



Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34>

 Diputació Tarragona

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

CONTRACTE DE SERVEIS DE PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I COMPRA D'ESPAIS I INSERCIÓ DE PUBLICITAT I PROMOCIÓ INSTITUCIONAL DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Índex de continguts:

- 1 Objecte del contracte.
- 2 Condicions tècniques del servei.
 - 2.1 Forma d'intermediació.
 - 2.2 Treballs a realitzar.
- 3 Execució i vigència del contracte.
 - 3.1 Gestió del servei.
 - 3.2 Termini d'Execució del Contracte.
 - 3.3 Pròrroga.
- 4 Pressupost del contracte.
 - 4.1 Import màxim de licitació.
- 5 Documentació a presentar.
 - 5.1 Proposta tècnica.
 - 5.2 Oferta econòmica.
- 6 Annexos.
 - 6.1 Annex 1. Proposta estratègica de planificació de mitjans.
 - 6.2 Annex 2. Model Oferta Econòmica.

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

1 OBJECTE DEL CONTRACTE.

L'objecte d'aquest contracte és la prestació dels serveis de planificació de mitjans, negociació i inserció de publicitat i promoció institucional als mitjans de comunicació, tal com s'especifica en el punt 2.2. d'aquest Plec de prescripcions tècniques particulars, així com l'establiment dels preus màxims o descomptes mínims dels suports detallats en el model d'oferta econòmica i la fixació del servei d'agència màxim.

2 CONDICIONS TÈCNIQUES DEL SERVEI.

2.1 Forma d'intermediació.

La Diputació de Tarragona contractarà la inserció de serveis de publicitat i promoció a través de l'empresa adjudicatària del contracte, la qual facturarà el cost del suport més el servei d'agència corresponent. El cost del suport serà el preu net màxim o el descompte mínim sobre la tarifa vigent d'aquest, segons l'oferta econòmica presentada.

La Diputació de Tarragona es reserva el dret de negociar i contractar directament els serveis objecte d'aquest contracte amb els diferents mitjans, de manera excepcional i motivada, atenent a circumstàncies o fets puntuals i/o imprevistos que no poden formar part d'una planificació prèvia, sense que aquesta negociació i/o contractació generi cap despesa en concepte de servei d'agència, a través dels procediments estipulats per la LCSP.

Queden exclosos d'aquest contracte els anuncis oficials, les esqueles, les insercions en les publicacions editades pels organitzadors d'esdeveniments culturals, esportius, festius, solidaris o d'altre tipus similar.

2.1.1 Aportació de les tarifes: L'empresa adjudicatària, un cop resulti guanyadora, haurà de facilitar les tarifes existents d'aquells suports relacionats a l'oferta econòmica.

2.2 Treballs a realitzar.

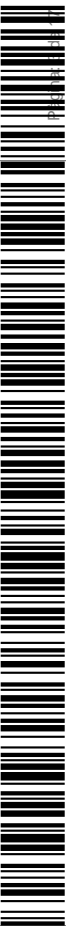
2.2.1 Característiques tècniques.

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

2.2.1.1 Planificació de mitjans:

Recomanació estratègica i tàctica dels mitjans i suports idonis per tal de complir els objectius establerts per la Unitat de Comunicació de la Diputació de Tarragona.





Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65f78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65f78a53d34>

 Diputació Tarragona

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Entenem per *mitjans* les categories de mitjans de comunicació que responen a: la televisió, la ràdio, els mitjans impresos, els mitjans digitals i el mitjà exterior.

Entenem per *suport* cadascun dels títols que integren els mitjans: les diferents capçaleres al mitjà imprès, les diferents emissores de televisió i ràdio, els diferents webs o mitjans digitals i els diferents exclusivistes / comercialitzadors de mitjans exteriors (com tanques, autobusos, opis...).

Aquesta recomanació s'haurà de justificar mitjançant les dades d'abastament estimades (audiència, cobertura, afinitat i d'altres mètriques o criteris) a través de les fonts de dades del sector requerides pel contracte i detallades al document 'Memòria justificativa de la necessitat de contractar', i en cas de no tenir-ne, a través d'estudis propis, estimacions, valoracions o dades dels mateixos suports.

