



INFORME DE NECESSITATS

CONTRACTACIÓ CENTRALITZADA PER A 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.

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRACTE-NECESSITAT

L'Ajuntament de Reus, organismes autònoms i empreses municipals (detallats més endavant), amb l'objectiu de difondre contingut d'interès pels ciutadans, necessita els serveis d'assessorament estratègic, planificació i compra d'espais publicitaris en els mitjans de comunicació.

- AJUNTAMENT DE REUS
- AGENCIA DE PROMOCIÓ DE CIUTAT "REUSPROMOCIÓ"
- CENTRE MQ
- INSTITUT MUNICIPAL DE FORMACIÓ I EMPRESA
- FUNDACIÓ IMFE MAS CARANDELL
- INSTITUT MUNICIPAL REUS CULTURA (IMRC)
- REDESSA
- REUS ESPORT I LLEURE (RELSA)
- REUS MOBILITAT I SERVEIS
- REUS TRANSPORT
- FUNECAMP
- REUS SERVEIS MUNICIPALS (RSM):
 - AIGÜES DE REUS

INFORME D'INSUFICIÈNCIA DE MITJANS (SERVEIS)

Per seleccionar els mitjans i suports més eficients per a cada comunicació es necessita tenir contractades les fonts d'informació del mercat publicitari i les eines corresponents per explotar-ne les dades. Aquestes fonts ofereixen dades quantitatives i qualitatives sobre l'exposició de la ciutadania als mitjans de comunicació i permeten creuar-les amb dades de consum de productes i serveis, estils de vida o perfils sociodemogràfics. El cost de la subscripció és elevat i no es justificaria en un ajuntament.

Així mateix, les centrals de mitjans aporten una experiència consolidada en l'elaboració d'estratègies i planificacions de mitjans, es mantenen al dia de les novetats del mercat i aporten criteris objectius com audiència, afinitat, engagement, conversió, eficiència o rendibilitat. Sense aquesta experiència es perden oportunitats de comunicació.

Per últim, les centrals de mitjans poden aconseguir preus més avantatjosos que un anunciament directament, ja que coneixen els preus reals del mercat -molt dinàmic i basat en l'oferta i la demanda- i, el volum de compra que gestionen els atorga una capacitat de negociació superior.

CONSULTES PRELIMINARS DEL MERCAT

No se n'han fet, donat que ja es coneixen els serveis que ofereix el mercat i les seves dinàmiques de funcionament. D'altra banda, la licitació preveu la sol·licitud de descomptes i preus unitaris en un marc clar i comparable, amb la qual cosa ja permetrà obtenir referències actualitzades del mercat.

RESPONSABLE DEL CONTRACTE

Carolina Izquierdo Sallo, tècnica Superior de Comunicació Departament Comunicació Corporativa.

OBJECTE

L'objecte del contracte consisteix en la prestació dels serveis de planificació de mitjans, negociació i inserció d'espais publicitaris, d'acord amb el que estableix el 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.

LOTS

D'acord amb l'article 99.3 de la LCSP, es justifica la no divisió en lots del contracte, atès que una gestió separada dels diferents serveis i mitjans en dificultaria l'execució des del punt de vista tècnic i en reduiria l'eficiència. La naturalesa interconnectada de l'ecosistema comunicatiu requereix una planificació integral que permeti coordinar de manera coherent totes les accions, tant pel que fa a cada campanya com al conjunt de la comunicació institucional, evitant solapaments i garantint la consistència dels missatges. La gestió conjunta del contracte també permet optimitzar el volum d'inversió i reforçar la capacitat de negociació amb els mitjans, amb l'impacte corresponent en les condicions econòmiques.

En termes de concurrència, la divisió en lots podria frenar la participació en la licitació d'algunes centrals de mitjans, en un mercat fortament condicionat pels volums d'inversió.

CODI CPV (Vocabulari comú de contractes públics)

79341200-8

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS

S'adjunta Plec de prescripcions tècniques particulars.

DURADA

La durada d'aquest contracte serà de dos (2) anys a partir de la data de la seva formalització, amb possibilitat de pròrroga de dos anys més (1+1). Les esmentades pròrrogues s'hauran d'adoptar de forma expressa, amb una antelació mínima de dos (2) mesos a la finalització del contracte.

La durada total màxima del contracte, incloses les pròrrogues, no podrà ser superior a quatre (4) anys.

SUBROGACIÓ EN CONTRACTES DE TREBALL

No procedeix.

FINANÇAMENT

Les despeses derivades del contracte s'imputaran als ens adherits al contracte en funció de les comandes dutes a terme.

Pel que fa a l'Ajuntament de Reus, la despesa anual s'imputarà amb càrrec a les partides:

10102 49170 22602	233.100 €
10101 91200 22602	9.000 €
31426 33210 22602	3.000 €
31425 33000 22602	11.000 €
30919 32320 22602	6.000 €
20933 15200 22602	4.000 €
40335 17030 22602	20.000 €
31037 92402 22602	2.500 €
31037 92400 22602	1.500 €

Pel que fa a l'Agència de Promoció de ciutat Reus Promoció, la despesa s'imputarà amb càrrec a les partides:

21360 43200 22602	40.000 €
21360 43236 22602	15.000 €

Pel que fa a l'Institut Municipal Reus Cultura, la despesa s'imputarà amb càrrec a les partides:

31431 33410 22602	12.000 €
-------------------	----------

Pel que fa a l'Institut Municipal de Formació i Empresa, la despesa s'imputarà amb càrrec a les partides:



20321 32904 22799

10.890 €

Pel que fa a la Fundació IMFE Mas Carandell, la despesa s'imputarà a les partides:

627 00000, referència L-F-1

7.260 €

Pel que fa a les empreses municipals o supramunicipals, d'acord amb el procediment intern que regeix l'acreditació de l'existència de crèdit necessari per assumir les obligacions econòmiques, s'informa que les quantitats previstes seran contemplades en els corresponents pressupostos.

Centre MQ	6.000 €
Redessa	72.000 €
Reus Esport i Lleure	9.438 €
Reus Mobilitat i Serveis	19.360 €
Reus Transport	16.940 €
Funecamp	55.880 €
Reus Serveis Municipals: Aigües de Reus	35.090 €

PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ

El pressupost base de licitació (despesa màxima estimada) és **1.179.916,01 €**

	Pressupost base de licitació		
	Sense IVA	IVA (21%)	Total
1r any	487.568,60 €	102.389,41 €	589.958,01 €
2n any	487.568,60 €	102.389,41 €	589.958,01 €
Total	975.137,20 €	204.778,81 €	1.179.916,01 €

El sistema per a la determinació del preu del contracte serà en termes de preus unitaris màxims, descomptes mínims i càrrecs d'agència màxims. Aquest contracte s'executarà en funció de les necessitats reals de campanyes o accions de comunicació. De manera que l'Ajuntament de Reus no resta obligat a exhaurir-lo com tampoc resten obligats els organismes autònoms i les empreses municipals.

