



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

Expedient: IT-2026-
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per la difusió de la Campanya Riscos meteorològics, concretament risc d'inundacions.
Termini d'execució: Des de la notificació de la seva adjudicació i com a màxim fins el 31 de desembre de 2026

S'adjunta a aquesta comanda un brífig de mitjans amb la planificació de les insercions.

Barcelona, signat digitalment

Carles Mestres March
Cap de l'Oficina de Comunicació



Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de la publicitat institucional Campanya Riscos meteorològics, concretament el risc d'inundacions.

Brífig de mitjans

1. Missatge i objectiu de la inserció als mitjans

Concepte creatiu de la campanya

Tot pot canviar de cop

Els fenòmens meteorològics extrems són cada vegada més freqüents, intensos i imprevisibles. Situacions quotidianes poden transformar-se en una emergència en qüestió de minuts.

La campanya vol transmetre a la ciutadania que les inundacions ja no són episodis excepcionals ni allunyats de la realitat quotidiana. Davant d'un context climàtic canviant, cal incorporar nous comportaments preventius, mantenir-se informat i seguir sempre les indicacions oficials.

Missatges principals

- Tot pot canviar de cop. Una situació normal pot convertir-se en una emergència en pocs minuts.
- Els episodis de pluges intenses i inundacions poden afectar qualsevol municipi i qualsevol persona.
- Conèixer les zones inundables i evitar-les durant episodis de pluja és una mesura essencial d'autoprotecció.
- Les alertes oficials són la font d'informació més fiable per protegir-se.
- Davant una alerta, cal actuar ràpidament i seguir les recomanacions de Protecció Civil i de la resta d'organismes oficials.
- No travessis rieres, torrents, passos soterranis o zones inundables, ni a peu ni amb vehicle.
- La prevenció i l'anticipació poden salvar vides.

Objectius de comunicació

Objectius principals

- Conscienciar la població que els riscos meteorològics estan canviant i que els episodis extrems poden produir-se de manera sobtada.
- Fomentar una cultura de l'autoprotecció davant del risc d'inundacions.
- Promoure canvis de comportament orientats a la prevenció i la seguretat.
- Incrementar el coneixement de les zones inundables i dels punts crítics de cada municipi.



- Reforçar la confiança i l'ús dels canals oficials d'informació i alerta.
- Donar a conèixer els sistemes d'avís a la població (ES-Alert, sirenes, mitjans de comunicació, xarxes socials i canals municipals).
- Sensibilitzar la ciutadania perquè consulti la previsió meteorològica i extremi les precaucions especialment durant la tardor, període de major risc d'episodis de pluges torrencials.

Objectius secundaris

- Consolidar el sistema d'alertes al mòbil (ES-Alert) com una eina clau de protecció de la població davant situacions d'emergència.
- Donar suport als ens locals perquè desenvolupin accions de comunicació adaptades a la realitat del seu territori i als seus punts vulnerables.
- Impulsar la identificació i senyalització dels espais amb risc d'inundació per facilitar una resposta ràpida i segura de la ciutadania.
- Reforçar les accions informatives dirigides als equipaments situats en zones vulnerables (centres educatius, residències, equipaments esportius, centres comercials, etc.).
- Desenvolupar accions específiques per arribar als col·lectius més vulnerables i amb majors dificultats d'accés a la informació.

Públics prioritaris

- Població general.
- Persones residents o usuàries de zones inundables.
- Gent gran i persones vulnerables.
- Comunitats amb dificultats d'accés als canals informatius habituals.
- Responsables d'equipaments sensibles situats en zones de risc.
- Conductors i usuaris habituals de vies susceptibles d'inundació.

To de la comunicació

- Clar i directe.
- Proper i empàtic.
- Preventiu, sense generar alarmisme.
- Basat en la corresponsabilitat i la capacitat d'actuació de la ciutadania.
- Orientat a l'acció immediata davant situacions de risc.