2.2.1.2 Mediació i negociació:

Mediació en les negociacions amb els suports dels espais publicitaris de les campanyes i anuncis que dugui a terme la Diputació de Tarragona.

L'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus / descomptes en base a les tarifes vigents dels suports, 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.

2.2.1.3 Contractació. Seguiment i control del servei.

2.2.1.3.1 Contractació:

L'empresa adjudicatària, prèvia aprovació de la Unitat de Comunicació de la Diputació de Tarragona, haurà de contractar els espais publicitaris de les campanyes, així com gestionar el lliurament del material necessari per a les insercions.

2.2.1.3.2 Seguiment i control del servei:

L'empresa adjudicatària farà el seguiment i control dels espais publicitaris contractats així com la verificació de la correcta execució de cadascuna de les diferents accions segons el previst, comprovant la ubicació i qualitat de les campanyes de forma continuada, optimitzant resultats quan calgui, i informant i actuant en cas d'incidència.

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

 Diputació Tarragona

3 EXECUCIÓ I VIGÈNCIA DEL CONTRACTE.

3.1 Gestió del servei.

La Unitat de Comunicació, com a Promotora del contracte, farà les peticions de la planificació de les campanyes i serveis establerts en aquest plec. Aquestes peticions es faran preferentment mitjançant correu electrònic amb les dades necessàries o annexant brífings específics.

L'empresa adjudicatària trametrà la planificació i els altres serveis requerits en l'encàrrec, preferentment per correu electrònic, en el termini general màxim de 5 dies, a excepció dels casos en què s'especifiqui un termini més curt o ampli, a comptar des de la recepció del correu electrònic.

La Unitat de Comunicació remetrà la conformitat de la planificació, si escau, amb les esmenes que es considerin convenients.

L'empresa adjudicatària contractarà els espais publicitaris de la campanya aprovada, i gestionarà el lliurament del material necessari per a l'execució de les accions corresponents.

En finalitzar cada campanya l'empresa adjudicatària remetrà, a la Unitat de Comunicació, un Informe de Tancament de Campanya (ITC) que reculli els resultats obtinguts, el detall dels serveis tal com s'hagin executat, incloent-hi els possibles canvis produïts durant aquesta i les justificacions corresponents per tal de motivar els canvis eventuals en relació amb la planificació aprovada.

3.2 Termini d'execució del contracte.

La durada d'aquest contracte serà d'un (1) any a partir del 13 de gener de 2020 o a partir de la data de la seva formalització, en el cas que fos posterior a la data indicada.

3.3 Pròrroga.

La durada del contracte podrà prorrogar-se per un (1) any.

L'esmentada pròrroga s'haurà d'adoptar de forma expressa, amb una antelació mínima de dos (2) mesos a la finalització del contracte.

4 PRESSUPOST DEL CONTRACTE.

4.1 Import màxim de licitació.

L'import màxim de licitació d'aquest contracte és:

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

IMPORT MÀXIM DE LICITACIÓ		
Pressupost base de licitació: (IVA exclòs)		391.030,25
Import IVA 21%		82.116,35
PRESSUPOST TOTAL		473.146,60

4.2 Valor estimat del contracte.

El valor estimat d'aquest contracte, incloses les pròrrogues és:

VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE		
Pressupost base de licitació: (IVA exclòs)		391.030,25
Import de les pròrrogues: (IVA exclòs)		391.030,25
Import de les modificacions previstes		78.206,05
VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE		860.266,55

La Diputació de Tarragona no resta obligada a exhaurir aquesta xifra un cop finalitzat el contracte, sent aquest un valor màxim basat en les inversions inicialment previstes.

5 DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR

Per tal de valorar les ofertes, els licitadors hauran de presentar:

5.1 Proposta tècnica.

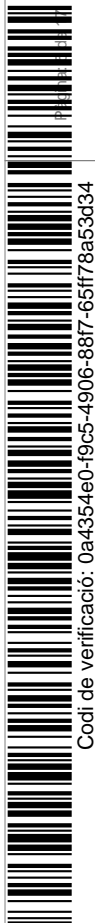
Una proposta estratègica de planificació de mitjans, seguint el brífing de l'Annex 1 d'aquest Plec de condicions tècniques, justificant totes les recomanacions pel que fa als mitjans i suports seleccionats, la distribució del pressupost, la distribució de la campanya en el calendari i l'ús de formats fent servir les fonts del sector o els estudis que tinguin al seu abast. Aquesta proposta serà avaluada seguint criteris de judici de valors.

