CONDICIONS GENERALS DE CONTRACTACIÓ PUBLICITÀRIA

Televisió
Ràdio
Web

MÈDIA

ÍNDEX

1. Informació general	2
2. Continguts de la publicitat i reserva de drets	3
3. Classes de publicitat	4
4. Formes de contractació	5
5. Ordes de publicitat	6
6. Suports de la publicitat	7
7. Examen i admissió d'anuncis	9
8. Edició i emissió d'anuncis	9
9. Facturació i forma de pagament	10
10. Protecció de dades de caràcter personal i confidencialitat	11
11. Circumstàncies no previstes	12

1. Informació general

La contractació i emissió publicitària en els mitjans i suports publicitaris de l'SAMC s'ajustarà al que disposa la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, la Llei 6/2016, de 15 de juliol, de la Generalitat, del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic de titularitat de la generalitat, la Llei 1/2006, de 19 d'abril, de la Generalitat, del sector audiovisual, les normes aprovades pel Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) en matèria publicitària i aquestes condicions de contractació de publicitat.

L'SAMC contractarà per als seus canals els espais i l'emissió publicitària amb les empreses i agències de publicitat degudament autoritzades, de forma directa o per mediació d'agents.

La llengua institucional i vehicular dels canals de l'SAMC és el valencià, per la qual cosa l'idioma preferent que s'hauria d'utilitzar en la publicitat hauria de ser també el valencià. Amb aquesta finalitat, es posaran a la disposició dels anunciants serveis d'assessorament lingüístic i altres mesures de foment.

Aquestes condicions de contractació de publicitat entraran en vigor l'1 de gener de 2019.

2. Continguts de la publicitat i reserva de drets

El contingut dels anuncis publicitaris que s'hagen d'emetre en els canals de l'SAMC haurà d'ajustar-se a la legislació i als usos vigents en matèria de publicitat i a les normes aprovades pel Consell Rector de la CVMC.

L'SAMC es reserva el dret de rebutjar o suspendre l'emissió d'aquella publicitat amb un contingut que vulnere la legalitat vigent o les normes del Consell Rector de la CVMC, que en contravinga els principis, que pua lesionar els seus interessos, o que es considere no adequada per a la franja en la qual s'ha planificat perquè té baixa qualitat o perquè podria provocar reaccions desfavorables en l'audiència.

Especialment, i sense perjudici del previst en les normes generals i altres disposicions vigents, l'SAMC es reserva les següents facultats:

1) Podrà, en qualsevol moment, decidir no admetre o suspendre qualsevol emissió publicitària per la causa que haja valorat l'SAMC, a través de la seua direcció comercial i en funció de les característiques del mitjà; en particular, aquella que contribuïsca a denigrar persones, o suscite la discriminació per raó de sexe, incloent persones LGTBI, o per raó de raça, religió, edat, lloc de naixement o opinió, així com qualsevol altra condició o circumstància personal o social.
2) L'SAMC no serà responsable davant del contractant quan, en compliment d'una resolució judicial o administrativa dictada a aquest efecte, haja de retirar un anunci declarat il·lícit o incorrecte.
3) En aquelles situacions en què, per part de les institucions legitimades (Institut Valencià de la Dona, Defensor del Poble, Defensor del Menor, Defensor de l'Audiència, Consell de la Ciutadania i aquelles que s'acrediten com a tal) s'inste a la retirada d'un anunci per considerar-se que atempta contra la dignitat d'algun grup social, el Consell Rector de la CVMC determinarà si procedeixen les circumstàncies previstes en el punt 1.

La música, les imatges, el text i les locucions que apareguen en els anuncis seran responsabilitat exclusiva del client i, per tant, s'eximeix l'SAMC de qualsevol responsabilitat derivada de l'aplicació de la legislació vigent en matèria de propietat intel·lectual i industrial relacionada amb els guions, la direcció, la interpretació, els textos, les imatges, els sons o qualsevol altre element creatiu.

