



## **PLA DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT INSTITUCIONAL**

### **DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA**

**2026-2027**

#### **I. INTRODUCCIÓ**

La comunicació és una activitat estratègica i essencial per donar a conèixer les actuacions, projectes i serveis de les institucions públiques, així com per informar la ciutadania sobre els seus drets i obligacions. En aquest context, la publicitat institucional esdevé una eina clau de la comunicació pública, al servei de la transparència i la rendició de comptes, tot facilitant l'intercanvi d'informació d'utilitat per a la societat.

La publicitat institucional ha de contribuir a fer visible la institució, les seves funcions i àmbits d'actuació. És necessari difondre les activitats que s'organitzen, els serveis que s'ofereixen, així com posar en valor el patrimoni històric, social, cultural i natural del territori. També és funció d'aquesta publicitat donar suport als sectors econòmics locals, impulsant el turisme i la promoció de productes propis.

Aquest Pla de Comunicació i Publicitat Institucional, amb vigència de l'1 de gener de 2026 al 31 de desembre de 2027, estructura l'acció comunicativa de la Diputació de Lleida en campanyes publicitàries i en accions de difusió específiques. Aquestes darreres es despleguen tant en el marc de la participació de la Diputació en fires i esdeveniments organitzats per altres administracions o entitats, com també en el context d'actes i esdeveniments promoguts directament per la pròpia institució. Així mateix, els mitjans poden presentar propostes singulars de difusió que puguin ser interessants des de l'òptica social.

Les campanyes i accions de difusió que s'hi preveuen tenen com a objectiu donar a conèixer les activitats, els eixos estratègics, els serveis i els projectes de la Diputació de Lleida i dels seus organismes autònoms, així com promoure i defensar la democràcia i els valors socials. També s'inclou, dins aquest marc comunicatiu, la publicació d'edictes i anuncis oficials, com a part del compromís institucional amb la transparència i el servei a la ciutadania.

La publicitat impulsada per la Diputació de Lleida es regeix pels principis d'imparcialitat i utilització no partidista, identificació clara de la font, respecte a la legalitat vigent i a l'ordenament constitucional, i veracitat en els continguts. A més, els missatges han de ser fàcilment comprensibles, evitar qualsevol incitació a la violència o actituds incíviques, i respectar els drets de la personalitat, el medi ambient i la diversitat. També es garanteix l'objectivitat en la presentació de dades tècniques. Paral·lelament, es dedica una especial atenció a la protecció dels infants i adolescents, evitant qualsevol forma de denigració, discriminació o competència deslleial.

Així mateix, aquest Pla de Comunicació i Publicitat Institucional de la Diputació de



Lleida per als anys 2026 i 2027 és un document viu, que pot estar sotmès a canvis i/o modificacions, com poden ser la creacions de noves campanyes que ara mateix no poden estar contemplades, i que es podran afegir al llarg del temps que aquest tingui vigència.

## **II. BASE NORMATIVA**

Aquest Pla de Comunicació i Publicitat Institucional té la seva base normativa en el marc de la Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional i la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional.

El Pla té contingut programàtic i la seva implementació queda condicionada a la posada en pràctica de les diferents campanyes publicitàries i accions de difusió que el mateix Pla descriu, atenent fonamentalment a les disponibilitats pressupostàries de què disposi la Diputació de Lleida. La Diputació de Lleida tindrà la potestat de modificar i suprimir les campanyes i accions descrites en aquest Pla, així com crear-ne de noves, com a conseqüència de noves necessitats o de resultes del control i avaluació de l'aplicació del Pla.

## **III. EXTENSIÓ I ABAST DEL PLA**

El Pla s'orienta per criteris de rendibilitat publicitària en funció dels objectius de cada campanya o acció i del seu públic destinatari. També té en compte els índexs de tirada, difusió i audiència dels mitjans de comunicació, així com les tarifes d'inserció publicitària. A més, considera la singularitat territorial de les comarques lleidatanes, distribuïdes en la Plana de Lleida, l'Alt Pirineu i Aran, el Solsonès i la Cerdanya, i promou un repartiment equitatiu de la publicitat entre els mitjans locals, complementant aquesta col·laboració amb mitjans d'altres àmbits territorials que inclouen en la seva programació continguts especials dedicats a la difusió del patrimoni històric, sociocultural, turístic, esportiu, natural i gastronòmic de la demarcació.

El Pla defineix les accions de comunicació i publicitat institucional previstes per a la seva difusió en mitjans de premsa escrita, digitals i audiovisuals.

