

# Pla de Mitjans 2016

Ajuntament d'Eivissa

# Objectius

- Planificar la despesa publicitària de l'Ajuntament d'Eivissa per a 2016 i establir els criteris de repartiment entre els diferents mitjans de comunicació de l'àmbit local.
- Programar les principals campanyes a realitzar durant l'any, associades sempre a projectes o actuacions d'interès per a la població resident.
- 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. L'òrgan col·legiat responsable del seguiment del mateix és la Comissió d'Administració Municipal, que serà informada del seu contingut, del seu estat d'execució i de les modificacions significatives que es puguin produir durant l'any.
- El llistat detallat de factures per anuncis i campanyes de publicitat es publicarà trimestralment al Portal de Transparència i es donarà compte del mateix als membres de la Comissió d'Administració Municipal.
- De tot el 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 2017.

# 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.
- L'assignació específica de publicitat i partida es farà per campanya. Es a dir, per a cada campanya que es decideixi portar a terme es determinarà el conjunt de mitjans més adequats per assolir el públic objectiu al que va adreçada. El repartiment entre mitjans respectarà la proporcionalitat que aquest pla senyala a la vista de les audiències i dades objectives existents a dia d'avui.
- Es podran signar a principi d'any convenis de col·laboració amb mitjans per un número fixo d'insercions mensuals o anuals. Es donarà compte d'aquestos acords a la Comissió d'Administració Municipal i en tot cas 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 previstos al present pla.
- S'evitarà tota publicitat buida de contingut pràctic (exemple: 'L'Ajuntament d'Eivissa amb l'esport').
- Pel que fa a la publicitat relacionada amb el departament de Turisme, s'entén que tot el que es consideri promoció exterior queda fora de la regulació del present pla.

# Sistema de funcionament (IV)

- L'Ajuntament d'Eivissa renúncia expressament a publicitar en mitjans locals la seva activitat en fires turístiques, per entendre que aquesta publicitat no redunda en benefici ni de la promoció turística ni de la població resident i que, per tant, no compleix amb els objectius previstos a la Llei de Publicitat Institucional de les Illes Balears.

# Objectius comunicatius 2016

- Les principals campanyes a desenvolupar al 2016 amb mitjans municipals són les següents:
  - Desenvolupament del Pla de Mobilitat. Canvis de sentit i peatonització de s'Alamera.
  - Calendari de Festes Populars i altres esdeveniments: Carnaval/Eivissa Medieval/Sant Joan/Festes de la Terra/Festival de Jazz/Nadal
  - Neteja i Civisme. Es proposarà a l'empresa adjudicatària que respecti els criteris de repartiment previstos en aquest pla i no es descarta la realització d'accions complementàries per part de l'Ajuntament d'Eivissa per a objectius concrets (excrements de cans, respecte del patrimoni, etc.)
  - Campanya de suport a les associacions de veïns per al disseny dels programes de les festes de barri.



# Fonts d'informació sobre mitjans

- Mitjans escrits: Dades OJD primer semestre 2015.  
<http://www.introl.es/medios-controlados/>
- Medios audiovisuales: EGM
- IBES
- Fundacc: ha cessat en la seva activitat.
- Mitjans digitals: Rànkings Alexa, informes de Google Analytics, altres.

# Pressupost del pla

- La partida per a publicitat institucional és la determinada en el pressupost municipal aprovat en sessió plenària el passat 3 de desembre de 2016 i ascendeix a **150.000,00** €. Aquesta quantitat s'aproxima a la real gastada en 2015 segons el primer avanç de la liquidació pressupostària i, per tant, a les necessitats reals de la institució.
- 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 la impressió de materials, la gravació de les sessions plenàries i la seva retransmissió en streaming, 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 destinada a anuncis, falques o altres 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	5%	10%
Emissores de ràdio convencional	25%	40%
Emissores de ràdio fórmula	5%	15%
Televisió	10%	20%
Mitjans digitals	5%	15%
Altres	0%	10%

# Prensa escrita

Medi	Difusión	Asignació
Diario de Ibiza	4.144	65%
Periódico de Ibiza	1.908	30%
El Mundo	486	5%

Font: OJD juliol 2014 - juny 2015 (últimes dades anuals disponibles)

# Emissores de ràdio convencional

Medi	Quota de mercat	Asignació
Cadena SER	55,2%	55%
Onda Cero	27,6%	30%
Cadena COPE	17,2%	15%

Font: EGM octubre 2014 - maig 2015 (últimes dades disponibles)

# Emissores de ràdio fórmula

Medi	Quota de mercat	Asignació
40 Principales	44,0%	44%
Cadena 100	33,0%	33%
Europa FM	23,0%	23%

Font: EGM octubre 2014 - maig 2015 (últimes dades disponibles)

# Televisió

Medi		
TEF	Únic mitjà amb programació local	

# Mitjans digitals

	Sessions	Assignació
Noudiari.es	2.129.225	12%
Periodicodeibiza.es	2.373.070	13%
Diariodeibiza.es	11.826.768	65%
Otros medios digitales		10%

Font: Google analytics. Dades facilitades pels mitjans  
Métrica: Sessions 1/1/2015-31/12/2015



# Distribució del pressupost per tipus de mitjans

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

# Distribució del pressupost per tipus de mitjans

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