

## **Pla de Mitjans 2020**

### **Objectius:**

- Donar compliment a l'acord plenari de 27 de febrer de 2014 relatiu a l'obligació de l'Ajuntament d'Eivissa de comptar amb un Pla de Mitjans que proposi el repartiment de la publicitat institucional amb criteris objectius.
- Planificar el repartiment de la despesa publicitària de l'any 2020 segons criteris objectius i, per tant, d'audiència contrastada.
- Definir els principals objectius de comunicació municipal per a l'any 2020 que es traslladaran en forma de campanya publicitària.

### **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 del present pla:**

- La unitat administrativa que proposa i desenvolupa el Pla de Comunicació és la de Premsa i Comunicació. Des d'aquest departament es redactarà el document que ha de servir de base per al funcionament de l'any en curs i es plantejarà la seva aprovació per Junta de Govern Local.
- Una vegada aprovat el pla a la Junta de Govern Local es donarà compte del mateix a la Comissió d'Administració Municipal, que serà informada del seu contingut, així com de qualsevol modificació de relleu que es pugui produir durant l'any.
- Tots els contractes menors que es derivin d'aquest pla es publicaran al Portal de Transparència de l'Ajuntament d'Eivissa, així com totes les factures que es carreguin a les partides de premsa.
- 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 2021.
- El Pla divideix els mitjans de comunicació en funció de la seva tipologia (publicacions diàries, no diàries, ràdios, mitjans digitals, televisió i altres) i assigna un percentatge mínim i màxim d'inversió segon tipologia. Dins de cada tipologia, l'assignació per mitjans es fa atenent exclusivament a la seva audiència auditada i respectant la proporcionalitat entre ells.
- En el cas de mitjans no auditats de manera oficial no se'ls hi assigna quantitat concreta i les insercions publicitàries s'han de remetre a les categories genèriques on poden tenir cabuda.

- La partida màxima amb la que compta el pla per al seu desenvolupament és la de Premsa i Comunicació prevista al pressupost de 2020, tot tenint en compte que d'aquesta partida també es poden abonar altres conceptes diferents d'insercions publicitàries (creació de continguts, publicitat en xarxes socials, impremta, compra de merchandising, etc.) i que, per tant, no es pot fer servir en la seva totalitat per a la contractació d'espais publicitaris.
- Per tal de facilitar la tramitació administrativa dels contractes i per tal d'agilitzar les insercions publicitàries es preveu la possibilitat de signar acords publicitaris per un número fixo d'insercions mensuals o anuals sense determinar inicialment el contingut publicitari, que s'anirà concretament durant el desenvolupament del contracte. En qualsevol cas, aquests acords hauran de respectar les previsions pressupostàries i la proporcionalitat prevista al pla.
- Els Patronats Municipals o altres organismes públics als que pugui pertànyer l'Ajuntament d'Eivissa estaran igualment obligats a respectar els criteris de proporcionalitat establerts al present pla.
- Tal i com estableix la normativa, s'evitarà la publicitat buida de contingut pràctic per a la ciutadania i que només tingui com a objectiu realitzar una despesa a un mitjà concret (exemple: anunci amb l'únic contingut 'L'Ajuntament d'Eivissa amb l'esport').
- La publicitat que tingui com a principal objectiu la promoció turística queda fora d'aquest pla ja que la planificació, finançament i seguiment de la mateixa es fa directament des de la Regidoria de Turisme i no té com a principals beneficiaris els mitjans de comunicació de l'àmbit local.
- Queda igualment fora de la planificació d'aquest pla la publicitat que té un caràcter obligatori marcat per normativa i que, per tant, s'ha d'inserir a un dels diaris de major tirada de la localitat segons la normativa vigent. En qualsevol cas, per donar compliment d'aquest precepte aquesta publicitat es repartirà de manera equitativa entre els dos diaris locals de major tirada.

#### **Objectius de comunicació per a l'any 2020:**

- Calendari d'esdeveniments i principals festes populars: Carnaval, Eivissa Medieval, Sant Joan, Festes de la Terra, Eivissa Jazz, Festes de Nadal, etc.
- Promoció i difusió d'esdeveniments culturals relacionats amb la programació de Can Ventosa, el MACE, el Patronat de Música o les activitats relacionades amb el Grup de Ciutats Patrimoni Mundial.
- Activitat municipal relacionada amb l'aportació del Fons FEDER de la Unió Europea.
- Altres activitats promogudes per les diferents regidories amb especial incidència per la possible participació activa de la ciutadania: programa Feim Barri, Dia de la Dona, rutes de patrimoni, activitats esportives, etc.
- Campanyes de conscienciació amb l'objectiu de promoure activitats més cíviques: en matèria de neteja, de mobilitat sostenible, per promoure el reciclatge, per tenir cura de les platges, per fomentar l'adopció responsable, etc.
- Campanyes per seguir fomentant el coneixement de la declaració de Patrimoni Mundial de la Unesco i posar de relleu el seu 20è aniversari.

**Fonts utilitzades per a la recollida de dades d'audiència:**

- Mitjans escrits: Dades OJD any 2019.
- Mitjans audiovisuals: Primera, segona i tercera oleada EGM 2019.
- Mitjans digitals: Dades OJD interactiva 2019.

**Distribució per tipologia de mitjans:**

|                                | <b>Mínim</b> | <b>Màxim</b> |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| <b>Prensa diària</b>           | 25%          | 40%          |
| <b>Publicacions no diàries</b> | 0%           | 5%           |
| <b>Ràdio convencional</b>      | 25%          | 35%          |
| <b>Ràdio fórmula</b>           | 3%           | 8%           |
| <b>Televisió</b>               | 10%          | 15%          |
| <b>Mitjans digitals</b>        | 15%          | 20%          |
| <b>Altres</b>                  | 0%           | 5%           |

**Distribució premsa diària:**

| <b>Mitjà</b>       | <b>Quota de mercat</b> |
|--------------------|------------------------|
| Diario de Ibiza    | 55%                    |
| Periódico de Ibiza | 40%                    |
| El Mundo           | 5%                     |

**Distribució premsa no diària:**

Aquesta categoria queda oberta a l'espera de les propostes que es van rebent durant l'any.

**Distribució ràdio convencional:**

| <b>Mitjà</b> | <b>Quota de mercat</b> |
|--------------|------------------------|
| SER          | 40%                    |
| COPE         | 45%                    |
| Onda Cero    | 15%                    |

**Distribució ràdio fórmula:**

| <b>Mitjà</b>  | <b>Quota de mercat</b> |
|---------------|------------------------|
| 40 principals | 30%                    |
| Cadena 100    | 50%                    |
| Europa FM     | 15%                    |
| Rock FM       | -                      |
| Kiss FM       | 5%                     |
| Melodía FM    | -                      |

**Distribució televisió:**

| <b>Mitjà</b> | <b>Quota de mercat</b> |
|--------------|------------------------|
| TEF          | 100%                   |

**Distribució mitjans digitals:**

| <b>Mitjà</b>        | <b>Quota de mercat</b> |
|---------------------|------------------------|
| diariodeibiza.es    | 80%                    |
| periodicodeibiza.es | 15%                    |
| noudiari.es         | 5%                     |