Pel que fa als mitjans de premsa escrita, existeixen a les comarques lleidatanes únicament dues publicacions de periodicitat diària: Segre i La Mañana, que tant per la seva àmplia cobertura diària de la demarcació de Lleida com per la seva difusió han esdevingut mitjans de referència dins l'àmbit comunicatiu. Conseqüentment, aquests dos mitjans participen en la majoria de campanyes publicitàries i accions de difusió. Igualment, respecte a televisions, al territori només n'existeixen dues, Lleida TV i Pirineus TV, amb difusió a la plana i les comarques de muntanya respectivament. Per a la resta de suports, premsa escrita periòdica, ràdios, televisió IP i pàgines web, el criteri de no discriminació de mitjans en els repartiments de publicitat serà el que prevalgui aplicant l'equitat, tenint en compte també la temàtica de les campanyes o accions i la situació geogràfica del públic objectiu al que es pretén arribar.



Així mateix, a més de les campanyes i accions específiques impulsades per la pròpia Diputació de Lleida i els seus organismes, s'ha de tenir en compte que al cap de l'any els propis mitjans poden realitzar propostes singulars de difusió, ja sigui vinculades a esdeveniments propis dels mitjans o produïts en funció de temàtiques socials puntuals, que generen públics específics òptims per a difondre els valors i les accions que distingeixen la institució. En aquests casos, les propostes seran valorades atenent a la seva veritable incidència en la societat i si encaixen o no en els plantejaments de difusió pública de la Diputació. En tals circumstàncies es podrà recórrer a la fórmula del patrocini específic de l'activitat i la difusió fent constar la participació de la institució.

Per acabar cal esmentar que determinats actes administratius de la Diputació de Lleida estan obligats a ser publicats més enllà de les publicacions oficials durant el temps d'exposició pública per a garantir la transparència i accés a la informació de la ciutadania. En aquest sentit i d'acord a la normativa existent es realitza regularment la publicació íntegra dels edictes o comunicats d'obligada difusió pública entre els diaris escrits de major difusió a la demarcació.

#### **IV. ACCIONS DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT INSTITUCIONAL**

Les accions de comunicació i publicitat institucional impulsades per la Diputació de Lleida tenen com a objectiu reforçar els eixos estratègics que orienten la seva actuació pública. Aquests eixos són:

- El creixement econòmic i el desenvolupament local.
- El desenvolupament humà i la cohesió social.
- L'equilibri i desenvolupament territorial.
- L'enfortiment de l'organització, amb una clara orientació cap a l'eficiència i l'eficàcia.

En aquest marc, la planificació de projectes, campanyes i accions previstes per als anys 2026 i 2027 inclou iniciatives que tindran cobertura informativa, ja sigui per la seva rellevància territorial, el seu impacte social o el seu interès públic. Aquestes accions són les següents (els imports corresponen a una anualitat):

##### **1. Campanyes institucionals que tenen continuïtat al llarg de tot l'any**

**Campanya:** **La Força dels municipis** – mesos de gener a desembre, segons actuacions

**Descripció:** Es tracta d'una campanya de continuïtat en formats multicanal que serveix per a fixar el 'claim' del mandat de la institució.

**Objectiu:** Realçar la singularitat dels municipis de Lleida, Alt Pirineu i Aran, i augmentar el sentiment de territori amb moltes realitats diverses, que es distingeix per l'excel·lència dels productors i els productes alimentaris.



**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**120.000 €**

**Campanya: La Força de les oportunitats – mesos de gener a desembre, segons actuacions**

**Descripció:** Es tracta d'una campanya orientada a explicar les accions i actuacions concretes que la Diputació de Lleida ha dut a terme als municipis de Lleida, l'Alt Pirineu i Aran.

**Objectiu:** Apropar l'obra de Govern a la ciutadania, mostrant amb dades i exemples concrets l'impacte de les seves accions al territori. Per tant, amb aquesta campanya es busca reforçar la proximitat institucional, donar visibilitat a la tasca duta a terme i a les oportunitats generades, i enfortir el sentiment de pertinença al territori.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**120.000 €**

**Campanya: Ús de l'aigua – mesos de gener a desembre**

**Descripció:** És una acció amb suport multicanal que s'anirà adaptant a les necessitats de comunicar en funció de l'evolució de la sequera a les comarques de Lleida, Pirineu, Aran i Cerdanya. La campanya podrà utilitzar algunes de les imatges del calendari institucional de la Diputació per al 2026, on les fonts monumentals del territori son les protagonistes.

**Objectiu:** Conscienciar la ciutadania tant de l'escassetat de l'aigua com, en paral·lel, dels esforços que els municipis, amb el suport del Pla de Salut de la Diputació, s'estan realitzant per tal de mantenir en les més òptimes condicions les xarxes d'aigua potable locals.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**100.000 €**

**Campanya: La Força dels esports – mesos de gener a desembre, segons actuacions**

**Descripció:** És una campanya sostinguda en el temps que vol posar en valor les polítiques de suport de la Diputació de Lleida a l'esport de base, femení i inclusiu.

