

INFORME JUSTIFICATIU PER A L'INICI DE L'EXPEDIENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE COMSCORE DE MESURA D'AUDIÈNCIES DIGITALS PER A LA SOCIETAT MERCANTIL CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS SA

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquesta concurrència és la contractació, per part de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA del **servei de Comscore de Mesura d'Audiències Digitals** que ens ha de proporcionar dades contrastades de la dimensió que té la nostra audiència en els mitjans digitals en relació a la resta del mercat.

La codificació corresponent a la nomenclatura del Vocabulari Comú de Contractes (CPV) de la Comissió Europea és la 79330000-6.

Divisió del contracte en Lots:

El contracte no es pot dividir en lots perquè fer-ho, donada la naturalesa de l'objecte, suposaria un risc des d'un punt de vista tècnic per la seva correcta execució. Aquest contracte implica coordinar diverses prestacions que impedeixen lotitzar-lo.

Classificació professional

Per aquest contracte no es requereix classificació professional.

2. NECESSITATS A COBRIR I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE PER A SATISFER-LES

2.1 Antecedents

La necessitat d'establir un sistema únic per a mesurar l'audiència online a Espanya ha estat una insistent reivindicació dels principals mitjans de comunicació que cada vegada donen més importància a les seves branques digitals. Aquesta necessitat és també compartida per la resta de mitjans nadius digitals per poder monetitzar les seves audiències, i per les agències de publicitat, les quals necessiten dades auditades a l'hora de decidir en quins mitjans poden rendibilitzar més la contractació de campanyes publicitàries.

Interactive Advertising Bureau (IAB Spain), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) i la Asociación Española de Anunciantes (AEA) van decidir el 2018 que l'empresa **COMSCORE** seguís sent l'empresa recomanada per mesurar l'audiència digital al mercat espanyol, de manera que COMSCORE es manté com l'empresa que facilita al mercat les dades d'audiència de consens i és l'única moneda de canvi per a les transaccions comercials publicitàries del món digital.

L'any 2021, les tres associacions van decidir que l'empresa recomanada fins l'any 2025 sigui GFK-EMER. Tot i això, a data d'avui, el projecte de GFK no aporta al mitjà TV la resposta necessària ja que el seu projecte no inclou dades vitals per a les televisions com és l'audiència dels seus continguts a través del canal Youtube, que en molts casos representa un 40% de l'audiència de vídeo. Per aquest motiu, només una empresa televisiva i una de radiofònica es mesuren a dia d'avui amb el sistema de GFK-EMER.

La Comissió de Seguiment del Concurs per a escollir el mesurador digital recomanat per al període 2022-2025 va emetre el passat desembre un informe on valorava com a

greus les deficiències en la composició del panel multidispositiu de GFK (l'eina en que es basa tota la seva proposta) i els demanava una solució urgent al problema.

Mentrestant, la CCMA necessita sistemes de mesura de la seva audiència digital i GFK no pot oferir, ni per a la CCMA ni per a la resta de TV ni tan sols el servei que fins ara ha estat oferint COMSCORE.

2.2 Fets

Les xifres d'audiència comparatives són un requeriment imprescindible per a tots els mitjans que volen estar presents a Internet de manera competitiva. Només un sistema de mesura consensuat permet saber quin és el pes de cadascuna de les empreses que componen el mercat (en aquest cas audiovisual) per poder prendre decisions sobre continguts, estructura dels webs i estratègia de posicionament, veient els resultats de la competència, i paral·lelament permet també aconseguir dades homologades de mercat per monetitzar el conjunt de l'audiència dels portals.

Actualment, tot i que al 2022 l'empresa GFK va ser la que va obtenir la recomanació del mercat com a mesurador oficial de l'audiència digital a Espanya, la majoria dels mitjans audiovisuals no han contractat encara els seus serveis, i mitjans escrits que ho van fer l'any 2022, critiquen públicament el servei de GFK que, com s'ha explicat abans, ha rebut un informe de la Comissió de Seguiment detectant un seguit de deficiències en el panel base de la proposta de mesura, que considera greus i per a les quals demana una solució ràpida, donat que el servei al mercat s'està donant des del maig del 2022. A més, el sistema de GFK es basa en un panel multidispositiu de 15.000 individus que ells mateixos reconeixen que no és suficient per a donar dades fiables per a audiències territorialitzades (com és el nostre cas). La seva proposta per solventar aquest problema és una ampliació artificial del panel que hauria d'haver-se posat en marxa a finals del 2022 però que, a hores d'ara, encara ni tan sols es té cap dada fruit de proves prèvies, de manera que, a data d'avui, la dada d'audiència de digital de GFK per a mitjans territorialitzats (autonòmics, provincials o locals) no és fiable, segons ells mateixos reconeixen.

Mentre això no passa, les dades de COMSCORE continuen sent un valor de referència al mercat basat en un sistema que durant anys ha estat el recomanat a tot l'estat espanyol.

