



Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

**PLIEGO DE CLAUSULAS TECNICAS PARA LA ADJUDICACION  
DE LA CONCESION DEL SERVICIO DE EXPLOTACION DE LA  
PUBLICIDAD EN LA ENTIDAD DE DERECHO PUBLICO  
FERROCARRILS DE LA GENERALITAT VALENCIANA**



Unidad de Finanzas. Ingresos Accesorios



1. Introducción
2. Presentación de la Entidad de Derecho Público FGV
3. Objeto de la licitación
4. Oferta económica
5. Vigencia del Contrato
6. Plan de Explotación Comercial
7. Publicidad estática
8. Publicidad espectacular en estaciones
9. Publicidad en Material Móvil
10. Publicidad de otro tipo
11. Plan de Calidad
12. Penalidades
13. Derechos y obligaciones del adjudicatario
14. Anexo I
15. Anexo II
16. Anexo III
17. Anexo IV
18. Anexo V
19. Anexo VI



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### 1. INTRODUCCIÓN

La Entidad de Derecho Público Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana, en adelante FGV, es la empresa que gestiona los servicios de transporte de Metrovalencia y el TRAM de Alicante.

FGV se constituyó el 10 de noviembre de 1986, tras la culminación del proceso de transferencias a la Comunidad Valenciana de la red de FEVE (Ferrocarriles Españoles de Vía Estrecha), asumiendo la gestión de distintos servicios ferroviarios en Valencia y Alicante.

La misión de FGV es satisfacer de manera sostenible la demanda de transporte de los usuarios con un nivel de calidad similar a los sistemas más avanzados y con la máxima eficiencia y eficacia posibles, a fin de cubrir las crecientes necesidades de movilidad de la Comunidad Valenciana, una sociedad dinámica y en plena expansión.

En sus más de 30 años de servicio FGV ha conseguido convertirse en una red moderna, que se caracteriza por su alto grado de intermodalidad, al combinar en una misma explotación diferentes sistemas ferroviarios como el metro, el tranvía, el tren Tram o trenes Diesel.

El objeto del presente documento es definir las prescripciones y condiciones que regirán la licitación, adjudicación y posterior contratación de la explotación publicitaria de las instalaciones de Metrovalencia y TRAM Metropolitano de Alicante, gestionadas por FGV, cuyo negocio central es el transporte de viajeros.

Durante la vigencia de la contratación, con el fin de ajustarse a su función principal y en aras del mantenimiento de su imagen, FGV podrá establecer otras fórmulas de publicidad diferentes y determinar o modificar los espacios destinados a ello.

Así pues, a continuación se exponen los puntos fundamentales de este procedimiento.

### 2. PRESENTACIÓN DE LA ENTIDAD DE DERECHO PÚBLICO FGV

FGV es la denominación de la empresa pública que gestiona las líneas ferroviarias y tranviarias de Valencia y Alicante y sus áreas metropolitanas, bajo las marcas comerciales Metrovalencia y TRAM Metropolitano de Alicante (en adelante TRAM) respectivamente.

#### Metrovalencia:

Presta servicio mediante 133 estaciones, paradas y apeaderos para un total de 9 líneas, siendo 156,388 los kilómetros de la red en la provincia de Valencia.

La flota de convoyes asciende hasta los 108 vehículos y en 2016 el número de viajeros alcanzó la cifra de 62.631.756.

Engloba la red de metro y tranvía que da cobertura a la ciudad de Valencia, a su área metropolitana y zonas de influencia.





## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### **Líneas de Metrovalencia:**

- Línea 1 Bétera- Villanueva de Castellón
- Línea 2 LLiriaTorrentAvinguda
- Línea 3 Rafelbunyol- Aeroport
- Línea 4 Mas del Rosari- Dr. LLuch
- LLomaLLarga Terramelar- Empalme
- Línea 5 Marítim Serrería-Aeroport
- Línea 6 Tossal del Rei-Marítim Serrería
- Línea 7 Marítim Serrería-TorrentAvinguda
- Línea 8 Marina ReialJoanCarles I –Marítim Serrería
- Línea 9 Alboraya Peris Aragó- Riba-roja de Túria

El número de viajeros en las estaciones más destacadas fueron los siguientes en el año 2016:

Xàtiva	4.671.336
Colón	4.236.200
A.Guimerà	2.577.563
Facultats	1.828.273
Turia	1.910.837
Benimaclet	2.040.929
Pl. Espanya	1.824.922
Mislata	1.610.331
Amistad	1.532.934
Torrent Avinguda	1.452.805
Av. Cid	1.347.388
Nou d'octubre	1.341.103
Patraix	1.208.769
Joaquín Sorolla-Jesús	1.100.619
Ayora	1.123.685
Paiporta	1.100.267
Maritim-Serreria	1.129.540
Aragón	1.005.723
Beniferri	973.506
Torrent	900.636
La Carrasca	796.346
Alameda	851.761
Machado	755.263
Mislata-Almassil	803.611
Aeroport	886.817
Campanar	697.443

El número de viajeros por Líneas de Metrovalencia fue el siguiente durante el año 2016:

- Línea-1	9.341.370
- Línea-2	8.454.393
- Línea-3	12.355.841
- Línea-5	9.077.796
- Línea-7	6.666.557
- Línea-9	7.739.004
- Línea-4 (tranvía)	6.462.817



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

- Línea-6 (tranvía)	2.057.102
- Línea-8 (tranvía)	476.876

El sistema de gestión de calidad implantado en FGV ha permitido que la valoración otorgada por los clientes mejore cada año. En 2016, el servicio Metrovalencia alcanzó los 7,93 puntos sobre 10, según las encuestas de satisfacción.

### **TRAM:**

Transcurre a lo largo de la costa norte de la provincia de Alicante, con un recorrido de 129,099 kilómetros, 69 estaciones y apeaderos. Está servida por 23 tranvías y 9 tren-TRAM que cubren el recorrido entre Alicante y Benidorm por la plataforma tranviaria del TRAM Metropolitano, y por 6 trenes diésel que operan en la línea regular entre Benidorm y Denia.

El TRAM está integrado por un total de 5 líneas en la provincia de Alicante que en el 2016 alcanzaron 10.432.487 viajeros.

### **Líneas de TRAM:**

- Línea 1:	Luceros - Benidorm
- Línea 2:	Luceros – Sant Vicent del Raspeig
- Línea 3:	Luceros – El Campello
- Línea 4:	Luceros - Pza. La Coruña
- Línea 9:	Benidorm - Denia

El número de viajeros en las estaciones más destacadas fueron los siguientes en el año 2016:

Luceros:	1.674.956
Mercado:	1.083.257
MARQ-Castillo:	402.007
Benidorm:	285.270

El número de viajeros por Líneas del TRAM fue el siguiente en el año 2016:

- Línea 1:	Luceros-Benidorm	2.232.091
- Línea 2:	Luceros Sant Vicent del Raspeig	3.907.239
- Línea 3:	Luceros –El Campello	2.131.635
- Línea 4:	Luceros Pza. La Coruña	1.544.898
- Línea 9:	Benidorm-Denia	616.624

El sistema de gestión de calidad implantado en FGV ha permitido que la valoración otorgada por los clientes mejore cada año. En 2016, el servicio del TRAM alcanzó los 8,38 puntos sobre 10, según las encuestas de satisfacción.

### **3. OBJETO DE LICITACIÓN**

El objeto de la licitación lo constituye la adjudicación de la explotación de la publicidad estática, y espectacular en las instalaciones de FGV (estaciones, soportes externos, etc.), así como en las unidades de trenes y tranvía. Igualmente abarca todas aquellas otras acciones de publicidad diferente a las expresadas anteriormente (ej: sampling, flyers, presentaciones, rodajes de spots publicitarios, flashmob de carácter comercial, etc).

El ámbito de aplicación de la concesión incluye tanto las líneas de Valencia como las de Alicante.





## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

La presente adjudicación se licita con carácter de exclusividad.

Le corresponden al adjudicatario actual de la concesión en Valencia los derechos de agencia hasta la finalización de las campañas publicitarias contratadas con anterioridad a la firma del contrato con el adjudicatario resultante de esta licitación.

La cuantía económica se fija en el 15% del importe neto que debiera percibir el adjudicatario actual por dichas campañas. Para ello, el adjudicatario actual entregará a FGV copia legitimada por notario de tales contratos, antes del cambio de adjudicatario, la cual FGV entregará al concesionario resultante de esta licitación a los efectos oportunos.

FGV queda exenta de toda responsabilidad en el caso de que los anunciantes que tuvieran contratadas dichas campañas decidieran no subrogar sus contratos.

En el caso del TRAM de Alicante, las campañas y acciones publicitarias que se encuentren en ejecución o contratadas antes de la vigencia del contrato de publicidad objeto de este pliego, se regirán conforme a las condiciones pactadas entre FGV y las empresas de publicidad y anunciantes sujetos de dichos contratos.

El adjudicatario ejecutará el contrato a su riesgo y bajo su exclusiva responsabilidad, aún en los casos donde subcontratase cualquiera de los trabajos que comporta la explotación publicitaria, siendo por tanto responsable final y único de los mismos.

### **3.1. Ampliaciones de la red**

Las futuras ampliaciones de la red de FGV con respecto a Metrovalencia y TRAM de Alicante que pudieran producirse durante el periodo de vigencia de esta concesión estarán incluidas en la misma.

### **3.2. Lotes**

La licitación se dividirá en cada uno de los siguientes lotes:

Lote Nº 1: Publicidad estática y espectacular de Valencia y Alicante.

Lote Nº 2: Publicidad en material móvil de Valencia y Alicante.

### **3.3. Modalidades de presentación de ofertas**

Se podrá presentar oferta individual para un lote o para ambos lotes.

## **4. OFERTA ECONÓMICA**

En cuanto a la contraprestación económica se diferenciará si se trata de publicidad estática de estaciones (se describe en el Anexo I del presente pliego) y publicidad espectacular (dinámica, rodajes), y publicidad en material móvil debiendo ofrecerse lo siguiente:



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### Lote Nº 1: Publicidad estática y espectacular en estaciones de Valencia y Alicante.

- Se establece el siguiente canon fijo anual más el porcentaje que se expone a continuación:
  - a. Canon fijo anual garantizado de 340.000,00 €.
  - b. Canon variable del 66% de la facturación neta que la empresa adjudicataria obtenga por la publicidad.

