



Codi de verificació: 80af68c6-f95a-4221-9ae9-81e496d4ed4f

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/7codigo?Verificacion=80af68c6-f95a-4221-9ae9-81e496d4ed4f>

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques DEL CONTRACTE DE SERVEIS D'ASSESSORAMENT, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I INSERCIÓ D'ESPais PUBLICITARIS, CONTINGUTS I/O ACCIONS ESPECIALS EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ELS MITJANS PROPIS DE COMPANYIES AÈRIES I TOUR OPERADORS PER AL FOMENT DEL TURISME I LA DIVULGACIÓ DE LES MARQUES COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA.

Els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques particulars que regulen aquesta licitació es poden consultar al Perfil del Contractant de la Diputació de Tarragona.

Índex de continguts

1. Objecte del contracte
2. Descripció dels serveis (Lot 1)
3. Descripció dels serveis (Lot 2)
4. Gestió del servei (ambdós lots)
5. Intermediació (ambdós lots)
6. Altres formes d'intermediació (ambdós lots)
7. Facturació i justificació (ambdós lots)

1. Objecte del contracte.

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la prestació dels serveis d'assessorament, planificació, negociació i inserció d'espais publicitaris, continguts i/o accions especials en els mitjans de comunicació i en els mitjans propis de companyies aèries i *tour operators* per al foment del turisme i la divulgació de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona (PTDT), serveis que queden especificats en els punts 2 i 3 d'aquest Plec de prescripcions tècniques particulars.

2. Descripció dels serveis (Lot 1)

Els serveis a contractar són:

2.1. Assessorament estratègic: Disseny de l'estratègia de mitjans basat en les anàlisis del *target group*, les audiències i comportaments d'aquest davant els mitjans/suports i l'entorn del mercat publicitari. El PTDT definirà en un brífing els objectius de cada campanya.

2.2. Planificació de mitjans: Recomanació dels mitjans i suports idonis per a complir els objectius establerts pels responsables de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre del PTDT. Així com l'assessorament en: la distribució de la campanya en el temps, els formats a emprar, les modalitats de compra o els qualitius.

Entenem per mitjans; els digitals, l'imprès, la televisió, la ràdio, i l'exterior. Entenem per suport cadascun dels títols que integren els mitjans: les diverses plataformes, webs o xarxes socials en els mitjans digitals, les diferents capçaleres en el mitjà imprès, les diferents cadenes en la televisió i la ràdio i els diferents exclusivistes /comercialitzadors en el mitjà exterior.

Aquesta recomanació haurà de justificar-se mitjançant criteris qualitius i quantitatius, com les dades d'abastament estimades (audiència, cobertura, afinitat i altres mètriques) a través



de les fonts d'estimació d'audiències requerides pel contracte i detallades en el punt 4.2 del present plec de prescripcions tècniques o, en cas de no tenir-ne, a través dels estudis propis o dels mateixos mitjans i suports.

- 2.3. **Mediació en la negociació:** Mediació en les negociacions dels espais publicitaris, tant convencionals com especials, i d'inserció de contingut amb els responsables dels suports seleccionats per a les campanyes que dugui a terme el PTDT.

L'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus/descomptes, estant al dia del pols del mercat i, en qualsevol cas, aplicar com a mínim els descomptes, o com a màxim els preus que hagi detallat en el model d'oferta econòmica contingut en el Plec de clàusules administratives particulars.

- 2.4. **Contractació dels espais:** L'empresa adjudicatària, prèvia aprovació del PTDT, haurà de contractar els plans de mitjans de les campanyes, així com gestionar el lliurament del material necessari (especificacions tècniques i dates màximes).

- 2.5. **Seguiment i control:** L'empresa adjudicatària portarà a terme el control i verificació de la correcta inserció dels espais contractats, comprovant la ubicació, la qualitat, els resultats i l'optimització de les campanyes de forma continuada, així com el compliment de les accions especials contractades. L'empresa adjudicatària haurà d'informar i actuar en cas d'incidència.

- 2.6. **Tancament de campanya:** L'empresa adjudicatària, en finalitzar la campanya, haurà d'aportar una memòria de tancament de campanya que reculli el detall de les insercions tal com es van publicar, incloent-hi els possibles canvis produïts durant aquesta i les justificacions corresponents per tal de motivar els canvis eventuais (per incidència i per acció correctora) en relació amb la planificació aprovada. Aquest tancament haurà d'incloure un informe-valoració amb l'objectiu de treure conclusions aplicables a futures campanyes.