VALOR ESTIMAT

El valor estimat del contracte és **2.145.301,84 €** (no inclou IVA). Correspon als dos primers anys de durada del contracte, més els dos anys de possibles pròrrogues, més l'eventual modificació del contracte del 20% sobre l'import de la durada inicial del contracte.

Valor estimat del contracte			
1r any	487.568,60 €	Durada inicial (2 anys)	975.137,20 €
2n any	487.568,60 €		
Primera pròrroga d'un any	487.568,60 €	Pròrrogues eventuais (1+1 any)	975.137,20 €
Segona pròrroga d'un any	487.568,60 €		
Modificacions previstes (20% sobre la durada inicial del contracte)			195.027,44
Valor estimat del contracte			2.145.301,84 €

Correspon als dos anys de durada inicial del contracte, més els dos anys de possibles pròrrogues, més la totalitat de les eventuais modificacions previstes en el plec. Aquest és un import estimat, basat en necessitats de comunicació estimades.



En cas que durant la vigència del contracte les necessitats reals fossin superiors a les estimades inicialment, haurà de tramitar-se la corresponent modificació en els termes previstos a l'article 204 i la Disposició Addicional 33 de la LCSP i s'hauran d'especificar en els plecs.

Aquesta modificació s'haurà de tramitar abans que s'esgoti el pressupost màxim inicialment aprovat, reservant-se a tal fi el crèdit necessari per cobrir l'import màxim de les noves necessitats.

REVISIÓ DELS PREUS

No s'admet la revisió de preus d'acord amb el tipus de mercat, que no es regeix per índexs de preus, sinó per la dinàmica d'oferta i demanda, juntament amb altres variables de negociació pròpies del sector, que les centrals de mitjans gestionen habitualment. A través d'estimacions del mercat fan la millor oferta i aquesta es manté durant la durada del contracte.

PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

Procediment obert harmonitzat.

TRAMITACIÓ

L'expedient de contractació serà objecte de tramitació ordinària i s'adjudicarà per procediment obert amb pluralitat de criteris d'adjudicació.

CONTRACTE RESERVAT

No procedeix.

HABILITACIÓ PROFESSIONAL

No se'n requereix per a executar l'objecte del contracte.

SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

Volum anual de negocis en l'àmbit d'activitats corresponent a l'objecte del contracte, referit a l'any de volum més alts dels tres últims exercicis conclosos, en funció de la data de creació o d'inici de les activitats empresarials per un import igual o superior a 835.000 € per anualitat.

El volum anual de negoci serà acreditat mitjançant els comptes anuals aprovats i dipositats al Registre Mercantil, si l'empresari estigués inscrit en l'esmentat registre i, en cas que no estigués inscrit, pels dipositats en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit. Els empresaris individuals no inscrits al Registre Mercantil acreditaran el seu volum anual de negocis mitjançant els seus llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil.

SOLVÈNCIA TÈCNICA O PROFESSIONAL

Haurà d'acreditar-se una relació dels principals serveis o treballs, del mateix tipus o naturalesa al que correspon a l'objecte del contracte, realitzats en els últims tres anys, que inclogui import, dates i destinatari -públic o privat- d'aquests.

Els serveis o treballs efectuats s'acrediten mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari és una entitat del sector públic o, quan el destinatari és un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari; en el seu cas, aquests certificats han de ser comunicats directament a l'òrgan de contractació per l'autoritat competent.

Els licitadors hauran d'acreditar haver realitzat un mínim de tres campanyes publicitàries, multimèdia, superior a 40.000 € cadascuna durant els tres últims anys, detallant-ne l'import, les dates i el destinatari, d'acord amb el que preveu el paràgraf anterior.

ADSCRIPCIÓ DE MITJANS PERSONALS I MATERIALS

Les empreses licitadores hauran de presentar les següents declaracions responsables, i en cas de ser adjudicatàries, adscriure a l'execució del contracte els següents mitjans personals i materials:

Mitjans personals



Declaració indicant que posen a disposició de l'Ajuntament de Reus, organismes autònoms i empreses municipals, 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.

Mitjans materials

Declaració indicant que tenen contractades les fonts d'informació següents i el seu programari corresponent per desenvolupar el servei de recomanació estratègica i tàctica dels mitjans, seguiment i control de les campanyes i informe de resultats:

- 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 poder continuar donant la informació de la font desapareguda.

CLASSIFICACIÓ

És orientativa a efectes d'acreditar la solvència: Grup T (serveis de contingut), Subgrup 1 (serveis de publicitat), Categoria 3.

VARIANTS

Els licitadors no podran presentar variants en les seves ofertes.

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

Mitjançant sistema de punts, amb un total possible de 1.000 punts, les empreses han de presentar:

- L'oferta tècnica, ponderada amb el 40% dels punts (fins a 400 punts)
- L'oferta econòmica, ponderada amb el 60% dels punts (fins a 600 punts)
- Criteris de valoració subjectes a judici de valor (estratègia de mitjans, fins a 400 punts)



Les empreses adjudicatàries hauran de presentar una memòria tècnica basada en una **proposta d'estratègia i planificació de mitjans per una campanya de "Museu de Reus"** segons el brífling que s'adjuntarà als plecs de clàusules administratives particulars.

Les empreses hauran de justificar totes les decisions quant als mitjans i suports de la seva proposta, la distribució del pressupost, la distribució de la campanya en el calendari i la selecció de formats, fent servir les fonts del mercat publicitari o els estudis que tinguin al seu abast. L'arxiu amb la documentació de la memòria tècnica haurà de ser en PDF indexat.

La valoració dels criteris subjectes a judici de valor es farà de manera individualitzada, atenent al grau d'adequació, coherència, concreció, rigor, viabilitat i justificació de la proposta presentada en relació amb el brífling i amb els aspectes específicament indicats en cada criteri de valoració.

Atès que la proposta d'estratègia i planificació de mitjans constitueix un exercici obert, la puntuació no es determinarà per la coincidència amb una única solució predefinida, sinó pel grau en què la proposta doni resposta als objectius de la campanya, als públics destinataris, al context comunicatiu, als canals i suports proposats, a la planificació de les accions i a la justificació de les decisions adoptades.

La puntuació de cada criteri s'atorgarà d'acord amb els trams següents:

- **Adequació òptima: de 80% fins a 100% de la puntuació del criteri.**

La proposta dona una resposta plenament adequada, completa, precisa i consistent en relació amb el criteri valorat, amb un grau de desenvolupament elevat i informació suficient i rellevant per valorar-lo de manera molt favorable.

- **Adequació notable: de 60% fins a 79% de la puntuació del criteri.**

La proposta dona una resposta suficient i coherent en relació amb el criteri valorat, amb un grau de desenvolupament, concreció i precisió adequat per a la seva valoració.

- **Adequació correcta: de 40% fins a 59% de la puntuació del criteri.**

La proposta dona una resposta suficient i coherent en termes generals, en relació amb el criteri valorat, però amb un grau de desenvolupament, concreció o precisió limitat.