Desplegament als mitjans

La campanya es desplegarà a televisió, ràdio, premsa, mitjans digitals, xarxes socials i publicitat exterior.



La comunicació haurà de reforçar la idea que les inundacions poden produir-se de manera sobtada i que la millor protecció és anticipar-se: informar-se, estar atent a les alertes oficials i evitar les zones inundables.

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 31 de desembre de 2026. Cal afegir, que la tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació de cadascuna de les accions, en funció d'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 499.900,00 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 604.879,00 €).

4. Garantia definitiva: Sí, 5% de l'import base de licitació

5. Detall de les insercions

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

6. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

- a. **Una declaració responsable** signada 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. El **model de proposició econòmica** omplert i signat.
- c. L'**Excel de la proposició econòmica desglossada** omplert i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

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 es farà en funció de les necessitats de comunicació.

Les empreses oferiran 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 o suport, consistirà en un descompte o un preu o cost net.

Els costos tecnològics, els recàrrecs i les comissions d'agència s'indicaran, només a efectes informatius, per comprovar que l'oferta compleix les condicions econòmiques homologades en l'Acord Marc.



A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària i que queden recollits al document excel de proposició econòmica desglossada annex que es presentarà a la licitació. 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

En el cas que per necessitats sobrevingudes s'hagi d'inserir publicitat en algun mitjà o suport no detallat en aquest excel de proposició econòmica desglossada, caldrà respectar sempre les condicions ofertes a l'Acord Marc PR-2025-556.

Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els costos, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc PR-2025-556.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica.

Es valoraran els diversos descomptes i costos i detallats. 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 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 o cost o major descompte). 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.

La puntuació total obtinguda per cada licitador serà el resultat de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

Quan es valorin preus o costos nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

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

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Aquestes fórmules s'especifiquen a la Annex 7. Contractació Basada del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.



També segons Annex 7. Contractació Basada, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades per les empreses licitadores, es requerirà a aquestes 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 del Departament.

Les puntuacions màximes per cada concepte a valorar són les següents:

<u>100,000</u>					
Punts	MITJÀ	Suport	Concepte	Oferta AM*	Oferta EXP*
1,000	TV Linial	TV3	C/GRP 20" Màxim* setembre	...€	...€
9,000	TV Linial	TV3	C/GRP 20" Màxim* octubre-24 desembre	...€	...€
3,000	TV Connectada	3cat	CPM 20" Màxim*	...€	...€
3,000	TV Connectada	Plataformes d'streaming de BVOD (contingut digital TVs linials: Atresplayer, Mediaset, etc)	CPM 20" Màxim*	...€	...€
3,000	TV Connectada	Plataformes d'streaming de VOD (Movistar, Prime, Netflix, etc)	CPM 20" Màxim*	...€	...€
2,000	TV Connectada	TV Connectada programàtica mercat català/estatal	CPM 20" Màxim*	...€	...€
0,100	TV Linial	TV3	DESCOMPTE Mínim* (NO extrapolable C/GRP 20")	...%	...%
0,100	TV Linial	Canals 324, 33, Esport 3	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	TV Linial	Altres suports de 3cat	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	TV Linial	BTB	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,200	TV Linial	LA XARXA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,100	TV Linial	TDI	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	TV Linial	TVLOCAL.CAT	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	TV Linial	CTPL	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	TV Linial	Altres cadenes d'àmbit català	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	TV	COST Net pujada i baixada 1 espot (plataforma d'intercanvi d'arxius)			...€
0,800	DIGITAL - Webs	Webs grup CCMA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,800	DIGITAL - Webs	Webs grup ATRESMEDIA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,800	DIGITAL - Webs	Webs grup MEDIASET	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%



