



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS QUE REGULA LA CONTRACTACIÓ CENTRALITZADA PER LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I INSERCIÓ D'ESPAIS PUBLICITARIS DE L'AJUNTAMENT DE REUS, ORGANISMES AUTÒNOMS I EMPRESES MUNICIPALS, EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ.

1. Objecte del contracte

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la prestació dels serveis de planificació de mitjans, negociació i inserció d'espais publicitaris -els serveis estan especificats en aquest plec de prescripcions tècniques-. Així mateix, inclou la fixació dels preus màxims, descomptes mínims i càrrecs d'agència màxims aplicables als suports a emprar en les comunicacions de l'Ajuntament, els organismes autònoms i les empreses municipals.

2. Especificació dels serveis

L'empresa adjudicatària del contracte portarà a terme els següents serveis:

– **Estratègia i planificació de mitjans:** recomanació estratègica i tàctica dels mitjans i suports idonis per a complir els objectius establerts en les comandes o en els brífings del Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus o dels representants dels organismes autònoms i de les empreses municipals. Aquesta recomanació s'haurà de justificar mitjançant criteris quantitatius i qualitatius, com les dades d'abastament estimades (audiència, cobertura, freqüència, afinitat, rendibilitat o altres mètriques o criteris) a través de les fonts de dades del sector requerides pel contracte i detallades en aquest plec de prescripcions tècniques o a través d'estimacions, valoracions pròpies o dades del mateix suport (sobretot en cas de suports no controlats per les fonts de dades del sector).

Entenem per mitjans, els digitals, els impresos, la televisió, la ràdio i l'exterior.

S'entén per suports cadascun dels elements que integren els diferents mitjans: les diverses plataformes, webs, xarxes socials, cercadors o aplicacions en el mitjà digital; les diferents capçaleres al mitjà imprès; les diferents cadenes de televisió i ràdio, i les diferents peces del mitjà exterior (com tanques, autobusos, opis, etc.).

– **Mediació en les negociacions** dels espais publicitaris amb els mitjans/suports de les campanyes i anuncis que dugui a terme l'Ajuntament de Reus, els organismes autònoms i les empreses municipals. Per això, l'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus/descomptes, estant al dia del pols del mercat i, en qualsevol cas, aplicar com a mínim els descomptes, o com a màxim els preus detallats en l'oferta econòmica segons el model d'oferta econòmica del plec de clàusules administratives particulars.

– **Contractació i gestió dels espais publicitaris:** l'empresa adjudicatària, prèvia aprovació del Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus, o els representants dels organismes autònoms i de les empreses municipals, haurà de contractar els espais publicitaris de les campanyes o insercions, així com gestionar el lliurament i preparació del material necessari per a aquestes.

– **Seguiment, optimització i control:** l'empresa adjudicatària haurà de fer el seguiment, l'optimització i el control dels espais publicitaris contractats per garantir la correcta distribució



de la campanya o les insercions d'acord amb el previst, ja sigui en espais impresos, impressions, clics, visionats, falques, espots, o en qualsevol de les formes possibles.

L'empresa adjudicatària haurà de comprovar de manera continuada la ubicació, la distribució i la qualitat dels espais publicats, així com aplicar les optimitzacions necessàries quan calgui i reportar els resultats obtinguts durant la campanya, amb diferents periodicitats segons el tipus de mitjà.

Així mateix, haurà d'actuar amb mides correctores i informar en cas d'incidències o de desviaments.

- **Tancament:** l'empresa adjudicatària haurà de presentar un document de tancament de campanya que reculli el detall de les insercions publicitàries tal com es van publicar, incloent-hi els possibles canvis produïts durant aquesta. S'haurà de lliurar en el termini màxim de 15 dies des de la finalització de la campanya.
- **Informe mensual/acumulat:** L'empresa adjudicatària haurà d'enviar mensualment un informe en full de càlcul de la facturació feta detallat per mitjans, suports, campanya, mes i acumulat any a l'Ajuntament de Reus, als organismes i a les empreses municipals que hagin tingut activitat publicitària.
- **Impressió:** en casos molt lligats a la contractació de l'espai com accions d'encartament al mitjà imprès o publicitat en el mitjà exterior, en què el mateix operador comercialitzador de l'espai pugui prestar també el servei d'impressió del material a inserir. Quan escaigui, aquesta necessitat s'indica expressament en el brífing corresponent.
- **Coordinació i adaptació de branded content:** en aquells casos en què l'acció de mitjans comporti la inserció de continguts de branded content, l'agència haurà de coordinar-ne la producció i adaptació amb els mitjans i suports implicats, a partir dels materials facilitats per l'Ajuntament de Reus, així com fer-ne el seguiment fins a la seva correcta publicació o emissió.
- **Gestió d'influencers, street marketing:** en els casos on la integració de contingut amb l'espai publicitari sigui molt important per a l'efectivitat de l'acció, l'empresa adjudicatària podrà dur a terme accions amb influencers o accions de street marketing a criteri del Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus, o els representants dels organismes autònoms i de les empreses municipals i amb un brífing previ.