El client assumeix tota la responsabilitat i es compromet a mantindre indemnes els canals de l'SAMC davant de qualsevol reclamació de tercers, a conseqüència de l'incompliment de la normativa aplicable sobre publicitat, fins i tot en el cas que el contingut publicitari compte amb l'informe favorable d'organismes d'autoregulació publicitària, referent a la legalitat vigent o al compliment de codis de conducta sectorials.

L'SAMC podrà sol·licitar els informes que considere oportuns, tant de compliment de la normativa i les autoritzacions legals, com d'organismes d'autoregulació. En cas de no tindre un informe favorable, la direcció comercial de l'SAMC podrà suspendre o anul·lar la campanya publicitària sense que es considere incompliment de contracte.

3. Clases de Publicidad

L'SAMC admetrà els següents tipus de publicitat:

A) Publicitat convencional
Espot o falca amb un contingut que dona a conéixer una marca, un producte o un servei, amb una durada estàndard de 20" (si bé es podran acceptar espots o falques de diferent durada a partir de 5"), i que s'emeten en blocs o pauses de publicitat delimitats.

B) Especial
La que s'integra dins de la programació, al marge de les pauses publicitàries, i en què l'empresa anunciant, marca o producte, forma part del programa.

C) Sobreimpressions
Missatges publicitaris que utilitzen transparències o qualsevol altre tractament de la imatge, que permeta l'exposició publicitària en una part de la pantalla durant la retransmissió d'esdeveniments esportius, esdeveniments o espectacles de caràcter similar.

D) Telepromocions
Missatges publicitaris de major durada que un espot normal en què apareixen escenaris o personatges de rellevància.

E) Microespais
Anuncis amb format de programa i que té com a objectiu explicar un procés d'elaboració, de distribució, etc., amb una durada major al d'un espot o falca estàndard.

F) Patrocinis
Publicitat que no apel·la a la venda o al consum, i enriqueix la imatge de marca amb el codi de valors propis del programa patrocinat.

L'empresa patrocinadora d'un programa, espai o promoció haurà d'identificar-se que identificar mitjançant les corresponents caretes. Aqueixes caretes de patrocini hauran de contindre el nom, logotip i una única marca o servei de l'anunciant. Igualment, expressaran obligatòriament l'espai que patrocinen.

Caldrà que la direcció comercial de l'SAMC aprove el contingut de les caretes abans de produir-les.

G) Publicitat digital
Formats específics per a mitjans digitals amb imatges (estàtiques o dinàmiques) o vídeos.

H) Altres tipus
La direcció comercial de l'SAMC podrà comercialitzar, prèvia aprovació pel Consell Rector de la CVMC, altres tipus de difusió publicitària no contemplats en aquestes condicions generals, formalitzant el corresponent contracte ad hoc amb l'anunciant.

4. Formes de contractació

PUBLICITAT CONVENCIONAL TELEVISIÓ

L'SAMC preveu tres sistemes de contractació per a la compra convencional (espots en blocs publicitaris):

Contractació per audiència (a cost GRP)

Els espots s'emetran en funció de la disponibilitat d'espai en la franja o franges horàries escollides i segons les necessitats de programació i els objectius de la campanya.

Per a aquesta forma de contractació i per a poder tractar adequadament les ordes, cal que els anunciants faciliten els objectius de la seua campanya: el target, el període, la inversió, els GRP i la distribució de les franges. El preu de cada espot serà el resultat de multiplicar

Contractació a descompte

Segons les tarifes publicades per a cada període, amb els recàrrecs estipulats i aplicant el descompte negociat sobre la base de diferents variables (volum, estacionalitat, share d'inversió, etc.). La publicitat s'ordena per a ser emesa dins d'una franja situada en l'entrada o durant un programa determinat; per tant, l'espot o els espots podran emetre's en blocs distribuïts al llarg de tota la durada de la franja tarifària en qüestió.

Contractació de paquet publicitari

Modalitat per la qual s'acorda una estructura d'emissió determinada (nombre d'emissions, franges i període) per un import global tancat o un preu/emissió determinat. La publicitat s'ordena en uns blocs determinats inclosos en una franja o programa; l'anunci podrà emetre's al llarg de la franja o programa en qüestió.