2,000	DIGITAL - Webs	Webs grup GODÓ	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
2,000	DIGITAL - Webs	Webs grup PRENSA IBÉRICA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,600	DIGITAL - Webs	Webs grup HERMES	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,600	DIGITAL - Webs	Webs grup ARA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,000	DIGITAL - Webs	Webs grup PRISA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs grup VOCENTO	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs grup UNIDAD EDITORIAL	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs La Razón	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs 20Minutos i grup Henneo	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs ElConfidencial	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	DIGITAL - Webs	Webs OKDiario	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs Público	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs ElNacional	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs NacioDigital	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,200	DIGITAL - Webs	Webs Vilaweb	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,200	DIGITAL - Webs	Webs ElMon	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs Diario.es	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	DIGITAL - Webs	Webs Grupo de Medios Global	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	DIGITAL - Webs	Resta webs catalanes o espanyoles	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	DIGITAL - Webs	Webs ACPC	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	DIGITAL - Webs	Webs AMIC	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	DIGITAL - Webs	Webs APPEC	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,200	DIGITAL - Plataformes	Plataformes de compra programàtica	CPM Màxim* Display (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,200	DIGITAL - Plataformes	Plataformes de compra programàtica	CPM Màxim* Vídeo (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,200	DIGITAL - Plataformes	Plataformes de compra programàtica	CPV Màxim* Vídeo (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,200	DIGITAL - Plataformes	Plataformes de música i podcast	CPM Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,100	DIGITAL - Xarxes socials	Meta	CPM Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,100	DIGITAL - Xarxes socials	Meta	CPV Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,100	DIGITAL - Xarxes socials	Meta	CPC Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,100	DIGITAL - Xarxes socials	X	CPM Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,100	DIGITAL - Xarxes socials	X	CPV Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€



0,100	DIGITAL - Xarxes socials	X	CPC Màxim* (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,200	DIGITAL - Xarxes socials	Youtube	CPV Màxim* True View (segm. 3 nivells*)	...€	...€
0,100	DIGITAL - Xarxes socials	Youtube	CPM Màxim* no saltable (segm. 3 nivells*)	...€	...€
6,000	MITJÀ IMPRÈS	La Vanguardia i publicacions grup Godó	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
5,000	MITJÀ IMPRÈS	El Periódico, Sport, Regió 7, Diari de Girona i publicacions Prensa Ibérica	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
2,000	MITJÀ IMPRÈS	El Punt Avui, L'Esportiu i publicacions Hermes Comunicacions	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,500	MITJÀ IMPRÈS	Ara i publicacions Premsa Periòdica Ara	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,500	MITJÀ IMPRÈS	El País, As, Cinco Días i publicacions Grup Prisa	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,300	MITJÀ IMPRÈS	El Mundo, Marca, Expansión i publicacions Unidad Editorial	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,300	MITJÀ IMPRÈS	Abc i publicacions grup Vocento	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,300	MITJÀ IMPRÈS	La Razón	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,300	MITJÀ IMPRÈS	Diari de Tarragona	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,800	MITJÀ IMPRÈS	Segre i publicacions Grup Segre	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	MITJÀ IMPRÈS	La Mañana	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,900	MITJÀ IMPRÈS	El 9 Nou	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	MITJÀ IMPRÈS	Diari de Sabadell	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,500	MITJÀ IMPRÈS	Diari de Terrassa	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,100	MITJÀ IMPRÈS	20 Minutos i publicacions grup Henneo	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,800	MITJÀ IMPRÈS	Diari Més	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	MITJÀ IMPRÈS	Altres suports impresos d'àmbit català o espanyol	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
10,000	RÀDIO	Emissores grup Godó	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
5,000	RÀDIO	Catalunya Ràdio	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	RÀDIO	Resta d'emissores CCMA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
3,000	RÀDIO	Emissores grup Flaix	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
5,000	RÀDIO	Emissores grup PRISA	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
2,000	RÀDIO	Emissores grup COPE	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
2,000	RÀDIO	Emissores grup Atresmedia	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,000	RÀDIO	Radio TeleTaxi	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,000	RÀDIO	Kiss FM i suports Grupo Kiss Media	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%