5.2 Oferta econòmica.

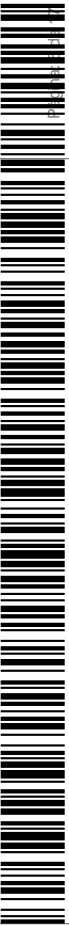
Oferta econòmica fent ús del document en format "Excel" Annex 2 - Oferta econòmica d'aquest plec, omplint totes les caselles habilitades als efectes.

Les empreses licitadores han d'incloure en el sobre electrònic C, l'arxiu en format "Excel" de la seva Oferta econòmica, sense protecció, el qual

5



Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34



Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65f78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65f78a53d34>



Diputació Tarragona

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

ha de ser la còpia fidedigna del de l'oferta signada i lliurada electrònicament en el mateix sobre C.

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

ANNEX 1 – PROPOSTA TÈCNICA. BRÍFING PER A LA REALITZACIÓ DE L'EXERCICI D'ESTRATÈGIA I PLANIFICACIÓ DE MITJANS

CAMPANYA 'Escoles d'Art i Disseny de la Diputació de Tarragona'.

1. ANTECEDENTS

La Diputació de Tarragona és una administració d'àmbit supramunicipal, de segon nivell, que dona serveis als municipis del Camp de Tarragona, Terres de l'Ebre i Baix Penedès perquè aquests puguin millorar la qualitat de vida dels seus ciutadans i ciutadanes. La Diputació de Tarragona actua com una central de serveis que es posen a l'abast dels pobles i ciutats, per tal que els condicionants d'ubicació territorial, estructura municipal o nombre d'habitants no afectin al nivell de vida dels seus ciutadans.

La Diputació ofereix aquests serveis directament a cada ajuntament o, a un conjunt de municipis o al consell comarcal -si es tracta d'un tema supramunicipal del seu àmbit de competència- o, directament, als ciutadans dels 184 municipis de la demarcació.

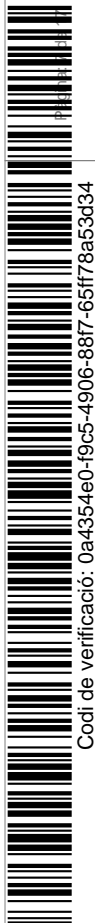
La definició de la Diputació de Tarragona es concreta en la missió, visió i valors d'aquesta (es poden consultar a la web corporativa www.dipta.cat).

Els serveis que duu a terme la Diputació es poden classificar en:

- **Serveis d'incidència indirecta:** es presten als ajuntaments i als consells comarcals i que permeten que aquests ofereixin uns millors serveis públics als seus ciutadans. Dins d'aquests trobem serveis com els de secretaris interventors, assessoria i assistència en l'àmbit jurídic, de tresoreria, de formació, d'arquitectura, de medi ambient, etc.
- **Serveis directes a la ciutadania:** dins d'aquests trobem serveis com el manteniment i millora de la xarxa de carreteres locals, educació, conservació i difusió del patrimoni artístic de la demarcació, històric i documental, natural i mediambiental, etc.

Dins dels serveis d'educació que es presten directament a la ciutadania de la demarcació hi ha els centres d'educació artística: l'Escola d'Art i Disseny a Tarragona, l'Escola d'Art i Disseny a Reus i l'Escola d'Art a Tortosa. En aquestes escoles formem els joves en art i disseny, en audiovisuals i arquitectura efímera i d'interiors i els preparem per entrar al mercat laboral amb uns coneixements i habilitats excel·lents. Els tres centres d'educació artística oferiran titulació oficial a partir del curs 2019/2020, ja que aquest curs l'Escola d'Art de la Diputació a Tortosa s'estrena amb formació reglada, en col·laboració amb l'Institut de l'Ebre amb el nou cicle de 'Modelisme i Matriceria ceràmica'.