L'hora d'un bloc publicitari és simplement orientativa, i serveix solament per a identificar-lo en la graella de programació. El que prevaldrà és la ubicació del bloc dins del corresponent programa. Per tant, l'hora d'emissió definitiva dependrà, sempre i exclusivament, de l'horari en què s'emeta el programa on s'incloga. Els possibles canvis de programació poden alterar l'estructura de les franges publicades.

PUBLICITAT CONVENCIONAL RÀDIO

L'SAMC preveu dos sistemes de contractació per a la compra convencional: la contractació a tarifa, amb un descompte negociat, i els paquets publicitaris per un import global o per un preu únic per falca emesa. La publicitat s'ordenarà per a ser emesa en un programa o franja determinada.

PUBLICITAT CONVENCIONAL EN LLOC WEB

L'SAMC preveu dos sistemes de contractació en mitjans digitals. El primer és la contractació per audiència (a cost CPM o CPV). Per a aquest sistema i per a poder tractar les ordes, s'han de facilitar els objectius de la campanya en qüestió: la inversió, el CPM i la rotació. El segon sistema és el paquet publicitari, en el qual es contracta l'emissió d'una o de diverses figures publicitàries, en un període i per un preu tancat.

Publicitat no convencional

S'entén per publicitat no convencional la publicitat que s'aparta dels marges establits en els anteriors sistemes de contractació. La contractació es realitzarà per paquets publicitaris, per un import global del paquet, o amb un preu unitari per cada acció publicitària realitzada o emesa.

5. Ordes de publicitat

Les ordes de publicitat es presentaran a la direcció comercial de l'SAMC amb una antelació mínima de quatre dies naturals a la data d'emissió del primer anunci. Aquest termini no s'aplicarà a la publicitat en programes extraordinaris ni la de caràcter especial, que s'haurà d'ajustar al que s'establisca en les seues condicions específiques.

Amb antelació inferior a la indicada, es podran admetre ordes de publicitat en règim especial d'urgència, i l'SAMC es reservarà, a través de la seua direcció comercial, el dret d'acceptar-les, a la vista de les circumstàncies concurrents.

El contracte de publicitat es perfecciona quan, una volta presentada l'orde de publicitat, s'emplene l'afiançament o l'ingrés requerit i, en tot cas, amb l'acceptació d'ambdues parts de les condicions reflectides en l'orde.

L'adjudicació de temps publicitaris sol·licitats en l'orde de publicitat, la realitzarà l'SAMC, a través de la seua direcció comercial, en funció dels espais disponibles. Les peticions que no es puguen atendre per ocupació anterior dels espais seran objecte de contraoferta, i l'acceptació d'aquesta haurà de ser immediata.

Anul·lació de les ordes de publicitat

L'empresa anunciant podrà anul·lar ordes de publicitat, totalment o parcialment, comunicant-ho per escrit a la direcció comercial de l'SAMC amb una antelació mínima de quatre dies naturals respecte a la data prevista d'emissió. En cas contrari, s'hauran d'assumir les despeses que la citada decisió poguera generar valorant-se, en tot cas, per l'import de les emissions anul·lades.

Així mateix, s'entendrà anul·lada aquella orde de difusió si l'anunciant no ha lliurat el suport en el termini previst. No s'admetrà cap anul·lació sol·licitada amb menys de dos dies hàbils d'antelació a la data d'emissió de l'anunci.

Modificació de les ordes de difusió

La modificació de les ordes de difusió per part de l'empresa anunciant haurà de ser comunicada a la direcció comercial de l'SAMC amb una antelació mínima de tres dies naturals abans de l'emissió prevista.

En cas d'augment de durada, la nova durada haurà d'ajustar-se a les mesures normalitzades, i estarà condicionat pels temps que encara estiguen disponibles. En els casos de disminució de durada, haurà d'ajustar-se igualment a les mesures normalitzades, sent aplicables de forma proporcional a la disminució els càrrecs per anul·lació acordats.

En tot cas, no s'admetrà cap disminució de durada sol·licitada amb menys de dos dies hàbils d'antelació a la data d'emissió de l'anunci.