**Objectiu:** Fomentar els valors educatius, socials i culturals inherents a la pràctica esportiva cercant públics directament interessats en la informació i l'actualitat esportiva.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**80.000 €**

**Campanya: 'Lleida, Terra d'Oportunitats'.**

**Descripció:** És un projecte de suports multicanal que promou el 'claim' associat al G-



10 i que pretén aportar marca d'atracció econòmica.

**Objectiu:** Mostrar les oportunitats per al creixement econòmic i sostenible de les comarques lleidatanes en funció de l'impuls a la bioeconomia.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**100.000 €**

**Campanya: 'Gust de Lleida'**

**Descripció:** És una acció de caràcter transversal i de suports multicanals que promou la marca "Gust de Lleida", vinculada als valors de qualitat agroalimentària, sostenibilitat i desenvolupament rural del territori de Lleida, Pirineu i Aran.

**Objectiu:** Posicionar Lleida com a referent territorial en productes agroalimentaris de qualitat i compromís amb el territori, i donar visibilitat a les iniciatives rurals i sostenibles, reforçant la identitat i l'orgull de pertinença al territori.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**100.000 €**

**Campanya fer fomentar la igualtat d'oportunitats i prevenir violències masclistes:**

**Descripció:** Es tracta d'una campanya de continuïtat en formats multicanal que serveix per conscienciar a la ciutadania sobre la igualtat d'oportunitats i prevenir les violències masclistes.

**Objectiu:** Conscienciar a la ciutadania de la diversitat de persones i el respecte per totes les condicions religioses, sexuals, races...

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**60.000 €**

**Campanya fer fomentar el repoblament**

**Descripció:** Es tracta d'una campanya de continuïtat en formats multicanal que serveix per posar en valor els actius de viure en municipis rurals i captar l'atenció per les persones que vulguin realitzar els seus projectes de vida en aquests territoris amb més poca població.

**Objectiu:** Conscienciar a la ciutadania de les avantatges i oportunitats de viure en municipis rurals del nostre territori.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**60.000 €**

**Campanya que capitalitzi els valors del territori: productes de proximitat, turisme, natura, esport, salut i qualitat de vida.**

**Descripció:** És un projecte basat en donar a conèixer els valors singulars del territori,



diferenciats entre els entorns de la Plana i la Muntanya.

**Objectiu:** promoure l'autoestima de la ciutadania pròpia de les comarques pirinenques i estendre a la resta del país una idea d'aquest territori que superi l'estandarditzada del monocultiu turístic.

**PREVISIÓ IMPORT CAMPANYA**

**60.000 €**

**PREVISIÓ DE MITJANS PER LES CAMPANYES**

**DIGITALS**

MITJÀ	TIPUS	INSERCIONS
SOMESPORTS.NET	Hiperlocal	Bàner anual
LLEIDAENJOC.CAT	Local	La dona a Lleida en Joc
LAMANYANA.CAT	Local	Bàner i doble baner
SEGRE.COM	Local	Bàner i doble baner
NACIÓ DIGITAL LLEIDA	Nacional-corresponsal	Bàner i doble baner
LLEIDA.COM	Local	Bàner i doble baner
TERRITORIS.CAT	Hiperlocal	Bàner i doble baner
PALLARS DIGITAL	Hiperlocal	Bàner i doble baner
LLEIDADIARI.CAT	Local	Bàner i doble baner
PIRINEUS DIGITAL	Hiperlocal	Bàner i doble baner
LACIUTAT.CAT	Nacional-corresponsal	Bàner i doble baner
VIUREALSPIRINEUS.COM	Hiperlocal	Bàner i doble baner



## Diputació de Lleida

Àrea de Comunicació

NOVATARREGA.CAT	Hiperlocal	Bàner i doble baner
LLEIDA24H.CAT	Hiperlocal	Bàner i doble baner
SOMGARRIGUES.CAT	Hiperlocal	Bàner anual
L'OEST.CAT	Hiperlocal	Bàners durant 30 dies
ELNACIONAL.CAT	Nacional	Bàner i doble baner
TELEPONENT.CAT	Hiperlocal	Bàners durant 30 dies
BALAGUERTV.CAT	Hiperlocal	Bàner i doble baner
MOLLERUSSATV.CAT	Hiperlocal	Bàner i doble baner
TARREGATV.CAT	Hiperlocal	Bàner i doble baner
VILAWEB	Nacional	Bàner i doble baner
FEMBASE.CAT	Local	12 reportages/any
AMIC	Nacional	Bàner i doble baner
LA MIRA	Nacional	4 reportatges/any, 2 campanyes bàner i 2 contraportades
SOCIAL.CAT	Nacional	6 reportatges/any

