

Expediente: 16/24

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HABRÁ DE REGIR LA LICITACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO, PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA LA COMPAÑÍA DEL TRANVÍA DE SAN SEBASTIÁN, S.A.U.

“Parte de este contrato se va a cofinanciar por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del Programa del País Vasco FEDER 2021-2027, por lo que está sometido a lo dispuesto en el reglamento (UE) nº 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de junio de 2021 y a las obligaciones derivadas del mismo”.

1. OBJETO DEL CONTRATO

COMPAÑÍA DEL TRANVÍA DE SAN SEBASTIÁN, S.A.U. (en adelante, CTSS) se encuentra inmersa en un proceso de **transición para la descarbonización de la flota de autobuses**, que está previsto que sea 100% eléctrica en 2030. En este contexto y tras los proyectos de electromovilidad realizados en diferentes líneas, **la Compañía ha decidido implementar un sistema BEI- Bus Eléctrico Inteligente en la línea 17-Gros-Amara-Miramon** que, con sus cerca de 15km de recorrido, conecta Gros, las estaciones de autobuses y Renfe, Amara, el complejo hospitalario de San Sebastián y el parque tecnológico de Miramon. Asimismo, esta línea permite asegurar la intermodalidad entre Euskotren y Dbus a través de la Pasante del Topo en la parada de Anoeta.

La transformación de la línea 17 en BEI supone que los autobuses diésel actuales sean sustituidos por nueve autobuses eléctricos articulados de 18 metros, de forma que se mejora la capacidad, ofreciendo mayor confort a las personas usuarias. Asimismo, la puesta en marcha de esta nueva línea **supondrá una reducción anual de 239.528 litros de gasoil y 645 Tn de CO2.**

En este contexto, CTSS pretende contratar la prestación del **SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS** para la gestión de la publicación de elementos publicitarios y de comunicación de la nueva línea BEI (Bus Eléctrico Inteligente) en distintos medios y soportes de comunicación según lo previsto en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas, en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares y en su Carátula.

Asimismo, el contrato se extenderá a otras campañas publicitarias y de comunicación de fomento del transporte público de Dbus, o del sistema de alquiler de bicicletas de Dbizi.

Las campañas publicitarias y de comunicación del BEI son financiadas por el **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del Programa del País Vasco FEDER 2021-2027.**

El objeto del contrato incluirá las siguientes prestaciones y tareas a cargo del contratista: La planificación, mediación y compra de espacios publicitarios en diversos medios y soportes de comunicación (prensa escrita, prensa digital, otras publicaciones periódicas, radio, redes sociales, plataformas digitales, o cualquier otro soporte de comunicación) derivados de planes de medios de campañas.

Los Códigos CPV del contrato son los siguientes:

- 79341000-6 (Servicios de publicidad)
- 79341200-8 (Servicios de gestión publicitaria)

2. CONDICIONES DEL SERVICIO

Se requiere la contratación de los servicios especializados de una agencia para planificación, mediación y compra de espacios publicitarios en diversos medios y soportes de comunicación (prensa escrita, prensa digital, otras publicaciones periódicas, radio, redes sociales, plataformas digitales, o cualquier otro soporte de comunicación) derivados de planes de medios de campañas.

La adjudicataria será la responsable de negociar con los medios los costes de inserción y la selección de los espacios publicitarios más idóneos, se encargará de la adaptación y el envío a su cargo de los diferentes originales a los soportes seleccionados, así como de solicitar los avales y permisos necesarios para todo ello.

Antes de cada campaña o inserción publicitaria individual, se proveerá a CTSS con carácter previo a la orden de inserción de un plan de medios detallado por inserción y día de publicación, precios unitarios de las inserciones (por módulo, cuña, impresión, etc.), presupuesto global por medio y soporte. Este plan de medios deberá cumplir con lo exigido en la Cláusula 5 del presente Pliego y tanto el plan de medios como su presupuesto deberán contar con la aprobación expresa y consentida de CTSS antes de proceder a la reserva y compra de espacios.

En virtud del plan de medios aprobado, CTSS cursará las órdenes de inserción señalando los soportes o medios a contratar, fechas y espacios, con el objetivo de que la adjudicataria proceda a su contratación.

Teniendo en cuenta las dos lenguas oficiales de la ciudad, los espacios publicitarios se contratarán tanto en medios de comunicación en euskera como en castellano.

Asimismo, CTSS se reserva el derecho de poder contratar directamente con los diversos medios la inserción de anuncios cuando el interés público así lo requiera.

3. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACION DEL SERVICIO.

IMAGEN CORPORATIVA. Se utilizará siempre la imagen corporativa de Dbus conforme a las instrucciones de la Compañía. La utilización de otros elementos exigirá el consentimiento expreso y escrito de CTSS.

FORMATO WEB: los productos se presentarán también en formato digital, de forma que permita el uso ulterior de sus contenidos y se facilite su inclusión en la página web de Dbus.

MEDIOS MATERIALES. La adjudicataria se responsabilizará del buen uso de elementos informáticos, redes, materiales o cualquier otra infraestructura municipal que pudiera, en su caso, ponerse a disposición del contrato.

4. DINÁMICA Y OPERATIVA DEL SERVICIO

Para cada campaña, la entidad contratante solicitará al contratista la elaboración de un plan de medios, elaborado atendiendo a lo dispuesto en la siguiente Cláusula del presente Pliego.

A dichos efectos, el contratista deberá elaborar y remitir a la entidad contratante el correspondiente plan de medios en el plazo de 15 días siguientes al requerimiento por parte de la entidad contratante.

