

2019

CONDICIONES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD

DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SA

MEDIO TELEVISIÓN



Sumario

1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Contenidos
- 1.2. Ordenación
- 1.3. Emisión simultanea
- 1.4. Modificaciones de la contratación
- 1.5. Emisión

2. SISTEMAS DE CONTRATACIÓN

- 2.1. Publicidad convencional
- 2.2. Patrocinio de programas
- 2.3. Publicidad no convencional

3. NORMATIVA TÉCNICA PARA EL MATERIAL PUBLICITARIO

- 3.1. Spots y caretas
- 3.2. Faldones
- 3.3. Identificación de los spots, caretas y faldones
- 3.4. Especificaciones técnicas para ficheros

5. OTROS ASPECTOS ECONÓMICOS

- 5.1. Facturación mensual
- 5.2. Cobertura económica
- 5.3. Avaes
- 5.4. Formas y plazos de pago
- 5.5. Regularización de saldos

6. CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

7. ANEXOS

- 7.1. Modelo de aval para plazo concreto
- 7.2. Modelo de aval ordinario o indefinido
- 7.3. Modelo de aval para compañías de seguros
- 7.4. Modelo de certificación para organismos oficiales

1. INFORMACIÓN GENERAL

La CCMA, SA contratará para sus canales de televisión TV3, 33, 3/24, CS3, Esport3 y futuros nuevos canales los bloques y espacios destinados a la publicidad con las empresas publicitarias y los agentes de publicidad que estén debidamente legalizados.

La CCMA, SA emite toda su programación y publicidad de sus canales en formato panorámico 16:9 anamórfico (720 x 576 píxeles).

La contratación se ajustará a lo que dispone la Ley General de Publicidad, aprobada por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre; la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, por transposición de la Directiva 2007/65/CE de Servicios de Comunicación Audiovisual del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007; la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña; la norma de publicidad del Consejo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) y también las actuales condiciones de contratación y las posteriores disposiciones que regulen esta materia.

La CCMA, SA emitirá normalmente los bloques publicitarios previstos en su programación. También se podrán abrir bloques publicitarios con carácter extraordinario.

Será *publicidad especial* aquella que no se ajuste a las definiciones citadas en esta normativa, y las condiciones de venta serán fijadas, en cada caso, por la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA.

Todos los canales de la CCMA, SA emiten su programación íntegramente en lengua catalana. De acuerdo con el artículo 21.1 de la Ley de Normalización Lingüística, el idioma usualmente utilizado en la publicidad también es el catalán.

Las presentes condiciones se aplicarán a la publicidad que emita la CCMA, SA para sus canales de televisión a partir de enero de 2018.

1.1. Contenidos

El contenido de los anuncios que se tengan que emitir por la CCMA, SA se ajustará a la legislación vigente en materia de publicidad y a las normas aprobadas por el Consejo de Gobierno de la CCMA.

Los medios de la CCMA nos reservamos el derecho de rechazar aquella Publicidad que contravenga nuestros principios o que puedan lesionar nuestros intereses.

La CCMA, SA sólo emitirá anuncios admitidos por la Comisión de Consulta

Los dictámenes de la Comisión de Consulta serán enviados a la central o a la agencia que haya entregado el material.

Responsabilidad por la utilización y el contenido de los anuncios

Las imágenes, la música y las expresiones que contienen los anuncios serán responsabilidad exclusiva de las empresas anunciantes y, por tanto, se exime a la CCMA de cualquier responsabilidad derivada de la aplicación de la legislación vigente en materia de propiedad intelectual e industrial relacionada con los textos, imágenes, sonidos o cualquier otro elemento de esta naturaleza.

La CCMA como miembro socio de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) pedirá los informes que considere oportunos en cada caso.

Si bien se presume que los spots que dispongan de un informe favorable (copy positivo) emitido por Autocontrol tienen todos los requisitos exigibles, el cliente asume toda la responsabilidad y se compromete a mantener

indemne a los canales de la CCMA ante cualquier reclamación de terceros a consecuencia del incumplimiento de la normativa aplicable sobre Publicidad.

En caso de no tener un informe favorable por parte de Autocontrol, la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA podrá suspender o anular la campaña publicitaria del cliente. En este caso no se considerarán incumplidas las condiciones de contratación y, por tanto, no se podrán reclamar a la CCMA daños ni perjuicios por este motivo.

Publicidad de bebidas alcohólicas

Queda totalmente prohibida la publicidad directa de bebidas alcohólicas con graduación superior a 20º. Por lo que se refiere a las bebidas de menos graduación, su emisión queda restringida de 20.30 h a 06.00 h.

Publicidad de tabacos y accesorios

Queda totalmente prohibida la publicidad directa e indirecta de tabacos y artículos relacionados con su consumo.

En el caso de los cigarrillos electrónicos se admitirá su publicidad siempre y cuando se ajuste a su código de regulación.

Publicidad de productos farmacéuticos

Todos los spots deberán llevar obligatoriamente la cartela azul informativa.

Juegos y apuestas (la normativa actual está pendiente de modificación. Cuando esté publicada la nueva normativa, modificaremos las presentes condiciones de contratación)

Queda restringida su emisión fuera del horario infantil reforzado:

Laborables: de 8.00h a 9.00h y de 17.00h a 20.00h

Sábados, festivos y período de vacaciones escolares: de 9.00h a 12.00h

Se admite la publicidad de apuestas deportivas siempre que hagan referencia a un acontecimiento deportivo concreto.

En el caso del juego del bingo, la emisión debe ser siempre en horario adulto (de 22.00h a 6.00h).

1.2. Ordenación

Las órdenes de reserva de espacios se presentarán a la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA con una antelación mínima de 2 días hábiles antes de la fecha de la primera emisión solicitada.

La presentación de una orden de reserva supone, por parte del contratante, el conocimiento y aceptación de las presentes condiciones y de las circulares que se puedan ir emitiendo y que afecten directamente a la ordenación de publicidad.

Cuando los espacios solicitados no se puedan atender tal y como se pide en las órdenes de publicidad, la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA hará una contraoferta procurando que los espacios que se propongan respeten al máximo los intereses del anunciante. La aceptación, rechazo o cambio de la contraoferta propuesta se tendrá que comunicar antes de 24 horas. En caso de no recibir respuesta, transcurrido dicho plazo, se entenderá que la contraoferta ha sido aceptada.

1.3. Emisión simultánea

Se facturarán todas las emisiones de los programas en simultaneo en función de las condiciones negociadas. Kantar Media recogerá de forma agrupada todos los espacios de publicidad de los canales de TVC en la cadena Televisió de Catalunya. Esta norma se aplicará tanto en las emisiones esporádicas como en las fijas (Tele Notícies).