Per a la gestió d'influencers s'haurà de fer proposta dels perfils i plataformes digitals adequats als objectius i requisits del brífing, la negociació amb aquests —d'acord amb l'experiència i el coneixement del mercat—, les tramitacions necessàries i el seguiment integral de l'acció.



Per a les accions de street marketing, s'haurà de fer la conceptualització i proposta de les accions d'acord amb els objectius del brífing, la definició d'ubicacions, calendari i recursos necessaris, la gestió de permisos i autoritzacions, la coordinació de proveïdors i equips implicats, així com l'execució i el seguiment de l'acció, garantint-ne la correcta implementació i l'adequació a la normativa vigent.

3. Equip humà mínim necessari:

L'empresa adjudicatària haurà de tenir un equip tècnic mínim amb titulació superior o experiència acreditada en centrals de mitjans format per:

- **Un director o cap de planificació** amb una experiència mínima de 3 anys a càrrec d'un equip de planificadors de mitjans off-line i on-line i 6 anys d'experiència prèvia en planificació multimèdia. Haurà de disposar d'un títol de grau en Ciències de la Comunicació, Ciències de la Informació, Publicitat, Màrqueting o titulació equivalent.
- **Un planificador de mitjans sènior** amb un mínim de 6 anys d'experiència en la planificació multimèdia. S'han d'acreditar coneixements i experiència tant en mitjans off-line com en mitjans on-line i les diferents disciplines d'aquest: xarxes socials, programàtica, posicionament en cercadors, email màrqueting, màrqueting de resultats, gestió d'influencers i la resta de camps.

Aquest equip ha de ser l'interlocutor directe amb el Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus i amb els representants dels organismes autònoms i de les empreses municipals. Sent aquest equip qui coordini altres eventuals especialistes de l'empresa adjudicatària.

Per acreditar l'experiència, quan es faci la sol·licitud prèvia a l'adjudicació al licitador proposat com a adjudicatari, s'haurà d'aportar el currículum vitae dels professionals adscrits al contracte. Aquest haurà d'incloure, com a mínim, les titulacions acadèmiques, el lloc de treball actual, els anys d'experiència professional, la relació d'empreses en què han prestat serveis i els principals clients per als quals han treballat o treballen. Aquesta informació s'haurà d'incorporar a la documentació acreditativa corresponent.

Si durant la vigència del contracte algun dels professionals de l'equip és baixa a l'empresa, es troba en situació d'incapacitat temporal o concorre qualsevol altra causa degudament justificada que en requereixi la substitució, l'empresa adjudicatària ho haurà de comunicar a l'òrgan de contractació i procedir a la seva substitució per un professional amb una qualificació i experiència equivalents.

4. Fonts d'informació.

L'empresa adjudicatària haurà de tenir contractades les fonts d'informació i el programari corresponent per poder desenvolupar el servei d'assessorament i planificació, seguiment i control de les campanyes. Aquestes fonts requerides són:

- OJD i PGD (control de tirades i difusions del mitjà imprès)



- EGM (audiències dels mitjans)
- Kantar Media (audiències de televisió)
- Geomex (audiències del mitjà exterior)
- GFK DAM (audiències dels mitjans digitals)
- Infoadex o Arce Media (control de les inversions publicitàries)
- AIMC Marcas (consum, estils de vida i perfils)

En cas que durant la vigència del contracte alguna de les fonts anteriors desaparegui, l'empresa adjudicatària haurà d'aportar una altra font del mercat per a continuar donant la informació de la font desapareguda.

5. Gestió descentralitzada de la contractació

La competència per encomanar els serveis, radica en el Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus, o en qui aquesta delegui, en tots els casos, excepte en el cas de REDESSA, que serà el seu representant qui encomanarà directament. Així, els encàrrecs de prestacions de servei derivats d'aquest contracte poden venir de l'Ajuntament de Reus, de REDESSA o d'altres empreses/organismes quan així ho determini el Departament de Comunicació Corporativa.

En els informes mensuals, l'Ajuntament de Reus, a banda de la informació sobre la seva activitat publicitària, haurà de rebre també la informació referent a l'activitat publicitària dels organismes autònoms i de les empreses municipals, de manera desglossada.

