

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

Expedient: CCAM-2026-128
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de la 080 Barcelona Fashion (octubre 2026)
Termini d'execució: 30 de novembre de 2026

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de la 080 Barcelona Fashion (octubre 2026)

Brífiing de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El Consorci de Comerç, artesania i Moda de Catalunya (CCAM) té la necessitat de contractar insercions a diversos mitjans de comunicació per difondre la 080 Barcelona Fashion d'abril 2026.

El Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya té encomanada, entre d'altres, la funcions el fomentar la difusió de la moda catalana, dins i fora del seu territori, mitjançant les diferents actuacions. El 080 Barcelona Fashion és una d'elles.

La 080 Barcelona Fashion celebrarà la seva 38a edició del 20 al 23 d'octubre de 2026, on creadors i marques de moda, catalanes i internacionals, presentaran les seves noves col·leccions. La trobada més important del sector de la moda a Catalunya.

La 080 Barcelona Fashion és una plataforma de moda que té com a objectiu impulsar la transformació del sector de la moda a través de la innovació tecnològica, alhora que treballa per situar Catalunya com a altaveu del canvi en el sector de la moda, tant a nivell nacional com internacional. Així mateix acompanya les marques catalanes en la seva transformació i posicionament. De la mateixa manera, la 080 Barcelona Fashion és una plataforma que promou la sostenibilitat i la circularitat, així com la diversitat i inclusivitat.

Per tal de fer difusió de l'esdeveniment es preveu la inserció a mitjans nacionals, internacionals i influenciadors.

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 30 de novembre de 2026.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 490.000€, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 592.900 €).

4. Detall de la insercions

Mitjans Nacionals:

MITJA	CONTINGUT
VOGUE	SOCIAL TAKEOVER + REELS/TIKTOK : IG stories takeover, 5 al dia (20 en total) + vídeo resum Publicació orgànica del video resum a TikTok + Reels, publicació compartida per talent + post carousel feed de manera orgànica Branded Content + Galeria de mínim 6 imatges de producte amb material de la marca. Dinamització 2 Posts Facebook + Instagram feed / IG Story optimitzat a la millor ubicació - Dark Native Ads
GQ	SOCIAL TAKEOVER + REELS/TIKTOK : IG stories takeover, 5 al dia (20 en total) + video resum Publicació orgànica del video resum a TikTok + Reels, publicació compartida per talent + post carousel feed de manera orgànica
ELLE	1 collection FB/IG paid (7 dies) 3 stories IG paid (3 dies) 2 carousel FB/IG paid (7 dies)
WOMAN & CÓDIGO NUEVO	El recap: Video a Instagram, TikTok i Youtube shorts: Ens plantejem una pregunta aparentment senzilla: què és un look complet el 2026? Crosspot Woman + Codigonuevo El archivo: Video a Instagram, TikTok i Youtube shorts: Generar contingut editorial que posicioni la 080 Barcelona com l'espai de trobada d'experts culturals que coneixen l'univers de la moda des de dins. Crosspot Woman + Codigonuevo
HIGHXTAR	2 branded contents 1 story paid dirigit al Branded content 2 Stories orgànicsdirigit al Branded content 1 post reel recap IG Stories diari Recap a TikTok
NEO2	2 vídeos Reels que realitzarà la talent replicats a TikTok 2 vídeos Reels per IG que farà la redactora, replicats també a TikTok. 20 stories IG 1 post al feed d'Instagram de Neo2 sobre els millors looks de 080 8 articles web amb entrevistes als dissenyadors i dissenyadores que desfilen a 080 1 article branded content 1 reportatge en paper a la talent, després es replicarà a la web i xarxes socials
ICON	Article branded content a la web de elpais.com i smoda.com durant 7 dies 1 Stories + 4 posts IG
SMODA	Article branded content a la web de elpais.com i smoda.com durant 7 dies 1 Stories + 4 posts IG
VANITATIS	5 stories Instagram de Vanitatis