1.4. Modificaciones de la contratación

Anulaciones, traslados o disminuciones

La contratación que se formule acogiéndose a estas condiciones se entenderá siempre en firme, y no podrá haber modificaciones posteriores, excepto por causa de fuerza mayor.

Si, a pesar de ello, y por motivo justificado, se tienen que hacer anulaciones, traslados o disminuciones de espacios publicitarios, patrocinios o posiciones determinadas, se deberán comunicar con una antelación mínima de 3 días hábiles antes de la emisión.

Las anulaciones totales o parciales que se realicen una vez adjudicadas, y en un período inferior a 3 días hábiles antes de la emisión, llevarán los siguientes cargos:

20% si se realizan con una antelación de 3 días
50% si la antelación es de 2 días
100% si se hacen el día anterior a la emisión

1.5. Emisión

Las operaciones de edición de los anuncios, el orden de colocación y su emisión son competencia de la Dirección Comercial y de Marketing de la CCMA, SA que se cuidará de separar los anuncios de productos directamente competitivos, siempre que sea posible.

Por exigencias técnicas, de retrasmisiones o de programas, la CCMA, SA se reserva la facultad de suprimir total o parcialmente la emisión de publicidad contratada. En ese caso, la publicidad afectada no se facturará.

2. SISTEMAS DE CONTRATACIÓN

2.1. Publicidad convencional

La CCMA, SA prevé 3 sistemas de contratación para la compra convencional:

Contratación por audiencia (a coste GRP), para un “target” determinado y unas franjas de emisión. Los spots se emitirán en función de la disponibilidad de espacio en toda la franja horaria escogida y según las necesidades de programación. Los horarios de las franjas indicados en las parillas y tarifas de la CCMA, SA son aproximados, porque los delimita la hora de emisión de los programas.

Para este sistema y para poder tratar las órdenes, es necesario que nos faciliten los objetivos de su campaña: la inversión, los GRP y la distribución de las franjas.

El canal Club Super3 (S3) contiene la publicidad destinada al “target” NIÑOS.

Los spots que como consecuencia del sistema de medición de audiencia obtengan 0 “ratings” serán facturados a un precio mínimo en función de las condiciones establecidas en las negociaciones.

Contratación a descuento, según las tarifas publicadas para cada periodo. La publicidad se ordena para ser emitida dentro de una franja, situado en la entrada o durante un programa determinado; por tanto, el spot o spots podrán emitirse a lo largo de toda la duración de la franja en cuestión.

La hora de un bloque publicitario sirve, solamente, para identificarlo en la parrilla de programación. Esa hora será, únicamente, orientativa, y lo que va a prevalecer es la situación del bloque dentro del correspondiente programa. Así, pues, su hora de emisión definitiva dependerá, siempre y exclusivamente, del horario en que se emita el programa donde vaya situado.

Los posibles cambios de programación pueden alterar la estructura de las franjas publicadas.

2.2. Patrocinio de programas

El patrocinador de un programa, espacio o promoción se tiene que identificar mediante las correspondientes caretas.

De acuerdo con lo que disponen la Ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña y las Normas del Consejo de Gobierno de la CCMA, esas caretas de patrocinio tienen que contener el nombre, logotipo y una única marca o servicio del anunciante. Igualmente, expresarán obligatoriamente, con texto, que patrocinan el espacio, y no podrán incorporar mensajes publicitarios que induzcan directa o indirectamente a la compra o la contratación de servicios, ni que hagan promoción del producto o referencia implícita o explícita de las bondades del mismo.

No podrán incluir adjetivos, ventajas ni beneficios del producto, marca o servicio. Tampoco pueden incorporar eslóganes gráficos o de audio ni formas de contacto, como, por ejemplo, una web.

Para todo ello será necesaria una aprobación previa, por parte de la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA, del contenido de las caretas antes de su producción.

Existe un formato especial de patrocinio, con imagen de cadena, que consiste en un marco de pantalla con la indicación del nombre del espacio.



2.3.Publicidad no convencional

Se entiende por *publicidad no convencional* la publicidad que se aparte de los márgenes establecidos en los anteriores Sistemas de Contratación.

Se pueden consultar los distintos formatos de publicidad no convencional, vinculados a cadena o a contenidos, en el *Catálogo de formatos publicitarios* de nuestra web comercial

www.ccma.cat/publicitat

3. NORMATIVA TÉCNICA PARA EL MATERIAL PUBLICITARIO

La CCMA únicamente admite el material publicitario en formato fichero de alta definición (no se receptionan materiales en cintas Betacam) y con las características que se indican a continuación.

3.1. Spots y caretas

Cada fichero contiene un único spot o careta.

El fichero está compuesto por un stream de vídeo y un stream de audio estéreo, sincronizado con el vídeo.

El vídeo ha de tener una relación de aspecto 16/9.

La duración mínima de un spot es de 5 segundos.

El contenido del clip se estructura de la siguiente manera:

Duración	Contenido de vídeo
3 frames	Imagen en NEGRO y silencio, como espacio de guarda, antes del spot o careta.
Duración mínima 5 "	Contenido del spot o careta.
3 frames	Imagen en NEGRO y silencio, como espacio de guarda, después el spot o careta.

La CCMA se reserva el derecho de modificar el nivel de sonoridad subjetivo, para asegurarse que se equipara al resto de programas.

La CCMA verifica todos los spots.

3.2. Faldones

Un faldón es un clip de vídeo con una imagen de fondo negra a toda la pantalla, excepto en una banda que ocupa la sexta parte inferior. Las características específicas de estos clips son:

Cada fichero contiene un único faldón.

El fichero está compuesto únicamente per un stream de vídeo.

La imagen ha de tener una relación de aspecto 16/9.

El contenido de la imagen se estructura de la siguiente manera:

Duración	Contenido de vídeo
3 frames	Imagen en NEGRO, como espacio de guarda, antes del faldón.
1 segundo	Contenido del faldón sin movimiento, para facilitar la inserción sobre el programa. Esta parte puede quedar alterada por el efecto de entrada.
6 segundos	Contenido del faldón, como el movimiento que opcionalmente se quiera incorporar. (Es la parte del faldón que se presenta completamente).
1 segundo	Contenido del faldón sin movimiento, para facilitar la desinserción del programa. Esta parte puede quedar alterada por el efecto de salida.
3 frames	Imagen en NEGRO como espacio de guarda, después del faldón.

La banda ha de tener una altura de **190 líneas** del total de 1080.

El contenido publicitario presentado dentro del faldón (textos, logos, etc.) no ha de superar las **180 líneas** de altura para poder disponer de un margen de seguridad y así evitar que pueda quedar seccionado, por la parte superior, en el momento de hacer la inserción.