- **Adequació limitada: de 0% fins a 39% de la puntuació del criteri.**

La proposta dona una resposta parcial o genèrica, amb elements valorables, però insuficients, poc concrets o amb mancances que en limiten la valoració del criteri analitzat.

Els criteris per avaluar la memòria tècnica són els següents:

1.- Estratègia, fins a 120 punts, el 30% de la puntuació total possible

1.1. Coherència i articulació global de l'estratègia de mitjans, valorant l'alineació amb els objectius de la campanya, la solidesa del plantejament i la consistència interna de la proposta, fins a 80 punts.

1.2. Claredat, estructuració i rigor expositiu de la proposta, valorant la utilitat de la informació presentada, la seva comprensió i la seva orientació a la definició de la proposta, fins a 40 punts.

2.- Treball tàctic, fins a 180 punts, el 45% de la puntuació total possible

2.1. Adequació i traçabilitat del pla de mitjans, valorant la seva alineació amb l'estratègia i els objectius de la campanya, així com la coherència en la presa de decisions, fins a 80 punts.

2.2. Capacitat de la proposta per adaptar la distribució de recursos, canals i impactes als diferents públics de la campanya, d'acord amb els seus contextos, motivacions i formes de relació amb l'oferta cultural de Reus, fins a 60 punts.

2.3. Capacitat per generar impactes en canals, entorns i moments d'oportunitat especialment afins als diferents públics objectiu —ciutadania, públic de proximitat i visitants potencials—, tant en contextos de vinculació cultural i social com en situacions associades al lleure, la planificació i l'experiència turística, fins a 40 punts.

3.- Justificacions quantitatives, fins a 100 punts, el 25% de la puntuació total possible

3.1. Rigor i adequació de les dades aportades, valorant la seva utilitat per fonamentar les decisions estratègiques i tàctiques de la campanya, fins a 30 punts.

3.2. Detall i rigor de les dades d'abast estimades de la campanya, valorant que permetin dimensionar



adequadament la seva repercussió, fins a 70 punts.

La definició de l'estratègia i la planificació de mitjans constitueixen elements essencials per a la correcta execució del contracte. Per aquest motiu, s'estableix una puntuació mínima de 200 punts en la valoració del sobre B, equivalent al 50% de la puntuació màxima assignada a aquest sobre. Les propostes que no assoleixin aquesta puntuació mínima quedaran excloses del procediment i no es procedirà a l'obertura del sobre C, que conté l'oferta econòmica.

- Criteris de valoració automàtics (oferta econòmica fins a 600 punts)

Les empreses licitadores hauran de presentar la seva oferta econòmica seguint el model que s'adjuntarà als plec de clàusules administratives particulars, omplint totes les caselles amb els preus unitaris màxims, descomptes sobre tarifa mínims i càrrecs d'agència màxims.

Per completar el model, es posa a la disposició de les empreses licitadores un arxiu Excel que s'haurà d'incloure, degudament emplenat, en el sobre digital C. Aquest document conté totes les caselles habilitades que cal omplir. Cal llegir totes les especificacions contingudes en aquest model d'oferta econòmica.

L'arxiu es troba configurat de manera que únicament es puguin emplenar les cel·les habilitades a aquest efecte. Els formats d'aquestes cel·les estan predefinits d'acord amb la tipologia d'oferta requerida. L'arxiu no podrà ser objecte de modificació i qualsevol alteració del format de les cel·les o de l'estructura del document podrà ser causa d'exclusió de la licitació.

El model no inclou tots els suports ni tots els formats del mercat, sinó una selecció dels més habituals. La presència d'un mitjà o suport en el model no implica necessàriament la seva utilització durant el contracte. Per als suports no detallats, s'han habilitat caselles d'oferta econòmica per a grups de suports. En cas que l'Ajuntament de Reus, organismes autònoms i empreses municipals hagin de comunicar a través de suports nous o no previstos expressament en el model d'oferta econòmica, s'aplicarà el descompte ofert a la casella de grup de suports corresponent.

Si un suport o un format demanat al model d'oferta econòmica no es comercialitza, les empreses licitadores poden comunicar-ho al correu electrònic contractacio@reus.cat amb la finalitat que aquesta casella no es tingui en compte a l'hora de valorar.

Durant tota la vigència del contracte, l'empresa adjudicatària no podrà aplicar preus superiors, descomptes inferiors o càrrecs d'agència superiors als establerts en la seva oferta.

L'incompliment dels següents requisits podrà constituir causa d'exclusió de la present licitació:

- Les caselles habilitades per ofertes no poden restar buides.
- Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap puntuació.
- Les caselles que presentin format diferent del requerit al model (percentatge en comptes de preu o viceversa) no generaran cap puntuació.
- La xifra continguda a les caselles haurà de tenir un màxim de dos decimals, amb l'excepció de les ofertes de CPV i CPC, que podran contenir fins a tres decimals.
- Les caselles no podran contenir fórmules.

L'oferta de les caselles de preu de mitjans i les de descompte sobre les tarifes de mitjans ha de ser la xifra final abans d'IVA. Això implica que, independentment de la seva modalitat, totes les ofertes han d'incloure en aquesta xifra única tant els descomptes aplicats com tots els càrrecs associats, inclòs el càrrec d'agència.

A banda és necessari detallar el percentatge de càrrec d'agència en un quadre del model d'oferta específic. Aquest percentatge s'ha de detallar encara que ja estigui incorporat en les xifres de cadascuna de les caselles, ja que també és objecte de valoració.

Es demanen tres modalitats d'oferta (apareix especificat a les capçaleres de les caselles):

- **Descompte mínim (el 68% de la puntuació):** es demanen els descomptes mínims que s'aplicaran sobre les tarifes vigents durant la durada del contracte, sens perjudici de poder millorar-los. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència. Es demana en tots els apartats de mitjans. Cal llegir les especificacions en el model d'oferta econòmica.

L'empresa adjudicatària tindrà l'obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada



vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans de comunicació i que impliqui una condició més avantatjosa per a l'Ajuntament de Reus, organismes autònoms i empreses municipals.

El descompte serà extensible a tots els formats, edicions, suplementos, especials, ubicacions, horaris, dies d'emissió, i dispositius, llevat que estigui especificat en el model d'oferta econòmica. En el cas dels mitjans digitals, serà extensible als perfils propis a les xarxes socials i apps pròpies dels suports, des de qualsevol dispositiu. En el cas de la televisió i la ràdio, el descompte serà extensible a les seves versions en línia, als continguts històrics o elaborats ad hoc per al seu consum a la carta —com ara pòdcasts, especials, sèries o càpsules—, així com als perfils dels programes, de l'emissora o de la cadena a les xarxes socials i a les seves webs corporatives.