En aquesta web podeu consultar tota l'oferta formativa:
<http://www.dipta.cat/ca/escolesartdisseny>.





Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34>



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Cicles que integren l'oferta formativa oficial de l'Escola d'Art i Disseny de la Diputació a Tarragona. <https://www.dipta.cat/eadt/>:

- Cicle formatiu de grau superior "Gràfica Interactiva".
- Cicle formatiu de grau superior "Animació".
- Cicle formatiu de grau superior "Gràfica publicitària".
- Cicle formatiu de grau superior "Il·lustració".
- Cicle formatiu de grau superior "Fotografia".
- Cicle formatiu de grau superior "Arts aplicades al mur".
- Cicle formatiu de grau superior "Joieria artística".

Cicles que integren l'oferta formativa oficial de l'Escola Escola d'Art i Disseny de la Diputació a Reus. <https://www.dipta.cat/eadr/>:

- Cicle formatiu de grau superior "Arquitectura Efímera".
- Cicle formatiu de grau superior "Projectes i Direcció d'obres de decoració".
- Cicle formatiu de grau superior "Gràfica Àudiovisual: Infografia 3D".
- Cicle formatiu de grau superior "Videojocs i entorns virtuals".
- Cicle formatiu de grau superior "3x2 Disseny d'interiors".

Cicle que ofereix l'Escola d'Art i Disseny de la Diputació a Tortosa. <http://www.dipta.cat/eadtortosa/>:

- Cicle formatiu de grau superior "Modelisme i Matriceria ceràmica".

En els darrers anys s'han realitzat anuncis conjunts de l'oferta formativa de cicles formatius de grau superiors impartits, per tal de comunicar informació pràctica comuna als dos centres, com els períodes de matriculacions, proves d'accés, etc.

2. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

Els objectius de comunicació que es plantegen són:

- **CONEIXEMENT i VINCULACIÓ:** Incrementar el coneixement de les escoles d'Art i Disseny de Tarragona, Reus i Tortosa entre la ciutadania. Incidir en el fet que són de la Diputació de Tarragona.
- **POSICIONAMENT i ACREDITACIÓ:** Prestigiar els estudis que ofereixen les tres escoles com una opció de qualitat en el camp de les Arts Plàstiques i Disseny a la demarcació de Tarragona. Assegurar que s'entengui que es tracta de formació professionalitzadora, que són Cicles Formatius de Grau Superior, estudis oficials de Formació Professional que acaben amb una Titulació Superior en l'especialitat professional triada. Aquest és el principal element per diferenciar-se respecte d'altres opcions.
- **INTERACCIÓ:** Poder escoltar i parlar, comunicar-se amb els alumnes potencials, famílies i professors per acompanyar-los en la decisió.

3. OBJECTIUS DE MITJANS

Els objectius de mitjans que es plantegen són:

- **COBERTURA:** Abastament generalitzat, arribant a tots els ciutadans de les comarques de Tarragona. Aconseguir la màxima cobertura per tal d'augmentar

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

significativament el coneixement de les escoles d'Art i Disseny de la Diputació de Tarragona.

- **NOTORIETAT i INNOVACIÓ:** possibilitar que la comunicació arribi de manera clara i notòria a través de suports/formats que ajudin a ressaltar i diferenciar el nostre missatge, integrar-se com a informació d'interès o obrir portes a la participació.
- **RELLEVÀNCIA:** comptar amb els moments d'especial importància en el calendari acadèmic i els punts de contacte més propers i més afins, que incrementin la pertinència del missatge.

4. ÀMBIT

La campanya va dirigida a tot el Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre, amb especial èmfasi a les ciutats seu de les Escoles d'Art i Disseny: Tarragona, Reus i Tortosa i les seves àrees d'influència.

5. "TARGET GROUP"

Els "Target groups" plantejats són:

- **Públic universal.** La campanya ha d'estar orientada a la ciutadania en general de l'àmbit geogràfic propi de la Diputació de Tarragona, és a dir del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre (Alt Camp, Baix Camp, Baix Penedès, Tarragonès, Conca de Barberà, Priorat, Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre i Terra Alta).
- **Públics diana.** Incidència especial en el públic objectiu més afí a l'oferta formativa, l'usuari final: joves (menors de 25 anys) interessats en el món de l'art, el disseny i les noves tecnologies. Així com al públic prescriptor: els pares i els professors de batxillerat.