Se recomienda que los contenidos publicitarios presentados tengan en cuenta los márgenes de seguridad, inferiores y laterales, adecuados para asegurar que se presenten correctamente en los receptores de televisión.

También se recomienda evitar texto o caracteres de dimensiones muy pequeñas, ya que pueden quedar ininteligibles.

La CCMA verifica todos los faldones.

3.3. Identificación de los spots, caretas y faldones.

Cada spot estará identificado con una clave que estará formada por tres caracteres alfanuméricos, seguidos de “/” más año en curso. Ejemplo: “AN2/19”.

En caso de rectificación de un material por algún aspecto técnico, lingüístico o de contenido, se utilizará la misma clave.

3.4. Especificaciones técnicas de los ficheros

Formato HD (alta definición)

Definición vídeo	1080i50 (25 fps)
Codec vídeo	DVCPRO HD (bitrate 100 Mbps)
Relación de aspecto	16/9
Encapsulado.....	mov (Quicktime)

AUDIO

Codificación	PCM WAV stereo (EBU R85)
Frecuencia muestreo.....	48 KHz
Bits por muestra.....	16 bits
Nivel de referencia (AL).....	-18dBFS (1kHz).

Nivel medio de sonoridad “Programme Loudness”: **-23LUFS** “Loudness Unit”, “referenced to Full Scale” con una desviación máxima de **1 LU** “Loudness Unit”

Nivel de pic real máximo permitido: **-1dBTP** “Maximum Permitted True Peak Level”

En el ámbito artístico de la producción, se pide mantener un nivel dinámico moderado, sin abusar de herramientas compresoras o maximizadoras de dinámica, que solo buscan acercar el nivel de sonoridad al valor máximo de pico permitido, y que, en consecuencia, elevan los niveles de distorsión armónica a valores bastante desagradables para el espectador.

Nota 1: Niveles medidos con un sistema que cumplan la recomendación **ITU-R BS.1770-2**.

4. OTROS ASPECTOS ECONÓMICOS

4.1. Facturación mensual

La CCMA, SA emite las facturas con fecha del último día de cada mes.

4.2. Cobertura económica

Para poder emitir una campaña publicitaria, hay que disponer de una cobertura económica con una antelación mínima de 3 días hábiles antes de la emisión. Esa cobertura se puede hacer presentando un aval bancario o bien mediante un cobro avanzado a cuenta. La CCMA, SA acepta que tanto los pagos como los avales puedan ser indistintamente de los anunciantes, las agencias y/o centrales.

4.3. Avales

Cuando el cliente opte por la entrega de un aval, se tendrá que ajustar a uno de los modelos que figuran en el apartado 'Anexos'. Tiene que cubrir el importe total neto a facturar más el coste financiero, si procede, según el plazo de pago de las facturas, escogido.

Los organismos de las administraciones estatal, autonómicas y locales que ordenen publicidad a la CCMA, SA tendrán que facilitar un documento extendido y firmado por un interventor o cargo equivalente, según modelo que figura como anexo núm. 5.4, en que se certifique que en el presupuesto correspondiente se ha practicado la reserva necesaria para cubrir el importe total de la campaña y, a la vez, exponiendo claramente el día en que se hará efectivo el pago.

4.4. Formas y plazos de pago

Todos los pagos se harán a nombre de la CCMA, SA y según las siguientes opciones.

- Con ingreso en cuenta: el cliente ordenará una transferencia bancaria a la cuenta que la CCMA,SA le indique, detallando el concepto a que se refiere el pago.
- Con cheque conformado que el cliente entregará al Departamento de Administración Corporativa, o bien en la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA.
- Con recibo domiciliado en la cuenta del cliente: se deberá disponer de los datos bancarios del cliente para poder domiciliar los recibos. Los cobros adelantados no se podrán acoger a esta modalidad.

El plazo de pago de las facturas será a 30 días fecha factura.

En el caso de que se quiera demorar el pago hasta el máximo establecido para este año en la Ley 15/2010, de 5 de julio de 2010, sobre medidas de lucha contra la morosidad, se tendrá que notificar con la contratación de la publicidad en la Dirección Comercial y Marketing , que decidirá su aceptación.

4.5. Regularización de saldos

Los saldos a favor del cliente se podrán liquidar, una vez aceptados y conformados por ambas partes, de la siguiente manera:

- Devolviéndolos por transferencia bancaria o entrega de cheque al cliente el día 30 de cada mes.
- Descontándolos de pagos inmediatos o posteriores que el cliente tenga que hacer.

5. CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

En cualquier circunstancia no prevista en estas Condiciones de Contratación, será válida la decisión de la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA.

Cualquier variación o añadido que se tenga que hacer a las presentes Condiciones de Contratación es reflejará en las circulares que se irán emitiendo.

La Dirección Comercial siempre está abierta al diálogo para cualquier sugerencia y aportación por parte de las centrales, agencias y anunciantes.

El desconocimiento de las *Normas reguladoras de la emisión de publicidad en la CCMA, SA* de estas Condiciones de Contratación y de las circulares que se puedan publicar durante el año nunca eximirá del cumplimiento de su contenido.

6. ANEXOS

6.1. MODELO DE AVAL PARA PLAZO CONCRETO

..... (entidad bancaria) y, en su nombre y representación, (nombre), como..... (cargo), y con poderes suficientes para obligarse en este acto, según resulta de la escritura de poder autorizada por el notario de (localidad) (nombre del notario), con fecha, y número de su protocolo, la cual declara ser vigente y no limitada en sus facultades.

Fianza

Solidariamente, y con renuncia expresa a los beneficios de división, excusión, orden y cualquier otro que le pudiera corresponder, a (Nombre compañía o empresario individual anunciante), ante Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, hasta el importe de euros (.....), en concepto de garantía para responder del exacto cumplimiento de todas las obligaciones y compromisos -incluidos especialmente los de contenido económico- e incidencias derivadas de la utilización de tiempo y espacios publicitarios, en cualquiera de sus modalidades, que la agencia de publicidad contrate (1), en nombre y a cuenta de la empresa afianzada, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., a pesar de que las facturas entregadas para la utilización de tiempo y espacios publicitarios contratados lo sean a cargo de (Nombre agencia/central).

Este afianzamiento es de naturaleza mercantil, y su validez, con independencia de lo que se dice en el siguiente párrafo, tendrá efectos hasta que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, no acepte su cancelación.

El presente afianzamiento se extiende tanto a las obligaciones o compromisos contraídos como consecuencia de la publicidad contratada para su emisión en el periodo comprendido entre el día..... y el día, ambos incluidos, como a aquella que, a partir de la fecha de este documento, se pueda contratar para ser emitida durante el citado periodo, así como los posibles recargos que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., pudiera aplicar, de acuerdo con sus Condiciones Generales de Contratación para la emisión de publicidad, como consecuencia de la eventual anulación de la publicidad contratada.