### Lote Nº 2: Publicidad en material móvil de Valencia y Alicante.

- Se establece el siguiente canon fijo anual que se expone a continuación:
  - a. Canon fijo anual garantizado de 445.500,00 €.

El canon se incrementará en un 2% en cada anualidad.

El canon fijo anual se abonará mensualmente mediante recibo domiciliado.

Al margen de los puntos anteriormente expuestos, el canon anual también se incrementara con el IPC.

Si por necesidades del servicio como realización de obras en las instalaciones, reparaciones, etc. u otras causas (inclusive huelgas o fuerza mayor), es necesario eliminar, inutilizar (temporal o definitivamente) o cambiar de ubicación algún soporte, inmovilizar una unidad, restringir el acceso a un espacio, etc. que se estuviera explotando comercialmente, el adjudicatario no tendrá derecho a compensación alguna. En el caso de que la no disponibilidad de los soportes, unidades o espacios se prolongue por un tiempo superior a diez días continuados, FGV admitirá una prórroga de la acción publicitaria en el mismo lugar y durante el tiempo en el que el espacio no haya estado disponible, sin coste adicional para el adjudicatario. Otras opciones podrán ser valoradas por FGV a propuesta del adjudicatario.

## **5. VIGENCIA DEL CONTRATO**

El plazo de vigencia del contrato es de CUATRO años prorrogable anualmente hasta un máximo de DOS anualidades más.

## **6. PLAN DE EXPLOTACION COMERCIAL**

El licitador deberá presentar un plan comercial describiendo, al menos, los siguientes aspectos:

- La política comercial a desarrollar.
- El plan de negocio.
- Medios de captación de anunciantes, mostrando ejemplos de dossier de presentación para la comercialización de los soportes, página web específica o como parte diferenciada en la página web del adjudicatario o de Metro valencia y TRAM.
- Las tarifas a aplicar en los distintos soportes, así como la política de descuentos prevista en su caso.
- Las ventas y facturación (bruta y neta) previstas por anualidad durante los dos primeros años de adjudicación.
- Justificación de la propuesta comercial por comparación con otros medios.
- La planificación de instalación de nuevos soportes en su caso, así como su descripción y características, requisitos para su instalación, cantidad, ubicaciones propuestas y valoración de la inversión a realizar, así como cualquier otro dato que se considere de interés. La ubicación definitiva de los mismos será consensuada entre el adjudicatario y FGV.

Finanzas



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

- Los recursos humanos y materiales (no relacionados con la compra e instalación de los distintos soportes, pero sí con su mantenimiento en su caso), que aplicará para desarrollar la citada política comercial.
- Se valorará que el futuro concesionario se mantenga en sintonía con la evolución del mercado publicitario, y mejore los soportes y la forma de utilizarlos en función de los avances tecnológicos que se produzcan en este sector.
- El adjudicatario deberá presentar un detalle Anual de la inversión mínima a realizar en soportes para Alicante, en aquellas estaciones que actualmente no tienen, como consta en el Anexo II (Relación inicial de estaciones paradas sin soportes tipo OPI en Alicante).
- El adjudicatario presentará anualmente una versión actualizada de este Plan de Explotación Comercial tanto para Metrovalencia como para el TRAM de Alicante, detallando y justificando las modificaciones que se pudieran producir, y que deberá ser aprobado por FGV.

La ausencia de seguimiento del plan comercial presentado, la mala gestión de los recursos utilizados por una inadecuada política comercial o la falta de iniciativas para seguir la evolución del mercado publicitario, podrán ser causas de rescisión de la concesión en cualquier momento de su vigencia, por los perjuicios que puede ocasionar a FGV.

### 7. PUBLICIDAD ESTÁTICA

A efectos de este procedimiento se definen los siguientes tipos de soportes:

- ▶ Portaplanos: Objeto iluminado publicitario e informativo de dos caras con unas medidas interiores estándar de 1,76 x 1,20 m. que se encuentra habitualmente a lado de las bocas de metro, sobre la vía pública, en las paradas de tranvía y en algunas estaciones de superficie de Metrovalencia. Se utiliza para informar a los viajeros de la red antes de entrar en sus instalaciones por una cara. La otra cara se puede utilizar publicitariamente. El portaplanos puede estar anclado al suelo directamente o estar sostenido por una estructura exterior, denominada pórtico, y que forma parte de la identidad corporativa de Metrovalencia, o TRAM para su identificación en el entorno urbano.
- ▶ OPI: Objeto publicitario iluminado. Puede estar integrado en una marquesina o exento, estando a veces anclado al suelo, a la pared o simplemente apoyado en el suelo con patas. Tiene asimismo el tamaño estándar de 1,76 x 1,20. Puede tener una, dos o tres caras.
- ▶ Vallas: Soporte opaco de una sola cara adosado a la pared de las instalaciones de FGV y de un tamaño de 2 x 1,5 m.
- ▶ Soporte mural luminoso de 6 x 2 m situado en vestíbulos de estaciones subterráneas en Valencia.
- ▶ Pantallas multimedia, táctiles o no, ubicadas en estaciones y en unidades de tranvía y tren, así como en expendedoras de títulos de transporte que pueden emitir mensajes de carácter publicitario cuando no son utilizadas para las funciones de información y expedición de títulos de viaje.
- ▶ Lonas ubicadas en las paredes de los túneles de las estaciones.
- ▶ Superficie mural no luminoso interior.
- ▶ Superficie mural no luminoso exterior.

FGV cederá para su explotación, durante la vigencia del contrato, los soportes de su propiedad que figuran en los Anexos I y II, con las limitaciones que se detallan a continuación:

- El adjudicatario podrá realizar propuestas de cambio de ubicación de algunos de estos soportes durante la vigencia del contrato, que deberán ser aprobadas por FGV, siempre con carácter previo.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

- El adjudicatario también podrá solicitar la instalación de nuevos soportes, lo que también deberá ser aprobado por FGV siempre con carácter previo.

En sintonía con el avance de las nuevas tecnologías, se está imponiendo la implantación de nuevos soportes publicitarios en las explotaciones de metro, sobre todo basados en las pantallas de leds que permiten la gestión telemáticamente.

Se valorará la implantación de este tipo de soportes para completar la oferta actual, como consta en el Pliego Administrativo.

Se valorará también la instalación de nuevos soportes en aquellas instalaciones propiedad de FGV, aún no explotadas con este fin, como por ejemplo algunas paradas de la red del TRAM o los aparcamientos disuasorios.

En este caso se deberá presentar un Plan anual de la inversión a realizar que deberá ser aprobado por FGV.

Las solicitudes de cambio de ubicación de los soportes actuales y de instalación de soportes nuevos deberán ir acompañadas de la documentación técnica necesaria. En el segundo caso deberán incluir al menos:

- Fabricante, diseño, planos de los soportes y memoria de calidades de los materiales.
- Documentación relativa a la propiedad o derechos de utilización de los soportes.
- Precio por soporte e inversión prevista.
- Análisis de rentabilidad de los nuevos soportes y en el conjunto de todos los soportes gestionados por el adjudicatario.
- Los cambios de ubicación de los soportes cedidos por FGV, la adquisición e instalación de soportes nuevos, así como el mantenimiento y reposición de todos ellos, correrán a cargo del adjudicatario

### 7.1 Cesión de soportes a FGV

#### 7.1.1 Cesión de soportes para contenido informativo

Los portaplanos mencionados al inicio de este punto 5, tendrán una de las caras dedicadas a información propia de FGV. Queda incluido en este concepto cualquier otro tipo de soporte que se instale en el futuro en las bocas de acceso a las estaciones subterráneas.

Deberá reservarse, para información propia de FGV, tanto en las estaciones de metro en superficie como en las paradas del tranvía, al menos una cara por andén de los objetos publicitarios situados en estas instalaciones y mencionados también al inicio de este punto 5. La cara destinada al contenido informativo de FGV deberá estar siempre en un lugar de fácil acceso y consulta por las personas, no pudiendo recaer sobre una vía de circulación de vehículos que no sea transitable por las personas a pie, o cuya consulta entrañe cualquier tipo de riesgo.

El adjudicatario será el encargado de la colocación, reposición (en caso de ser necesario) y retirada del material informativo para estos soportes, asumiendo los costes derivados de estas operaciones. El material informativo le será proporcionado por FGV.

#### 7.1.2 Cesión de soportes para contenido promocional

Tanto en el TRAM como en Metrovalencia, deberá cederse gratuitamente un 10% de los soportes,



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

cuando FGV lo solicite, para campañas propias los elementos a utilizar serán designados al 50% entre FGV y el concesionario. De los soportes relacionados al inicio de este punto 5, quedarán excluidos de esta cesión los portaplanos y los murales luminosos, y quedarán incluidos los OPIS, las vallas, y las pantallas multimedia.

Para el resto de soportes que puedan instalarse se atenderán las propuestas de los licitadores, tomando como referencia las condiciones descritas en este párrafo.

El adjudicatario será el encargado de la producción del material para colocar en estos soportes, así como de su colocación, reposición (en caso de ser necesario) y retirada, asumiendo los costes derivados de estas operaciones.

### 7.1.3 Otras cesiones de soportes

En caso de recibir FGV alguna solicitud de carácter institucional (proveniente de entidades públicas o colaboradoras de FGV, y de carácter informativo y/o promocional sobre aspectos de interés para la ciudadanía en general y/o para los clientes de FGV en particular, eventos en la ciudad, etc.) para la utilización de los soportes publicitarios, serán atendidas en base a las siguientes premisas:

- Podrá realizarse una bonificación en el precio de alquiler de los soportes de hasta el 100% que será determinada por FGV y comunicada previamente al adjudicatario.
- Podrán utilizarse únicamente soportes libres (no ocupados por campañas comerciales) y en precario. El adjudicatario realizará una propuesta de soportes a ceder, que deberá ser aprobada por FGV.
- La producción, colocación, mantenimiento, reposición y retirada de estas campañas correrán a cargo de la entidad solicitante, y serán contratadas al adjudicatario. Los precios de estos trabajos deberán ajustarse a la tarifa recogida en el Plan de Explotación Comercial al que se hace referencia en el apartado 6 de este pliego.

### 7.1.3 Costes de instalación

Todos los costes derivados de la instalación de los soportes serán de cuenta del adjudicatario. La instalación eléctrica asimismo será a su cargo, incluyendo las obras necesarias para suministrar la energía eléctrica a los carteles luminosos. Todas las obras deberán ser aprobadas y supervisadas previamente por el Área Técnica de FGV.