COMSCORE segueix oferint el seu servei que inclou l'audiència de vídeo a través dels principals sistemes de distribució (PC, mòbil i tauleta) i és l'únic proveïdor a l'estat espanyol que pot oferir (com ha fet fins ara) el servei d'audiència de vídeo per Youtube, el principal difusor mundial de vídeo. La proposta de COMSCORE per aquest any inclou també un nou servei que permet el seguiment de les principals XXSS (Facebook, Instagram, Twitter, Twitch i Tik Tok). Així doncs, a partir d'aquest any, el servei de COMSCORE ens permet obtenir l'audiència a través de tots aquests canals en una mateixa eina, la qual cosa facilita l'optimització de les estratègies de contingut social i avaluar l'abast incremental d'aquest contingut. També facilita la cerca d'afinitats, mapes de calor i núvols de paraules clau de gran utilitat, no només per al departament d'audiències, sinó per a la gestió de continguts digitals.

A més, abans d'acabar l'any, posarà al nostre abast les primeres dades del nou servei d'audiències de COMSCORE UDM 2.0 que permetrà obtenir arribar a tot tipus d'audiència sense necessitat de galetes de tercera part (al 2024 està previst que es prohibeixi el seu us al mercat internacional per preservar la protecció de dades) i també facilitarà les primeres dades d'audiència globals que inclouran de manera deduplicada l'abast total d'audiència dels nostres continguts tant per web, per app, i per a totes les XXSS esmentades anteriorment. Això està previst que ens porti, abans d'acabar l'any, a

l'escenari desitjat durant els últims temps de poder tenir les audiències, no només de cadascun dels sistemes de distribució i les principals XXSS, sinó que també podrem saber exactament què aporta cadascuna d'aquestes xarxes a l'audiència global del contingut podent així concentrar millor les estratègies de difusió.

A banda de l'audiència, el servei de COMSCORE ofereix també una opció pensada per als departaments comercials, un servei que permet segmentacions d'audiència combinant els demogràfics tradicionals amb variables comportamentals, d'interessos o d'estils de vida, amb la qual cosa, els departaments comercials tenen una eina més per afinar les propostes als clients acostant-se més als seus públics objectius.

2.3. Necessitats

La CCMA té la necessitat de mesurar l'audiència que tenen els seus portals a Internet, de manera contrastada amb les dades de referència de tots els mitjans digitals del mercat i també necessita tenir les dades d'audiència dels seus continguts audiovisuals a la xarxa i les dades globals d'audiència Cross Platform i poder comparar-les amb les de la competència mitjançant un sistema obert de tot el mercat.

El mesurador recomanat pel mercat no aporta el servei necessari, no només per a la CCMA sinó per a la gran majoria de mitjans audiovisuals, i en el cas de la CCMA, aquesta situació s'agreuja per la situació reconeguda per al propi mesurador que no pot oferir encara audiències fiables per a mitjans autonòmics, provincials o locals. En el cas de les audiències de vídeo per a Youtube, COMSCORE segueix sent l'únic proveïdor que pot oferir aquest servei, imprescindible per a nosaltres donat que aquesta audiència representa gairebé un 40% del volum total del nostre consum de vídeo.

Per tots aquests motius, es sol·licita la contractació del servei de COMSCORE per al període maig 2023-abril 2024.

3. VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE

El valor estimat del contracte és de **VUITANTA-SIS MIL SET-CENTS EUROS (86.700€)**, IVA no inclòs.

4. DURADA DEL CONTRACTE

El contracte tindrà una durada d'un any.

5. CRITERIS DE SOLVÈNCIA

SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA:

La solvència econòmica i financera s'acreditarà mitjançant els documents següents:

1. Volum anual de negoci de l'empresa referit al millor exercici d'entre els 3 últims exercicis disponibles en funció de la data d'inici d'activitats de l'empresa, igual o superior a 86.700€.
2. Declaració responsable amb indicació per part de l'adjudicatari de la ubicació dels servidors i des d'on es prestaran els serveis associats a aquests.

SOLVÈNCIA TÈCNICA:

La solvència tècnica s'acreditarà mitjançant la documentació següent:

1. Carta d'exclusivitat del servei.

6. PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

Atès el que estableix la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, i d'acord amb l'estipulat en l'article 168 punt a, apartat 2), el contracte s'adjudicarà pel procediment negociat sense publicitat donada la manca d'existència de competència per raons tècniques, ja que no existeix alternativa o substitut raonable d'aquest proveïdor.

7. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

El contracte s'adjudicarà tenint en compte com a únic criteri d'adjudicació el preu, prèvia negociació si s'escau i acceptació del preu final presentat.

8. RESPONSABLE I COORDINACIÓ DEL CONTRACTE

El responsable i coordinador del contracte és el Sr. Jordi Català Gimeno.

Jordi J. Català Gimeno
Cap d'Anàlisi i Explotació d'Audiències, CCMA

Sant Joan Despí, 14 de febrer de 2023