Si en algún momento transcurriesen los plazos de pago previstos en las Condiciones Generales de Contratación vigentes en estos momentos sin que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA, hubiera recibido el abono de la publicidad contratada, sea cual sea la persona física o jurídica obligada a su pago, la entidad fiadora se obliga, en consecuencia, a abonar el importe de cualquier cantidad que la afianzada acredite para la utilización de tiempo y espacios publicitarios, incluidos sus intereses hasta el límite antes mencionado, el cual hará efectivo mediante cheque bancario dentro de las 48 horas siguientes a la recepción del requerimiento ordinario que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., le realice por correo certificado. La fiadora renuncia a entrar a valorar las alegaciones de incumplimiento que pueda manifestar Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA.

En....., de de 20

(1) En el caso de que la contratación se tramite mediante central, la última parte de este párrafo tendrá que ser del modo siguiente:

..... que la agencia de publicidad contrate mediante la central, en nombre y a cuenta de la empresa afianzada, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA.

Otras condiciones de afianzamiento

Las fianzas deberán inscribirse debidamente en el Registro Especial de Fianzas (Avales). De esa inscripción, se dejará constancia en la fianza, con indicación de su número de registro, mediante la diligencia correspondiente.



6.2. MODELO DE AVAL ORDINARIO O INDEFINIDO

..... (Entidad bancaria) y, en su nombre y representación, (nombre), como..... (cargo), y con poderes suficientes para obligarse en este acto, según resulta de la escritura de poder autorizada por el notario de (Localidad) (Nombre del notario), con fecha, y número de su protocolo, la cual declara ser vigente y no limitada en sus facultades.

Fianza

Solidariamente, y con renuncia expresa a los beneficios de división, excusión, orden y cualquier otro que le pudiera corresponder, a (Nombre compañía o empresario individual anunciante), ante Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., hasta el importe de euros (.....), en concepto de garantía para responder del exacto cumplimiento de todas las obligaciones y compromisos -incluidos especialmente los de contenido económico- e incidencias derivadas de la utilización de tiempo y espacios publicitarios, en cualquiera de sus modalidades, que la agencia de publicidad contrate (1), en nombre y a cuenta de la empresa afianzada, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, a pesar de que las facturas entregadas para la utilización de tiempo y espacios publicitarios contratados lo sean a cargo de (Nombre agencia/central).

Este afianzamiento es de naturaleza mercantil, y su validez, con independencia de lo que se dice en el siguiente párrafo, tendrá efectos hasta que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, no acepte su cancelación.

Si en algún momento transcurriesen los plazos de pago previstos en las Condiciones Generales de Contratación vigentes en estos momentos sin que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., hubiera recibido el abono de la publicidad contratada, sea cual sea la persona física o jurídica obligada a su pago, la entidad fiadora se obliga, en consecuencia, a abonar el importe de cualquier cantidad que la afianzada acredite para la utilización de tiempo y espacios publicitarios, incluidos sus intereses hasta el límite antes mencionado, el cual hará efectivo mediante cheque bancario dentro de las 48 horas siguientes a la recepción del requerimiento ordinario que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., le realice por correo certificado. La fiadora renuncia a entrar a valorar las alegaciones de incumplimiento que pueda manifestar Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA.

En, de de 20

(1) En el caso de que la contratación se tramite mediante central, la última parte de este párrafo tendrá que ser del modo siguiente:

..... que la agencia de publicidad contrate mediante la central, en nombre y a cuenta de la empresa afianzada, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA.

Otras condiciones de afianzamiento

Las fianzas deberán inscribirse debidamente en el Registro Especial de Fianzas (Avales). De esa inscripción, se dejará constancia en la fianza, con indicación de su número de registro, mediante la diligencia correspondiente.

6.3.MODELO DE AVAL PARA COMPAÑIAS DE SEGUROS

..... (entidad bancaria) y, en su nombre y representación, (nombre), como..... (cargo), y con poderes suficientes para obligarse en este acto, según resulta de la escritura de poder autorizada por el notario de (localidad) (Nombre del notario), con fecha, y número de su protocolo, la cual declara ser vigente y no limitada en sus facultades.

Fianza

Solidariamente, y con renuncia expresa a los beneficios de división, excusión, orden y cualquier otro que le pudiera corresponder, a (nombre compañía o empresario individual anunciante), ante Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., hasta el importe de euros (.....), en concepto de garantía para responder del exacto cumplimiento de todas las obligaciones y compromisos -incluidos especialmente los de contenido económico- e incidencias derivadas de la utilización de tiempo y espacios publicitarios, en cualquiera de sus modalidades, que la agencia de publicidad contrate (1), en nombre y a cuenta de la empresa afianzada, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, a pesar de que las facturas entregadas para la utilización de tiempo y espacios publicitarios contratados lo sean a cargo de (nombre agencia/central).

Este afianzamiento es de naturaleza mercantil, y su validez, con independencia de lo que se dice en el siguiente párrafo, tendrá efectos hasta que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., no acepte su cancelación.

El presente afianzamiento se extiende tanto a las obligaciones o compromisos contraídos como consecuencia de la publicidad contratada para su emisión en el periodo comprendido entre el día y el día, ambos incluidos, como a aquella que, a partir de la fecha de este documento, se pueda contratar para ser emitida durante el citado periodo, así como los posibles recargos que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., pudiera aplicar, de acuerdo con sus Condiciones Generales de Contratación para la emisión de publicidad, como consecuencia de la eventual anulación de la publicidad contratada.

Si en algún momento transcurriesen los plazos de pago previstos en las Condiciones Generales de Contratación vigentes en estos momentos sin que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA, hubiera recibido el abono de la publicidad contratada, sea cual sea la persona física o jurídica obligada a su pago, la entidad fiadora se obliga, en consecuencia, a abonar el importe de cualquier cantidad que la afianzada acredite para la utilización de tiempo y espacios publicitarios, incluidos sus intereses hasta el límite antes mencionado, el cual hará efectivo mediante cheque bancario dentro de las 48 horas siguientes a la recepción del requerimiento ordinario que Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., le realice por correo certificado. La fiadora renuncia a entrar a valorar las alegaciones de incumplimiento que pueda manifestar Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA.

En, de de 20

(1) En el caso de que la contratación se tramite mediante central, la última parte de este párrafo tendrá que ser del modo siguiente:

..... que la agencia de publicidad contrate mediante la central, en nombre y a cuenta de la empresa afianzada, a Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA.