El concesionario deberá retirar, al finalizar el contrato, todos los soportes propios, y dejar las instalaciones en el mismo estado en que las encontró. Esta retirada deberá realizarse en el plazo de tres meses. Una vez transcurrido este plazo, si el concesionario no los ha retirado, se entenderá que los cede a FGV.

## 7.2 Coste de la energía eléctrica

El coste de la energía eléctrica consumida por los soportes luminosos será asumido por FGV. El coste del mantenimiento de las acometidas eléctricas será asumido por el adjudicatario, y los trabajos que se requieran deberán ser realizados por una empresa homologada por FGV y cumplir con todos los requisitos solicitados para realizar trabajos dentro de nuestras instalaciones, cumpliendo la normativa e instrucciones indicadas previamente por FGV.



**8. PUBLICIDAD ESPECTACULAR EN ESTACIONES**

Este tipo de publicidad se refiere a las campañas que utilizan otro tipo de soportes diferentes a los detallados en el apartado número 5, como por ejemplo, superficies acristaladas de ascensores, bocas de estaciones subterráneas, huellas de suelo, contrahuellas de escaleras fijas. Para este tipo de campañas, los materiales, elementos y procedimientos a utilizar deberán ser autorizados previamente por FGV, con objeto de garantizar que no se dañen las superficies ocupadas, quedando supeditada su instalación al cumplimiento de las condiciones que se exponen en el Anexo III.

La empresa adjudicataria propondrá cada acción a FGV, con una antelación mínima de diez días naturales, para su autorización particular. En cada solicitud se hará constar las siguientes condiciones:

- ▶ Empresa o entidad que solicita la promoción
- ▶ Empresa o entidad anunciante
- ▶ Objeto de la campaña
- ▶ Lugar donde se pretende realizar
- ▶ Tipo de acción
- ▶ Fecha y horario
- ▶ Importe económico a percibir por FGV
- ▶ Imagen o arte final, incluyendo simulación o infografía

Aquellas acciones que pudieran surgir y que no encajen con la relación presentada en el Plan de explotación comercial, y/o cuyas tarifas difieran de las indicadas en el mismo, se deberán consensuar con la Unidad de Finanzas.

**9. PUBLICIDAD EN MATERIAL MOVIL: VINILADO**

Este tipo de publicidad se refiere a las campañas que utilizan el material móvil de FGV como soporte para instalar los vinilos, tanto en el exterior como en el interior.

Actualmente, el parque móvil de FGV está compuesto por las siguientes unidades:

	Tranvías Siemens	Tranvías Bombardier	Tren UTE	Tren UTE
Metrovalencia	Serie 3800	Serie 4200	Serie 4300	Serie 4300
	25 unidades	19 unidades	30 unidades	30 unidades

	Tren diésel	Tranvía	Tren-TRAM
TRAM Alicante	Serie 2500	Serie 4200	Serie 4100
	6 unidades	23 unidades	9 unidades





## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

En Valencia, FGV pondrá a disposición del adjudicatario única y de manera exclusiva 6 tranvías de la serie 3800 para la colocación de los vinilos publicitarios, durante el periodo que dure la contratación de la explotación publicitaria.

En Alicante, se podrán utilizar hasta un máximo de 5 tranvías Bombardier de la serie 4200 y 2 Tren-Tram Vossloh de la serie 4100.

Se realizará una ficha de entrega, según modelo de Anexo V, con las condiciones del vinilo original o de la pintura de la unidad. A la finalización de la contratación se verificará el estado de los vinilos originales (serie 3800) y el adjudicatario se comprometerá a devolución en iguales condiciones.

La tematización de material móvil mediante la instalación de vinilos sobre los mismos, queda supeditada al cumplimiento de las condiciones que se exponen en el Anexo IV.

Competerá a FGV exclusivamente la decisión sobre qué unidades circularán cada día, de acuerdo a cuestiones como las necesidades del servicio, los planes de mantenimiento programado, posibles averías, posibles reducciones del servicio por motivos ajenos a los deseos de la empresa, etc. Aunque cada una de las series descritas en este apartado suele prestar servicio en unas líneas y/o trayectos de manera habitual, su asignación no es exclusiva a unas líneas ni trayectos determinados, y pueden variar en función de las necesidades del servicio.

Las unidades destinadas a cada campaña serán determinadas por FGV en función de su disponibilidad y uso, posibilidades de explotación y mantenimiento. Estas unidades estarán en circulación cuando así sea posible, siendo siempre preferente la operación y transporte de viajeros, el mantenimiento y la resolución de averías e incidencias.

Puesto que esta actividad conlleva un grave perjuicio para el estado del revestimiento y pintura de las unidades, se procurará limitar las unidades destinadas a la rotulación ajustando las fechas de las campañas, y en todos los casos se cumplirán las indicaciones dadas sobre los trabajos en las unidades en los anexos a este pliego.

La empresa adjudicataria propondrá cada acción a FGV, con una antelación mínima de diez días naturales, para su autorización particular. En cada solicitud se harán constar las siguientes condiciones:

- ▶ Empresa o entidad que solicita la promoción
- ▶ Empresa o entidad anunciante
- ▶ Objeto de la campaña
- ▶ Tipo de unidad
- ▶ Tipo de vinilización (integral, parcial, interior, etc.)
- ▶ Fechas
- ▶ Importe económico a abonar a FGV
- ▶ Imagen o arte final, incluyendo simulación o infografía.

Aquellas acciones que pudieran surgir y que no encajen con la relación presentada en el plan de explotación comercial y/o cuyas tarifas difieran de las indicadas en el mismo, se deberán consensuar con la Unidad de Finanzas.



### 9.1. Cesión de soportes a FGV para contenido promocional

Cuando FGV lo solicite, podrá utilizar para campañas propias, cualquiera de estas trece unidades de material móvil.

- Podrá realizarse una bonificación en el precio de alquiler de hasta el 100% que será determinada por FGV y comunicada previamente al adjudicatario.
- Podrán utilizarse únicamente unidades libres (no ocupados por campañas comerciales).
- El adjudicatario realizará una propuesta de unidades a ceder, que deberá ser consensuada entre el adjudicatario y FGV.

La producción, colocación, mantenimiento, reposición y retirada de estas campañas correrán a cargo del adjudicatario.

### 9.2 Otras cesiones de soportes

En caso de recibir FGV alguna solicitud de carácter institucional (proveniente de entidades públicas o colaboradoras de FGV, y de carácter informativo y/o promocional sobre aspectos de interés para la ciudadanía en general y/o para los clientes de FGV en particular, eventos en la ciudad, etc.) para la utilización de los soportes publicitarios, serán atendidas en base a las siguientes premisas:

- Podrá realizarse una bonificación en el precio de alquiler de los soportes de hasta el 100% y que será determinada por FGV y comunicada previamente al adjudicatario.
- Podrán utilizarse únicamente unidades libres (no ocupados por campañas comerciales). El adjudicatario realizará una propuesta de unidades a ceder que deberá ser aprobada por FGV.
- La producción, colocación, mantenimiento, reposición y retirada de estas campañas correrán a cargo de la entidad solicitante, y serán contratadas al adjudicatario. Los precios de estos trabajos deberán ajustarse a la tarifa recogida en el Plan de Explotación Comercial al que se hace referencia en el apartado 6 de este pliego.

## 10. PUBLICIDAD DE OTRO TIPO EN ESTACIONES

Este tipo de publicidad se refiere a las campañas que pueden realizarse tanto en las estaciones, apeaderos, talleres y demás instalaciones de FGV, así como aquellas que puedan llevarse a cabo en el material móvil de FGV y que no correspondan con el vinilado.

Con carácter meramente enunciativo y no exhaustivo, se incluyen en este tipo de publicidad las acciones de rodajes cinematográficos, rodajes musicales, rodajes de spots publicitarios, acciones promocionales de productos y servicios de carácter comercial, reparto y depósito de flyers y demás material de mano publicitario y promocional, sampling, presentaciones comerciales, actuaciones musicales con finalidad publicitaria y promocional, flashmobs, y cualesquiera otras que no se encuentren recogidas en los puntos 6 y 7 del presente pliego.

Competerá a FGV exclusivamente la decisión sobre qué instalaciones, así como los días, horas y duración que, en todo caso, nunca podrá afectar al servicio público de transportes de viajeros ni a la seguridad en la prestación del mismo.

En el caso de desarrollarse la acción publicitaria en material móvil, las unidades destinadas a cada campaña serán determinadas por FGV en función de su disponibilidad y uso, posibilidades de explotación y mantenimiento. Estas unidades estarán en circulación cuando así sea posible, siendo siempre preferente la operación y transporte de viajeros, el mantenimiento y la resolución de averías e incidencias.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

La empresa adjudicataria propondrá cada acción a FGV, con una antelación mínima de diez días naturales, para su autorización particular. En cada solicitud se harán constar las siguientes condiciones:

- ▶ Empresa o entidad que solicita la promoción
- ▶ Empresa o entidad anunciante
- ▶ Objeto de la promoción
- ▶ Tipo de unidad o instalación que desea utilizarse
- ▶ Tipo de acción publicitaria a desarrollar
- ▶ Fechas, horas de inicio y final, y duración de la campaña cuando sean más de una jornada de ejecución de la misma
- ▶ Importe económico a abonar por el anunciante y a percibir por FGV
- ▶ Explicación detallada de la acción a desarrollar y, en su caso, resumen del guión

Aquellas acciones que pudieran surgir y que no encajen con la relación presentada en el plan de explotación comercial y/o cuyas tarifas difieran de las indicadas en el mismo, se deberán consensuar con la Unidad de Finanzas.

### **11. PLAN DE CALIDAD**

Todos los soportes y espacios publicitarios objeto de esta licitación, propios del adjudicatario o cedidos por FGV para el mismo, deberán estar siempre en perfecto estado de conservación:

- Respecto a los soportes de publicidad estática y dinámica digital: el adjudicatario deberá hacerse cargo del mantenimiento de estos soportes, incluida su limpieza, tengan o no publicidad. Asimismo, deberá mantenerse también la propia publicidad instalada en los soportes.

Los soportes luminosos tendrán un temporizador que conecte y desconecte la energía eléctrica cuando no sea preciso. Asimismo deberán tener un dispositivo automático de protección contra sobretensiones. La instalación y mantenimiento de estos dispositivos serán por cuenta del concesionario.

