



Ajuntament
d'Eivissa

PLA DE MITJANS DE L'AJUNTAMENT D'EIVISSA 2025

INTRODUCCIÓ I MARC NORMATIU

L'Ajuntament d'Eivissa manté un compromís ferm amb la transparència, la participació i la modernització de la seua activitat i la seua relació amb la ciutadania. Sent conscient de la seua responsabilitat en la gestió pública i del paper crucial que juga la comunicació institucional en la construcció d'una societat informada i participativa, presenta el seu Pla de Mitjans com una eina integral que busca enfortir els llaços entre l'administració i els ciutadans, fomentant l'eficiència en la comunicació.

Un ajuntament no ha d'impulsar únicament activitats i serveis, sinó que ha de ser capaç de comunicar-los de manera efectiva a la ciutadania, que són els subjectes potencialment beneficiaris d'aquests, de tal forma que, a través dels canals adequats, se sentin informats de l'activitat del seu consistori. Sense una comunicació efectiva que permeti que els ciutadans coneguin i utilitzin bé la seua administració més pròxima, així com els serveis i activitats que aquesta els ofereix, no estarem sent eficients ni eficaços en la gestió dels recursos públics.

Com qualsevol altra organització, és l'Ajuntament d'Eivissa qui ha d'adaptar els seus formats, codis i canals de comunicació per aconseguir de manera efectiva les audiències a les quals es dirigeix. La comunicació institucional va més enllà de la mera transmissió d'informació; és un procés dinàmic i bidireccional que busca construir una relació sòlida i col·laborativa entre l'Ajuntament i la ciutadania. En aquest context, es concep com un instrument per transmetre activitats i serveis, però també per divulgar valors de convivència, normatives i projectes d'interès general, generant un entorn propici per al compromís cívic i la cohesió social.

La Llei de publicitat institucional de les Illes Balears proporciona el marc normatiu que guia aquesta iniciativa, establint principis d'objectivitat, transparència, equitat i responsabilitat en l'ús dels recursos públics destinats a la comunicació. Aquest pla s'ajusta de manera estricta a



aquestes disposicions, garantint una gestió ètica i responsable de la inversió publicitària en mitjans de comunicació.

L'estratègia de comunicació institucional de l'Ajuntament d'Eivissa i per tant el present Pla de Mitjans, abasta diversos canals de comunicació, des de la premsa tradicional fins a les plataformes purament digitals, la ràdio i la televisió, així com les plataformes temàtiques dirigides a nínxols de públic concrets. No sols s'enfoca en els mitjans de major abast, sinó que reconeixem la importància dels mitjans de nínxol, permetent-nos adaptar els nostres missatges a audiències específiques sobre temes concrets.

La modernització i l'adaptació a les tendències actuals són elements fonamentals d'aquest pla. La digitalització s'erigeix com un pilar central, aprofitant les plataformes en línia i les xarxes socials per establir una connexió directa i dinàmica amb la ciutadania. La interactivitat, la participació en temps real i l'accessibilitat són aspectes que guiaran les nostres accions, assegurant que la comunicació institucional evolucioni al ritme de la societat a la qual serveix.

La col·laboració amb mitjans de comunicació, tant locals com nacionals, es posiciona com una estratègia clau per enfortir la imatge institucional. Establirem acords que fomentin la generació de continguts de qualitat, promovent l'objectivitat i la pluralitat informativa. La transparència i veracitat en la comunicació són essencials per construir i mantenir la confiança de la ciutadania.

S'han tingut en compte les conclusions de l'informe d'execució del Pla de mitjans de 2024 i anys anteriors, en les quals es recomanava augmentar-ne el pressupost, així com incrementar la presència en xarxes socials i plataformes digitals.

En conclusió, el Pla de Mitjans de l'Ajuntament d'Eivissa representa un compromís decidit amb una comunicació institucional moderna, efectiva i ètica. A través d'una inversió publicitària planificada i executada estratègicament, aspiram a consolidar una relació sòlida i transparent amb la ciutadania i amb els mitjans de comunicació. Aquest pla no sols és una estratègia comunicativa; és una expressió concreta del compromís de l'Ajuntament amb el rigor i la professionalitat en la gestió de la seua publicitat institucional.

La normativa que afecta aquest document és la següent:

- Llei 29/2005 de publicitat i comunicació 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 l'Ajuntament d'Eivissa del 27 de febrer de 2014.



OBJECTIUS

Els objectius que es plantegen per al present Pla de mitjans són els següents:

- Donar compliment a la normativa vigent en matèria de publicitat institucional, establint un repartiment d'acord amb criteris objectius.
- Establir i donar a conèixer els criteris generals de comunicació institucional de l'Ajuntament d'Eivissa.
- Planificar la inversió publicitària de l'Ajuntament d'Eivissa per a l'any 2025.