Otras condiciones de afianzamiento

Las fianzas deberán inscribirse debidamente en el Registro Especial de Fianzas (Avales). De esa inscripción, se dejará constancia en la fianza, con indicación de su número de registro, mediante la diligencia correspondiente.

6.4. MODELO DE CERTIFICACIÓN PARA ORGANISMOS OFICIALES

....., interventor de
.....

Certifico que, con cargo al crédito presupuestario en la partida, se han retenido las cantidades de para atender al gasto de la campaña publicitaria de

..... para emitir en Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals,SA., durante el periodo
....., la cual ha sido adjudicada a la agencia de publicidad/central.....

La mencionada campaña publicitaria será cursada a CCMA, SA por la agencia adjudicataria mediante la central que esta designe.

El pago de la referida campaña (euros:, a pagar el día
.....) se realizará por

Firma y sello

2019

CONDICIONES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD

DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SA

MEDIO RADIO



SUMARIO

7. INFORMACIÓN GENERAL

- 7.1. Contenidos
- 7.2. Normativa técnica para el material publicitario
- 7.3. Entrega del material
- 7.4. Ordenación
- 7.5. Modificaciones de la contratación
- 7.6. Emisión

8. SISTEMAS DE CONTRACTACIÓN

- 8.1. Publicidad convencional
- 8.2. Publicidad no convencional

9. PRECIOS Y ASPECTOS ECONÓMICOS

- 9.1. Precios y descuentos
- 9.2. Formas de pago
- 9.3. Plazos de pago
- 9.4. Regularización de saldos

10. CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

7. INFORMACIÓN GENERAL

La CCMA, SA contratará para sus emisoras Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música i Icat.cat y futuras nuevas emisoras, los bloques y espacios destinados a la publicidad con las empresas publicitarias y los agentes de publicidad que estén debidamente legalizados.

La contratación se ajustará a lo que dispone la Ley General de Publicidad, aprobada por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre; la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, por transposición de la Directiva 2007/65/CE de Servicios de Comunicación Audiovisual del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007; la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña; la norma de publicidad del Consejo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) y también las actuales condiciones de contratación y las posteriores disposiciones que regulen esta materia.

Todos los canales de la CCMA, SA emiten su programación íntegramente en lengua catalana. De acuerdo con el artículo 21.1 de la Ley de Normalización Lingüística, el idioma usualmente utilizado en la publicidad, también, es el catalán.

La CCMA, SA emitirá normalmente los bloques publicitarios previstos en su programación. También se podrán abrir bloques publicitarios con carácter extraordinario.

Será publicidad especial aquella que no se ajuste a las definiciones citadas en esta normativa, y las condiciones de venta serán fijadas, en cada caso, por la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA.

Las presentes condiciones se aplicarán a la publicidad que emita la CCMA, SA para sus emisoras de radio a partir de enero de 2019.

7.1. Contenidos

El contenido de las cuñas que se tengan que emitir por la CCMA, SA se ajustará a la legislación vigente en materia de publicidad y a las normas aprobadas por el Consejo de Gobierno de la CCMA.

Responsabilidad por la utilización y el contenido de las cuñas

La música y las expresiones que contienen las cuñas serán responsabilidad exclusiva de las empresas anunciantes.

Publicidad de bebidas alcohólicas

Queda totalmente prohibida la publicidad directa de bebidas alcohólicas con graduación superior a 20º.

Publicidad de tabacos y accesorios

Queda totalmente prohibida la publicidad directa e indirecta de tabacos y artículos relacionados con su consumo.

Publicidad de productos farmacéuticos

Queda prohibida la publicidad directa o indirecta de medicamentos o tratamientos médicos que solo se puedan obtener por prescripción facultativa.

6.2. Normativa técnica para el material publicitario

Las cuñas deben llegar por correo electrónico en cualquiera de los formatos de audio convencionales (MP3, MP4, WAV, AIFF, WMA,...) o físicamente en la emisora en CD o USB.

7.2. Normativa técnica para el material publicitario

Las cuñas deben llegar por correo electrónico en cualquiera de los formatos de audio convencionales (MP3, MP4, WAV, AIFF, WMA,...) o físicamente en la emisora en CD o USB.

7.3. Entrega del material

Los contratantes entregarán a la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA el material publicitario.

Se recomienda presentar el texto de la cuña antes de sonorizarlo, y hay que adjuntar todos los datos identificativos de quién realiza ese envío, para que lo supervise, gratuitamente, el servicio lingüístico.

La entrega del material se efectuará con una antelación de veinticuatro horas hábiles antes de la primera emisión, junto con la correspondiente identificación.

La empresa ordenante será, a todos los efectos, responsable del material de emisión.

El anunciante se hará cargo de todas las eventuales reclamaciones por la utilización de músicas y cualquier otro elemento que pueda contener la cuña sin la autorización o el consentimiento de sus titulares legítimos, y exime al Grupo de Emisoras de Catalunya Ràdio de cualquier responsabilidad en ese aspecto.

La CCMA, SA no es responsable del perjuicio que pueda representar para el anunciante el hecho de rechazar material defectuoso técnicamente o lingüísticamente, o bien de no ceñirse a los plazos establecidos.

Las cuñas grabadas por Catalunya Ràdio son propiedad de la emisora y no se podrán utilizar en ningún otro medio sin la autorización previa y por escrito de Catalunya Ràdio.

Los gastos de producción de las cuñas se han de consultar con la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA SA. El Grupo de Emisoras de Catalunya Ràdio se reserva el derecho a rehusar la admisión de aquella publicidad que, según su criterio, pueda ir en contra de la norma de publicidad de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, pueda causar el rechazo de la audiencia o atente contra los principios de legalidad, autenticidad, veracidad y libre competencia.

7.4. Ordenación

Las órdenes de reserva de espacios se presentarán a la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA con una antelación mínima de 2 días hábiles antes de la fecha de la primera emisión solicitada.

La presentación de una orden de reserva supone, por parte del contratante, el conocimiento y aceptación de las presentes condiciones y de las circulares que se puedan ir emitiendo y que afecten directamente a la ordenación de publicidad.

Cuando los espacios solicitados no se puedan atender tal y como se pide en las órdenes de publicidad, la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA hará una contraoferta procurando que los espacios que se propongan respeten al máximo los intereses del anunciante. La aceptación, rechazo o cambio de la contraoferta propuesta se tendrá que comunicar antes de 24 horas. En caso de no recibir respuesta, transcurrido dicho plazo, se entenderá que la contraoferta ha sido aceptada.

7.5. Modificaciones de la contratación

Anulaciones, traslados o disminuciones

La contratación que se formule acogándose a estas condiciones se entenderá siempre en firme, y no podrá haber modificaciones posteriores, excepto por causa de fuerza mayor.

