



Informe justificatiu per a la contractació del servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya per incentivar el consum d'aliments ecològics

Expedient	AG-2026-1065	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Servei d'Ordenació Agrícola		
Procediment	Basat per Concreció de condicions	Tipus	Serveis
Objecte	Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya per incentivar el consum d'aliments ecològics		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	345.000 €	72.450 €	417.450 €
Valor estimat	345.000 €		
Termini d'execució	Des de la data de notificació de la resolució d'adjudicació i fins el 31 d'octubre de 2026		

Objecte

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya per incentivar el consum d'aliments ecològics.

Unitat promotora competent

La unitat promotora és la Direcció General d'Agricultura i Ramaderia del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació.

Finalitat a aconseguir i adequació de la contractació a la finalitat

La Direcció General d'Agricultura i Ramaderia té la necessitat de contractar la inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per difondre una campanya que promogui el consum dels aliments ecològics locals amb un caràcter positiu i popular.

El públic objectiu de les accions promocionals és la ciutadania i consumidors catalans.

Com a públic secundari trobem:

- Titulars d'explotacions i d'indústries agroalimentàries
- Altres públics secundaris (educadors, professionals de la gastronomia i restauració professional de la salut, etc.)

El missatge que es vol transmetre amb la campanya és donar a conèixer què són els aliments ecològics, quins beneficis aporten la seva producció i consum i com es poden identificar, posant en valor els seus atributs diferencials (respecte animal, curosos amb el medi ambient i "saludables").

Per tots aquests motius, es creu necessària la contractació d'insercions als mitjans de comunicació imprès, ràdio, exterior i digital per difondre una campanya de publicitat institucional.

Tasques a realitzar

Tal com estableix l'Acord Marc, les tasques a realitzar són els serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació.

Justificació de la necessitat de contractar

D'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, s'informa que la Direcció General d'Agricultura i Ramaderia no disposa de personal qualificat per realitzar aquest servei ni tampoc del material, la maquinària i els útils necessaris per a dur a terme l'objecte d'aquesta contractació administrativa.

Elecció del procediment de contractació

Per difondre aquesta publicitat institucional es realitzarà la corresponent comanda i petició d'oferta econòmica pel procediment de concreció de condicions per raó de la quantia que s'estableix a l'Annex 7. Contractació Basada del Plec de clàusules administratives particulars que regula l'Acord Marc (exp. PR 2025 556).

En concret i per la tipologia d'inserció (inserció a diversos mitjans) s'enviarà comanda per a les empreses contractistes de l'Acord Marc: Universal McCann, SA, Carat España SAU, Havas Media Group Spain SAU i WPP Media Spain SAU (abans Wavemaker Publicidad Spain, SL).

Les empreses hauran de presentar una proposta que estarà formada per:

- a) **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.

- 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 i comissions d'agència).

Determinació del preu, valor estimat del contracte i pressupost base de licitació

Per al càlcul del pressupost de licitació hem fet una estimació de mitjans, suports, formats i nombre d'insercions mitjançant l'experiència acumulada observant campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides en aquesta contractació, en funció de l'abast de campanya i el període de difusió desitjats.. Per a la determinació dels preus unitaris aproximats per a la inserció de cada format i suport s'han tingut en compte les ofertes econòmiques que les empreses van presentar per homologar-se a l'Acord Marc (PR-2025-556) i les ofertes que es van presentar en contractes d'inserció que es van licitar i adjudicar al 2025, que tenen un objecte del contracte similar encara que no siguin basats del mateix Acord Marc. Cal tenir present que les empreses a l'AM havien de presentar oferta en alguns casos de preus unitaris i en altres de descomptes aplicables a les tarifes. De tal forma que, en els formats que les empreses havien de fer la seva oferta econòmica en preus unitaris, s'ha agafat el preu unitari més car dels presentats. Per altre banda, quan les empreses havien de fer la seva oferta econòmica a l'AM en descomptes s'ha agafat el descompte més baix presentat a l'Acord Marc i després s'ha aplicat el descompte a la tarifa publicada pel suport en qüestió per aquest 2026.

Així doncs, els imports incorporats en aquest informe responen a un càlcul estimatiu fonamentat en la pràctica contractual recent i permeten assegurar la correcta estimació econòmica del contracte. Tots els imports finals s'han arrodonit.

Aquest pressupost desglossat amb el detall de les insercions es troba en el quadre APROXIMACIÓ PRESSUPOST TOTAL que està adjunt en aquest informe.

El valor econòmic d'aquesta actuació és el següent:

Import de licitació, IVA exclòs	Import IVA	Import total, IVA inclòs
345.000 €	72.450 €	417.450 €

El VEC (valor estimat del contracte) coincideix amb el pressupost de licitació perquè no es preveuen pròrrogues ni modificacions contractuals.

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.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts

Codi CPV: "9341400-0 Servicios de campañas de Publicidad" per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària i que queden recollits al document excel annex que es presentarà a la licitació.

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 descompte o un preu o cost net.

El percentatge de la comissió d'agència s'indicarà, només a efectes informatius, per comprovar que l'oferta compleix les condicions econòmiques homologades en l'Acord Marc.

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, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus o costos, descomptes 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 preus o costos 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:

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

Per a la valoració s'utilitzaran les fórmules que s'especifiquen a l'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.

Forma de pagament

El pagament d'aquesta contractació s'abonarà mitjançant diversos pagaments, en funció de les insercions realment efectuades.

Aquesta contractació anirà a càrrec de la partida pressupostària:

Centre gestor: AG03	Partida pressupostària: D/226000300/6120/0000
---------------------	--

Termini d'execució

El termini d'execució del contracte serà des de la data de la notificació de la seva adjudicació fins al 31 d'octubre 2026.

Garantia definitiva

D'acord amb el que disposa l'apartat O del PCAP de l'Acord Marc PR-2025-556 el proposat com adjudicatari, haurà de dipositar una garantia definitiva del 5% de l'import de licitació, exclòs l'IVA.

Conclusió

Per tant, proposo el procediment de concreció de condicions per raó de la quantia, tal i com s'estableix a l'Annex 7 del PCAP de l'Acord Marc per a la contractació del servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya per incentivar el consum d'aliments ecològics.

Barcelona, a data de la signatura digital

Rosa Altisent Rossell

Directora general d'Agricultura i Ramaderia