— **Preu màxim (el 32% de la puntuació):** es demanen els preus màxims que s'aplicaran durant la durada del contracte. Depenent del mitjà i suport al qual fan referència i, tal com s'especifica al model d'oferta econòmica en l'annex X, els preus demanats poden ser:

- Cost per mil impressions (CPM) en €. Preu màxim per cada mil impressions amb visibilitat segons estàndards de la IAB (Interactive Advertising Bureau). Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència. Es demana en l'apartat de mitjans digitals. Cal llegir les especificacions en el model d'oferta econòmica.
- Cost per clic (CPC) en €. Preu màxim per cada clic. Un clic compta quan l'usuari clica a l'anunci. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència. Es demana en l'apartat de mitjans digitals. Cal llegir les especificacions en el model d'oferta econòmica.
- Cost per visionat (CPV) en €. Preu màxim per cada visionat. Un visionat compta a partir d'un nombre determinat de segons vistos, depenent de com es comercialitzi cadascun dels suports que deixen contractar CPV. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència. Es demana en l'apartat de mitjans digitals. Cal llegir les especificacions en el model d'oferta econòmica.

— **Càrrecs d'agència màxims:** es demanen els càrrecs d'agència màxims pels mitjans offline, pels mitjans digitals (suports generalistes o especialitzats), pels mitjans digitals (xarxes socials, plataformes, cercadors), per la gestió dels influencers, i per a la gestió de street màrqueting separatament. La xifra ha de ser un percentatge amb un màxim de dos decimals. S'estableixen uns topalls de màxims que cal respectar.

La distribució dels punts atorgables per mitjans està relacionada amb l'estimat d'inversió en cadascun d'ells:

- Mitjà imprès (fins a **245** punts)
- Mitjans digitals (fins a **217** punts, 23 d'aquests en concepte de descompte i 194 en concepte de preu)
- Ràdio (fins a **68** punts)
- Mitjà exterior (fins a **40** punts)
- Televisió (fins a **15** punts)
- Comissió d'agència (fins a **15** punts)

La puntuació de cadascuna de les caselles es calcula de manera independent. Les caselles són autònomes, i la puntuació total correspon a la suma de les puntuacions obtingudes en cadascuna de les caselles del model d'oferta econòmica.

A cada casella s'hi aplica una fórmula de valoració, de manera que l'empresa que presenti l'oferta més avantatjosa obtindrà la puntuació màxima, mentre que la resta rebran una puntuació proporcional d'acord amb la fórmula aplicada.

Fórmules segons la modalitat de l'oferta:

- Ofertes de descompte mínim:
$$P = \frac{\text{Puntuació Màxima} * (1 - \text{Descompte Més Alt})}{(1 - \text{Descompte Que Es Puntua})}$$

Les empreses que ofereixin un zero (0%) o un valor negatiu, no generaran cap punt.



- Ofertes de preu màxim:

$$P = \frac{\text{Puntuació Màxima} * \text{Oferta Més Econòmica}}{\text{Oferta Valorada}}$$

En cas que alguna empresa ofereixi un import 0, es considerarà com a 0,0001 per a poder aplicar la fórmula.

- Ofertes de càrrec d'agència màxim:

$$P = \text{Puntuació màxima} * \left(1 - \frac{C.\text{agència que es puntua} - C.\text{agència més baix}}{C.\text{agència més car} - C.\text{agència més baix}} \right)$$

El valor més baix s'emporta la totalitat de punts i el valor més alt rep zero punts. En cas que el càrrec d'agència més alt i el més baix coincideixin, totes les ofertes admeses obtindran la puntuació màxima assignada a aquest criteri.

La fórmula de valoració de descompte mínim permet atribuir la puntuació màxima al descompte més alt i distribuir la resta de punts proporcionalment al cost resultant després d'aplicar cada descompte.

La fórmula de valoració de preu màxim permet atribuir la puntuació màxima al preu unitari més baix i distribuir la resta de punts de manera inversament proporcional als preus oferts.

La fórmula de valoració del càrrec d'agència màxim permet atribuir la puntuació màxima al càrrec més baix, zero punts al càrrec més alt i distribuir la resta de punts de manera lineal i proporcional entre aquests dos valors.

Les tres fórmules són objectives i automàtiques, garanteixen un tractament igualitari de les ofertes i no deixen marge de discrecionalitat a l'òrgan de contractació, d'acord amb els requisits d'igualtat, no-discriminació, transparència i proporcionalitat establerts a l'article 145.5.b) de la LCSP.



Resum dels punts:

SOBRES / CONCEPTES				PUNTS				
SOBRE B	Criteris d'adjudicació subjectes a judici de valor							
	Estratègia i pla de mitjans de la campanya: Museu de Reus	400	100%	100%	100%	400	40%	
SOBRE C	Criteris d'adjudicació automàtics							
	Fórmula per ofertes de descompte mínim	Mitjà imprès	245	41%	391	65%	600	60%
		Mitjans digitals	23	4%				
		Ràdio	68	11%				
		Exterior	40	7%				
		Televisió	15	3%				
	Fórmula per ofertes de preu màxim	Mitjans digitals	194	32%	194	32%		
	Fórmula per ofertes de càrrec d'agència màxim	Càrrec d'agència	15	3%	15	3%		
			600	100%	600	100%		
Total		1.000		1.000		100%		



Detall dels punts pels criteris d'adjudicació automàtics:

Mitjà imprès	Suports	Descompte mínim (%)		
		Publicitat	Branded content	Anuncis oficials i esqueles
Informació general i especialitzada de Tarragona	Diari de Tarragona	18,0 punts	8,0 punts	1,0 punts
	Diari Més	15,0 punts	6,0 punts	1,0 punts
	Segre	8,0 punts	3,0 punts	
	Ara Camp de Tarragona	8,0 punts	3,0 punts	
	La Guia de Reus Cultura i Oci	8,0 punts	3,0 punts	
	Revista La Ciutat	8,0 punts	3,0 punts	
	Revista Cambrils	8,0 punts	3,0 punts	
	El Vallenc	8,0 punts	3,0 punts	
	Nova Conca	8,0 punts	3,0 punts	
	Setmanari Ebre	8,0 punts	3,0 punts	
	L'Opció	2,0 punts	1,0 punts	
	Indicador d'Economia	8,0 punts	2,0 punts	
	Tarragona Empresarial	5,0 punts	2,0 punts	
	Reus Empresa	5,0 punts	2,0 punts	
	FEHT Magazine	5,0 punts	2,0 punts	
	Mapilife	3,0 punts	2,0 punts	
	Sortida	3,0 punts	2,0 punts	
	Magazine Experience	3,0 punts	2,0 punts	
	Enoguia	3,0 punts	1,5 punts	
	Altres mitjans impresos de Tarragona	0,5 punts		
Especialitzats	Núvol (revista anual paper)	2,0 punts	1,0 punts	
	Revista del RACC (trimestral)	2,0 punts	1,0 punts	
	Mitjans impresos amb temàtica d'empresa i emprenedoria	2,0 punts	1,0 punts	
	Mitjans impresos amb temàtica d'automoció	2,0 punts	1,0 punts	
	Mitjans impresos amb temàtica d'alimentació i nutrició	2,0 punts	1,0 punts	
	Mitjans impresos amb temàtica de casaments	2,0 punts	1,0 punts	
	Resta de mitjans impresos especialitzats	0,5 punts		
Catalunya i fora de Catalunya	El Punt Avui i resta de publicacions de Hermes Comunicacions	5,0 punts	0,5 punts	0,5 punts
	Ara i resta de publicacions de l'Ara (Criatures, Diumenge,...)	5,0 punts	0,5 punts	0,5 punts
	La Vanguardia i resta de publicacions del Grup Godó	5,0 punts	0,5 punts	0,5 punts
	El Periódico i resta de publicacions de Prensa Ibérica	5,0 punts	0,5 punts	0,5 punts
	Cap Catalogne	5,0 punts	1,0 punts	
	Revista Castells	4,0 punts	0,5 punts	
	Altres mitjans impresos de Catalunya / Espanya	0,5 punts		
	Altres mitjans impresos de fora de l'estat	0,5 punts		
Total punts		245,0 punts		