**Consorti de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya**

	cobertura orgànica editorial a XXSS 1 reel en Instagram i Tiktok de Vanitatis 1 carrusel Instagram de Vanitatis
--	---

Mitjans Internacionals:

PAIS	MITJA	CONTINGUT
FRANÇA	NYLON FR	CONTINGUT L'activació s'organitzarà per produir un Reel al dia, seguint un enfocament de rodatge i edició. El dia 2, el vídeo del dia 1 s'enviarà per a validació i es publicarà; el dia 3, el vídeo del dia 2 s'enviarà per a validació i es publicarà, i així successivament. Aquest enfocament permet al públic viure l'espectacle com si hi fossin. + "Get Ready With" amb un talent present a l'esdeveniment durant un dels tres dies
	VIEWS	1x Reel Un vídeo de llarga durada en què seguirem un influencer que ens portarà darrere les càmeres de tres desfilades de moda que ha seleccionat. Ens mostrarà els preparatius, el moment de la desfilada i les impressions posteriors de cada espectacle, amb l'acció del backstage, la passarel·la en si i les seves reaccions. Un format més llarg i polidat, presentat per un creador de contingut de moda. Presentador: Per determinar Distribució: Orgànica a Instagram i TikTok + promoció de pagament KPI: 500.000 d'abast (mínim garantit) x1 publicació de fotos – Els millors 'looks' de la Setmana de la Moda de Barcelona. Una publicació en carousels que recull l'experiència de la 080 Barcelona Fashion Week a través d'una desena d'outfits que van destacar a l'esdeveniment, amb la participació de diversos dissenyadors. La idea és presentar als espectadors altres cases de moda i destacar el costat fresc i creatiu d'aquesta Setmana de la Moda. Format: publicació de carousels / fotos proporcionades per 080 Distribució: publicació orgànica a Instagram



**Generalitat
de Catalunya**

ITALIA	NSS	1 article al web de NSS Magazine. 1 Story a l'Instagram de NSS Magazine. 1 article al web de NSS GClub. 1 Story a l'Instagram de NSS GClub. 1 publicació al feed o 1 Reel a l'Instagram de NSS GClub. 1 publicació al feed o 1 Reel compartit entre els perfils d'Instagram de NSS GClub i NSS Magazine. 1 vídeo resum (recap) de la Fashion Week a TikTok de NSS GClub. 1 vídeo de TikTok amb una entrevista i contingut de backstage, compartit entre NSS GClub i NSS Magazine. 1 aparició a la newsletter de NSS Magazine. Activació amb talent 1 publicació de resum (recap) al feed d'Instagram. Repost de les 3 Stories publicades als canals de NSS.
	OUTPUMP	6x Stories d'Instagram 1x TikTok amb el resum de la setmana 1x Article resum amb fotografies facilitades pel client 1x Reel o carrusel d'Instagram amb el resum de la setmana/ 1 IG Post Recap / Activació amb un perfil d'influencer
	RED EYE	2x Stories d'Instagram 1x TikTok amb el resum de la setmana 1x Article resum amb fotografies facilitades pel client/ 1x Reel o carrusel d'Instagram amb el resum de la setmana/ IG Post resum / Activació amb un perfil influencers:
UK	BRICKS	CONTINGUT EN LÍNIA 1 x REPORTATGE ORIGINAL EN LÍNIA DE BRICKS PRÈVI A L'ESDEVENIMENT 1 x CRÒNICA DE L'ESDEVENIMENT (POST-ESDEVENIMENT) CONTINGUT PER A XARXES SOCIALS: 6 x VÍDEOS DE REELS D'INSTAGRAM (1 VOX POP, 3 ENTREVISTES AMB DISSENYADORS, 2 PASSAREL·LA) 6 x VÍDEOS DE TIKTOK (1 VOX POP, 3 ENTREVISTES A DISSENYADORS, 2 PASSAREL·LA) 2 x PUBLICACIONS DE CARRUSEL A IG 20 x HISTÒRIES DE IG PUBLICADES EN DIRECTE DURANT LA 080 BARCELONA FASHION