6. Suports de la publicitat

A) Especificacions del material publicitari

1) TELEVISIÓ

El material es presentarà identificat amb les seues claus en un arxiu de vídeo. Cada arxiu contindrà una sola creativitat amb una durada mínima de 5 segons.

Espots i caretes

El fitxer estarà compost per un stream de vídeo i un stream d'àudio estèreo, sincronitzat amb el vídeo, amb una relació d'aspecte 16/9 amb la imatge a pantalla completa.

El contingut del clip s'estructura de la següent manera:

Duración	Contenido del vídeo
6 frames	Imagen en NEGRO y silencio
Spot con una duración mínima 5”	Contenido del spot o careta
6 frames	Imagen en NEGRO y silencio

Definició: 1080i50 (1920x1080 – 25fps, entrellaçat)

Els arxius tindran el vídeo i l'àudio preferentment encapsulats en format MXF OP1a, codificat en format (de 10 bits) XDCAM HD 422 a 50 Mbps.

CONFIGURACIONS D'ÀUDIO ACCEPTADES PER AL FITXER D'EMISSIÓ

Codificació ..... PCM WAV stereo (EBU R85)

Freqüència mostreig..... 48 kHz

Bits per mostra..... 24 bits

Nivell de referència (AI)..... -18dBFS (1kHz).

Nivell mitjà de sonoritat “Programme Loudness”: -23LUFS “Loudness Unit”, “referenced to Full Scale” amb una desviació màxima d'1 LU. “Loudness Unit”

Nivell de pic real màxim permés: -1dBTP “Maximum Permitted True Peak Level”

		Audio Prog. (Stream 1)		Audio Prog. (Stream 2)	
Núm.config.	Nom.config.	Audio 1	Audio 2	Audio 3	Audio 4
1	VV	VV (L)	VV (R)	VV (L)	VV (R)
2	VC	VC(L)	VC(R)	VC(L)	VC(R)

L'SAMC es reserva el dret de modificar el nivell de sonoritat subjectiu per a assegurar-se que s'equipara a la resta de programes.

Faldons / Sobreimpressions

Un faldó és un clip de vídeo amb una imatge de fons negre a tota la pantalla, excepte en una banda que ocupa la sisena part inferior. Les característiques específiques d'aquests clips hauran de ser:

El fitxer estarà compost únicament per una stream de vídeo.

La imatge ha de tindre una relació d'aspecte 16/9.

El contingut de la imatge s'estructura de la següent manera:

- 3 fotogrames en negre
- 1 segon del contingut del faldó sense moviment
- 6 segons del contingut del faldó, amb el moviment que opcionalment es vulga incorporar
- 1 segon del contingut del faldó sense moviment
- 3 fotogrames en negre.

La banda ha de tindre una altura de 190 línies del total de 1080.

El contingut publicitari presentat dins del faldó (textos, logotips, etc.) no ha de superar les 180 línies d'alçària per a poder disposar d'un marge de seguretat i evitar així que es talle, per la part superior, en el moment de fer la inserció.

Es recomana que els continguts publicitaris presentats tinguen en compte els marges de seguretat, inferiors i laterals, adequats per a assegurar que es presenten correctament en els receptors de televisió.

També es recomana evitar text o caràcters de dimensions molt xicotetes, ja que podrien ser inintel·ligibles.

Grandària de la imatge completa: 1920 X 1080 píxels.

Grandària del faldó: 1/6 de la pantalla 1920 x 216 píxels.

Format de l'arxiu: .png o .tga amb canal alfa (32 bits). En cas de contindre-hi animació, l'arxiu admès serà cadena de .tga o cadena de .png amb el seu corresponent canal alfa.

2) RÀDIO

El material es presentarà degudament identificat amb les seues claus corresponents en arxiu d'àudio, tot indicant el títol de l'anunci, la destinació i les observacions que es consideren necessàries.

Els falques han d'arribar per correu electrònic o FTP, o físicament a l'emissora en USB, en qualsevol dels formats d'àudio convencionals WAV i MP3 (tots dos estèreo), i amb una qualitat de 256 Kbps, i preferiblement amb el format WAV sense compressió.

