Comanda de serveis d'inserció de publicitat institucional en mitjans de comunicació.

Expedient: ICEC-2026-284
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat a mitjans per a la difusió i promoció del programa d'exposició i activitats del Centre d'Arts Santa Mònica i la Filmoteca de Catalunya, contractació basada en l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen (Exp. PR-2025-556).
Termini d'execució: des de la data de l'adjudicació fins al 31 de desembre de 2026.

Enric Puig Punyet
Director del Santa Mònica

Mireia Sanahuja Pascual
Cap d'Administració de la Filmoteca de Catalunya

Servei d'inserció de publicitat a mitjans culturals digitals i exterior per a la difusió i promoció del programa d'exposició i activitats del Centre d'Arts Santa Mònica i la Filmoteca de Catalunya.

Bríefing de mitjans

1. Introducció

D'una banda, el Santa Mònica és un centre interdisciplinari d'arts dedicat a impulsar la creació contemporània. El seu objectiu és servir com a plataforma de difusió de la creativitat contemporània a Catalunya i com a espai de reflexió per promoure el debat i generar idees sobre els conceptes que envolten la creació artística i la seva relació amb el públic.

El nou Santa Mònica abraça una metodologia que fomenta fórmules diverses de participació horitzontal i col·lectiva. Cada quatre mesos, es desenvolupa un cicle expositiu convidant un conjunt d'artistes de diferents àmbits a treballar col·lectivament en projectes de nova creació. Paral·lelament, els creadors i creadores en residència experimenten amb les mateixes infraestructures institucionals des de les seves pràctiques artístiques com a part addicional de la programació. En total, més de quaranta artistes participen periòdicament en un procés de construcció compartida, agrupat sota un tema que es concreta també col·lectivament. Els resultats –exposicions, accions i les mediacions múltiples corresponents– estan enfocats a provocar, en una segona etapa, diversos processos artístics adreçats a la participació ciutadana que portin a obrir nous significats.

D'altra banda, la Filmoteca de Catalunya és un equipament cultural adscrit a l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC), que té com a missió la conservació i difusió del patrimoni i cultura cinematogràfica.

El 21 de febrer de 2012 es va obrir al públic a la plaça de Salvador Seguí del barri del Raval, al centre històric de Barcelona. Aquest edifici de 7.000 m2, dissenyat per l'arquitecte Josep Lluís Mateo, allotja dues sales de projeccions (la Laya, de 175 butaques, i la Chomón, de 360 butaques), una sala d'exposicions temporals, espais d'exposició permanent, la Biblioteca del Cinema i els seus fons documentals, així com les oficines, a més d'una llibreria especialitzada i una cafeteria. El 2022 es va celebrar el desè aniversari de la seva inauguració amb un seguit d'actes especials.

L'activitat pública principal és la programació regular de cinema, 4 sessions diàries de dimarts a diumenge, i exposicions temporals al voltant del cinema, durant tots els mesos de l'any.

2. Objectius i missatges de la difusió

El Santa Mònica té la necessitat de disposar d'un paquet d'anuncis a exterior, a les xarxes socials i en format digital en mitjans culturals i de gran difusió en els territoris de parla catalana per inserir-hi publicitat per un període de temps comprès entre l'adjudicació i fins al desembre 2026 inclòs.

Els objectius generals de comunicació de les insercions previstes són:

- Fer difusió dels cicles expositius del Santa Mònica, centre d'arts adscrit a l'Institut Català de les Empreses Culturals del Departament de Cultura i generar un alt grau d'interès sobre els públics objectius d'aquest equipament.

- Fer difusió especial dels projectes i les programacions del Santa Mònica al voltant de l'art i la creació contemporània, com convocatòries, inauguracions, activacions artístiques, etc. impulsades pel Santa Mònica per tal que arribin als públics objectius de cada projecte.

La Filmoteca de Catalunya, per la seva banda, té la necessitat de disposar d'un paquet d'anuncis en suport digital i anuncis radiofònics a diversos mitjans culturals, de gran difusió en els territoris de parla catalana per inserir-hi publicitat per un període de temps comprès entre l'adjudicació i fins al desembre de 2026 inclòs.