6. PERÍODE

Es planteja començar el mes de febrer 2020, però és orientatiu. El que esperem és la vostra recomanació tenint en compte el calendari acadèmic i els diferents esdeveniments relacionats, com poden ser: l'Espai de l'Estudiant, les jornades de portes obertes de les escoles i altres esdeveniments d'orientació de futur pels joves o d'ocupació. També esperem recomanació pel que fa la durada i la distribució en el temps.

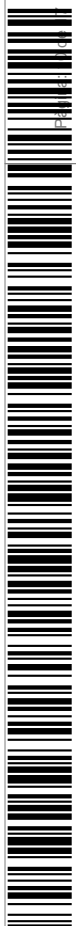
7. MITJANS I FORMATS

La recomanació de mitjans i suports és oberta per tal que pugueu planificar la millor combinació de mitjans, suports i formats per tal d'assolir els objectius. Es pot comptar amb tenir creativitat gràfica o audiovisual per adaptar a qualsevol format.

8. PRESUPOST

L'import previst de la campanya és de: 75.000 € (IVA inclòs).





Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34>



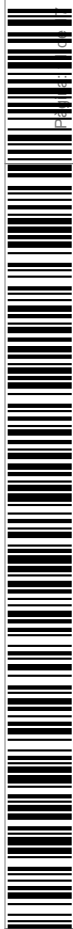
Diputació Tarragona

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

9. DADES D'ABASTAMENT

Cal incloure tota la documentació necessària per tal d'entendre el plantejament global i qualsevol recomanació tàctica, tot utilitzant les fonts del mercat per audiències, cobertures, impactes o afinitats, estudis propis o dels suports on no arribin les fonts oficials del sector contrastats, tenint en compte la vostra visió d'especialistes del mercat.



Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34>



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ
 Comunicació

ANNEX 2 – OFERTA ECONÒMICA

Criteris de valoració avaluables de forma automàtica. Oferta econòmica..... de 0 a 700 punts.

Modalitats de les ofertes:

- Caselles amb descompte mínim: el descompte que es demana és el descompte mínim que s'aplicarà sobre les tarifes vigents dels suports durant la durada del contracte.
- Caselles amb preu màxim: els preus que es demanen són 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 d'aquesta clàusula, els preus demanats poden ser:
 - Cost per mil (CPM)
 - Cost per clic (CPC)
 - Cost per visionat (CPV)

En aquest arxiu Excel les caselles han de tenir un número amb un màxim de dos decimals. En cap cas les caselles per omplir han de contenir una fórmula.

L'oferta de cada casella ha de ser la xifra final abans d'IVA, tant en el cas de les caselles en les quals es demana un descompte com en el cas de les caselles en les quals es demana un preu. És a dir, que totes les ofertes de les caselles, sigui quina sigui la seva modalitat, han d'incloure tots els descomptes i tots els càrrecs (inclòs el servei d'agència) en una sola xifra final.

A banda, és necessari detallar el % de servei d'agència per a cada mitjà, encara que ja estigui aplicat a les ofertes de cadascuna de les caselles.

Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que no continguin cap oferta (buides) seran motiu d'exclusió. Les caselles habilitades per ofertes de descompte mínim que continguin un zero (0%) seran interpretades com sense descompte.

Les caselles habilitades per ofertes de preu màxim que no continguin cap oferta (buides) seran motiu d'exclusió. Les caselles habilitades per ofertes de preu màxim que continguin un zero (0) seran interpretades com cost zero.

Aquest model d'oferta econòmica és una relació abreujada de tots els suports existents. En cas que algun dels suport o formats detallats en el model d'oferta econòmica deixi de comercialitzar-se, aquest no es tindrà en compte a l'hora de puntuar.