Mitjans digitals - Suports generalistes o especialitzats	CPM màxim			Descompte mínim per qualsevol format no especificat (%)
	Display standard (banner, megabanner, robapàg., robadoble, gratacels, botó, sidebar, etc)	Display premium (brand day, wallpaper, expandibles, interstitial, layer, rising stars, etc)	Display amb vídeo, instream, preroll, overlay, outstream, in banner, in page, etc	
SUPORTS D'INFORMACIÓ GENERAL				
reusdigital.cat	5,0	2,0	1,0	0,5
tarragonadigital.com	5,0	2,0	1,0	0,5
diaridetarragona.com	5,0	2,0	1,0	0,5
tots21.cat	5,0	2,0	1,0	0,5
diarimes.com	5,0	2,0	1,0	0,5
laciutat.cat	5,0	2,0	1,0	0,5
infocamp.cat	5,0	2,0	1,0	0,5
laguiadereus.com	4,0	1,5	0,5	0,5
revistacambriels.cat	4,0	0,5	0,5	0,5
elnacional.cat	4,0	0,5	0,5	0,5
ara.cat i webs de l'Ara	4,0	0,5	0,5	0,5
naciodigital.cat i webs del grup Edicions de Premsa Local	4,0	0,5	0,5	0,5
elmon.cat	4,0	0,5	0,5	0,5
elperiodico.com .cat i webs de Prensa Ibérica	4,0	0,5	0,5	0,5
lavanguardia.com i webs del grup Godó	4,0	0,5	0,5	0,5
vilaweb.cat	4,0	0,5	0,5	0,5
elpuntavui.cat i webs d'Hermes Comunicacions	4,0	0,5	0,5	0,5
suports de la CCMA	4,0	0,5	0,5	0,5
Altres webs locals de Tarragona província				0,5
Altres webs d'informació general de Catalunya / Espanya				0,5
Altres webs de fora de l'estat				0,5
SUPORTS D'INFORMACIÓ ESPECIALITZADA				
Webs del grup Abacus Media	4,0	0,5	0,5	1,0
reusempresa.com	4,0	0,5	0,5	1,0
tarragonaempresarial.com	2,0	0,5	0,5	1,0
indicadordeeeconomia.com	2,0	0,5	0,5	1,0
surtdecasa.cat	4,0	0,5	0,5	1,0
circdelacultura.com	4,0	0,5	0,5	1,0
escapadaambnens.com	4,0	0,5	0,5	1,0
Altres webs d'informació especialitzada				0,5
SUPORTS VERTICALS				
Webs amb temàtica d'empresa i emprenedoria				1,0
Webs amb temàtica d'automoció				1,0
Webs amb temàtica d'alimentació i nutrició				1,0
Webs amb temàtica de casaments				1,0
Altres webs verticals				0,5
Mitjans digitals - Xarxes socials, plataformes o cercadors	CPM màxim	CPV màxim	CPC màxim	Descompte mínim per qualsevol format no especificat (%)
Facebook i Instagram ads	4,5	3,5		
Linkedin ads	3,5	2,0		
Youtube ads	1,0	4,5		
Twitter ads	3,0	2,0		
Altres xarxes socials				0,5
Plataformes de compra programàtica display	5,0			
Plataformes de compra programàtica vídeo	4,0			
Plataformes de música i podcasts	3,0			
Google ads (xarxa display)	2,0		2,5	
Cercadors (enllaç patrocinat)			5,0	
Costos tecnològics	Costos tecnològics Display standard (CPM màxim)			2,0 punts
	Cosos tecnològics Vídeo standard (CPM màxim)			2,0 punts
	Costos tecnològics Display Rich media (CPM màxim)			1,5 punts
TOTAL PUNTS				217,0 punts



Mitjà ràdio	Suports	Descompte mínim (%)
Ràdio	Cadena SER	10,0 punts
	Los 40	4,0 punts
	RAC1 i RAC105	8,0 punts
	Onda Cero	4,0 punts
	Flaix FM i Ràdio Flaixbac	4,0 punts
	Cadena Cope	4,0 punts
	Cadena 100	3,0 punts
	Catalunya Ràdio i resta d'emissores de la CCMA	4,0 punts
	Cadena Dial	4,0 punts
	Europa FM	4,0 punts
	Lanova Ràdio	10,0 punts
	Baix Camp Ràdio - Ciutat de Reus	2,0 punts
	Ràdio Ciutat - Tarragona	2,0 punts
	Tarragona Ràdio	2,0 punts
	Ràdio Cambrils	2,0 punts
	Altres cadenes de Catalunya / Espanya	0,5 punts
	Cadenes internacionals	0,5 punts
Total punts		68,0 punts

Mitjà exterior	Suports	Descompte mínim (%)
Mitjà exterior	Oppis Catalunya	8,0 punts
	Tanques Catalunya	8,0 punts
	Centres comercials Catalunya	4,0 punts
	Autobusos Catalunya	4,0 punts
	Cinema Catalunya	4,0 punts
	Banderols Catalunya	5,0 punts
	Pantalles gran format al carrer Catalunya	5,0 punts
	Altres suports d'exterior a Catalunya	1,0 punts
	Mitjà exterior resta de l'estat	0,5 punts
	Mitjà exterior internacional	0,5 punts
Total punts		40,0 punts

Mitjà televisió	Suports	Descompte mínim (%)
Televisió	Tac 12	5,0 punts
	Canal Camp TV	3,0 punts
	TV3 i resta de cadenes de TV de la CCMA	3,0 punts
	Resta de cadenes locals	3,0 punts
	Resta de cadenes de Catalunya / Espanya	0,5 punts
	Cadenes internacionals	0,5 punts
Total punts		15,0 punts

Càrrec d'agència	Conceptes	Càrrec d'agència màxim (%)	Oferta de càrrec d'agència màxim (%)
Càrrec d'agència	Sobre els mitjans digitals (suports generalistes o especialitzats)	5,00%	4,0 punts
	Sobre els mitjans digitals (Xarxes socials, plataformes, cercadors)	7,00%	4,0 punts
	Sobre la resta de mitjans	5,00%	4,0 punts
	Sobre la gestió d'influencers	7,00%	2,0 punts
	Sobre la gestió de street màrqueting	7,00%	1,0 punts
Total punts		15,0 punts	



Criteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals

L'òrgan de contractació considerarà una oferta amb valors anormals o desproporcionats d'una empresa per a un mitjà (imprès, digital, ràdio, exterior o televisió) quan aquesta quedi un 60% o més per sota de la mitjana aritmètica de totes les ofertes i que s'hagi obtingut una valoració inferior als 250 punts en els criteris d'adjudicació basats en judicis de valor.