Els objectius generals de comunicació d'aquestes insercions són:

- Fer difusió de l'oferta de programació i activitats de la Filmoteca de Catalunya i generar un alt grau d'interès sobre el públic objectiu d'aquest equipament.

- Fer atenció especial a la programació de cinema per tal que aquesta tingui la publicitat i el ressò adequats, així com les diverses activitats que giren al voltant de la cultura cinematogràfica com preestrenes, exposicions i presentacions promoguts per la institució.

3. Públic objectiu

El públic objectiu són principalment les persones a partir de 16 anys residents a Catalunya i especialment a Barcelona i la seva àrea metropolitana, o que es trobin temporalment a la ciutat de Barcelona, amb interès en activitats culturals i artístiques.

La campanya vol tenir també una incidència particular en un públic especialitzat de Catalunya, com artistes, creadors, estudiants i professionals del sector de les arts visuals, les arts en viu i la creació contemporània, pel que fa al Santa Mònica; i una incidència particular en un públic general interessat en el cinema i la seva relació amb la resta de disciplines artístiques així com a com artistes, creadors, estudiants i professionals del sector del cinema, les arts visuals i la creació contemporània, i també el públic familiar, pel que fa a la Filmoteca de Catalunya.

4. Període

Des de la data de l'adjudicació fins al 31 de desembre de 2026 inclòs.

La tria definitiva de les dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació del Santa Mònica i de la Filmoteca de Catalunya per a cadascuna de les accions, en funció d'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats.

5. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 220.000,00 € (dos-cents vint mil euros) més 46.200,00 € (quaranta-sis mil dos-cents euros) en concepte d'IVA (tipus del 21%), és a dir, 266.200,00 € (dos-cents seixanta-sis mil dos-cents euros), desglossats de la manera següent.

- Santa Mònica: 110.000,00 € (cent deu mil euros) més 23.100,00 € (vint-i-tres mil cent euros) en concepte d'IVA (tipus del 21%), és a dir, 133.100,00 € (cent trenta-tres mil cent euros).

- Filmoteca de Catalunya: 110.000,00 € (cent deu mil euros) més 23.100,00 € (vint-i-tres mil cent euros) en concepte d'IVA (tipus del 21%), és a dir, 133.100,00 € (cent trenta-tres mil cent euros).

Es preveu que, sense augmentar el pressupost adjudicat, es puguin modificar els tipus d'insercions previstes per altres accions o insercions de publicitat que el Santa Mònica o la Filmoteca considerin més adequades.

6. Detall de la inserció/planificació

El detall concret dels suports i formats d'inserció es detalla a l'excel annex que acompanya l'oferta econòmica.

7. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

a) **Una declaració responsable** conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc o la classificació empresarial opcional.

b) **L'oferta econòmica.** Segons el model de proposició econòmica. A més, la proposta econòmica desglossada s'ha de presentar en el document excel annex a aquesta comanda a on caldrà presentar oferta de preus unitaris per a cadascun dels suports i formats.

8. Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta de mitjans, suports i període de les insercions es farà en funció de les necessitats de comunicació.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària.

Caldrà oferir per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà, consistirà en un preu unitari net (tant per als diversos suports i formats dels mitjans digitals i xarxes socials). Aquests imports unitaris nets optimitzats corresponen a l'import per inserció resultant d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, amb la comissió d'agència i l'IVA exclosos. El percentatge de la comissió d'agència per a cada mitjà també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model hi ha una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. També caldrà respectar l'oferta de l'Acord marc quant a comissió d'agència. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana s'especifiqui quin ha estat el cost o descompte homologat en l'expedient de l'Acord Marc.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica. Es valoraran els diversos preus unitaris detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals i la comissió d'agència per a formats especials. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris nets oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu unitari, major descompte o menor comissió d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'annex. Quan es valorin preus nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{\text{(Puntuació màxima) x (preu o cost net més baix)}}{\text{(Preu o cost net per inserció que es puntua)}}$$

D'acord amb allò que s'estableix a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta en la plataforma de serveis de contractació de la unitat promotora.