0,500	RÀDIO	Radio Marca	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	RÀDIO	Altres ràdios d'àmbit català o espanyol	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
3,000	EXTERIOR	Opis Metro (TMB)	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,500	EXTERIOR	Opis Renfe (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
1,000	EXTERIOR	Opis FGC	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	EXTERIOR	Altres suports d'exterior d'àmbit català i espanyol	DESCOMPTE Mínim*	...%	...%
0,100	EXTERIOR	Opis Metro - Preu Net Producció 200 Cares 1 Creativitat (abans d'IVA)			...€
0,100	EXTERIOR	Opis Metro - Preu Net Producció 200 Cares 2 Creativitats (abans d'IVA)			...€
0,100	EXTERIOR	Opis Renfe - Preu Net Producció 95 Cares 1 Creativitat (abans d'IVA)			...€
0,100	EXTERIOR	Opis Renfe - Preu Net Producció 95 Cares 2 Creativitats (abans d'IVA)			...€
0,100	EXTERIOR	Opis FGC - Preu Net Producció 60 Cares 1 Creativitat (abans d'IVA)			...€
0,100	EXTERIOR	Opis FGC - Preu Net Producció 60 Cares 2 Creativitats (abans d'IVA)			...€
(-)	DIGITAL - Xarxes socials	Recàrrec en segm. 4 o més nivells*		... %	
(-)	DIGITAL - Tecnologia	COST TECNOLÒGIC* Display Standard	CPM Màxim*	... €	
(-)	DIGITAL - Tecnologia	COST TECNOLÒGIC* Video Standard	CPM Màxim*	... €	
(-)	DIGITAL - Tecnologia	COST TECNOLÒGIC* Display Rich Media	CPM Màxim*	... €	
(-)	DIGITAL - Tecnologia	COST TECNOLÒGIC* Video 10Mb	CPM Màxim*	... €	

TV, Digital, M.Imprès, Ràdio, Exterior	Oferta AM*: en aquesta columna cal detallar la condició econòmica presentada a l'Acord Marc PR-2025-556. A títol informatiu, a la dreta de tot es detallen les condicions que va presentar cada una de les empreses adjudicatàries de l'Acord Marc.
TV, Digital, M.Imprès, Ràdio, Exterior	Oferta EXP*: en aquesta columna cal detallar la condició econòmica que es presenta per a l'expedient en licitació. Cal igualar o millorar la condició presentada a l'Acord Marc.
TV Linial	C/GRP 20" Màxim*: cost per Gross Rating Point màxim per a <u>espot 20"</u> (indiv +16; mínim 45% en Prime Time), abans de la comissió d'agència i de l'IVA. És extrapolable a altres durades segons les equivalències publicades en les polítiques comercials de les cadenes de televisió.
TV Linial, Digital, M.Imprès, Ràdio, Exterior	DESCOMPTE Mínim*: descompte mínim que s'aplicarà sobre qualsevol format <u>convencional</u> , entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.



TV Connectada	CPM 20" Màxim* : cost per cada mil impressions màxim per a <u>espot 20"</u> (indiv +18 de Catalunya) abans de la comissió d'agència i de l'IVA. És extrapolable a altres durades segons les equivalències publicades en les polítiques comercials en cada cas.
DIGITAL - Plataformes, cercadors i xarxes socials	CPM Màxim* : cost per cada mil impressions màxim abans de la comissió d'agència i de l'IVA.
	CPV Màxim* : Cost per cada visualització màxim abans de la comissió d'agència i de l'IVA.
	CPC Màxim* : Cost per cada clic màxim abans de la comissió d'agència i de l'IVA.
	Segm. 3 nivells* : cost basat en una segmentació de 3 nivells, un dels quals és geogràfic (IP Catalunya) i els altres dos poden variar.
DIGITAL	COST TECNOLÒGIC* : els costos tecnològics aplicats a les campanyes no portaran comissió d'agència.