La distribució dels punts atorgables en cada mitjà és:

- Mitjà imprès (fins a 350 punts)
- Mitjans digitals (fins a 150 punts)
- Ràdio (fins a 100 punts)
- Televisió (fins a 80 punts)

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

- Mitjà exterior (fins a 20 punts)

A l'hora de fer la valoració econòmica, per a cada casella s'aplicaran les fórmules que tot seguit es detallen, de manera que l'empresa que faci l'oferta més avantatjosa en aquella casella rebrà la totalitat de punts possibles i la resta d'empreses obtindran els punts proporcionals resultants d'aplicar les fórmules.

Valoració de les ofertes de preu màxim:

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

Valoració de les ofertes de descompte mínim:

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

Les caselles són independents i la puntuació total obtinguda per cada licitador serà la suma de les puntuacions atorgades per a cadascuna de les caselles del model d'oferta econòmica.

A) Especificacions de valoració mitjà a mitjà: La distribució dels punts atorgables en cada mitjà és:

1. Mitjà imprès: fins a un màxim de350 punts.

A l'apartat de mitjà imprès es demana uns descomptes mínims per aplicar a les tarifes vigents dels suports durant el contracte, sens perjudici d'aplicar descomptes superiors.

- Descomptes mínims: Per aquests suports hi ha dues columnes per omplir: una per inserció de publicitat i l'altre per inserció de redaccionals de pagament (contingut d'interès ciutadà que es redacta i es maqueta seguint l'estil del diari).
- El descompte s'aplica sobre la tarifa vigent, sobre tots els formats, dies de la setmana o edicions, incloent-hi les caselles amb grups de suports o les caselles "altres". És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el servei d'agència.



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ
Comunicació

Diputació Tarragona

Mitjà imprès	Suports	Descompte mínim (%)	
		Modalitat Publicitat	Modalitat Redaccional
Camp de Tarragona i Terres de l'Ebre	Diari de Tarragona	15 punts	12 punts
	Més Tarragona Reus Costa Daurada	14 punts	9 punts
	Notícies TGN	10 punts	8 punts
	L'Ebre	10 punts	8 punts
	El Vallenc	10 punts	8 punts
	Més Ebre	10 punts	8 punts
	Nova Conca	10 punts	8 punts
	La Ciutat Tarragona	10 punts	8 punts
	Cop d'Ull	10 punts	8 punts
	Viu a fons	8 punts	5 punts
	3 de Vuit	8 punts	5 punts
	La Guia de Reus Cultura i Oci	8 punts	5 punts
	Fet a Tarragona	8 punts	5 punts
	NW la revista de Reus	8 punts	5 punts
	La Vila	8 punts	5 punts
	La Ciutat Reus	8 punts	5 punts
	Revista Cambrils	5 punts	3 punts
	L'Opció Alt Camp	5 punts	3 punts
La Ciutat Tortosa	5 punts	3 punts	
La Ciutat Baix Penedès	5 punts	3 punts	
Altres mitjans impresos del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebr	10 punts		
Catalunya / Espanya	La Vanguardia	5 punts	2 punts
	El Periódico	5 punts	2 punts
	El Punt Avui	5 punts	2 punts
	Ara	5 punts	2 punts
	Revista Castells	3 punts	
Altres mitjans impresos de Catalunya / Espanya	10 punts		
TOTAL PUNTS		350 punts	

Especificació de les caselles "altres" de l'apartat del mitjà imprès amb exemples de suports (no vinculants):

- Altres mitjans impresos del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre: L'Estel, Indicador de Economia, Costa Magazine, ...
- Altres mitjans impresos de Catalunya / Espanya: El País, El Mundo, Sport, Mundo Deportivo, Diari de Girona, El Segre...

2. Mitjans digitals: fins a un màxim de 150 punts

A l'apartat dels mitjans digitals es demanen preus màxims i descomptes mínims per aplicar a les tarifes vigents dels suports durant el contracte, sens perjudici d'aplicar descomptes superiors:

- **Cost per mil (CPM):** El preu màxim per cada mil impactes amb visibilitat segons estàndards de la IAB.

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Diputació Tarragona

- **Cost per clic (CPC):** El preu màxim per cada clic. Un clic compta quan l'internauta clica a l'anunci.
- **Cost per visionat (CPV):** El preu màxim per cada visionat, que compta a partir d'un nombre determinat de segons vistos, depenent de com comercialitzi cadascun dels suports que deixen contractar CPV a les seves webs.
- **Descompte mínim (%):** per aplicar a qualsevol format no especificat en el model d'oferta econòmica.