L'MP3 es lliurarà amb freqüència de mostreig de 48000 Khz i 16 bits de mostreig.

3) MITJANS DIGITALS

L'SAMC sol·licita per als seus formats publicitaris digitals l'estàndard tècnic de la IAB quant a formats d'imatges i de vídeos, i de mides de les mateixes.

B) Recepció de material publicitari

L'SAMC únicament admet el material publicitari en format fitxer.
Tot el material haurà d'estar adequadament codificat i identificat amb la seua clau i/o descripció.

Es podrà remetre el material publicitari d'emissió mitjançant els sistemes adequats a cada tipus de format i mida, i es recomana l'enviament per sistemes digitals enlloc de sistemes físics (CD, DVD, USB, etc.).

Les plataformes recomanades per a rebre els espots de forma digital són les següents:

- FTP
- Plataformes de recepció d'espots utilitzades per l'SAMC

S'haurà de comunicar l'enviament del material per correu electrònic a: trafic@cvmc.es.

7. Examen i admissió d'anuncis

Els anuncis es presentaranb perquè la direcció comercial de l'SAMC els examine i els admeta, , amb una antelació mínima de 3 dies naturals a la primera data d'emissió. En la publicitat legalment subjecta a autorització administrativa prèvia, haurà d'acreditar-se que en efecte s'ha obtingut respecte a l'anunci o els anuncis presentats.

L'examen del material d'emissió presentat consistirà en revisar el compliment del que s'haja especificat en el punt sobre contingut i reserva de drets així com sobre els aspectes tècnics dels suports de la publicitat.

8. Edició i emissió d'anuncis

Els anuncis de publicitat s'emetran generalment en blocs que s'adequaran als diversos esquemes d'emissió. Les operacions d'editar els anuncis, ordenar-los dins del bloc i emetre'ls són competència de l'SAMC, qui vetlarà perquè es complisquen les condicions contractades, els usos i hàbits en el sector sempre que siga possible.

L'SAMC es reserva la facultat de:

a) Suprimir, totalment o parcial, per raons tècniques, exigències de retransmissions o de programes, l'emissió de la publicitat contractada. En aquest cas, no es facturarà la publicitat afectada.

b) Avançar o retardar per les mateixes causes l'hora d'emissió dels blocs publicitaris.

En cas de produir-se un canvi d'un programa per un altre, de contingut i naturalesa diferents i amb repercussió substancial en l'audiència, les empreses anunciants que tinguen contractada publicitat en un bloc afectat podran, si ho prefereixen, optar o bé per traslladar l'anunci a un altre bloc, en el mateix dia o o en dies immediats, dins de la disponibilitat de temps existent i sempre que siga tècnicament factible, o bé per anul·lar-lo sense cap càrrec.

Quan els espais sol·licitats no es puguen atendre tal com es demana en les ordes de publicitat, la direcció comercial de l'SAMC farà una contraoferta amb espais que respecten al màxim els interessos de l'anunciant. L'acceptació, el rebuig o la modificació de la contraoferta s'haurà de produir d'immediat. En cas de no rebre resposta, transcorregudes 24 hores, s'entendrà que la contraoferta ha sigut acceptada.

9. Facturació i forma de pagament

L'SAMC, com a regla general, emetrà una factura mensual amb data de l'últim dia de cada mes, que comprendrà la publicitat emesa durant el període.

Forma i termini de pagament:
El termini de pagament serà dins dels trenta dies següents a la data de l'expedició de les corresponents factures.

Modalitats de pagament:

a) Pagament anticipat:
El que es realitze abans del primer dia d'emissió.

b) Pagament ajornat:
El que es realitze després de l'emissió i abans que hagen transcorregut 30 dies de la data de la factura

Per a poder acceptar pagaments ajornats, si les ordes de publicitat superen els 5.000 euros, s'exigeix fiançar l'import previst de la campanya mitjançant algun dels mètodes permesos. La no presentació de la cobertura econòmica de la campanya suposarà l'anul·lació de l'orde de difusió.