- Respecto a los espacios que se utilizan como soporte para la publicidad espectacular: puesto que estos soportes forman parte de las propias instalaciones de la red de transporte, su mantenimiento corre a cargo de FGV. El adjudicatario deberá mantener la publicidad instalada en estos soportes, y los trabajos que se realicen sobre ellos deben efectuarse en unas condiciones óptimas para garantizar la adecuada conservación de los mismos y no deberán sufrir daños.

- Si FGV considerara que se produce algún tipo de deterioro sobre los elementos utilizados como soportes de la publicidad espectacular por un desempeño negligente o simplemente descuidado de los trabajos de fijación y retirada de las campañas, podrá exigir al adjudicatario la asunción de los costes de los trabajos necesarios para la subsanación de los daños que se hubieran podido producir.

- Respecto a las unidades: puesto que estos soportes forman parte fundamental del propio servicio de transporte, su mantenimiento corre a cargo de FGV. El adjudicatario deberá mantener la publicidad instalada en las unidades, y los trabajos que se realicen sobre ellas deben efectuarse en unas condiciones óptimas para garantizar la adecuada conservación de las mismas y no deberán sufrir daños.

Si FGV considerara que se produce algún tipo de deterioro sobre las unidades por un desempeño negligente o simplemente descuidado de los trabajos de fijación y retirada de las campañas, podrá exigir al adjudicatario la asunción de los costes de los trabajos necesarios para la subsanación de los daños que se hubieran podido producir. En el anexo IV a este pliego se detallan cuestiones específicas sobre la explotación publicitaria de los tranvías y los trabajos de instalación y retirada de las campañas.



- La empresa adjudicataria establecerá y presentará un plan de mantenimiento, que deberá cumplir el protocolo de Calidad correspondiente a la Certificación de Calidad UNE 13816 a la que está sujeta FGV. Se incluirá una breve descripción de los materiales, herramientas y métodos a emplear para la realización de los trabajos de instalación y retirada de las campañas.
- Se prestará especial atención a la subsanación de incidencias que puedan producirse con los soportes y que puedan entrañar riesgo para los clientes o para cualquier otra persona o elemento próximos al soporte dañado, y cuya resolución no deberá demorarse más de 24 horas, desde la detección del problema por parte del adjudicatario o del aviso por parte de FGV.

Dentro de este Plan el adjudicatario incluirá una relación de todos los espacios y soportes que se explotarán comercialmente, tanto propios del adjudicatario como cedidos por FGV, en la que se indique, al menos, la siguiente información, que será obtenida por el propio adjudicatario mediante visita a las instalaciones e inspección técnica de los soportes.

Respecto a los soportes de publicidad estática y dinámica digital:

- o Propiedad del soporte (FGV o adjudicatario)
- o Tipología de soporte (OPI, valla, etc.)
- o Características técnicas (dimensiones, material, etc.)
- o Ubicación (andén, vestíbulo, etc.)
- o Estado del soporte
- o Estado de los anclajes
- o Fotografía del soporte
- o Plano o croquis por estación indicando la ubicación de los soportes
- o Respecto a los soportes de publicidad espectacular:
  - o Clasificación del espacio por tipologías (ascensor, escalera, flaps de validadoras, etc.)
  - o Características técnicas (dimensiones, material, etc.)
  - o Ubicación
- o Respecto a las unidades que se utilicen como soportes publicitarios:
  - o Tipo de unidad y serie
  - o Número de unidad
  - o Descripción de su estado
  - o Ubicación (taller al que pertenece)

Este Plan de calidad deberá ser presentado por el adjudicatario a FGV al mes de la adjudicación.

## 12. PENALIDADES

Serán de obligado cumplimiento las condiciones pactadas en este pliego, estableciéndose además una serie de penalidades por el incumplimiento de estas normas sin una justificación de causa mayor por parte del adjudicatario:

- o Soportes en mal estado de conservación y que tengan una repercusión negativa a la imagen de FGV...1.000 €/semana hasta la subsanación del mismo.
- o Soportes con publicidad caducada en el tiempo donde además se indiquen fechas específicas en la misma y estén vencidas en el tiempo durante más de 7 días hábiles...500 €/ día de retraso a contar desde 7 días hábiles del fin de la campaña.
- o Cualquier elemento publicitario o de otra índole que sean responsabilidad del adjudicatario, que por cualquier acto de vandalismo, temporales, u otras causas, sean un peligro para la integridad



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

de las personas y que avisados por servicios de emergencias, personal de FGV, o cualquier otro medio no sea subsanado antes de las 24h ....500 €/ día.

- Por incumplimiento de las fechas de compromiso de montajes que afecten a soportes de FGV y que su paralización suponga un perjuicio del servicio que presta FGV como puede ser montajes de unidades, puertas canceladoras, etc. o lugares donde sea necesario desplazarse personal de FGV y que no concurra nadie del personal del adjudicatario sin un preaviso mínimo de 24h o causa mayor..... 500 €/hora por retraso.
- Incumplimiento en la utilización de elementos de colocación prohibidos por el personal técnico de FGV responsable y que además causen un perjuicio a los elementos afectados por ese montaje, como puede ser el uso de elementos cortantes donde este prohibida su utilización, además de hacerse cargo el adjudicatario de los costes de los elementos perjudicados.

El adjudicatario tendrá que comprometerse a un servicio de respuesta urgente en aquellos casos donde la integridad o seguridad de las personas pueda verse comprometida, FGV se faculta a retirar estos elementos sin perjuicio alguno, corriendo todos los cargos a cuenta del adjudicatario así como de su reparación o reposición si fuera necesario.

### **13. DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO**

Además de los ya mencionados a lo largo de este pliego, a continuación se recogen los derechos y obligaciones de la empresa que resulte adjudicataria de este proceso de licitación.

- El adjudicatario dispondrá de la exclusividad en la explotación comercial de los soportes adjudicados con fines publicitarios durante el periodo de vigencia del contrato de adjudicación, y podrá contratar directamente con los anunciantes interesados.

- El adjudicatario contará con la colaboración de FGV para el desarrollo de la actividad de explotación publicitaria de los soportes a su disposición, facilitando ésta el acceso a información que se considere interesante (número de viajeros por estación, número de unidades en circulación, planos disponibles de las unidades, etc.), permitiendo el acceso a las instalaciones para la realización de los trabajos, etc.

- La publicidad expuesta en las instalaciones y soportes de FGV deberá cumplir la normativa que le sea de aplicación, tanto en materia de publicidad como aquella que afecte a cada campaña en particular por el contenido de la misma, producto a anunciar, etc. Además no deberá resultar ofensiva, lesiva de los derechos de las personas, sexista o excluyente, ni atentar contra el buen gusto, el decoro ni las buenas costumbres, ni contra la imagen de FGV y de las instituciones en general. Los contenidos y formas de expresión de los mensajes y diseños atenderán a valores sociales generalmente aceptados, evitando mensajes e imágenes que puedan herir la sensibilidad de determinados colectivos, así como lenguajes obscenos o agresivos.

- En los casos que se recogen en este pliego en los que no es necesaria la autorización previa de FGV a la imagen de todas las campañas, el adjudicatario deberá consultar con FGV aquellas en las que considere que existe riesgo de incumplimiento de lo recogido en este punto, a lo que FGV se compromete a responder en un plazo máximo de tres días hábiles. En el caso de que FGV considere, de motu proprio o en base a quejas recibidas por los clientes o por otras entidades que se sientan afectados, que la publicidad expuesta contraviene lo establecido en el párrafo anterior, solicitará al adjudicatario que la retire; lo que éste deberá realizar en el plazo máximo de 48 horas. En estos casos el adjudicatario no tendrá derecho a percibir compensación alguna, y deberá asumir a su cargo las posibles indemnizaciones por daños y perjuicios que puedan solicitarse ante FGV o ante el propio adjudicatario.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

- El derecho de explotación de los soportes adjudicados está limitado al objeto previsto en este pliego, y en el contrato que se firmará posteriormente entre FGV y el adjudicatario. Este derecho no podrá ser subcontratado, traspasado, cedido o arrendado a un tercero, salvo autorización expresa de FGV.
- La realización de los trabajos que sean necesarios para la explotación comercial de los soportes correrá a cargo del adjudicatario, que será responsable de los daños que se causen en los soportes e instalaciones de FGV con motivo de esta explotación comercial.
- Para cubrir los posibles daños, el adjudicatario deberá contratar una Póliza de Seguro de Responsabilidad Civil y constituir Aval Bancario que cubra, a juicio de FGV, las posibles incidencias que se pudieran producir, que deberá ser igual 50% del importe de la licitación.

El adjudicatario queda obligado a acreditar ante FGV anualmente la vigencia de dicha póliza, o en cualquier momento en que le sea solicitada.

- El adjudicatario deberá retirar la publicidad cuya contratación haya vencido y sustituirla por campañas nuevas. En el caso de que no se disponga de nuevos anunciantes, únicamente podrá prolongarse la duración de aquellas campañas que no resulten evidentemente obsoletas (por ejemplo aquellas que no hagan referencia a fechas de una promoción ya vencida o a una temporada comercial ya pasada). En el resto de casos, deberá sustituirse la campaña por una imagen corporativa del TRAM en Alicante y de Metrovalencia en Valencia, o corporativa de FGV, y que será proporcionada al adjudicatario por FGV. Esta imagen podrá ser genérica de la red o el servicio, o formar parte de una campaña informativa y/o promocional, en caso de que fuera de interés de FGV y lo comunicara al adjudicatario con la suficiente antelación. En cualquier caso, no podrá prolongarse una campaña más allá de quince días naturales desde su vencimiento, a excepción de las campañas propias de FGV que podrán prolongarse hasta que exista una nueva solicitud del espacio por parte de otro anunciante.
- El adjudicatario deberá solicitar autorización a FGV para la realización de los trabajos, y deberá atender sus indicaciones por lo que respecta a los horarios y/o formas de realización de determinados trabajos, para evitar que puedan ocasionar molestias a los viajeros o dificultar una adecuada prestación del servicio de transporte (algunos trabajos deberán realizarse necesariamente en horario nocturno o en fines de semana o días festivos) y, en todos los casos, deberá seguir las indicaciones que le sean transmitidas por FGV en materia de seguridad y de prevención de riesgos laborales.
- El adjudicatario deberá contar con personal habilitado como Jefe de Tajo, Encargado de corte de tensión y demás figuras exigidas por el Sistema de Gestión de la Seguridad de FGV (SGS) para poder realizar los trabajos.
- Tanto la empresa adjudicataria como aquellas otras que colaboren con la misma en la ejecución de las acciones publicitarias objeto de este pliego (instalación de soportes, colocación y retirada de publicidad, etc.), deberán adoptar las medidas precisas para la identificación inequívoca de su personal que pueda realizar trabajos durante la vigencia del contrato, tales como carnet identificativo con fotografía visible, chalecos reflectantes con el anagrama y nombre comercial de la empresa a la que pertenecen, etc. Dichas medidas deberán ser comunicadas a FGV con carácter previo a su adopción por dichas empresas.
- El adjudicatario deberá presentar, durante los quince primeros días naturales de cada mes, un informe a modo de resumen de la actividad comercial del mes anterior, incluyendo al menos la siguiente información:
- Grado de ocupación, mensual y acumulado, por tipo de soporte y total.
- Facturación bruta y neta por la ocupación de soportes, mensual y acumulada, por tipo de soporte y total.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

- Facturación bruta y neta por otros servicios (producción, colocación, retirada, etc.), mensual y acumulada, por tipo de soporte y total.
- Gastos incurridos por el adjudicatario, desglosado por conceptos.
- Esta información debe proporcionarse en formato Excel, y apoyada por gráficas para una mejor comprensión.
- Además, el adjudicatario está obligado a proporcionar a FGV, cuando éste lo solicite, información específica sobre los anunciantes, las campañas contratadas, duración de las mismas, etc.