Para la elaboración de los correspondientes planes de medios, la entidad contratante facilitará al contratista el objeto de la correspondiente campaña, el presupuesto, los objetivos de comunicación y/o el público objetivo al que se dirigen, ámbito territorial, duración y, en su caso, el soporte que la entidad contratante estime conveniente.

5. PLANES DE MEDIOS

Los planes de medios deberán recoger la planificación de medios y soportes de comunicación de la publicidad de cada campaña, y deberán realizar el concreto reparto equitativo entre los distintos medios o soportes en base a la aplicación de criterios objetivos que respeten tanto los principios de igualdad y no discriminación, como los de eficacia, eficiencia y objetividad.

Su elaboración deberá tener a la vista la normativa que resulte de aplicación y responder a criterios técnicos, que, dentro del presupuesto fijado para cada campaña, deberán justificar ese concreto reparto en base a criterios como son los de difusión, audiencia, alcance y penetración y los de coste económico y rentabilidad, teniendo para ello en cuenta el presupuesto asignado a la campaña y los resultados esperados, así como, en su caso, los grupos de población destinatarios de la acción si los hubiera, o el carácter

territorial de la campaña y, por todo ello, la adecuación de cada medio o soporte a los objetivos buscados y su coste o la difusión y penetración de cada medio o soporte en esos ámbitos territoriales y grupos de población, e incluso su adecuación a estos últimos.

Los planes de medios deberán materializarse en un documento que incluya, al menos, los siguientes puntos:

- Brief y objetivos.
- Análisis del target.
- Estructura de la campaña.
- Plan de contactos.
- Cálculo económico.
- Datos de cobertura. Por cada medio: GRPs, % cobertura, OTS.
- Anexo de especificación de materiales de comunicación, con plazo de entrega, para la ejecución de la campaña.

6. EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Definido y aprobado el correspondiente plan de medios por CTSS, el adjudicatario deberá proceder a su gestión y ejecución.

Siendo así, el adjudicatario será el responsable de negociar con los medios y soportes los costes de inserción y la selección de los espacios publicitarios más idóneos, de la adaptación y envío de los artes finales (creativas) facilitadas por la entidad contratante, así como de las demás tareas y funciones inherentes al buen fin del objeto del contrato.

A dichos efectos, CTSS facilitará al adjudicatario los artes finales (creativas) de la correspondiente campaña contratada: anuncios, imágenes, videos de publicidad, o las creatividades que resulten procedentes. Cuando proceda, el adjudicatario los maquetará (en el caso de contenidos en prensa escrita), con arreglo a lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa, en cuyo caso la adjudicataria devolverá la maqueta a CTSS para su aprobación y con su visto bueno, procederá a su envío a los medios correspondientes.

Este servicio de maquetación y envío corre a cuenta de la adjudicataria. La adjudicataria cuidará también en los textos de la correcta utilización de los idiomas oficiales -euskera y castellano-, dando prioridad al euskera y respetando los criterios lingüísticos de CTSS, y velará también por un enfoque no sexista en los diversos elementos (lenguaje, imágenes, mensajes etc.). En alguna ocasión, y con carácter excepcional, podrá requerirse que el anuncio sea elaborado en otro idioma distinto.

Los referidos artes finales, serán enviados por la entidad contratante, mediante correo electrónico designado por el contratista a tal fin, en pdf, o formato asimilable, para impresión en cualquier soporte.

Sin perjuicio de lo anterior, la entidad que resulte adjudicataria podrá comunicar la necesidad de realizar adaptaciones en el arte final trasladado. Si este fuera el caso, se deberá acreditar que la modificación en el formato presentado resulta imprescindible para la correcta ejecución de la campaña.

7. SEGUIMIENTO, CIERRE Y EVALUACIÓN

El adjudicatario realizará un seguimiento de las publicaciones, reportando a CTSS de su correcta ejecución. Para ello, se remitirán al departamento de Comunicación copias de las publicaciones. De igual modo, se realizará un seguimiento de la correcta inserción de todos los soportes contratados, que se recogerán en un reporte remitido a CTSS. En todo caso, el adjudicatario se encargará del archivo de todos los materiales producidos en cada campaña (gráficas, cuñas, banners, spots de televisión o digitales...), así como de las copias de las publicaciones realizadas, de las campañas publicitarias por si CTSS pudiera requerirlos en cualquier momento.

En caso de que alguna de las inserciones no se ejecute correctamente, el adjudicatario se encargará de dirigirse al medio correspondiente para su debida rectificación y publicación.

El adjudicatario deberá reportar un informe de ejecución de cada campaña dentro de los quince días posteriores a contar desde la fecha de su finalización, tras la inserción o emisión del último elemento publicitario.

En dichos informes, el adjudicatario deberá realizar un análisis de los datos de cobertura incluyendo todos los soportes utilizados (y copia de las publicaciones) y deberá proceder a evaluar el impacto y resultado de su difusión con una valoración y propuestas de mejora, en su caso.

Asimismo, el adjudicatario deberá realizar un informe semestral del estado de cuentas del contrato, indicando en el mismo las órdenes cursadas de forma individualizada en el último semestre, y realizando un seguimiento pormenorizado de la inversión realizada en cada medio de comunicación y en cada soporte.

Por último, al término de cada ejercicio, se realizará un informe anual con el estado de cuentas del contrato, así como la relación detallada de la inversión realizada en cada medio y en cada soporte comunicativo.

Dichos informes serán contrastados y entregados a CTSS para el seguimiento del contrato y de la inversión publicitaria, mediante reuniones periódicas con el responsable de Comunicación