L'oferta d'una empresa per a un mitjà serà la suma de totes les seves ofertes pels suports que integren aquest mitjà. Quan les ofertes siguin de descomptes serà el resultat d'aplicar aquests descomptes a 100, excepte en els mitjans digitals, que serà el resultat d'aplicar aquests descomptes a 1.

En el supòsit que una o diverses de les ofertes presentades incorrin en presumpció d'anormalitat, es desglossarà el mitjà afectat per detectar aquells suports concrets que presentin ofertes per sota del 80% de la mitjana. En aquests casos, la Mesa de contractació requerirà a l'/les empresa/es licitadora/es que l'/les hagi/n fet una justificació mitjançant una carta signada pel mateix suport confirmant l'oferta, o bé mitjançant una carta signada per un client de l'/les empresa/es licitadora/es que acrediti haver realitzat campanyes amb els preus/descomptes proposats en l'oferta.

En el supòsit d'una sola empresa licitadora, si la Mesa detecta algun preu molt baix o algun descompte molt alt amb relació als preus/descomptes aplicats habitualment en els plans de mitjans de l'Ajuntament de Reus, organismes autònoms i empreses municipals, la Mesa de contractació pot requerir al licitador que els justifiqui amb els informes o documents que l'empresa consideri.

En qualsevol dels dos casos, l'/les empresa/es licitadora/es disposarà/an d'un termini de 5 dies hàbils per presentar la informació i els documents que siguin pertinents a aquests efectes.

COMITÈ D'EXPERTS-ORGANISME TÈCNIC ESPECIALITZAT

No és necessari el comitè d'experts.

MODIFICACIONS DEL CONTRACTE

Durant la durada del contracte, es podran realitzar modificacions a l'alça, en un màxim del 20% del preu inicial del contracte, pels casos en què les estimacions inicials es veiessin incrementades a causa de noves necessitats dels ens destinataris dels serveis, o bé, per creació de nous ens.

A més, també es preveu la possibilitat de realitzar modificacions a la baixa, en un màxim del 20% del preu inicial del contracte, pels casos en què, de conformitat amb la normativa de règim local, respecte d'algun dels Ens enumerats al plec, se'n modifiqués el règim jurídic de la seva gestió o s'extingís la seva personalitat jurídica. En aquest cas, la despesa màxima anual total del contracte es veuria modificada a la baixa per l'import corresponent a la despesa màxima anual de l'Ens extingit, amb el límit màxim del 20% del preu inicial del contracte esmentat.

CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ

Les comunicacions i l'intercanvi de documentació que es realitzin entre l'empresa adjudicatària i l'Ajuntament o els ens contractants seran majoritàriament per mitjans electrònics, informàtics i telemàtics.

Els licitadors i els contractistes assumeixen les obligacions següents:

- a) Observar els principis, les normes i els cànons ètics propis de les activitats, els oficis i/o les professions corresponents a les prestacions objecte dels contractes.
- b) No realitzar accions que posin en risc l'interès públic.
- c) Denunciar les situacions irregulars que es puguin presentar en els processos de contractació pública o durant l'execució dels contractes.
- d) Abstenir-se de realitzar conductes que tinguin per objecte o puguin produir l'efecte d'impedir, restringir o falsejar la competència, com per exemple els comportaments col·lusoris o de competència fraudulenta (ofertes de resguard, eliminació d'ofertes, assignació de mercats, rotació d'ofertes, etc.).
- e) Respectar els acords i les normes de confidencialitat.
- f) Col·laborar amb l'òrgan de contractació en les actuacions que aquest realitzi per al seguiment i/o l'avaluació del compliment del contracte, particularment facilitant la informació que li sigui sol·licitada per a aquestes finalitats, i que la legislació de transparència i els contractes del sector públic imposen als adjudicataris en relació amb l'Administració o administracions de



referència, sens perjudici del compliment de les obligacions de transparència que els pertocuin de forma directa per previsió legal.

Aquestes obligacions tenen la consideració de condicions especials d'execució del contracte.

OBLIGACIONS CONTRACTUALS ESSENCIALS

No se'n preveuen.

PENALITATS ESPECÍFIQUES

No se'n preveuen.

CAUSES DE RESOLUCIÓ

Les previstes a la llei.

CESSIÓ DEL CONTRACTE

Els drets i obligacions relatius a aquest contracte poden ser cedits per l'adjudicatari a un tercer, prèvia autorització de l'Ajuntament de Reus.

SUBCONTRACTACIÓ

Sí que s'admet.

Es contempla la possibilitat que l'adjudicatari hagi de comptar amb la intervenció dels exclusivistes de mitjans per a l'execució de les prestacions del contracte. En cap cas es preveu la possibilitat de pagar directament a aquests exclusivistes.

REPERCUSSIONS ECONÒMIQUES DEL CONTRACTE

Es tracta de despesa corrent i recurrent, derivada de les necessitats ordinàries de comunicació i difusió de continguts d'interès per a la ciutadania de l'Ajuntament de Reus, els seus organismes autònoms i les empreses municipals.

El contracte no comporta una despesa d'inversió, sinó la contractació d'un servei especialitzat d'agència de mitjans. La despesa s'imputarà a les partides pressupostàries corresponents, quedarà limitada a l'import màxim previst en el pressupost de licitació i estarà condicionada a l'existència de crèdit necessari.



BRÍFING. ANNEX 1

1. Campanya: Reobertura del Museu de Reus

Ara que el Museu de Reus és un espai més proper, accessible i experiencial, es vol consolidar com un motor cultural de ciutat i d'identitat reusenca, posicionant-se com un equipament de referència al territori.

La campanya vol atraure visitants potencials de l'entorn, tant ciutadania i públic de proximitat com turistes de perfil cultural que visiten Reus o la Costa Daurada, amb la voluntat d'incrementar l'afluència al museu, afavorir les pernoctacions i enriquir l'experiència cultural i urbana a la ciutat.

2. Context i antecedents

El Museu de Reus ha reobert les seves portes el gener de 2026 després d'una renovació integral de l'espai i la museografia, amb una inversió de 2.291.911,78 € (IVA inclòs), finançada majoritàriament pel Ministeri de Cultura.

La reforma ha actualitzat completament el relat museogràfic, ha renovat els espais interiors i ha millorat la connexió amb la plaça de la Llibertat. El nou museu ofereix un recorregut més obert, accessible i contemporani a través de cinc sales temàtiques i compta amb una sala de retaules i espais dedicats a artistes com Marià Fortuny, Josep Tapiró, Baldomer Galofre, Antoni Gaudí i Hortensí Güell. També incorpora un videowall d'acollida i una nova narrativa sobre la història i identitat de Reus.

