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

Expedient: **PR-2026-827**
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya informativa per combatre el vapeig i fomentar l'abandonament de l'ús de productes relacionats com les cigarretes electròniques.
Termini d'execució: Des de la data de notificació de la resolució d'adjudicació i fins el 31 de desembre de 2026.

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya informativa per combatre el vapeig

Bríefing de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

La Direcció General de Difusió, com a òrgan responsable de la supervisió, el disseny i la contractació de les campanyes de publicitat institucional que realitzin els departaments de l'Administració de la Generalitat, té la necessitat de contractar la inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per difondre la campanya informativa sobre els riscos del tabaquisme, especialment entre els i les joves.

L'objectiu prioritari de la campanya és promoure l'abandonament de l'ús de productes relacionats com les cigarretes electròniques entre les persones ja fumadores (25-44 anys) i prevenir l'inici i la progressió a l'adolescència (14-18 anys).

Es tracta d'una campanya als mitjans de comunicació digital i accions especials per informar sobre els riscos que comporten i oferir eines per abandonar-ne el consum.

Accions especials:

RÀDIO

Suport: Flaixbac - FlaixFM
Proposta: Microcontinguts diaris emesos per rotació en la programació de Flaixbac i Flaix FM:

1. Càpsules (25") amb locució directa de joves que no fumen, que ni volen fumar amb objectiu de reforçar el sentit crític fomentant la rebel·lia positiva. Objectiu: prevenir l'inici del consum de cigarretes electròniques.

2. Càpsules (25”) amb locució testimonial de persones (joves) que ja han aconseguit deixar-ho. Objectiu: empoderar població fumadora i especialment els joves perquè deixin de fumar.

TIK TOK FlaixFM

3. Clips de vídeo amb joves creadors de contingut que no fumen i expliquen el motiu.
4. Clips de vídeo de joves que ja han deixat de fumar i expliquen amb què han millorar la seva qualitat de vida (poden anar al gimnàs, pujar escales, cantar més estona, estalvien diners...).

Suport: 40Urban

Microcontinguts diaris emesos per conscienciar sobre l’efecte nociu de les cigarretes electròniques durant la seva programació diària:

1. Càpsules (25”) explicant un efecte nociu que poden tenir. Objectiu: donar a conèixer les vies per poder deixar de fumar.

Suport: Rac 105

Format mencions al programa de major audiència “Matina Codina”.

1. Testimonials amb bateria d’avantatges de no fumar. Objectiu: fomentar el sentit crític.
2. Càpsules explicant què poden fer mentre esperen entrar als locals, esperen amics, etc situacions on s’acostuma a fumar per avorriment. Objectiu desvincular-ho de l’oci nocturn.

DIGITAL

Suport: Adolescents.cat

1. Test interactiu de coneixement (quiz) sobre el vàper. Objectiu: desmentir tots els rumors sobre el vàper, que no és tan addictiu ni tan perjudicial.
2. Calculadora digital per conscienciar als joves que fumen sobre els costos econòmics que implica i el seu cost d’oportunitat: que la calculadora ho transformi els diners gastats a entrades al cinema, llibres, concerts o altres formes d’oci “healthy”.

XARXES SOCIALS

Suport Que no surti d’Aquí

Creació de 2 peces branded content per emissió a xarxes socials (Instagram i/o Tik Tok) i activació paid per amplificar el contingut.

Suport: Som EVA

Creació de 2 peces branded content per emissió a xarxes socials (Instagram i/o Tik Tok) i activació paid per amplificar el contingut. Influenciadors que parlen sobre el vapeig i els seus efectes perjudicials.

Període de les insercions

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

2. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 150.600,00 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 182.226,00 €) .

3. Detall de les insercions

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

4. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

a) **Una declaració responsable** conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència, representació en relació amb les presentades a l'Acord Marc.

b) **Una declaració responsable** conforme 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 (costos nets, descomptes i recàrrecs) i les comissions d'agència a efectes informatius.

d) Cal presentar el **document excel de la proposició econòmica convertit en PDF i degudament signat.**

El termini per a la presentació de les ofertes de les concrecions de condicions serà de **2 dies hàbils.**

Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta es farà en funció de les necessitats de comunicació.

Les empreses oferiran per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació

propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net o un descompte.

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

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària i que queden recollits al document excel de proposició econòmica desglossada annex que es presentarà a la licitació. En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord Marc.

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

Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus, 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, 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, major descompte). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels suports 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 resultant de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

Quan es valori el **preu o cost més baix**: menor cost per mil (CPM), menor cost per clic (CPC), menor cost per visualització (CPV), menor C/GRP), menor preu unitari net. La fórmula per calcular la puntuació és:

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

Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

Quan es valori el **descompte.** La fórmula per calcular la puntuació és:

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

La formula emprada per al preu o cost, i per al descompte 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.

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

També segons l'Annex 7 de l'AM. 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.