- 2.7. **Informes trimestrals:** L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar trimestralment, un informe de tota la facturació del trimestre anterior desglossant la inversió total (per mesos, campanyes, mitjans i suports) i l'acumulat. En aquest informe caldrà detallar les tarifes en vigor i els descomptes aplicats segons les condicions de l'oferta. Aquest informe haurà d'estar supervisat pel responsable del contracte.

- 2.8. **Creativitat i producció:** L'empresa adjudicatària podrà portar a terme la creativitat, la generació de continguts i la producció quan, derivat d'una acció específica als mitjans/suports contractats, aquest servei sigui necessari a criteri del PTDT i de l'adjudicatari.

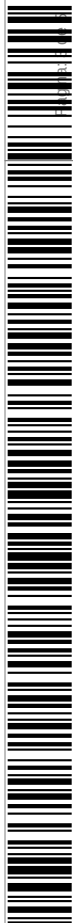
- 2.9. **Reporting de les tarifes vigents:** L'empresa adjudicatària haurà d'enviar les tarifes dels mitjans utilitzats a les campanyes cada vegada que aquestes canviïn, per mantenir el PTDT al dia de les tarifes vigents en tot moment.

3. Descripció dels serveis (Lot 2)

Els serveis a contractar són:

- 3.1. **Assessorament tàctic i planificació:** Recomanació del mix de mitjans/suports propis d'aerolínes, *tour operators* i agències de viatge online (OTAs): insercions publicitàries, contingut, accions especials, esdeveniments, etc. Dimensionar les campanyes adreçades a turistes potencials, conjuntament amb el PTDT i segons objectius, destinació, *target group* i altres detalls definits en el brífing.

Entenem per mitjans propis d'aerolínes, *tour operators* i OTAs, tots els punts de contacte que els hi pertanyin: la web, les xarxes socials, el màrqueting directe, les publicacions, els espais a les aeronaus o als aeroports, etc.



Codi de verificació: 80af68c6-f95a-4221-9ae9-81e496d4ed4f

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=80af68c6-f95a-4221-9ae9-81e496d4ed4f>

Els plans de mitjans propis del sector podran anar complementats amb mitjans externs, col·laboradors d'aerolínies, tour operadors o OTAs. L'empresa adjudicatària també els valorarà, com a part de les planificacions i assessorarà el PTDT sobre aquests.

Estimació de l'abastament de les campanyes a través de les fonts del mercat, les dades dels mateixos mitjans o les eines pròpies o del mercat.

- 3.2. **Assessorament en la negociació:** L'empresa adjudicatària haurà de treballar conjuntament amb el PTDT per arribar a acords avantatjosos en termes de rendibilitat de la inversió i eficàcia dels punts de contacte, aportant els seus coneixements de les audiències / preus de mercat publicitari i la seva experiència en negociació.
- 3.3. **Contractació dels espais:** L'empresa adjudicatària, prèvia aprovació del PTDT, haurà de contractar els plans de mitjans de les campanyes, així com gestionar el lliurament del material necessari (especificacions tècniques i dates màximes).
- 3.4. **Seguiment i control:** L'empresa adjudicatària portarà a terme el control i verificació de la correcta inserció dels espais contractats, comprovant la ubicació, la qualitat i els resultats de les campanyes de forma continuada, així com el compliment de les accions especials contractades. L'empresa adjudicatària haurà d'informar i actuar en cas d'incidència.
- 3.5. **Tancament de campanya:** L'empresa adjudicatària, en finalitzar la campanya, haurà d'aportar una memòria de tancament de campanya que reculli el detall de les insercions tal com es van publicar, incloent-hi els possibles canvis produïts durant aquesta i les justificacions corresponents per tal de motivar els canvis eventuais (per incidència i per acció correctora) en relació amb la planificació aprovada. Aquest tancament haurà d'incloure un informe-valoració amb l'objectiu de treure conclusions aplicables a futures campanyes.
- 3.6. **Informes trimestrals:** L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar trimestralment, un informe de tota la facturació del trimestre anterior desglossant la inversió total (per mesos, campanyes, mitjans i suports) i l'acumulat. En aquest informe caldrà detallar les tarifes en vigor i els descomptes aplicats segons les condicions de l'oferta. Aquest informe haurà d'estar supervisat pel responsable del contracte.
- 3.7. **Creativitat i producció:** Les aerolínies, *tour operadors* i OTAs podran incloure la producció i/o creativitat dels espais planificats quan siguin accions ad-hoc on les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre s'integrin en els seus mitjans, accions o esdeveniments. Si s'escau l'empresa adjudicatària podrà portar a terme la creativitat, la generació de continguts i la producció quan, derivat d'una acció específica als mitjans/suports contractats, aquest servei sigui necessari a criteri del PTDT i de l'adjudicatari.