Si, a pesar de ello, y por motivo justificado, se tienen que hacer anulaciones, traslados o disminuciones de espacios publicitarios, patrocinios o posiciones determinadas, se deberán comunicar con una antelación mínima de 3 días hábiles antes de la emisión.

7.6. Emisión

Las operaciones de edición de las cuñas, el orden de colocación y su emisión son competencia de la Dirección Comercial y de Marketing de la CCMA, SA que se cuidará de separar los anuncios de productos directamente competitivos, siempre que sea posible.

Las tarifas generales corresponden a órdenes en horario sin determinar; las cuñas se radiarán en rotación en los diferentes programas. La concentración publicitaria en un horario concreto tendrá un recargo del 25%.

Por exigencias técnicas, de retrasmisiones o de programas, la CCMA, SA se reserva la facultad de suprimir total o parcialmente la emisión de publicidad contratada. En ese caso, se podrá reubicar la publicidad dentro del bloque que se considere más oportuno y en condiciones similares a las pactadas.

Las órdenes de publicidad y el material correspondiente han de estar en la emisora un mínimo de 2 días laborables antes de su emisión.

Cualquier cambio o anulación se tendrá que notificar, por escrito, con una antelación mínima de 72 horas.

8. SISTEMAS DE CONTRATACIÓN

8.1. Publicidad convencional

La CCMA, SA prevé 1 sistema de contratación para la compra convencional:

Contratación a descuento, según las tarifas publicadas. La publicidad se ordena para ser emitida dentro de un bloque, situado en una franja determinada.

Por cada anunciante o marca suplementaria en la misma cuña, se aplicará un recargo del 25%.

8.2. Patrocinio de programas

El patrocinador de un programa, espacio o promoción se tiene que identificar mediante las correspondientes caretas.

De acuerdo con lo que disponen la Ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña y las Normas del Consejo de Gobierno de la CCMA, esas caretas de patrocinio tienen que contener el nombre y una única marca o servicio del anunciante. Expresarán obligatoriamente que patrocinan el espacio, y no podrán incorporar mensajes publicitarios que induzcan directa o indirectamente a la compra o la contratación de servicios, ni que hagan promoción del producto o referencia implícita o explícita de las bondades del mismo.

Para todo ello será necesaria una aprobación previa, por parte de la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA, del contenido de las caretas antes de su producción.

9. PRECIOS Y ASPECTOS ECONÓMICOS

9.1. Precios y descuentos

La medida base por la que se calcula la tarifa de publicidad de la CCMA, SA es la cuña de 20".

El precio de las cuñas de diferentes duraciones se obtiene de acuerdo con el índice de cálculo de la tarifa vigente.

Descuento por tipo de producto

La publicidad de productos que fomenten la cultura catalana podrá ser objeto de condiciones especiales.

Libros, fascículos, películas, espectáculos, vídeos grabados, discos compactos, CD-ROM, DVD y medios de comunicación, tendrán un descuento especial en función de la tarifa vigente.

Descuento para la publicidad institucional

Las Administraciones Públicas tendrán un descuento especial en función de la tarifa vigente.

Descuentos para entidades benéficas u ONG sin ánimo de lucro

Tendrán un descuento especial, no acumulable al descuento por tipo de producto, en función de la tarifa vigente

Otros descuentos

En función de la disponibilidad de espacio o en periodos de baja demanda, la CCMA,SA estudiará la aplicación de descuentos especiales.

Facturación mensual

La CCMA, SA emite las facturas con fecha del último día de cada mes.

9.2. Formas de pago

Todos los pagos se harán a nombre de la CCMA, SA y según las siguientes opciones.

- Con ingreso en cuenta: el cliente ordenará una transferencia bancaria a la cuenta que la CCMA,SA le indique, detallando el concepto a que se refiere el pago.
- Con cheque conformado que el cliente entregará al Departamento de Administración Corporativa, o bien en las oficinas de la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA SA.
- Con recibo domiciliado en la cuenta del cliente: se deberá disponer de los datos bancarios del cliente para poder domiciliar los recibos. Los cobros adelantados no se podrán acoger a esta modalidad.

9.3. Plazos de pago

El plazo de pago de las facturas será a 30 días fecha factura.

En el caso de que se quiera demorar el pago hasta el máximo establecido para este año en la Ley 15/2010, de 5 de julio de 2010, sobre medidas de lucha contra la morosidad, se tendrá que notificar con la contratación de la publicidad a la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA SA, que decidirá su aceptación.

9.4. Regularización de saldos

Los saldos a favor del cliente se podrán liquidar, una vez aceptados y conformados por ambas partes, de la siguiente manera:

- Devolviéndolos por transferencia bancaria o entrega de cheque al cliente el día 30 de cada mes.
- Descontándolos de pagos inmediatos o posteriores que el cliente tenga que hacer.

9. CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

En cualquier circunstancia no prevista en estas Condiciones de Contratación, será válida la decisión de la Dirección del Departamento Comercial y Marketing de la CCMA, SA.

Cualquier variación o añadido que se tenga que hacer a las presentes Condiciones de Contratación es reflejará en las circulares que se irán emitiendo.

La Dirección Comercial siempre está abierta al diálogo para cualquier sugerencia y aportación por parte de las centrales, agencias y anunciantes.

2019

CONDICIONES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD

DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS, SA

MEDIOS DIGITALES



SUMARIO

10. INFORMACIÓN GENERAL

10.1. Contenidos

10.2. Normativa técnica para el material publicitario

10.3. Ordenación

10.4. Modificaciones de la contratación

10.5. Emisión

11. SISTEMAS DE CONTRACTACIÓN

11.1. Publicidad convencional

11.2. Publicidad no convencional

12. ASPECTOS ECONÓMICOS

12.1. Formas de pago

12.2. Plazos de pago

12.3. Regularización de saldos

13. CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

10. INFORMACIÓN GENERAL

La CCMA, SA contratará para sus canales digitales CCMA.cat/TV3, CCMA.cat/CatRadio, CCMA.cat/Noticies, CCMA.cat/Super3, CCMA.cat/Esports, CCMA.cat/Eltemps, CCMA.cat/Cultura y futuros nuevos canales los espacios destinados a la publicidad con las empresas publicitarias y los agentes de publicidad que estén debidamente legalizados.

La CCMA, SA emite toda su programación y la publicidad de sus canales en formato panorámico 16:9 anamórfico (720 x 576 píxeles). La CCMA, SA presenta sus páginas de navegación y agentes de publicidad marcados por la descripción técnica IAB.

La contratación se ajustará a lo que dispone la Ley General de Publicidad, aprobada por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre; la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, por transposición de la Directiva 2007/65/CE de Servicios de Comunicación Audiovisual del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007; la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña; la Norma de Publicidad del Consejo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) y también las actuales condiciones de contratación y las posteriores disposiciones que regulen esta materia.