La reobertura representa un salt qualitatiu en la manera com la ciutat explica el seu patrimoni i la seva història i reforça el museu com a espai clau per entendre la història i identitat de Reus.

Es pot consultar més informació en aquest enllaç:

<https://www.reus.cat/noticia/el-museu-de-reus-reobre-amb-una-renovacio-integral-de-lespai-i-la-museografia>

3. Objectius de comunicació

- Donar a conèixer el nou Museu de Reus com un espai cultural viu, accessible i contemporani, connectat amb la vida cultural i social del territori, i consolidar-lo com un equipament clau per a la ciutat i el seu entorn.
- Generar sentiment de pertinença i orgull local, fomentant el vincle de la ciutadania amb el patrimoni i la identitat cultural de Reus.
- Posicionar el Museu de Reus com una experiència cultural de referència dins l'oferta de Reus i la Costa Daurada, atractiva per a visitants de perfil cultural.

4. Objectius de mitjans

- Generar una cobertura àmplia i segmentada en canals locals, territorials i especialitzats en cultura, turisme i oci per impactar els grups objectiu.
- Maximitzar la notorietat de la renovació del Museu de Reus entre els públics de proximitat i els visitants potencials de perfil cultural.
- Garantir una presència rellevant i continuada en entorns i moments vinculats al consum cultural, el lleure i les experiències turístiques.



5. Públics objectiu

Públic de proximitat: persones vinculades al territori i a l'oferta cultural de Reus i ciutadania de Reus. Pot incloure perfils diversos que comparteixen un cert grau d'arrelament geogràfic, vinculació comunitària o interès cultural.

- Públic jove i estudiants
- Públic sènior
- Associacions culturals
- Comunitat educativa
- Ciutadania de Reus i entorn proper

Públic visitant: Persones que estan visitant Reus o la Costa Daurada i es troben en un context de lleure, descoberta i oportunitat de consum experiencial, amb predisposició cap a propostes culturals, patrimonials o familiars.

- Turisme amb interessos culturals, patrimonials i experiencials
- Visitants allotjats a la Costa Daurada que busquen activitats culturals complementàries
- Públic familiar visitant Reus o l'entorn

6. Àmbit de la campanya

Ciutat de Reus i àrea d'influència cultural i turística de la ciutat de Reus.

7. Període de campanya

El període de campanya es deixa obert perquè les empreses licitadores recomanin el calendari que considerin que s'adapta millor als objectius.

8. Mitjans i suports

Esperem recomanació per part de les empreses licitadores.

9. Creativitats i formats

Es pot comptar amb els formats necessaris per no limitar les propostes dels licitadors, tant mitjans audiovisuals com gràfics o d'àudio.

10. Pressupost

El pressupost destinat és 20.000 € (IVA inclòs).

11. Dades d'abast

Serà necessari justificar les recomanacions i detallar les dades d'abast de la campanya, sigui amb les fonts del mercat o sigui a través d'estimacions dels mateixos suports o pròpies.



MODEL D'OFERTA ECONÒMICA. ANNEX 2

Mitjà imprès 245,0 punts	Suports	Descompte mínim (%)		
		Publicitat	Branded content	Anuncis oficials i esqueles
Informació general i especialitzada de Tarragona	Diari de Tarragona			
	Diari Més			
	Segre			
	Ara Camp de Tarragona			
	La Guia de Reus Cultura i Oci			
	Revista La Ciutat			
	Revista Cambrils			
	El Vallenc			
	Nova Conca			
	Setmanari Ebre			
	L'Opció			
	Indicador d'Economia			
	Tarragona Empresarial			
	Reus Empresa			
	FEHT Magazine			
	Mapilife			
	Sortida			
	Magazine Experience			
	Enoguia			
	Altres mitjans impresos de Tarragona			
Especialitzats	Núvol (revista anual paper)			
	Revista del RACC (trimestral)			
	Mitjans impresos amb temàtica d'empresa i emprenedoria			
	Mitjans impresos amb temàtica d'automoció			
	Mitjans impresos amb temàtica d'alimentació i nutrició			
	Mitjans impresos amb temàtica de casaments			
	Reste de mitjans impresos especialitzats			
Catalunya i fora de Catalunya	El Punt Avui i resta de publicacions de Hermes Comunicacions			
	Ara i resta de publicacions de l'Ara (Criatures, Diumenge,...)			
	La Vanguardia i resta de publicacions del Grup Godó			
	El Periódico i resta de publicacions de Prens Ibérica			
	Cap Catalogne			
	Revista Castells			
	Altres mitjans impresos de Catalunya / Espanya			
	Altres mitjans impresos de fora de l'estat			
Càrrec d'agència sobre el mitjà imprès (%)				
Caselles per omplir				

El percentatge de càrrec d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un apartat d'aquest model d'oferta.

El descompte mínim serà extensible a tots els formats, edicions, suplementos, especials i ubicacions, sobre la tarifa vigent de cada suport. Aplicable també a totes les caselles de grups de suports. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el càrrec d'agència. Per insercions puntuals, d'accions no tarifades, creades a partir d'una necessitat concreta de comunicació, l'adjudicatari haurà de justificar que el cost no està per sobre del preu del mercat.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions dels plec de la licitació.



AJUNTAMENT DE REUS

Mitjans digitals - Suports generalistes o especialitzats	CPM màxim			Descompte mínim per qualsevol format no especificat (%)
	Display standard (banner, megabanner, robapàg., robadoble, gratacels, botó, sidebar, etc)	Display premium (brand day, wallpaper, expandibles, interstitial, layer, rising stars, etc)	Display amb vídeo, instream, preroll, overlay, outstream, in banner, in page, etc	
165,50 punts				
SUPORTS D'INFORMACIÓ GENERAL				
reusdigital.cat				
tarragonadigital.com				
diaridetarragona.com				
tots21.cat				
diarimes.com				
laciutat.cat				
infocamp.cat				
laguiadereus.com				
revistacambrils.cat				
elnacional.cat				
ara.cat i webs de l'Ara				
naciodigital.cat i webs del grup Edicions de Premsa Local				
elmon.cat				
elperiodico.com .cat i webs de Premsa Ibérica				
lavanguardia.com i webs del grup Godó				
vilaweb.cat				
elpuntavui.cat i webs d'Hermes Comunicacions				
suports de la CCMA				
Altres webs locals de Tarragona província				
Altres webs d'informació general de Catalunya / Espanya				
Altres webs de fora de l'estat				
SUPORTS D'INFORMACIÓ ESPECIALITZADA				
Webs del grup Abacus Media				
reusempresa.com				
tarragonaempresarial.com				
indicadordeeeconomia.com				
surtdecasa.cat				
circdelacultura.com				
escapadaambnens.com				
Altres webs d'informació especialitzada				
SUPORTS VERTICALS				
Sites amb temàtica d'empresa i emprenedoria				
Sites amb temàtica d'automoció				
Sites amb temàtica d'alimentació i nutrició				
Sites amb temàtica de casaments				
Altres webs verticals				
Mitjans digitals - Xarxes socials, plataformes o cercadors	CPM màxim	CPV màxim	CPC màxim	Descompte mínim per qualsevol format (%)
46,00 punts				
Facebook i Instagram ads				
Linkedin ads				
Youtube ads				
Twitter ads				
Altres xarxes socials				
Plataformes de compra programàtica display				
Plataformes de compra programàtica vídeo				
Plataformes de música i podcasts				
Google ads (xarxa display)				
Cercadors (enllaç patrocinat)				
Costos tecnològics	Costos tecnològics Display standard (CPM màxim)			
5,50 punts	Costos tecnològics Vídeo standard (CPM màxim)			
	Costos tecnològics Display Rich media (CPM màxim)			

Caselles per omplir



AJUNTAMENT DE REUS

CPM: Cost per mil impressions en €. Preu màxim per cada mil impactes amb visibilitat segons estàndards de la IAB. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència.