Així mateix, els objectius de comunicació de l'Ajuntament d'Eivissa són els següents:

- Comunicar de manera eficaç i eficient a tota la ciutadania del municipi, independentment de la seua edat i formació, totes les iniciatives, activitats i serveis que l'Ajuntament ofereix o hi participa i dels quals poguessin ser beneficiaris.
- Fer divulgació i fomentar el coneixement de les diferents normatives i ordenances municipals.
- Conscienciar sobre temes d'interès general.
- Crear canals bidireccionals, on la ciutadania s'informi però també pugui comunicar-se amb l'Ajuntament.
- Oferir una imatge institucional sòlida i moderna, que aporti confiança a la ciutadania.

DESENVOLUPAMENT I FUNCIONAMENT DEL PRESENT PLA DE MITJANS

- La unitat administrativa que proposa i desenvolupa el Pla de Mitjans és la de Premsa i Comunicació. Des d'aquest departament es redacta el document que ha de servir de base per al funcionament de l'any en curs i es plantejarà la seua aprovació per Junta de Govern Local.
- Una vegada aprovat el pla en la Junta de Govern Local se'n donarà compte 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 que es deriven d'aquest Pla es publicaran en el 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 2026.



- El Pla divideix els mitjans de comunicació en funció de la seua tipologia, i assigna un percentatge mínim i màxim d'inversió segons aquesta. Dins de cada tipologia, l'assignació per mitjans es fa atenent la seua audiència auditada, i respectant la proporcionalitat entre ells.
- En el cas de mitjans no auditats de manera oficial, no els 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 qual compta el Pla per al seu desenvolupament és la de Premsa i Comunicació prevista en el pressupost de 2025, tenint en compte que d'aquesta partida també es poden abonar altres conceptes diferents d'insercions publicitàries (creació de continguts, publicitat en xarxes socials, disseny gràfic, fotografia, vídeos, impremta, compra de marxandatge, etc.) i que, per tant, no es pot usar íntegrament per a la contractació d'espais publicitaris.
- Tota la publicitat institucional de l'Ajuntament d'Eivissa es contractarà des de l'àrea de Premsa i Comunicació.
- La publicitat que tengui com a principal objectiu la promoció turística queda fora d'aquest Pla perquè la seua planificació, finançament i seguiment 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 en 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 d'assenyalar 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 treball marcades en aquest pla. En tot cas, s'atendran sempre les instruccions i obligatorietats que aquest tipus de comunicació comporta per a la correcta acreditació dels treballs davant el Govern central i la Unió Europea.

REPARTIMENT

D'acord amb la normativa existent, el repartiment publicitari es regeix per criteris objectius, i és per això que per aportar aquest criteri objectiu en termes d'audiència, s'utilitzarà com a referència l'Observatori Balear de Mitjans (OBM) elaborat per l'Institut Balear d'Estudis Socials (IBES).

Per a evitar fluctuacions puntuals d'audiència, es prendrà com a dada la mitjana de les dades d'audiència de tot l'any 2024 (onades 50 a 52 ambdues inclusivament), oferint així xifres molt més estables i ponderades,



no subjectes a possibles variacions o fluctuacions puntuals d'un any o onada concreta.

Mentre que la metodologia demoscòpica del OBM es basa en la realització d'enquestes telefòniques i això és vàlid per a mitjans analògics, per als mitjans digitals s'ha optat per quantificar les audiències sobre la base d'un certificat d'audiències emès per la OJD, que obté les seves dades directament de l'analítica web d'aquests mitjans digitals segmentant a l'illa d'Eivissa, oferint en aquests casos dades molt més realistes i precisos en el cas dels mitjans digitals.

Per tant s'utilitza el mesurament del IBES (OBM) per a radi i premsa escrita, i OJD per a mitjans nadius digitals.

De cara al repartiment, s'estableix la següent classificació dels mitjans de comunicació en funció de la seua tipologia:

- Premsa local diària impresa
- Premsa local diària digital
- Ràdios amb programació local
- TV local
- Altres mitjans digitals o de nínxol

Es planteja, en funció de la tipologia de mitjans, el següent repartiment de la inversió en publicitat institucional per a 2025:

Tipologia de mitjà	Inversió publicitària
Premsa local diària impresa	40-50%
Premsa local diària digital	0-10%
Ràdios amb programació local	15-25%
TV local	15-30%
Altres	0-10%

En "altres" s'engloben mitjans digitals i de temàtiques específiques com esport, oci familiar, cultura, gastronomia, etc. així com aquells mitjans de recent aparició, edicions especials amb difusió en el municipi i publicacions no diàries. També s'enquadren aquí les propostes no contemplades en el Pla de mitjans que poguessin fer-se arribar a l'Ajuntament durant el desenvolupament de l'exercici 2025, i que per interès general s'hagin d'atendre.

Al seu torn, dins de la tipologia de cada mitjà, el repartiment establert per a l'any 2025 és el següent:





Tipología	Mitjà	Inversió 2024
Prensa local diària impresa	Diario de Ibiza	49%
	Periódico de Ibiza	51%
Prensa local diària digital	Nou Diari	70%
	La Voz de Ibiza	30%
Ràdios	Cadena SER	37%
	Onda Cero	29%
	COPE	33%
TV	TEF	100%
Altres mitjans digitals o de nínxol	Varis	5%