Los ofertantes aceptarán todas y cada una de las obligaciones, condiciones e indicaciones recogidas en este pliego. El incumplimiento de lo aquí recogido, así como de lo indicado en el contrato que posteriormente se firmará entre FGV y el adjudicatario, que no se haya subsanado en el plazo de 48 horas, tendrá como consecuencia una penalización para el adjudicatario establecida en el punto 12 del presente pliego de condiciones, además de responder, ante FGV y/o ante otras entidades o particulares afectados, de los daños y perjuicios que se pudieran haber provocado con dicho incumplimiento.

- El adjudicatario se ocupará y será responsable de la correcta conservación de los anuncios y campañas instaladas en los soportes que explote, sin que puedan encontrarse deteriorados o en situación de abandono. Esta obligación de buena conservación y mantenimiento atañe al adjudicatario, independientemente de la causa que haya originado el deterioro o desperfecto, reponiéndolos a su costa.

La obtención de licencias o permisos que en su caso puedan exigirse para el inicio y ejercicio de la explotación publicitaria, serán de cuenta del adjudicatario.

Fecha

14 de mayo de 2017

Firma



# ANEXOS



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### ANEXO I

#### Relación de soportes publicitarios en Valencia

Estación / Parada	VALLAS (JET)		MUPI		Mural luminoso 6x2,10 m	Total por estación
	metro	superficie	metro	superficie		
	2x1,5m.	2x1,5m.	1,20x1,76m.	1,20x1,76m		
Ángel Guimerá	75		24	5	1	105
Aeroport	12					12
Albalat del Sorells				1		1
Alameda			8	2		10
Alberic		1		1		2
AlborayaPalmaret				6		6
Alboraya-Peris Aragó				1		1
Alfahuir				6		6
Alginet		1		0		1
Almàssera				1		1
Amistad-Casa de Salud	10		10	2	1	23
Aragón	16		10	6	1	33
Avda. del Cid	34		8	4	1	47
Ayora	10		10	2		22
Bailén	18		4	4		26
Benicalap		1		1		2
Beniferrí	23		10	2	1	36
Benimaclet	31	6	14	5	1	57
Benimàmet				0		0
Bétera		3		1		4
Burjassot		0		0		0
Burjassot-Godella		8		2		10
Campament		0		2		2
Campanar-La Fe	38		4	4		46
Campus		1		1		2
Canterería				1		1
Carlet		2				2
Colón	30		10	2	1	43
Dr. Lluch				1		1
Empalme		12		8		20
Estadi del Llevant		4		4		8
Eugenia Viñes				2		2
Facultats	35		22	4	1	62
Faitanar				1		1
FiraValència				1		1



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

Florista				1		1
Foios		2		2		4
Font Almaguer				1		1
Francesc Cubells		1		1		2
Fuente del Jarro				1		1
Garbí				1		1
Godella		2				2
Grau - Canyamelar				0		0
Joaquín Sorolla-Jesús	33		12	3	1	49
La Cadena		2		2		4
La Canyada		3		1		4
La Carrasca		8		8		16
La Granja		0		1		1
La Marina				2		2
L'Alcudia		1		1		2
L'Elia		4		2		6
Les Arenes				2		2
Les Carolines-Fira				2		2
Lliria		1		2		3
Lloma Llarga Terramelar		0				0
Machado	24			3		27
Manises	16			1		17
Maritim-Serrería	6			2		8
Marxalenes		2		1		3
Massamagrell		2		2		4
Massarrojos				1		1
Mediterrani		2		1		3
Meliana		1		1		2
Mislata	15			2	1	18
Mislata-Almassil	17			2		19
Moncada-Alfara				2		2
Museros		1		1		2
Marina Reial Joan Carles I		2		5		7
Noud'Octubre	21			4	1	26
Orriols		1		2		3
Paiporta		5		1		6
Palau de Congressos				1		1
Paterna		4		1		5
Patraix	31		7	1	1	40
Picanya		5		1		6
Picassent		2		1		3
Primat Reig		2		2		4



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

Pl. Espanya	32		16	2	1	51
Pont de Fusta		8		8		16
Quart de Poblet	16			1		17
Rafelbunyol		3		1		4
Rocafort				2		2
Rosas	16			1		17
Safranar	15		4	3		22
Sagunt		1		1		2
Salt de l'Aigua	22			2		24
Santlsidre		5		2		7
Sant Joan		0				0
Sant Miguel dels Reis				3		3
Seminari-CEU		4		1		5
Serrería		3		1		4
Tarongers		2		2		4
Torrent		6		2		8
TorrentAvinguda	8			2		10
Tossal del Rei				4		4
Trànsits		1		2		3
Túria	39		14	2	1	56
U. Politécnica		1		2		3
V. Andrés Estellés		3		2		5
Vicente Zaragoza		1		2		3
Xàtiva	31		19	4	1	55
<b>TOTALES</b>	<b>674</b>	<b>130</b>	<b>206</b>	<b>206</b>	<b>15</b>	<b>1231</b>

Se excluye explícitamente el uso publicitario de los soportes integrados en las marquesinas de las líneas del tranvía y que, por tanto, no se han incluido en esta relación.



ANEXO II

Relación de soportes publicitarios en Alicante

Estación / Parada	Caras OPI (1,20 x 1,76 m)	Caras OPI (otras dimensiones)
Av. Benidorm	1	
Bulevar del Pla	4	
Cabo Huertas	1	
Carrabiners	6	
Ciudad Jardín	4	
Condomina	2	
Creueta	2	
El Campello	8	
Garbinet	4	
Holanda	2	
Hospital	4	
Instituto	1	
Les Llances	6	
Londres	1	
Luceros	6	
Maestro Alonso	4	
Mercado	15	
Muchavista	8	
P. Escandinavos	1	
Paradís	2	
Pintor Gastón Castelló	1	
Pl. La Coruña	1	
Puerta del Mar	2	
Sangueta	2	
Sant Vicent del Raspeig	1	
Santa Isabel	4	
Sergio Cardell	4	
Universitat		1 de 1,65 x 1,51 1 de 1,47 x 1,50 1 de 1,36 x 1,50
Virgen del Remedio	1	
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>3</b>



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### Relación inicial de estaciones/paradas sin soportes publicitarios tipo OPI en Alicante

Albufereta
Alqueries
Altea
Amerador
Av. Naciones
Benidorm
Benissa
C.C. La Marina - Finestrat
Cala Piteres
Calp
Camí Coves
Campo de Golf
Cap Negret
Costa Blanca
Costera Pastor
Coveta Fumà
Dénia
Disco Benidorm
El Albir
Fabraquer
Ferrandet
Garganes
Gata
Goteta – Plaza Mar 2
Hospital Vila
L'Alfàs del Pí
La Isleta
La Marina
La Pedrera
La Xara
Lucentum
MARQ - Castillo
Miriam Blasco
Olla Altea
Pla Barraques
Poble Espanyol
Salesians
Terra Mítica
Teulada
Tridente
Venta Lanuza



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

Salvo autorización previa, expresa y documentada, se excluye explícitamente el uso publicitario de los soportes integrados en las marquesinas de las líneas del tranvía y que, por tanto, no se han incluido en esta relación.





ANEXO III

**Condiciones generales para la colocación y retirada de las campañas en estaciones**

- i. Los residuos, tanto del montaje como del desmontaje de vinilos, cartelería, etc, entendiéndose por tales los papeles, restos de vinilo y cualquier otro elemento o material que se desprenda de los mismos, deberá ser retirado del recinto en el que se haya realizado el trabajo y depositado fuera de las instalaciones de FGV, quedando éstas libres de basura, en lugares apropiados que para ello tendrá la empresa instaladora. La retirada de estos residuos deberá realizarse en el momento en que se generen, de manera adecuada y en base a la normativa medioambiental aplicable.
- ii. Estará prohibido circular, estacionar o aparcar vehículos fuera de los sitios para ello determinados dentro del recinto de trabajo. Toda descarga de material o herramientas se realizará en las zonas de aparcamiento. Queda prohibida la circulación o aparcamiento de vehículo alguno en el interior de las naves de talleres, por la playa de vías o por las estaciones (fuera de las zonas autorizadas a vehículos), sin ninguna excepción, ni siquiera para la carga y descarga.
- iii. Los materiales a utilizar deberán ajustarse a lo indicado en este pliego. En caso de querer utilizar materiales diferentes, el adjudicatario deberá solicitarlo a FGV, justificarlo y realizar una prueba en condiciones reales durante al menos quince días, siguiendo las indicaciones de FGV. Si se detectara que el adjudicatario está utilizando materiales de características diferentes a las indicadas, el adjudicatario estará obligado a sustituir todas las campañas que se encuentren en ese momento instaladas en los soportes de FGV, asumiendo todos los costes que se deriven de estos trabajos, así como una posible compensación a FGV por los posibles daños producidos a los soportes. Esta sustitución deberá realizarse en el menor plazo de tiempo posible y siempre en menos de quince días naturales.
- iv. Los materiales y productos que se utilicen en la fijación e instalación de las campañas no deberán causar molestias a los viajeros, no deberán desprender olores ni vapores molestos, no podrán ser tóxicos y deberán ser respetuosos con el medio ambiente. Asimismo, las herramientas y otros elementos utilizados en el proceso de montaje de las campañas no deberán emitir ruidos que puedan molestar a los viajeros. En todos los casos deberá cumplirse la normativa vigente.
- v. En ningún caso deberá quedar residuo alguno en las superficies utilizadas ni de vinilo, ni de pegamentos, ni de cualquier otro producto tras el desmontaje de las campañas. En todo caso deberán limpiar toda la superficie afectada y esta limpieza deberá realizarse con productos adecuados para no dañar la pintura o cualquier otro material sobre el que se haya instalado.
- vi. El adjudicatario deberá proveerse de todos los elementos, herramientas, materiales, productos, etc. que sean necesarios para realizar los trabajos.
- vii. Los costes de reparación de los posibles daños causados en las superficies sobre las que se instale la publicidad (bien directamente o bien sobre un soporte anclado a dicha superficie) deberán ser asumidos por el adjudicatario. FGV los reparará o contratará su reparación y pasará el cargo correspondiente al adjudicatario. Estos trabajos se realizarán sin necesidad de que el adjudicatario deba aprobar el presupuesto por tal concepto. El adjudicatario tendrá la opción de reparar los daños por sí mismo, siempre teniendo en cuenta que la reparación y quienes la realicen deben ser autorizados por FGV. En ningún caso se realizará la reparación sólo del espacio dañado sino de la pieza o zona completa, evitando siempre la diferencia de tonalidades y descuadres de la imagen de la superficie (unidad, pared, etc.).