Todos los canales de la CCMA, SA emiten su programación íntegramente en lengua catalana o versión original. De acuerdo con el artículo 21.1 de la Ley de Normalización Lingüística, el idioma usualmente utilizado también en la publicidad es el catalán.

Será *publicidad especial* aquella que no se ajuste a las definiciones citadas en esta normativa, y las condiciones de venta serán fijadas, en cada caso, por la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA.

Las presentes condiciones se aplicarán a la publicidad que emita la CCMA, SA para sus canales de televisión a partir de noviembre de 2016.

10.1 Contenidos

El contenido de los anuncios que vayan a ser emitidos por la CCMA, SA se ajustará a la legislación vigente en materia de publicidad y a las normas aprobadas por el Consejo de Gobierno de la CCMA.

Responsabilidad por la utilización y el contenido de los anuncios

Las imágenes, la música y las expresiones que contienen los anuncios serán responsabilidad exclusiva de las empresas anunciantes.

Publicidad de bebidas alcohólicas

Queda totalmente prohibida la publicidad directa de bebidas alcohólicas con graduación superior a 20º.

Publicidad de tabacos y accesorios

Queda totalmente prohibida la publicidad directa e indirecta de tabacos y artículos relacionados con su consumo.

10.2. Normativa técnica para el material publicitario

PORTAL WEB – Formatos Estándar DISPLAY

DISPLAY - Portal Web PC

1. Robapáginas:

Dimensiones: 300x250

Peso máximo: 100KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

2. Robapáginas rectángulo:

Dimensiones: 300x600

Peso máximo: 100KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

3. Megabanner:

Dimensiones: 970x90 ó 728x90

Peso máximo: 100KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

4. Banner:

Dimensiones: 300x120

Peso máximo: 100KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

5. Robapáginas:

Dimensiones: 300x250 (landscape)

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

6. Megabanner:

Dimensiones: 970x90 (landscape) + 728x90 (portrait)

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

7. Banner

Dimensiones: 300x120

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

DISPLAY - Portal Web MOVIL

1. Megabanner:

Dimensiones: 320x50

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

2. Banner:

Dimensiones: 320x50

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG

PORTAL WEB – Formatos Especiales DISPLAY

Especiales DISPLAY - Portal Web PC

1. Background (en formato U invertida):

Dimensiones: 1920x1600

Peso máximo: 300KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG i necessari adjuntar el PSD

Espacio interior no visible: 1010 px

Espacio disponible: laterales + zona superior 100 px de altura; se facilitan instrucciones

con medidas y recomendaciones detalladas.

Disponible en las homes de las secciones siguientes: NOTICIAS, DEPORTES, CULTURA, EL TIEMPO; EN las subsecciones de DIRECTOS y ALACARTA, y otras subsecciones por petición; en todas las webs de programa, especiales y colecciones.

2. Side skin (laterales):

Dimensiones: 1920x1600

Peso máximo: 300KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG y necesario adjuntar el PSD

Espacio interior no visible: 1010 px

Espacio disponible: laterales; se facilitan instrucciones con medidas y recomendaciones detalladas.

Disponible en todas las homes de las secciones siguientes: TELEVISIÓN, RADIO, NOTICIAS, DEPORTESS, CULTURA, EL TIEMPO; en las subsecciones de DIRECTOS y ALACARTA, y otras subsecciones por petición; en todas las webs de programa, especiales y colecciones.

3. Videobanner

Dimensiones: 300x169

Peso máximo: 4MB

Tipo de fichero: MP4

5. Intersticial:

Dimensiones: 800x600

Peso máximo: 300KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG/SWF/HTML



Especiales DISPLAY - Portal Web TABLETA

1. Intersticial:

Dimensiones: 800x600 (landscape) + 600x800 (portrait)

Peso máximo: 300KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG/HTML

Especiales DISPLAY - Portal Web MOVIL

1. Intersticial:

Dimensiones: 480x320 (landscape), 320x480 (portrait)

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG/HTML

PORTAL WEB – Módulos de Contenidos Patrocinados

Todos los módulos de contenidos son multidispositivo (PC, TABLETA y MOVIL). Los módulos disponibles son los siguientes:

- **Previsión Municipio**
- **Beauties**
- **Colecciones**
- **Módulo Hoy Destacamos**
- **Cocina**

***NOTA:** Para cada uno de éstos módulos se facilitarán documentos de especificaciones detalladas

PORTAL WEB – Formatos de VIDEO y AUDIO

Vídeo In-Stream

- Duración máxima: 60 seg.
- Peso máximo: 4MB
- Formato y codec: MP4-H264
- Relación de aspecto: 16:9
- Tasa de bits: 500Kbps
- Dimensiones: 720x576
- Frames por segundo: 25fps
- Codec audio: AAC

Posiciones:

oPreroll (directos y alacarta)

oMidroll (alacarta): midroll 1, midroll 2 en videos de >10 min, midroll 3 i midroll 4 > 30 min.

Postroll (alacarta)

Audio In-Stream

- Contenido estereofónico
- Duración máxima: 60 seg.
- Peso máximo: 1MB
- Formato y codec: MP3
- Posiciones:

oPreroll (directos y alacarta)

oPostroll (alacarta)

APLICACIONES MOVILES - Tabletas y Smartphones

Formatos Display

1.Intersticial:

Dimensiones:

Smartphone: 320x480 (portrait) + 480x320 (landscape)

Tableta: 768x1024 (portrait) + 1024x768 (landscape)

Peso máximo: 60KB

Tipo de fichero: PNG/GIF/JPG/HTML

Video In-Stream

- Duración máxima: 20 s
- Peso máximo: 4MB
- Formato y codec: MP4-H264
- Relación de aspecto: 16:9
- Tasa de bits: 500Kbps
- Dimensiones: 720x576
- Frames por segundo: 25fps
- Codec audio: AAC
- Tasa de bits audio: 128K

Posiciones:

- oPreroll (directos y alacarta)
- oMidroll (alacarta): midroll
- oPostroll (alacarta)

Audio In-Stream

- Contenido estereofónico
- Duración máxima: 60 seg.
- Peso máximo: 1MB
- Formato y codec: MP3
- Formatos disponibles:
 - Preroll (directos y alacarta)
 - Postroll (alacarta)

TV CONECTADAS

Plataformas disponibles: HbbTV, Samsung, LG, Panasonic, Philips/Sharp, Sony (html5), Home Media Center

Video In-Stream

- Duración máxima: 20 seg.
- Peso máximo: 4MB
- Formato y codec: MP4-H264
- Relación de aspecto: 16:9
- Tasa de bits: 1200Kbps
- Dimensiones: 720x576
- Frames por segundo: 25fps
- Codec audio: AAC
- Tasa de bits audio: 128K

Identificación de los materiales

Cada material estará identificado con una clave que estará formada por tres caracteres alfanuméricos, seguidos de “/” más año en curso. Ejemplo: “AN2/19”.