Els mètodes de fiançament del pagament ajornat seran:

- Aval bancari ajustat al model que figura com a annex a aquestes condicions de contractació. L'aval haurà de cobrir l'import total a facturar, inclosos els impostos que corresponguen.
- Lliurament de pagaré a l'orde o el confirming amb el venciment no superior als 30 dies des de la data de la factura.

Si el client volguera demorar el pagament fins al màxim establit per la llei vigent, ho haurà de notificar a la direcció comercial, qui decidirà si accepta o no la demora.

A la data d'elaboració d'aquestes condicions, el termini màxim de pagament és de 60 dies naturals, segons l'article 33 de la Llei 11/2013, de 26 de juliol, que modifica la Llei 3/2004.

Mitjans de pagament
Tots els pagaments es faran a nom de l'SAMC i, com a norma general, mitjançant-transferència al compte bancari que figura en la factura. En el cas del pagament ajornat també s'admetrà el pagaré a l'orde o el confirming.

Si venç l'obligació de pagament sense que l'SAMC haja rebut el corresponent abonament, l'SAMC podrà adoptar, sense necessitat de requeriment previ, les mesures legals adequades perquè es faça efectiu el pagament.

10. Protecció de dades de caràcter personal i confidencialitat

Protecció de dades de caràcter personal. Les dades personals de contacte que pes puguen facilitar ambdues parts seran tractades per la SOCIETAT VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA (SAMC) i EL CLIENT respectivament.

La base jurídica que legitima el tractament de les dades és la relació pel contracte, per a formalitzar-lo i executar-lo.

La finalitat de la recollida i del tractament de la informació és gestionar les activitats vinculades a aquest contracte subscrit, així com mantindre el contacte entre les parts. Les dades es podran cedir o comunicar a entitats bancàries, Administració Pública amb competència en la matèria, jutjats i tribunals, així com en els supòsits previstos en virtut de la llei.

En compliment de la normativa vigent, ambdues parts garanteixen que han adoptat les mesures tècniques i organitzatives apropiades per a garantir un nivell de seguretat adequat al risc que implica el tractament d'aquestes dades.

Cadascuna de les entitats signatàries serà responsable del compliment de la normativa reguladora de les dades de caràcter personal.

De conformitat amb el Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell de 27 d'abril de 2016 (Reglament General de Protecció de Dades), podrà exercitar els drets d'accés, rectificació, supressió, oposició i portabilitat, respecte de les seues dades personals, enviant un escrit acompanyat del seu DNI, a les adreces indicades a l'encapçalament.

Confidencialitat. La informació, les dades o les especificacions facilitades per l'SAMC al client o al personal del seu servei, així com a qui haja accedit en l'execució del contracte, s'hauran de considerar confidencials, i no podran ser objecte, total o parcial, de publicacions, còpia, utilització, cessió o préstec a tercers.

El client i el personal al seu servei adquireixen l'obligació de custodiar amb diligència la informació, documentació o dades que se li entreguen per a realitzar els treballs objecte del servei, i amb açò el compromís que no arriben en cap cas a terceres persones.

Queda terminantment prohibit per al client i el personal al seu servei l'accés a informacions, dades i documents que no estiguen directament relacionats amb l'objecte del contracte.

11. Circumstàncies no previstes

Per a qualsevol circumstància no prevista en aquestes condicions de contractació de publicitat, serà vàlida la decisió de la direcció comercial de l'SAMC, que es mantindrà disposada a dialogar per a qualsevol suggeriment i aportació per part de les centrals de mitjans, agències i empreses anunciants.

Qualsevol variació o ampliació que s'haja de fer d'aquestes Condicions de Contractació es comunicarà adequadament als agents del mercat.

El desconeixement de les Normes reguladores de l'emissió de publicitat en l'SAMC, d'aquestes Condicions de Contractació i de les circulars que es puguen publicar per l'SAMC , en cap cas eximirà del compliment del seu contingut.

Aquestes condicions estaran en vigor fins que es publiquen noves condicions de contractació que substituïsquen aquest document.

Polígon Acc. Ademús, s/n. 46100
Burjassot, València
www.apuntmedia.es
publicitat@cvmc.es