ANEXO IV

**Condiciones particulares para la rotulación de unidades**

Las siguientes indicaciones deberán tenerse en cuenta a la hora de explotar comercialmente las unidades de tren, y tranvía con la instalación de campañas publicitarias en ellas mediante vinilo adhesivo. Este Anexo ha de entenderse como la recopilación de las características mínimas.

Condiciones de la explotación publicitaria:

El adjudicatario ejecutará el contrato a su riesgo y bajo su exclusiva responsabilidad, aún en los casos donde subcontratase cualquiera de los trabajos que comporta la explotación publicitaria, siendo por tanto responsable final y único de los mismos.

La obtención de licencias o permisos que en su caso puedan exigirse para el inicio y ejercicio de la explotación publicitaria serán de cuenta del adjudicatario.

La duración establecida como "normal" de las campañas publicitarias se establece como mensual, finalizada la misma el adjudicatario procederá a la retirada de los vinilos publicitarios que correspondan. No obstante, la duración de las campañas publicitarias podrán acordarse por periodos superiores, pero, la permanencia de los vinilos y elementos publicitarios montados sobre los vehículos en ningún caso podrán superar los **tres meses** por lo que obligatoriamente, antes de completar este periodo el adjudicatario deberá retirar los vinilos montados, restos de los mismos y montar otros nuevos.

La inserción o fijación, el cambio y la retirada de las campañas publicitarias o cualquier otro trabajo que como consecuencia de las mismas se derive se realizará en tiempo y forma para que no impida ni obstaculice la prestación del servicio de transporte de viajeros. En principio y dadas las condiciones de los talleres no se permitirán los trabajos nocturnos.

En determinadas situaciones de explotación de las unidades, y previa aceptación por parte del responsable del taller, se podrá estudiar la posibilidad de realizar los trabajos en periodos de sábados y festivos cuando la disponibilidad de unidades es menor. En todo caso serán prioritarias las necesidades del servicio.

Los trabajos correspondientes a la publicidad o los derivados de ella, deben realizarse y terminarse en el periodo marcado por el Taller correspondiente, para que no se produzcan faltas de disponibilidad. Está prohibida la puesta en servicio y salida a circulación de las unidades, sin estar totalmente terminados los trabajos de publicidad.

Previamente a la firma del contrato y, en todo caso, siempre antes de cualquier trabajo, la empresa adjudicataria está obligada a visitar las instalaciones de FGV (para comprobar las condiciones que éstas reúnen y adoptar las medidas necesarias para corregir posibles inconvenientes o eventualidades), inspeccionar los vehículos (cumplimentando la hoja de estado de unidad definida en anexo V) y tomar cuantas medidas dimensionales de los vehículos crea conveniente para diseñar y fabricar los vinilos, de modo será responsabilidad exclusiva del adjudicatario cualquier error o desajuste en las dimensiones o formas de los paños de vinilo que se han de fabricar y utilizar.

El adjudicatario se ocupará y será responsable de la correcta conservación de los anuncios y campañas instaladas en las unidades, sin que puedan encontrarse deteriorados o en situación de abandono. Esta



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

obligación de buena conservación y mantenimiento atañe al adjudicatario, independientemente de la causa de haya originado el deterioro o desperfecto, reponiéndolos a su costa de manera inmediata.

Todos los daños que se produzcan en las unidades, como consecuencia de la colocación de los anuncios y campañas, serán en su totalidad sufragados por cuenta del adjudicatario, viniendo obligado a dejar las unidades en perfecto estado y en unas condiciones de imagen y presencia análogas a las de las unidades libres de publicidad.

Las unidades de tranvía, no deben salir a realizar su servicio público de transporte de viajeros con un estado de su imagen dañado, por tanto, en el caso de desmontaje o eliminación de campaña, el adjudicatario está obligado a que la unidad quede en condiciones de imagen y presencia análogas a las de las unidades libres de publicidad, sufragando todos los costes de reparación y de paralización de las unidades, todo ello sin perjuicio de la aplicación de las penalidades que correspondieren.

En cualquier caso que se deteriore el vinilo existente o la imagen de las unidades como consecuencia de la inserción o supresión de publicidad, FGV los reparará o contratará su reparación y pasará el cargo correspondiente al adjudicatario. En ningún caso se realizará la reparación sólo del espacio dañado sino de la pieza o zona completa, evitando siempre la diferencia de tonalidades y descuadres de la imagen de las unidades. Estos trabajos se realizarán sin necesidad de que el adjudicatario deba aprobar el presupuesto por tal concepto.

El adjudicatario, siempre tendrá la opción de reparar los daños antes de dar las unidades por disponibles, considerando que la reparación y quienes la realicen deben ser autorizados por FGV y tal que todos los costes corren por su cuenta y a los que se debe añadir los correspondientes a la paralización de las unidades. En este caso el tiempo máximo permitido para ello no superara los **10 días** naturales. A partir de ese momento se aplicara penalización.

Las instalaciones que FGV pondrá a disposición del adjudicatario para la realización de los trabajos referenciados, deberán quedar expeditas de todo escombros y basura que se genere, siendo responsable el adjudicatario de la limpieza de toda la zona utilizada y de dejarla en perfectas condiciones de uso. El adjudicatario retirará estos escombros de las dependencias de FGV, gestionándolos de manera adecuada y en base a la normativa medioambiental aplicable. Las herramientas, medios de elevación y otros elementos necesarios para la instalación o reparación corren a costa del adjudicatario.

La suspensión temporal por cualquier causa del servicio de transporte de viajeros que FGV realiza, inclusive huelga o fuerza mayor, no dará lugar a indemnización ni compensación económica de ninguna clase, salvo que la suspensión se mantenga por tiempo superior a 15 días continuados, a partir del cual se suspenderá la obligación de pago proporcional correspondiente, mientras dure la causa.

En caso de la inmovilización de las unidades, por causas de averías, reparación o revisión de mantenimiento, no dará derecho a reclamación alguna, salvo que el tiempo de paralización de la unidad haya sido superior a un 35% del tiempo establecido para la campaña, en cuyo caso se procederá a establecer de común acuerdo la prolongación de la misma o la parte proporcional del pago que corresponda.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### Espacios utilizables:

Las 13 unidades destinadas a la publicidad, serán determinadas por FGV en función de su disponibilidad y uso o posibilidades de explotación y mantenimiento. Estas unidades estarán en circulación cuando así sea posible, siendo siempre preferente, el transporte de viajeros, el mantenimiento y la resolución de averías e incidencias.

Como norma general sólo se podrán utilizar los espacios autorizados por FGV, que tendrá en todo momento la potestad de cambiarlos y modificarlos previa comunicación al adjudicatario. Los anuncios y campañas publicitarios se montaran mediante láminas adhesivas, vinilos de características ajustadas a las condiciones del presente documento.

En ningún caso estará permitida la colocación de publicidad o vinilización de las zonas o elementos que se determinan como de seguridad, de comunicación, de imagen y aquellas que se considere puedan afectar al confort del viajero. FGV se reserva el derecho a poder modificar estos espacios y elementos sin previo aviso.

La modalidad o espacio habitual que podrá ser utilizado para la fijación de los vinilos de publicidad parte del diseño integral, este, abarca toda la superficie lateral de los con las siguientes particularidades:

- El espacio disponible está limitado por la marca de FGV, que nunca se cubrirá con publicidad, tal como se indica en plano adjunto I.
- Puertas de las unidades, tendrán obligatoriamente un diseño específico y diferenciado, de tal manera que la identificación de las mismas sea inequívoca por los clientes.
- Los espacios señalados en rojo en plano anexo I no podrán vinilizarse. Además siempre deberá respetarse la señalética indicada en adjunto II.
- El vinilo de las ventanas de emergencia (unidades serie 4100) deberá ir recortado perimetralmente para no ser un impedimento en caso de ser utilizadas.
- Se respetaran:
  - Trampillas abatibles y registros de acceso.
  - Accesos a areneros y apertura de emergencia de puertas.
  - Señalización exterior indicación de destino.
  - Numeración, en este caso se admite que la numeración se adscriba en el vinilo siempre que este diferenciada del contenido publicitario.
  - Señalización de puntos de levante y acceso a los mismos.
  - Altavoces exteriores (serie 4200).
  - Luces intermitentes (serie 4100 y 4200).
  - Luces de ATP (serie 4100)
  - Adhesivos reflectantes laterales en faldones (serie 4200).
  - Pulsadores de puertas
  - Toda la señalización de puertas (indicaciones de "pulsar para abrir", "Dejen salir", etc.)
  - Todo tipo de bombines y cerraduras de cuadrado

No obstante, se pueden proponer a FGV otros formatos o variaciones en los espacios que se quieran utilizar, FGV estudiara y en su caso aceptara estas modificaciones siempre que se ajusten a los criterios exigidos.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

### Materiales a utilizar:

Los vinilos que se permite utilizar, serán de tipo removible cuyo adhesivo mantenga las características óptimas para ser retirado durante al menos tres meses desde su montaje en las condiciones ambientales y propias de la explotación en donde FGV realiza el servicio público de su responsabilidad. Los vinilos destinados a la realización de campañas publicitarias, deben cumplir las siguientes características:

- Adhesivo removible
- Adhesivo acrílico negro base solvente. Opacante.
- Vinilo de cierta calidad, vinilo polimérico. Sería muy recomendable que estuviera laminado (PVC de impresión más laminado de protección), tanto como para proteger la imagen de publicidad como para facilitar su retirada.
- PVC libres de cadmio, y adecuados para la inyección de tinta solvente, eco-solvente, UV, HP-latex.
- El espesor de la lámina y adhesivo estará entre 80 y 100 micras, tendrá que ser aplicable a todas las superficies determinadas de los vehículos destinados como soporte, bien sean superficies planas o curvas.
- Los materiales deberán cumplir la normativa de comportamiento frente al fuego de los vinilos, tal que se cumplan la clasificación M1 respecto al fuego y F3 respecto al humo.
- Las características mecánicas de resistencia a la tracción tendrá como mínimo el 120% y la adhesión será igual o superior 6N/25mm.
- Rango de temperaturas:
  - Montaje: 10 °C sin que por ello disminuya la maniobrabilidad y efectividad del montaje.
  - Servicio: entre los -20 y +65 °C, sin pérdida de condiciones en la superficie del sustrato

El adhesivo opacante impide que el color del soporte traspase y altere el color del vinilo.