CPC: Cost per clic. Preu màxim per cada clic en €. Un clic compta quan l'usuari clica a l'anunci. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència.

CPV: Cost per visionat. Preu màxim per cada visionat. Un visionat compta a partir d'un nombre determinat de segons vistos, depenent de com es comercialitzi cadascun dels suports que deixen contractar CPV. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclòs el càrrec d'agència.

El percentatge de càrrec d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un apartat d'aquest model d'oferta. Excepcionalment els costos tecnològics no han de portar el càrrec d'agència, d'acord amb les pràctiques del sector publicitari.

El descompte mínim s'aplica sobre tots els formats no especificats possibles, siguin publicitat o contingut, tant de la web, com de les xarxes socials o eventuais aplicacions, en qualsevol dispositiu, sobre la tarifa vigent de cada suport. Aplicable també a totes les caselles de grups de suports. En tots els casos és un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el càrrec d'agència. Per insercions puntuals, d'accions no tarifades, creades a partir d'una necessitat concreta de comunicació, l'adjudicatari haurà de justificar que el cost no està per sobre del preu del mercat.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Per l'oferta en mitjans de preu dinàmic cal tenir en compte que REDESSA pot fer campanyes en mercats o sectors d'alta competència.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions dels plec de la licitació.

Mitjà ràdio 68,0 punts	Suports	Descompte mínim (%)
Ràdio	Cadena SER	
	Los 40	
	RAC1 i RAC105	
	Onda Cero	
	Flaix FM i Ràdio Flaixbac	
	Cadena Cope	
	Cadena 100	
	Catalunya Ràdio i resta d'emissores de la CCMA	
	Cadena Dial	
	Europa FM	
	Lanova Ràdio	
	Baix Camp Ràdio - Ciutat de Reus	
	Ràdio Ciutat - Tarragona	
	Tarragona Ràdio	
	Ràdio Cambrils	
	Altres cadenes de Catalunya / Espanya	
	Cadenes internacionals	

Caselles per omplir

El percentatge de càrrec d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un apartat d'aquest model d'oferta.

El descompte mínim serà extensible a tots els formats, hores, dies d'emissió i ubicacions, sobre la tarifa vigent de cada suport. Aplicable també a totes les caselles de grups de suports. Inclou també les seves versions en línia, els continguts històrics o elaborats ad hoc per al seu consum a la carta —com ara pòdcasts, especials, sèries o càpsules—, així com els perfils dels programes, de l'emissora o de la cadena a les xarxes socials i les seves webs corporatives. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el càrrec d'agència. Per insercions puntuals, d'accions no tarifades, creades a partir d'una necessitat concreta de comunicació, l'adjudicatari haurà de justificar que el cost no està per sobre del preu del mercat.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Per l'oferta cal tenir en compte que l'àmbit de les campanyes pot ser local o Tarragona.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions dels plec de la licitació.



Mitjà exterior 40,0 punts	Suports	Descompte mínim (%)
Mitjà exterior	Oppis Catalunya	
	Tanques Catalunya	
	Centres comercials Catalunya	
	Autobusos Catalunya	
	Cinema Catalunya	
	Banderols Catalunya	
	Pantalles gran format al carrer Catalunya	
	Altres suports d'exterior a Catalunya	
	Mitjà exterior resta de l'estat	
	Mitjà exterior internacional	

Caselles per omplir

El percentatge de càrrec d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un apartat d'aquest model d'oferta.

El descompte mínim serà extensible a tots formats possibles, sobre la tarifa vigent de cada suport. Aplicable també a totes les caselles de grups de suports. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el càrrec d'agència. Per insercions puntuals, d'accions no tarifades, creades a partir d'una necessitat concreta de comunicació, l'adjudicatari haurà de justificar que el cost no està per sobre del preu del mercat.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions dels plecs de la licitació.

Mitjà televisió 15,0 punts	Suports	Descompte mínim (%)
Televisió	Tac 12	
	Canal Camp TV	
	TV3 i resta de cadenes de TV de la CCMA	
	Resta de cadenes locals	
	Resta de cadenes de Catalunya / Espanya	
	Cadenes internacionals	

Caselles per omplir

El percentatge de càrrec d'agència ha d'estar inclòs en cadascuna de les caselles de l'oferta econòmica, tot i que es demana específicament en un apartat d'aquest model d'oferta.

El descompte mínim serà extensible a tots els formats possibles, dies d'emissió i ubicacions, sobre la tarifa vigent de cada suport. Aplicable també a totes les caselles de grups de suports. Inclou també les seves versions en línia, els continguts històrics o elaborats ad hoc per al seu consum a la carta —com ara especials, sèries o càpsules—, així com els perfils dels programes, de la cadena a les xarxes socials i les seves webs corporatives. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el càrrec d'agència. Per insercions puntuals, d'accions no tarifades, creades a partir d'una necessitat concreta de comunicació, l'adjudicatari haurà de justificar que el cost no està per sobre del preu del mercat.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions dels plecs de la licitació.



Càrrec d'agència 15,0 punts	Conceptes	Càrrec d'agència màxim (%)	Oferta de càrrec d'agència màxim (%)
Concepte	*Sobre els mitjans digitals (suports generalistes o especialitzats)	5,00%	
	*Sobre els mitjans digitals (Xarxes socials, plataformes, cercadors)	7,00%	
	*Sobre la resta de mitjans	5,00%	
	Sobre la gestió d'influencers	7,00%	
	Sobre la gestió de street màrqueting	7,00%	

Caselles per omplir

El fet de presentar l'oferta de càrrec d'agència en aquest quadre no treu que aquest percentatge hagi d'estar inclòs en les caselles de l'oferta econòmica dels mitjans/suports.

*Aquest percentatge s'aplica sobre els imports nets dels suports, abans de l'IVA, per la contractació d'espais publicitaris, continguts o accions especials.

El percentatge d'IVA no ha d'estar inclòs a les caselles de l'oferta econòmica.

Per tal d'omplir correctament totes les caselles cal llegir totes les especificacions dels plec de la licitació.

La tècnica

La cap de Serveis de l'Alcaldia

Amb el vist-i plau

Gerent de Serveis Generals