Mitjans digitals	Suports	CPM màxim formats estàndard IAB				Descompte mínim per qualsevol format no especificat (%)
		Robaplanes 300 x 250 300 x 300 o similar	Robadoble 300 x 500 300 x 600 o similar	Megabanner 728 x 90 980 x 90 o similar	Pre-roll / Inread (robavideo en cas de no existir)	
Suports generalistes o específics	nacioidigital.cat	3 punts	3 punts	3 punts	3 punts	1 punts
	elmon.cat	3 punts	3 punts	3 punts	3 punts	1 punts
	tarragonadigital.com	3 punts	3 punts	3 punts	3 punts	1 punts
	surtdecasa.cat	3 punts				1 punts
	aguaita.cat	3 punts	3 punts	3 punts		1 punts
	reusdigital.cat	3 punts		3 punts		1 punts
	tarragona21.cat	3 punts				1 punts

Mitjans digitals	Suports	CPM màxim formats estàndard IAB tipus robaplanes i megabanner
Grups de suports	Altres webs del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre	8 punts
	Versions digitals d'altres mitjans amb IP Tarragona	8 punts

Mitjans digitals	Suports	CPM màxim	CPC màxim	CPV màxim	Descompte mínim per qualsevol format no especificat (%)
Xarxes socials, plataformes, RTB, mòbil	Spotify (audio everywhere)	2 punts			
	Spotify (video takeover everywhere)	2 punts			
	Instagram Ads	3 punts	3 punts	3 punts	
	Facebook Ads	3 punts	3 punts	3 punts	
	Twitter Ads	3 punts		3 punts	
	Youtube ads	3 punts		3 punts	
	Altres xarxes socials				4 punts
	Plataformes de compra programàtica (formats display iab)	5 punts			
	Plataformes de compra programàtica (video)	3 punts		3 punts	
	Cercadors (enllaç patrocinat)		5 punts		

Costos tecnològics Rich media de menys de 2 mb (CPM)	8 punts
Costos tecnològics Rich media de 2 mb i més (CPM)	8 punts

TOTAL PUNTS	150 punts
--------------------	-----------

La majoria de formats especificats en el model d'oferta econòmica responen a l'estàndard de la IAB (Interactive Advertising Bureau), l'associació que representa el sector publicitari en mitjans digitals a tot l'estat. La resta de formats especificats en el model d'oferta econòmica són formats que es comercialitzen actualment a les diverses plataformes o xarxes socials.

També es demana cost per mil de la tecnologia, tot separant els casos de menys de 2mb i a partir de 2mb, atès que, en funció del contingut de l'anunci aquest pesa més o menys i es necessiten uns servidors o altres. Aquests costos tecnològics no han de portar el càrrec d'agència d'acord amb les pràctiques del sector publicitari.

Especificació de les caselles de grups de webs o d'"altres" de l'apartat de mitjans digitals amb exemples de suports (no vinculants):



Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça <https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34>



Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65f78a53d34

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65f78a53d34>



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ
 Comunicació

- Altres webs del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre: salou.com, republicachea.cat, circdetarragona.com, circdelacultura.com, tottarragona.cat...
- Versions digitals d'altres mitjans amb IP Tarragona: diarietarragona.com, revistacambrils.cat, cadenaser.com...

3. Ràdio: fins a un màxim de100 punts.
 A l'apartat de la ràdio es demana un descompte mínim per aplicar a les tarifes vigents dels suports durant el contracte, sens perjudici d'aplicar descomptes superiors.

- S'ha de tenir en compte que la contractació de les emissores serà d'àmbit Tarragona província. El descompte s'haurà d'aplicar a tots els formats possibles, qualsevol dia de la setmana i qualsevol hora. Així mateix, els descomptes mínims garantits en els apartats "altres" també seran extensibles a tots els formats, dies de la setmana i hores.

