

## **Pla de Mitjans 2021**

### **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 2021 segons criteris objectius i, per tant, d'audiència contrastada.
- Definir els principals objectius de comunicació municipal per a l'any 2021 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 2022.
- 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 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 2021, 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 concretant 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.
- Finalment, s'ha de senyalar que la comunicació obligatòria dels projectes cofinançats amb fons europeus pot comptar igualment amb partides econòmiques al marge d'aquest pla però que, sempre que sigui possible, es mantindran les línies de feina marcades en aquest pla. En tot cas, s'atendrà sempre a les instruccions i obligatorietats que aquest tipus de comunicació comporta per a la correcta acreditació de les feines davant el Govern Central i la Unió Europea.

### **Objectius de comunicació per a l'any 2021:**

- Informació general per a ciutadania i empreses: línies d'ajudes a particulars i empreses, ajudes de lloguer, borsins de treball, oposicions, cursos de formació, serveis de l'Ajuntament, etc.
- Campanyes relacionades amb la promoció de la salut, la prevenció de la COVID-19 i les mesures de seguretat i control, sempre en funció de l'evolució de la pandèmia i les recomanacions de les autoritats sanitàries.
- Calendari d'esdeveniments presencials i en línia: Sant Joan, Festes de la Terra, Eivissa Jazz, Festes de Nadal, programació cultural, etc.
- Activitat municipal relacionada amb l'aportació del Fons FEDER de la Unió Europea, així com altres projectes finançats per Europea que puguin concretar-

se durant l'exercici 2021.

- Altres activitats o campanyes promogudes per les diferents regidories: promoció del Petit Comerç, promoció dels Mercats Municipals, Dia de la Dona, Dia de les Ciutats, Dia Contra el Canvi Climàtic, etc.
- Campanyes de conscienciació amb l'objectiu de promoure comportaments més cívics: en matèria de neteja, de mobilitat sostenible, per promoure el reciclatge, per tenir cura de les platges, etc.

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

- Mitjans escrits: Dades OJD març 2019 – març 2020. Es fa constar que durant 2020 OJD va deixar d'auditar durant l'Estat d'Alarma i, per tant, s'han agafat les darreres dades que permeten realitzar una comparació estàndard entre els mitjans escrits.
- Mitjans audiovisuals: Primera, segona i tercera onada EGM 2020.
- Mitjans digitals: Dades OJD interactiva 2020.

#### **Distribució per tipologia de mitjans:**

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

#### **Distribució premsa diària:**

<b>Mitjà</b>	<b>Quota de mercat</b>
Diario de Ibiza	55%
Periódico de Ibiza	45%

#### **Distribució premsa no diària:**

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

**Distribució ràdio convencional:**

Mitjà	Quota de mercat
SER	35%
COPE	40%
Onda Cero	25%

**Distribució ràdio fórmula:**

En aquesta categoria, i per raons d'eficiència, s'han deixat sense assignació aquells mitjans on la facturació resultava inferior als 500 euros.

Mitjà	Quota de mercat
40 principales	20%
Cadena 100	65%
Europa FM	-
Rock FM	-
Kiss FM	15%
Melodía FM	-

**Distribució televisió:**

Mitjà	Quota de mercat
TEF	100%

**Distribució mitjans digitals:**

Mitjà	Quota de mercat
diariodeibiza.es	70%
periodicodeibiza.es	20%
noudiari.es	10%