6. Imputació descentralitzada de la despesa

L'empresa adjudicatària d'aquest contracte haurà d'imputar la despesa derivada dels serveis a l'Ajuntament de Reus, organisme autònom o empresa municipal, segons en nom de qui s'hagi realitzat l'encàrrec.

7. Peticions dels encàrrecs i terminis

L'empresa adjudicatària trametrà la recomanació estratègica i/o planificació de mitjans, requerides a través de l'encàrrec o el brífig, preferentment via correu electrònic, en el termini general màxim de 5 dies laborables. Llevat dels casos en què s'especifiqui un termini més curt o més ampli, a comptar des de la recepció del correu electrònic amb el brífig o encàrrec.

El Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus, o en qui aquest delegui, haurà d'aprovar la recomanació enviada per l'empresa adjudicatària o fer les esmenes que es considerin abans del vistiplau definitiu per a totes les campanyes o insercions excepte en el cas de REDESSA, que ho farà el responsable corresponent. Un cop aprovada la recomanació, l'empresa adjudicatària haurà de contractar els espais publicitaris.

El Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus o els representants dels organismes autònoms i de les empreses municipals podrien requerir l'ús de certs models de document o plantilles (word, excel o altre), si ho consideren convenient, per a



la gestió del servei.

8. Contractació fora de la central de mitjans

Tant l'Ajuntament de Reus com els seus organismes autònoms i empreses municipals podran excloure de l'àmbit de gestió de la central de mitjans determinades actuacions publicitàries o insercions específiques quan, per raons operatives, tècniques o d'interès públic degudament justificades, aquestes hagin de gestionar-se directament o en el marc d'altres serveis o contractes municipals vinculats a la comunicació i difusió institucional.

Aquest supòsit podrà donar-se, entre d'altres, en campanyes de cercadors o xarxes socials en què la gestió de la inversió publicitària estigui estretament vinculada a l'estratègia de continguts, a la dinamització dels canals corporatius o a serveis de comunicació digital específicament contractats per l'Ajuntament de Reus. Igualment, podrà aplicar-se en actuacions relacionades amb esdeveniments culturals, artístics, esportius o festius que requereixin la contractació de suports de caràcter molt local, singular o específic.

Les actuacions incloses en aquests supòsits no generaran cap despesa ni contraprestació en concepte de càrrec d'agència a favor de l'empresa adjudicatària.

9. Elaboració de les factures

L'empresa adjudicatària facturarà els serveis prestats a l'organisme corresponent amb subjecció a les normes sobre factura electrònica que figuren al catàleg de tràmits. Les factures s'acompanyaran d'un document que haurà de desglossar els següents conceptes:

Capçalera:

- Referència de l'expedient i ordre de publicitat
- Campanya
- Data
- Mitjà

Desglossament:

- Suport i edició (si escau)
- Data d'inserció o data de la campanya
- Format
- Modalitat de compra (C/GRP, descompte, CPM, etc)
- Preu base segons tarifa vigent (preu unitari o cost unitari)
- Nombre d'insercions, impressions, etc.
- Import brut (preu base X nombre d'insercions)
- Descompte aplicat
- Import net (resultat d'aplicar el descompte negociat)
- Càrrec d'agència
- Import net + càrrec d'agència
- Descompte resultant (percentatge de la diferència entre l'import brut i l'import net + càrrec d'agència sobre l'import brut)

Totals:



- Import net total
- Càrrec d'agència total
- Import net + càrrec d'agència total
- Import de l'IVA vigent aplicat
- Import total IVA inclòs

10. Prefactura i documents justificatius

Previ a l'emissió de la factura electrònica, l'empresa adjudicatària haurà de presentar una prefactura al Departament de Comunicació Corporativa (DCC) de l'Ajuntament de Reus, en la qual es detallaran tots els conceptes a facturar amb els seus imports. Aquesta prefactura haurà d'anar acompanyada dels justificants corresponents i dels comprovants de la campanya, amb la finalitat de ser revisada i validada per la DCC.

Aquests justificants podran incloure, entre d'altres: pdf de les insercions impreses escanejades, certificats d'emissió en ràdio o televisió, informes de resultats de l'adserver, captures de pantalla en mitjans digitals o fotografies en format jpg del mitjà exterior.

11. Aportació de les tarifes

Un cop resolta la licitació, l'empresa que hagi resultat guanyadora haurà d'aportar la relació de les tarifes existents de cadascun dels suports relacionats en l'oferta econòmica.

La tècnica

Cap de Serveis de l'Alcaldia