Mitjà ràdio	Suports	Descompte mínim (%)
Ràdio	Cadena Ser Tarragona i Reus	12 punts
	RAC1	10 punts
	Cadena Ser Ebre	9 punts
	Onda Cero	9 punts
	Imagina Ràdio	9 punts
	Cadena Cope	8 punts
	Tarragona Ràdio	8 punts
	Lanova Ràdio	8 punts
	Cadena Ser Móra d'Ebre	7 punts
	Altres cadenes del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre	15 punts
	Altres cadenes de Catalunya / Espanya	5 punts
	TOTAL PUNTS	

Especificació de les caselles de grups de cadenes i d'"altres" de l'apartat de ràdio amb exemples de suports (no vinculants):

- Altres cadenes del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre: Ràdio Falset, Ràdio Ciutat de Tarragona, Ona La Torre, Ràdio Montblanc, Ràdio Tortosa, Ràdio Amposta,...
- Altres cadenes de Catalunya / Espanya: M80, Cadena 100, 40 Principales, Cadena Dial, Rac105, Flaix FM, Catalunya Ràdio...

4. Televisió: fins a un màxim de 80 punts
 A l'apartat de la televisió es demana un descompte mínim per aplicar a les tarifes vigents dels suports durant el contracte, sens perjudici d'aplicar descomptes superiors.

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Diputació Tarragona



- L'oferta de l'empresa licitadora s'ha de poder aplicar a qualsevol format, a qualsevol dia de la setmana i a qualsevol hora. Els descomptes mínims garantits en les caselles de grups de suports o "d'altres" també seran aplicables a tots els formats, hores i dies de la setmana.

Mitjà televisió	Suports	Descompte mínim (%)
Televisió	Canal Reus TV	16 punts
	Canal 21	16 punts
	Tac12	16 punts
	Canal TE	16 punts
	Altres cadenes del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre	10 punts
	Altres cadenes de Catalunya /Espanya	6 punts
TOTAL PUNTS		80 punts

Especificació de les caselles de grups de cadenes i d'"altres" de l'apartat de televisió amb exemples de suports (no vinculants):

- Altres cadenes del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre: Ascó TV, Canal Camp – La Selva del Camp, Televisió El Vendrell, Televisió de Vandellòs...
- Altres cadenes de Catalunya / Espanya: TV3, El Punt Avui TV, La Xarxa, 8TV...

5. Mitjà exterior: fins a un màxim de20 punts

A l'apartat del mitjà exterior en totes les caselles es demana un descompte mínim per aplicar a les tarifes vigents dels suports durant el contracte, sens perjudici d'aplicar descomptes superiors:

- El descompte s'haurà d'aplicar a tots els formats / moments possibles, sobre la tarifa vigent. Així mateix, els descomptes mínims garantits en les caselles de grups de mitjans o "d'altres" també seran aplicables a qualsevol format i moment.

Mitjà exterior	Suports	Descompte mínim (%)
Mitjà exterior	Oppis	5 punts
	Autobusos	5 punts
	Tanques	5 punts
	Altres	3 punts
	Mitjà exterior resta de l'estat	2 punts
TOTAL PUNTS		20 punts

6

GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ

Comunicació

Resum de la puntuació total

sobres / conceptes		Punts			
SOBRE B	Estratègia i pla de mitjans	300	100%	300	30%
SOBRE C	Mitjà imprès	350	50%	700	70%
	Mitjans digitals	150	21%		
	Ràdio	100	14%		
	Televisió	80	11%		
	Exterior	20	3%		
Total		1.000		1.000	100%

Críteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals.

Es considerarà una oferta econòmica amb valors anormals d'una empresa per a un mitjà (mitjà imprès, mitjans digitals, ràdio, televisió o mitjà exterior) quan aquesta quedi un 50% o més per sota de la mitjana aritmètica de les ofertes de totes les empreses.

L'oferta econòmica d'una empresa per a un mitjà serà la suma de totes les seves ofertes dels suports que integren aquest mitjà.

Quan les ofertes consisteixin en descomptes serà el resultat de restar aquests descomptes de 100, excepte en els mitjans digitals que serà el resultat de restar els descomptes d'1.



Codi de verificació: 0a4354e0-f9c5-4906-88f7-65ff78a53d34