4. Gestió del servei (ambdós lots)

El PTDT, com a Unitat Gestora, farà les peticions de les estratègies i/o les planificacions de les campanyes previstes per portar a terme. Aquestes peticions es faran preferentment mitjançant correu electrònic amb les dades necessàries o annexant brífings específics.

L'empresa adjudicatària trametrà l'estratègia i/o planificació de mitjans requerides en la petició, preferentment via correu electrònic, en el termini general màxim de cinc dies a comptar des de la recepció del correu electrònic, tret dels casos en què s'especifiqui un termini més curt o ampli.

El PTDT, remetrà la conformitat de l'estratègia i/o planificació, si escau, amb les esmenes que es considerin convenients.

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



5. Intermediació (ambdós lots)

De conformitat amb l'article 2 dels Estatuts del PTDT aquest té, entre altres funcions, donar suport a accions de foment del turisme, per tal de contribuir al dinamisme i al foment del desenvolupament econòmic i social de l'àmbit territorial que li és propi. Entre les tasques que li corresponen per donar desplegar les seves competències hi ha la de donar suport material i/o tècnic a les iniciatives i activitats d'entitats amb finalitats semblants en àmbits d'actuació més reduïts i procurar-ne la coordinació. És per això que el PTDT treballa conjuntament amb Patronats Municipals, Entitats Comarcals, Associacions Empresariales, Generalitat de Catalunya i agents del sector turístic de la demarcació, tant públics com privats. D'aquesta feina conjunta es poden derivar col·laboracions en l'àmbit de les campanyes publicitàries, en les quals el PTDT podrà contractar la inserció de publicitat o contingut a través de l'empresa adjudicatària del present procediment.

La gestió d'aquestes col·laboracions es portarà a terme per part del PTDT i, en conseqüència, aquest serà qui definirà el pes que tindran els eventuais col·laboradors en forma de nombre d'insercions o de percentatge d'audiència sobre el total de la campanya i a qui l'adjudicatari del contracte emetrà la facturació, aplicant els preus nets màxims o descomptes mínims de l'oferta econòmica presentada en la present licitació.

6. Altres formes d'intermediació (ambdós lots)

El PTDT es reserva el dret de contractar els serveis objecte d'aquesta licitació amb els diferents mitjans, sense necessitat d'acudir a l'agència de mitjans que resulti adjudicatària en aquesta licitació i sense que aquesta contractació generi cap despesa en concepte de càrrec d'agència.

A efectes merament informatius es podria fer ús d'aquesta contractació excepcional en supòsits en què fos precis l'ús de mitjans molt especialitzats per sectors o que determinats mitjans formin part d'acords tancats relacionats amb esdeveniments turístics, culturals, esportius, festius, solidaris o d'altres tipus.

No obstant això, en el supòsit en què la contractació es tramiti mitjançant l'empresa adjudicatària de la present licitació, aquesta tindrà dret a percebre del PTDT el càrrec d'agència especificat en l'oferta econòmica sobre l'import que resulti d'aquest acord excepcional.

7. Facturació i justificació (ambdós lots)

Cada factura haurà d'anar acompanyada d'un document en format "Excel" que inclourà:

Capçalera:

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

Desglossament:

- Suport i edició (si escau)
- Data d'inserció
- Format
- Modalitat de compra (C/GRP, descompte, CPM,...)
- Preu base (preu unitari o cost unitari segons tarifes vigents)
- Nombre d'insercions, impressions, etc.
- Import brut (preu base x nombre d'insercions)



Codi de verificació: 80af68c6-f95a-4221-9ae9-81e496d4ed4f

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida?codigoVerificacion=80af68c6-f95a-4221-9ae9-81e496d4ed4f>

- Descompte aplicat
- Import net (resultat d'aplicar el descompte negociat)
- Càrrec d'agència
- Import net + càrrec d'agència
- Descompte resultant (percentatge de la diferència entre l'import brut i l'import net + càrrec d'agència sobre l'import brut)

Totals:

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

Documents justificatius: L'empresa adjudicatària també annexarà els justificants que tingui al seu abast, sigui per les fonts del mercat contractades o per les acreditacions pròpies dels mitjans, o dels servidors externs, com a comprovants de les insercions portades a terme en els diferents mitjans i suports. Aquests poden ser: *pdf* de les insercions impreses, certificat d'emissió en ràdio o televisió, informe de l'*adserver* i captures de pantalla en mitjans digitals o fotografia en *jpg* en el mitjà exterior.

Tarragona, en la data de la signatura

La Directora tècnica

Marta Farrero Muñoz