UK / INTERNACIONALS	DAZED	Amplificació a Instagram de Reels orgànics (promoció de Reels a Instagram) 1 Reel d'Instagram amb el format Get Ready With Me de la model. Durant l'esdeveniment: amplificació a Instagram dels Reels orgànics. Stories d'Instagram en temps real (IRT) durant l'esdeveniment. No inclou opció de promoció (boosting). 1 editorial a DazedDigital.com Priority Box – Espai destacat multidispositiu que dirigeix trànsit cap a l'article (durada mínima de 2 dies). Story d'Instagram per promocionar l'editorial (utilitzant contingut de l'article). Amplificació de Stories d'Instagram (promoció de Stories orgàniques). 1 vídeo a TikTok amb cobertura de WWD. Amplificació a TikTok del contingut orgànic. 1 Reel d'Instagram amb cobertura de WWD, amb promoció de pagament (paid boosting). Amplificació a Instagram dels Reels orgànics.
	PERFECT	3 publicacions al dia durant els 3 dies, a més del contingut de la festa de cloenda. Totes serien carretons del grid principal. A més, es tornarien a publicar totes a les històries. També s'inclouria un article al web per tancar la setmana. Combinariem imatges entre bastidors, passarel·la, entrevistes i preses de control per donar molta varietat a la setmana
	SHOWSTUDIO	1 cobertura diària amb els millors desfiles de cada jornada. 1 peça de contingut "Behind the Show" dedicada a una marca. 1 carrusel resum amb el més destacat de la jornada (per exemple: Què ha passat a la 080 Barcelona Fashion?). Cobertura a la pàgina de col·leccions i desplaçament d'1 editor per cobrir l'esdeveniment.
	CULTED	1 vídeo a TikTok 1 article a la web (.com) 1 publicació en carrusel al feed d'Instagram (format resum amb una combinació de vídeo i imatges) 4 Stories a Instagram 1 article editorial 473.000 impressions estimades
	I-D	1 Reel a Instagram – Cobertura d'080 Barcelona Fashion. 1 Story a Instagram – Repost of the Instagram Reel

LOCALS INTERNACIONALS	FUCKING YOUNG + VEIN	FUCKING YOUNG! 5-7 articles web 1 publicació a Instagram Com a mínim 5 stories a Instagram Com a mínim 5 vídeos a TikTok Com a mínim 5 publicacions a Twitter VEIN MAGAZINE 8-10 articles web Com a mínim 20 stories a Instagram Com a mínim 3 publicacions a Instagram Com a mínim 2 publicacions a Facebook Com a mínim 5 vídeos a TikTok COL·LABORACIÓ KOL Amb dos influencers + mitjà 1 publicació a Instagram al compte de l'enviat 10 stories a Instagram durant la setmana amb etiqueta a 080 / dissenyadors
	METAL MAGAZINE	Article en línia previ amb la presentació de l'edició destacant els dissenyadors seleccionats. - Crònica en línia de 5 desfilades seleccionades prèviament. - 1 post a METAL Instagram - 1 KOL per fer takeover de METAL Instagram "
USA	PAPER MAGAZINE	Un editor de The Paper assistí a 080 Barcelona Fashion. 1 artículo publicado en el sitio web de Paper. 1 publicación en el feed de Instagram de la cuenta oficial de Paper. 1 historia de Instagram promocionando el artículo 1 video de TikTok creado y publicado por el editor, incluye video capturado por el editor. Un influencer que asista a 080 Barcelona Fashion deberá crear y publicar al menos una publicación en redes sociales durante el evento. La selección del talento estará a cargo de PAPER y podrá incluir la opción de un periodista o influencer adicional (ejemplos: Tomás Mier). XXL cubrirá los gastos de viaje y alojamiento de todos los artistas.
	HANAN BESOVIC	- 1x IG Feed post resum diari - 1x conjunt de 3 històries per espectacle assistit - Proposta de perfils orgànics per convidar a la propera 080 (2 o 3 perfils)

