

Pla de Mitjans 2019

Ajuntament d'Eivissa

Objectius

- Planificar el repartiment de la despesa publicitària de l'Ajuntament d'Eivissa per a 2019.
- Definir les principals campanyes publicitàries per a 2019.
- Donar compliment a l'acord plenari de 27 de febrer de 2014 sobre l'obligació de l'Ajuntament de comptar amb un Pla de mitjans.

Marc normatiu

- Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional.
- Llei 13/2010 de Publicitat Institucional de les Illes Balears.
- Bases d'execució del Pressupost municipal de l'Ajuntament d'Eivissa.
- Acord plenari de 27 de febrer de 2014.

Sistema de funcionament (I)

- El desenvolupament del present pla correspon al Gabinet de Comunicació de l'Ajuntament d'Eivissa. S'aprovarà el mateix a la Junta de Govern Local a començaments de 2019 i es publicaran trimestralment totes les factures al Portal de Transparència de l'Ajuntament d'Eivissa.
- L'òrgan col·legiat responsable del seguiment del pla és la Comissió d'Administració Municipal, que serà informada del seu contingut i de les modificacions significatives que es puguin produir durant l'any.
- Del desenvolupament del pla, així com de les possibles incidències o propostes de millora es donarà compte a l'informe anual, que servirà de base per a la redacció del Pla de Mitjans de 2020.

Sistema de funcionament (II)

- El Pla estableix assignacions mínimes i màximes per tipologia de mitjans i la proporcionalitat entre cada un dels mitjans dins de la seva tipologia.
- El repartiment entre mitjans respectarà la proporcionalitat que aquest pla senyala a la vista de les audiències i dades objectives més recents.
- Es podran signar a principi d'any convenis de col·laboració amb mitjans per un número fixo d'insercions mensuals o anuals. Aquestos acords hauran de respectar la proporcionalitat prevista al pla.

Sistema de funcionament (III)

- La despesa publicitària que realitzen els patronats municipals està normalment adreçada al disseny i elaboració de materials impressos o digitals per a la difusió de les seves activitats. Quan hagin de contractar insercions publicitàries ho faran respectant els criteris del present pla.
- S'evitarà tota publicitat buida de contingut pràctic (exemple: 'L'Ajuntament d'Eivissa amb l'esport').
- La publicitat que tingui com a únic objectiu la promoció turística quedarà al marge d'aquest pla i es carregarà principalment a la partida específica per a aquest fi de la Regidoria de Turisme.

Objectius comunicatius 2018

- Les principals campanyes a desenvolupar al 2019 amb mitjans municipals són les següents:
 - Campanya sobre la convocatòria electoral amb l'objectiu de facilitar informació pràctica i afavorir la participació.
 - Campanya per donar a conèixer el 20è aniversari de la declaració de Patrimoni Mundial i els diferents esdeveniments lúdics o divulgatius organitzats en aquest context.
 - Calendari de festes populars i esdeveniments de relleu: Carnaval/Eivissa Medieval/Sant Joan/Festes de la Terra/25 aniversari del Festival de Jazz/Nadal.
 - Promoció i difusió dels esdeveniments culturals de l'Ajuntament d'Eivissa i els patronats de Música i el MACE.
 - Obligacions comunicatives derivades de l'aportació dels Fons FEDER de la Unió Europea.

Fonts d'informació sobre mitjans

- Mitjans escrits: Dades OJD any 2018
<http://www.introl.es/medios-controlados/>
- Medios audiovisuales: EGM
- Mitjans digitals: Dades OJD interactiva 2018.
<https://www.ojdinteractiva.es/>

Pressupost del pla

- La partida per a publicitat institucional és la determinada en el pressupost municipal aprovat en sessió plenària del 31 d'octubre de 2018 i ascendeix a **150.000,00** €. Aquesta quantitat és la mateixa del pressupost de 2018 i anteriors i tot i que fins ara ha cobert correctament les necessitats publicitàries de la institució, convé recordar que es troba congelada des de fa anys i que potser, de cara a propers exercicis, es podria plantejar un lleuger increment per donar cabuda a més accions d'interès per als residents del municipi.
- És important destacar que aquesta partida no es fa servir de forma exclusiva per a insercions publicitàries als mitjans, sinó també per a altres funcions comunicatives com poden ser el disseny i producció de les campanyes, la impressió de materials, l'elaboració de vídeos o fotografies per a diferents materials, etc. Per tant, en cap cas la totalitat de la partida s'emprarà en insercions publicitàries.
- En el cas que aquest pressupost fora suplementat amb quantitats addicionals, l'assignació d'aquestes que estigui destinada a anuncis, falques o altre tipus d'inserció publicitària es realitzaria d'acord amb els criteris que estableix el present pla de mitjans.

Distribució del pressupost per tipus de mitjans

	Mínim	Máxim
Prensa diària	25%	40%
Publicacions no diàries	0%	5%
Emissores de ràdio convencional	25%	35%
Emissores de ràdio fórmula	3%	8%
Televisió	10%	15%
Mitjans digitals	15%	20%
Altres	0%	5%

Prensa escrita

Medi	Difusió	Asignació
Diario de Ibiza	3270	55%
Periódico de Ibiza	2445	40%
El Mundo	239	5%

Font: OJD (últimes dades anuals disponibles juliol 17-juny 18)

Emissores de ràdio convencional

Medi	Quota de mercat	Assignació
Cadena SER	57%	57%
Onda Cero	9,5%	10%
Cadena COPE	33,3%	33%

Font: EGM (últimes dades disponibles, feb-nov 2018)

Emissores de ràdio fórmula

Medi	Quota de mercat	Assignació
40 Principales	32,5	32,00%
Cadena 100	32,5	32,00%
Europa FM	22,5	22,00%
Rock FM	5	5,00%
Kiss FM	2,5	4,00%
Melodía FM	5	5,00%

Font: EGM (últimes dades disponibles, feb-nov 2018)

Televisió

Medi	Quota de mercat	
TEF	Únic mitjà amb programació local	

Mitjans digitals

	us. únics	% us únics	visites	% visites	proposta
Diariodeibiza.es	787314	75,37%	22872041	76,9%	76%
Periodicodeibiza.es	151810	14,53%	4241513	14,26%	15%
Noudiari.es	105506	10,1%	2630878	8,84%	9%

Font: OJD Interactiva

Mètrica: Promedi gener 18-dic 18