En caso de rectificación de un material por algún aspecto técnico, lingüístico o de contenido, se utilizará la misma clave.

Entrega de material

Los contratantes entregarán a la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA el material publicitario.

La CCMA, SA no devuelve el material publicitario de emisión. Si un anunciante, central o agencia, desea que se le entregue un justificante de emisión, tendrá que comunicarlo expresamente en el momento de la entrega.

La entrega del material se efectuará con una antelación de cuarenta y ocho horas hábiles antes de la primera emisión del material.

La empresa ordenante será, a todos los efectos, responsable del material de emisión.

La CCMA, SA no es responsable del perjuicio que pueda representar para el anunciante el hecho de rechazar material defectuoso técnicamente o lingüísticamente, o bien de no ceñirse a los plazos establecidos.

10.3. Ordenación

Las órdenes de reserva de espacios se presentarán a la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA con una antelación mínima de 3 días hábiles antes de la fecha de la primera emisión solicitada.

La presentación de una orden de reserva supone, por parte del contratante, el conocimiento y aceptación de las presentes condiciones y de las circulares que se puedan ir emitiendo y que afecten directamente a la ordenación de publicidad.

Cuando los espacios solicitados no se puedan atender tal y como se pide en las órdenes de publicidad, la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA hará una contraoferta procurando que los espacios que se propongan respeten al máximo los intereses del anunciante. La aceptación, rechazo o cambio de la contraoferta propuesta se tendrá que comunicar antes de 24 horas. En caso de no recibirse respuesta, transcurrido dicho plazo, se entenderá que la contraoferta ha sido aceptada.

10.4. Modificaciones de la contratación

Anulaciones, traslados o disminuciones

La contratación que se formule acogiendo a estas condiciones se entenderá siempre en firme, y no podrá haber modificaciones posteriores, excepto por causa de fuerza mayor.

Si, a pesar de ello, y por motivo justificado, se tienen que hacer anulaciones, traslados o disminuciones de espacios publicitarios, patrocinios o posiciones determinadas, se deberán comunicar con una antelación mínima de 3 días hábiles antes de la fecha de emisión.

10.5. Emisión

Por exigencias técnicas, de retrasmisiones o de programas, la CCMA, SA se reserva la facultad de suprimir total o parcialmente la emisión de publicidad contratada. En ese caso, la publicidad afectada no se factura.

11. SISTEMAS DE CONTRATACIÓN

11.1. Publicidad convencional

La CCMA, SA prevé 2 sistemas de contratación para la compra convencional:

Contratación por audiencia (a coste CPM)

Para este sistema y para poder tratar las órdenes, es necesario que se faciliten los objetivos de la campaña en cuestión: la inversión, el CPM i la rotación.

El canal digital Club Super3 (S3) contiene la publicidad destinada al target NIÑOS.

Les campañas que, a consecuencia del volumen de audiencia o sistemas de medición, obtengan menos impresiones de las contratadas en el período establecido:

- a. Si el diferencial es inferior al 5% con respecto al volumen contratado, la CCMA, SA facturará el total de lo contratado.
- b. Si el diferencial está entre el 5% y el 10% con respecto al volumen contratado, la CCMA, SA y la agencia o cliente de contratación acordarán el concepto de facturación. A menos que se disponga de un servidor tercero homologado, validado desde el inicio de la campaña y con seguimiento diario de diferenciales (tipo Mediamind), la CCMA, SA facturará el total de volumen contratado.
- c. Si el diferencial es superior al 10%, sólo con el aval de servidores homologados terceros de seguimiento que reporten su medición, se facturará por volumen servido.

Contratación a precio unitario

Los patrocinios tendrán un importe unitario, sin descuento ni valoración por audiencia.

Para otros tipos de contratación, consultar con la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA SA

11.2. Publicidad no convencional

Se entiende por *publicidad no convencional* la publicidad que se aparta de los márgenes establecidos en los anteriores Sistemas de Contratación.

Se pueden consultar los distintos formatos de publicidad no convencional, vinculados a cadena o a contenidos, en el *Catálogo de formatos publicitarios* de nuestra web comercial.

12. PRECIOS Y ASPECTOS ECONÓMICOS

12.1. Formas de pago

Todos los pagos se efectuarán a nombre de la CCMA, SA y según las siguientes opciones.

- Mediante ingreso en cuenta: el cliente ordenará una transferencia bancaria a la cuenta que la CCMA,SA le indique, detallando el concepto a que se refiere el pago.
- Mediante cheque conformado, que el cliente entregará al Departamento de Administración Corporativa, o bien a la Dirección Comercial y Marketing.
- Mediante recibo domiciliado en la cuenta del cliente: se deberá disponer de los datos bancarios del cliente para poder domiciliar los recibos. Los cobros adelantados no se podrán acoger a esta modalidad.

12.2. Plazos de pago

Facturación mensual

La CCMA, SA emite las facturas con fecha del último día de cada mes.

El plazo de pago de las facturas será a 30 días fecha factura.

En caso que se quiera demorar el pago hasta el plazo máximo establecido para el año en curso en la Ley 15/2010, de 5 de julio de 2010, sobre medidas de lucha contra la morosidad, se tendrá que notificar con la contratación de la publicidad a la Dirección Comercial y Marketing, que decidirá su aceptación.

12.3. Regularización de saldos

Los saldos a favor del cliente se podrán liquidar, una vez aceptados y conformados por ambas partes, de la siguiente manera:

- Mediante devolución por transferencia bancaria o entrega de cheque al cliente el día 30 de cada mes.
- Mediante descuentos de pagos inmediatos o posteriores que el cliente tenga que satisfacer.

13. CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

En cualquier circunstancia no prevista en estas Condiciones de Contratación, será válida la decisión de la Dirección Comercial y Marketing de la CCMA, SA.

Cualquier variación o añadido que se tenga que incorporar a las presentes Condiciones de Contratación se reflejará en las circulares que se irán emitiendo.

La Dirección Comercial y Marketing siempre está abierta al diálogo para cualquier sugerencia y aportación por parte de las centrales, la agencias y los anunciantes.

El desconocimiento de las *Normas reguladoras de la emisión de publicidad en la CCMA, SA*, de estas Condiciones de Contratación y de las circulares que se puedan publicar durante el año en curso nunca eximirá del cumplimiento de su contenido.