Influenciadors:

INFLUENCIADOR	CONTINGUT
Eduardo Casas (Gatnoir)	1 Post Carrusel + 6 stories + drets PR/PM + assistència tots els dies (8 desfilades totals)
Lia Kali	1 Reels + 4 stories + drets PR/PM + assistència mínim 2 dies
Natalia Lacunza	1 Reels + 6 stories + drets PR/PM + assistència mínim 2 dies
Zoe Jeanneau - Zowi	1 Reels + 4 stories + drets PR/PM + assistència mínim 2 dies
Thais Amores - Metrika	1 Reels + 4 stories + drets PR/PM + assistència mínim 2 dies
Ouineta	1 Reels + 6 stories + drets PR/PM + assistència mínim 3 dies
Vero GRV	1 Reels + 6 stories + drets PR/PM + assistència mínim 3 dies
Aritz Larrabe	1 Reels + 5 stories + drets PR/PM + assistència tots els dies (8 desfilades totals)
Carla Paucar	1 TikTok + 5 stories + drets PR/PM + assistència tots els dies (8 desfilades totals)
Álbaro García	1 Reels + 5 stories + 1 Tiktok + Drets PR/PM + assistència tots els dies (8 desfilades totals)
Yaiza Idalgo	1 Reels + 6 stories + 1 Tiktok + Drets PR/PM + assistència tots els dies (8 desfilades totals)

5. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

- Una declaració responsable** assegurant que mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència, representació on declarin també que les condicions econòmiques ofertes, tant siguin preus o costos nets com descomptes, han estat confirmades amb els suports i exclusivistes per a l'anunciant Generalitat de Catalunya en la licitació.
- El **model de proposició econòmica** omplert i signat.
- A més, també hauran de presentar la **proposta econòmica desglossada** en un document excel a part on indiquin clarament per a cadascun dels mitjans i suports la tarifa de cada inserció, el descompte ofert, el preu o cost net resultant d'aplicar el descompte sobre la tarifa, el recàrrec, la comissió d'agència a aplicar i l'IVA. En aquest excel **també caldrà indicar els preus o costos, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc PR-2025-556** que apliquin a la proposta en qüestió (en aquest cas: *Comissió d'agència A: només compra d'espais en suports i formats que no requereixen estratègia ni negociació, només requereixen tramitar la compra, enviar material i fer el seguiment. Aplica tant a formats amb tarifes publicades, com a formats ad hoc que no tenen tarifa publicada*).



**Consorti de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya**

Aquest darrer document és a efectes informatius, per comprovar que l'oferta compleix les condicions econòmiques homologades en l'Acord Marc, així com el nombre i característiques d'insercions a realitzar previstes a la comanda d'inserció.

Criteris d'adjudicació

Cal tenir en compte que aquesta concreció de condicions no requereix d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació ja que es tracta d'una comanda tancada per a uns mitjans, uns suports i unes insercions concretes, per tant a l'hora de seleccionar només es valorarà l'oferta econòmica, la qual es puntuarà amb un màxim de 100 punts.

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

Per valorar l'oferta econòmica presentada el criteri emprat és el preu final optimitzat. La puntuació màxima d'aquest criteri és de 100 punts i s'aplicarà la fórmula següent:

$$\text{Puntuació} = \frac{(100 \text{ punts}) \times (\text{import base més baix})}{(\text{import base que es valora})}$$

Aquestes fórmula s'especifica a l'Annex 7. Contractació Basada, del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.

La utilització d'aquesta fórmula d'inversa proporcional atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

També segons l'Annex 7. Contractació Basada, 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.