El vinilo debe ser útil para ser aplicado en los sustratos propios que tienen los vehículos utilizados, es decir, aplicables sobre metal, superficies pintadas, sobre superficies vinilizadas y con láminas de protección, sobre PVC y sobre cristal.

El vinilo montado debe soportar la abrasión de los sistemas de limpieza de vehículos por rodillos de máquinas de lavado automático, como la utilizada en FGV.

En la zona acristalada de los vehículos, se utilizarán vinilos de lámina micro perforado de corta duración y aplicación sobre vidrio, que permitirán la visión desde el interior del vehículo. La superficie perforada será del 40% y el diámetro del agujero de 1,6 mm; Las características restantes se ajustaran a los términos referidos con anterioridad.

Los ofertantes deberán presentar los certificados de organismos competentes y la documentación del fabricantes de los productos que se utilizarán verificando y avalando las características y condiciones de los mismos.

### Condiciones de montaje y desmontaje:

La fijación y montaje se realizará en el tiempo y forma que no obstaculice la prestación del servicio público al que están adscritos los tranvías.



## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

El montaje/desmontaje de campañas publicitarias estará sujeto a inspección por parte del personal de talleres de FGV para la verificación y cumplimiento de las especificaciones.

Previamente al montaje se debe autorizar por parte del Responsable del taller la campaña a instalar, para ello el adjudicatario remitirá por e-mail un documento que incluya:

- Representación de la campaña sobre la superficie del tranvía, en el plano se reflejará, además, el cambio de PVC a microperforado, cuando el soporte sea cristal.
- Listado de paños o cortes a montar, con sus respectivas medidas.

### El montaje:

Debe realizarse previamente un estudio y despiece de los diferentes elementos que compone el soporte sobre el que se va a colocar la publicidad. Deberá identificarse especialmente la existencia de zonas con vidrio, partes registrables o removibles de la carrocería, juntas de goma, bisagras o materiales elásticos, todos estos elementos son decisivos a la hora del diseño de la publicidad.

Simultáneamente a la identificación de los elementos comentados, se realizará un plano donde se plasmen estos elementos y otros que, sin suponer una diferencia de materiales, sean juntas, cambios de panel, identificación del vehículo.

El material, se suministrará debidamente cortado y etiquetado según el detalle del plano elaborado para su montaje. De esta manera se elimina la utilización de elementos de corte, cúter, quedando prohibida su utilización, solo se usara la herramienta adecuada para estos fines.

Ningún corte de vinilo, se aceptará con irregularidades, deben ser uniformes. La colocación del vinilo debe realizarse desde la parte inferior hacia la superior.

Puesto que estos vehículos tienen una probabilidad de estar implicados en colisiones ya que su circulación habitual es en el entorno de la ciudad compartiendo vial con otros vehículos, el diseño del montaje deberá contemplar esta posibilidad; tal que los paños montados en los puntos laterales de mayor probabilidad de deterioro sean de fácil y rápida reposición, sin afectar a los paños colindantes.

La toma, determinación y concreción de las medidas necesarias y de las dimensiones específicas de cada zona y superficie del tranvía, es responsabilidad de cada ofertante; para ello podrá contactar con los Responsables de Taller para visitar y tomar las medidas que considere oportunas y necesarias.

### Exigencias de montaje:

- La alineación entre dos piezas continuas en ningún caso deberá ser superior a 3mm.
- La diferencia de alineación entre dos vinilos de una misma pieza, en ningún caso deberá ser superior a 3mm.
- Los vinilos se proveerán en paños precortados, según diseño, evitando la realización de cortes insitu y la utilización de cúter y cualquier otro instrumento punzante que pueda dañar las unidades tranvías.
- El criterio de aceptación de solapes entre paños de vinilos es que el vinilo superior tiene que cubrir al vinilo inferior para evitar posibles entradas de agua y el solape mínimo será de 5 mm. y máximo de 15 mm.
- En ningún caso, será admisible la reparación de errores o huecos con recortes o suplementos adicionales





## Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

- El montaje deberá estar totalmente libre de pliegues a las partes visibles de los vinilos, no se aceptarán ni en las partes rectas ni en las zonas curvas.
- No se permitirá el montaje con esquinas en punta, todas las puntas vistas, serán redondeadas, para evitar el riesgo de despegue en el paso por los túneles de lavado. Esto podrá tener la excepción autorizada por el responsable del Taller de FGV, siempre y cuando las esquinas rectas, se refuercen con adhesivo. El radio mínimo será de 3 mm. excepto indicación expresa en plano de diseño.
- En el montaje, no se aceptarán burbujas de diámetro igual o superior a 2mm. Tampoco será aceptable que existan más de 4 cuatro burbujas dentro de un círculo de diámetro 50mm.
- Una vez terminado el montaje, no deberán quedar residuos o embalajes de material que puedan haber sido generados con la colocación y deberán ser retirados de las dependencias de FGV y depositados o tratados fuera de las instalaciones, en los lugares adecuados de que dispondrá la empresa instaladora.

### La retirada:

La retirada de las láminas publicitarias se realizará desde una esquina formando un ángulo de aproximado 20º, con la superficie, evitando la ruptura del film, tal que el avance siempre se realice lenta y suavemente para disminuir el riesgo de deteriorar el films de imagen del tranvía, o la pintura, sobre el que está montado.

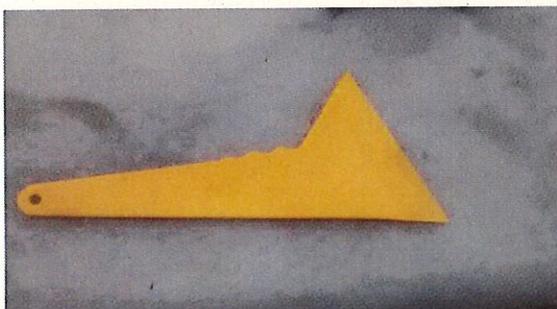
En ningún caso está autorizado el uso de elementos cortantes para el despegado y retirada del vinilo de la superficie del tranvía y así mismo, que prohibido el estirado forzado para la retirada de las láminas.

La aplicación de calor para retirada de láminas debe ser muy cuidadosa y nunca aplicar temperaturas mayores de 40º, puesto que esto podría suponer el deterioro de las láminas o la pintura, sobre la que se montan estos vinilos de publicidad.

En ningún caso deberá quedar residuo alguno en la superficie del tranvía; Los restos de adhesivo o vinilo, sobre la superficie del tranvía deben eliminarse de la misma mediante los productos adecuados. Estos productos a utilizar, serán autorizados previamente por el taller, téngase presente que podrían deteriorar la superficie base.

Los residuos producidos en el desmontaje, entendiéndose por tales, los papeles, restos de vinilo u cualquier otro elemento o material que se desprenda de los mismos deberán ser retirados del recinto de los talleres y depositado fuera de las instalaciones de FGV, en lugares apropiados que para ello tendrá el adjudicatario.

Las herramientas a utilizar para el montaje del vinilo deberán ser las adecuadas para tal fin, sin cantos y superficies cortantes; similares a las figuras:





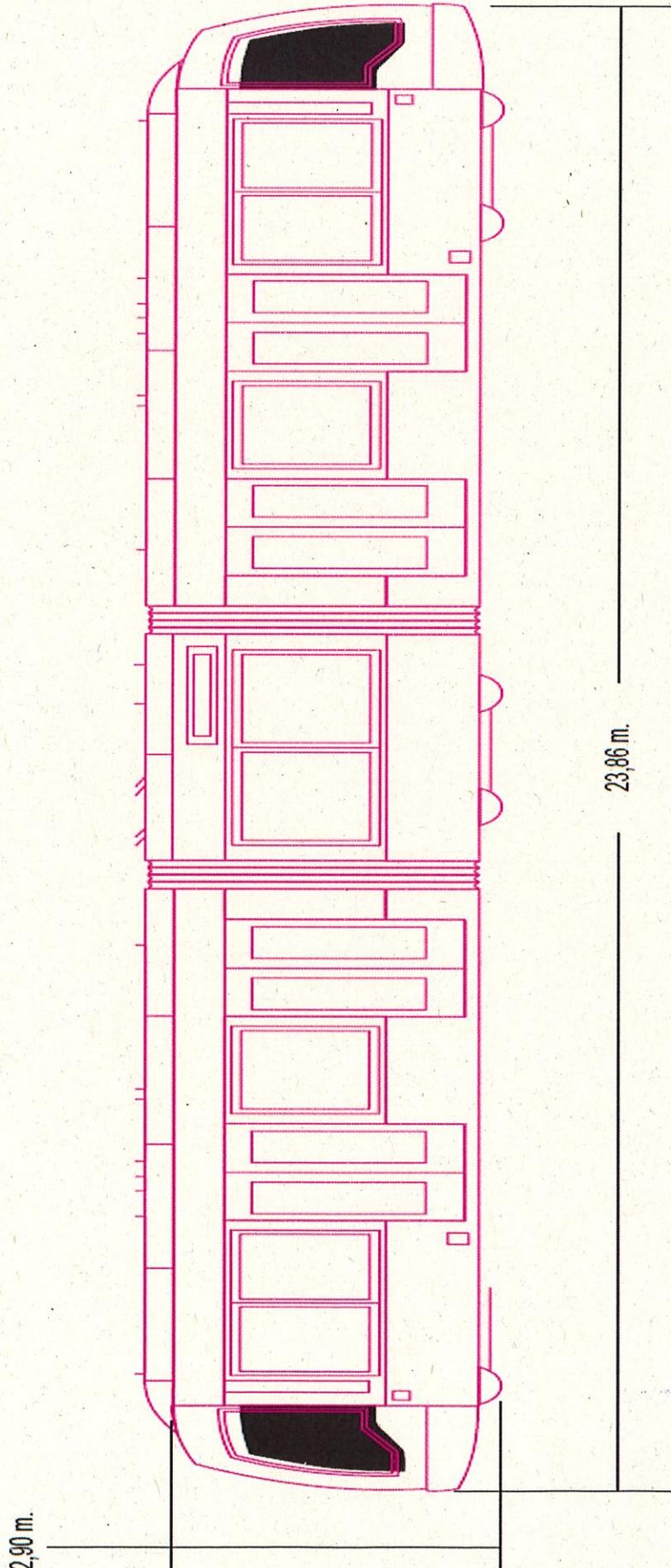


# Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

## PLANOS:

1. Plano de medidas generales.
2. Plano de zonas no vinilables.

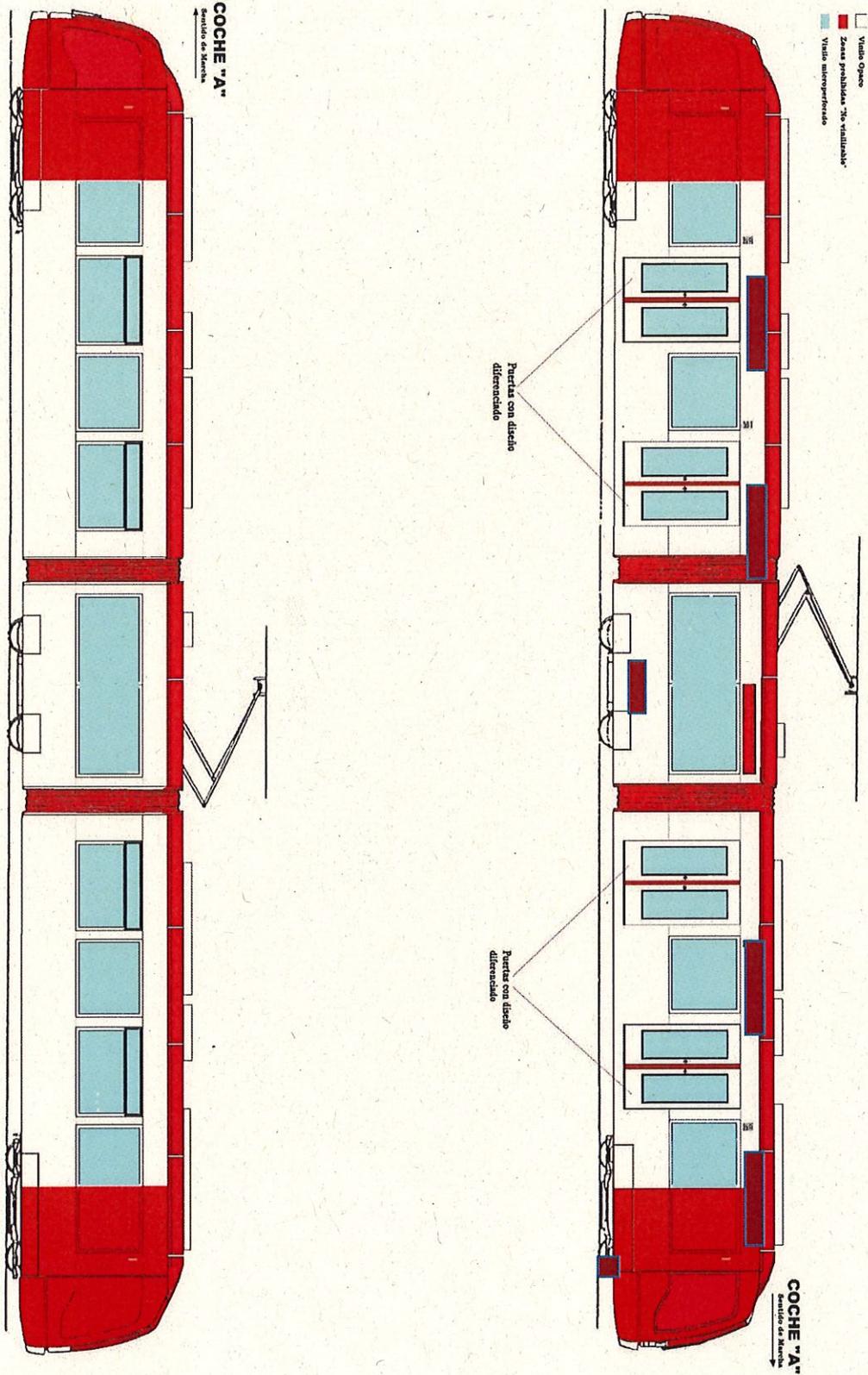
1.a







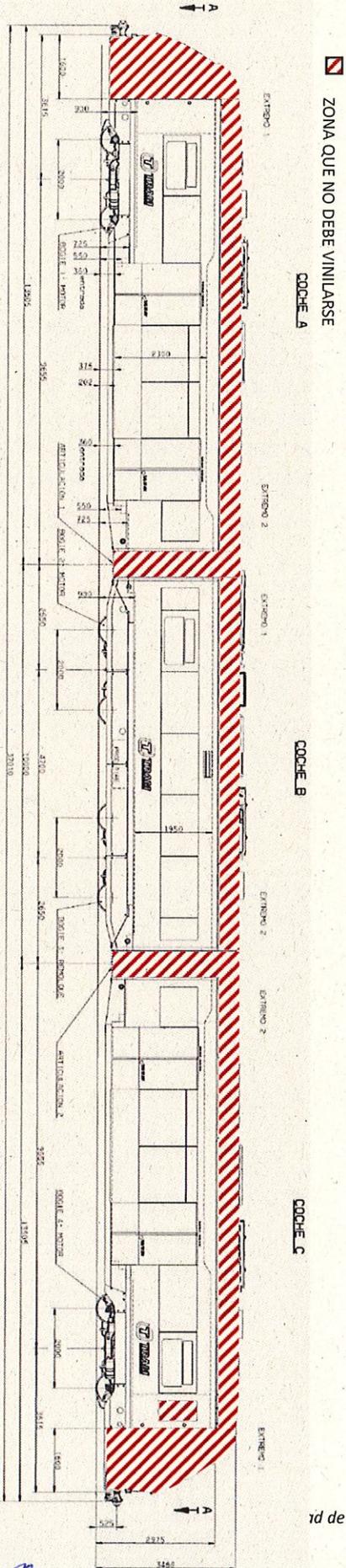
2.a



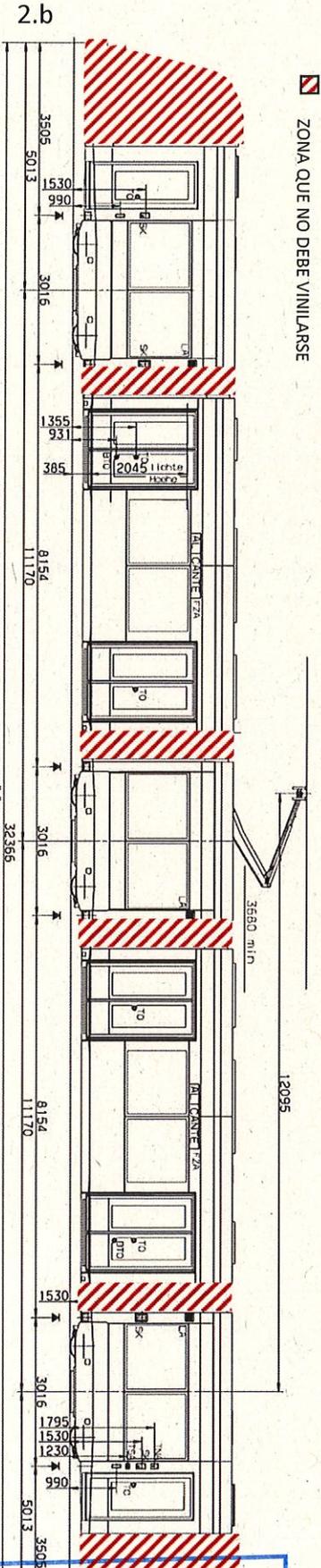


PLANO DE ZONA RESTRINGIDA AL VINILADO

TREN-TRAM VOSSLOH S/4100



TRANVÍA BOMBARDIER S/4200





## ANEXO VI

### **Acuerdos alcanzados con otras entidades en virtud del Plan de Patrocinio Corporativo**

Las actuaciones que FGV pueda llevar a cabo dentro del Plan de Patrocinio Corporativo, se gestionarán siguiendo el procedimiento establecido en el pliego de cláusulas administrativas particulares que rige el procedimiento negociado para la contratación de "Acciones de patrocinio corporativo en las instalaciones y servicios de Metrovalencia y el TRAM de Alicante" (Expediente 14/2007, de febrero de 2014). No obstante, la empresa adjudicataria de publicidad fomentará dicho tipo de acciones de patrocinio en beneficio de los intereses de FGV dentro de los límites legales.

Indicaciones que deberán tenerse en cuenta a la hora de explotar la publicidad en las instalaciones de FGV:

#### **Metrovalencia:**

En el caso de recibir una solicitud para una acción promocional, informativa o de cualquier otra índole en la estación de Amistat, realizada por una empresa privada del mismo sector de actividad que el actual patrocinador de la misma y con ámbito de actuación en la provincia de Valencia, el adjudicatario deberá comunicarlo a FGV con una antelación mínima de quince días para que dicho patrocinador pueda ejercer su derecho de tanteo.

#### **TRAM de Alicante:**

El OPI incluido en la marquesina de la parada de La Goteta-Plaza Mar2 está cedido al Centro Comercial, en base al acuerdo de Patrocinio Corporativo, por lo que no se encuentra incluido en la relación de OPIS existentes. No obstante, si podrían colocarse otros OPIS, de considerarlo así el adjudicatario.