moto elèctrica compartida gràcies a la delegació de les competències de 8 municipis metropolitans que formen part de l'àmbit regulat: Badalona, Sant Adrià de Besòs, Santa Coloma de Gramenet, Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Sant Just Desvern, Sant Feliu de Llobregat. L'AMB regula gràcies a aquesta delegació municipal l'ús comú especial del domini públic (àmbit i criteris d'implantació), però el servei l'operen les empreses titulars de llicències.

És molt important que tota la població conegui aquesta regulació i els beneficis que aporta la mobilitat sostenible i compartida al conjunt de la societat.

La Direcció de Serveis de Comunicació és l'encarregada de gestionar diferents aspectes de les campanyes de comunicació i publicitat que impulsa l'Àrea Metropolitana de Barcelona així doncs, és oportú dissenyar una campanya informativa i d'impuls explicant que l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) impulsa una regulació comuna per a la prestació del servei de motosharing elèctric en vuit municipis metropolitans. L'objectiu és consolidar un model de mobilitat compartida, sostenible i eficient, que redueixi la dependència del vehicle privat i optimitzi l'ús de l'espai públic.

La implementació d'un marc regulador comú per al servei de motosharing elèctric en vuit municipis metropolitans respon a la voluntat de l'AMB de garantir una oferta homogènia, segura i sostenible de mobilitat urbana. Aquesta regulació permet ordenar l'activitat, millorar-ne l'eficiència i assegurar una convivència adequada amb altres modes de transport i amb l'espai públic.

Des d'una perspectiva comunicativa, la campanya es fa necessària per:

- Informar a la ciutadania de la posada en marxa d'aquest marc regulador, fent visible que el servei forma part d'una estratègia metropolitana coordinada.
- Impulsar l'ús del servei de motosharing com a alternativa real i accessible al vehicle privat, afavorint un canvi d'hàbits cap a una mobilitat més compartida i sostenible.



- Reforçar la confiança i la percepció positiva d'aquest model de transport, posant l'accent en els seus beneficis socials, ambientals i funcionals.
- Contribuir als objectius ambientals i de descongestió urbana del territori metropolità, reduint emissions contaminants i ocupació d'espai públic.
- Fomentar la seguretat viària mitjançant la comunicació de bones pràctiques associades a l'ús responsable del servei.

## 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.

Per aquesta campanya es proposa reservar diferents espais publicitaris a **20 Minutos ON /OFF, premsa local ON /OFF, a les emissores de ràdio generalistes, de ràdio fórmula, ràdios locals i xarxes socials** ja que són mitjans líders i de màxima audiència, penetració i afinitat al territori de l'àrea metropolitana de Barcelona. Tots aquests espais publicitaris es detallen a l'annex de l'oferta econòmica.

### 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

### Premsa local Baix Llobregat:

- **Línia Mar Baix Llobregat:** 14.576 exemplars. Cobertura: Castelldefels, el Prat, Gavà i Viladecans.
- **Línia Cornellà:** 9.581 exemplars. Cobertura: Cornellà.
- **Línia Tres:** 1.945 exemplars. Cobertura: Esplugues de Llobregat, Sant Joan Despí i Sant Just
- **Línia l'Hospitalet:** 6.458 exemplars.

### Premsa local Barcelonès i Maresme:

- **Diari de Badalona / diaridebadalona.com:** 5.000 exemplars. Cobertura: Badalona, Santa Coloma de Gramenet, Sant Adrià de Besòs, Tiana i Montgat.
- **Diaridesantacoloma.com:** 2.500 exemplars.
- **Diari de l'Hospitalet.**
- **Llobregat Motor (ON/OFF):** 25.000 exemplars.



### **Ràdios generalistes, ràdio fórmula i ràdios locals:**

- **LOS40:** 114.000 oients a l'àrea metropolitana, i una afinitat de 93.  
Twitter: 1.559.526 seguidors
- **EUROPAFM:** 43.000 oients, amb una afinitat de 95,3.
  - Europa FM CAT: 1.354 s.
- **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
- **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
- **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 (GENERALISTES, LOCALS I RÀDIO FÒRMULA)**

### **"Suports / formats Xarxes socials, plataformes, cercadors, dispositius mòbils i afiliació"**

- Spotify (qualsevol format)
- Facebook i instagram Ads
- X Ads
- Youtube True-view



- TikTok
- Twitch
- Altres xarxes socials

### 3. DESCRIPCIÓ I CONTINGUT DELS FORMATS

Suports

**Prensa generalista i premsa local:**

- **OFF/Publicitat:** Formats inferiors a ½ pàgina senar, iguals o superiors a ½ pàgina senar i patrocinis.
- **OFF/ Branded content/redaccional/pàgines especials redaccionals OFF\_ Pàgines especials redaccionals Obertura Secció**
- **OFF/ON Patrocini acte o acció singular que tingui lloc al territori**
- **ON\_Format publicitari:** robadoble, billboard, banner estàtic (HOME i ROS) i altres.

**Radio:**

- Mencions
- Falques 10", 20" i 30"
- Banners robadoble, billboard, banner estàtic (HOME i ROS) i altres.

**Suports / formats Xarxes socials, plataformes, cercadors, dispositius mòbils i afiliació"**

- Spotify (qualsevol format)
- Facebook i instagram Ads
- X Ads
- Youtube True-view
- TikTok
- Twitch
- Altres xarxes socials

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

**5. INVERSIÓ MÀXIMA: 41.322,31 € (sense IVA) i 50.000 € (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.