### TELEVISIONS

MITJÀ	TIPUS	SPOTS
LLEIDA TV	Local	Spots Diada Nacional, Retransmissió especial i Programa Cap d'Any



PIRINEUS TV	Hiperlocal	Spots
-------------	------------	-------

**PREMSA ESCRITA**

MITJÀ	TIPUS	ANUNCIS
DIARI ARA – EDICIÓ TERRES DE LLEIDA	Nacional-corresponsal	12 insercions de pàgina/any
DIARI LA MAÑANA	Local	898 mòduls en anuncis de pàgina i mitja pàgina
SOM ESPORTS	Hiperlocal	10 insercions de pàgina/any
DIARI SEGRE	Local	904 mòduls en anuncis de pàgina i mitja pàgina
REVISTA GARONA-NOGUERES	Hiperlocal	2 insercions de pàgina/any
REVISTA CELSONA	Hiperlocal	8 insercions de pàgina/any
REVISTA COMARQUES DE PONENT	Hiperlocal	10 insercions de pàgina/any i 8 especials
LA VEU DE LA SEGARRA	Hiperlocal	9 insercions de pàgina/any
REVISTA NOVA TÀRREGA	Hiperlocal	9 insercions de pàgina/any
REVISTA SORTIDA	Hiperlocal	6 insercions de pàgina/any
SOM GARRIGUES	Hiperlocal	13 insercions de pàgina/any
DIARI EL PUNT AVUI	Nacional	21 insercions de mitja pàgina/any
BIMENSUAL SOM CANALLA	Hiperlocal	5 insercions de pàgina/any
ÀRNICA	Hiperlocal	Contraportada revista anual
THE ECONOMIST- EDICIÓ CATALÀ	Nacional	Reportatge a l'Anuari
VIURE ALS PIRINEUS	Hiperlocal	12 insercions de pàgina/any



REVISTA FECOLL	Local	2 insercions de pàgina/any
SOM RURALS	Hiperlocal	6 insercions de pàgina/any
TERRITORIS MAGAZINE	Hiperlocal	12 insercions de pàgina/any i 4 redaccionals a doble pàgina
REVISTA XURDIMENTO	Local	2 insercions de pàgina/any
REVISTA GROC	Hiperlocal	8 insercions de pàgina/any
REVISTA EL TEMPS	Nacional	1 inserció de pàgina/any
REVISTA EKKE	Hiperlocal	2 insercions pàgina/any i plurireportatge

**EMISSORES RADIOFÒNIQUES**

MITJÀ	TIPUS	FALQUES
UA1 RÀDIO	Local	Falques, patrocini i retransmissions esportives
UA1 RÀDIO	Local	Promoció, producció i emissió programa especial amb motiu del III Congrés Català de Repoblament
RÀDIO TREMP	Hiperlocal	270 falques
COPE LLEIDA	Local	Falques diferents campanyes i programes especials
GUM FM	Hiperlocal	Programa especial
EMUN RÀDIO	Hiperlocal	Falques i programa Aquí l'oest
ONDA CERO	Local	Falques diferents campanyes
RAC 1	Nacional	Falques diferents campanyes
RÀDIO LLEIDA	Local	Falques diferents campanyes i programes especials



RÀDIO TÀRREGA	Hiperlocal	Falques diferents campanyes i programes especials
---------------	------------	---

## **2. Accions de difusió específiques**

També s'inclouen en aquest pla accions de difusió específiques vinculades a la participació en actes organitzats tant per la Diputació com per altres organismes, entitats o administracions públiques del territori.

Aquestes accions poden estar associades a:

- Jornades institucionals o temàtiques
- Fires, congressos o trobades sectorials
- Esdeveniments de caràcter local, comarcal o supramunicipal
- Actes de presentació o cloenda d'iniciatives
- Activitats de difusió impulsades per altres administracions.

La difusió vinculada a aquests actes es considera una eina clau per reforçar la comunicació institucional, apropar els projectes a la ciutadania i generar sinergies amb altres iniciatives, maximitzant-ne l'impacte comunicatiu.

El càlcul estimat que es destinarà a les accions de difusió específiques és de 40.000 €.

## **3. Patrocinis**

La Diputació podrà utilitzar la fórmula del patrocini per aquelles iniciatives de difusió proposades per mitjans de comunicació que presentin un caràcter singular i que s'emmarquin en esdeveniments propis dels mitjans o en accions vinculades a temàtiques socials d'actualitat i interès públic, sempre que aquestes s'alineïn amb els objectius comunicatius i els valors institucionals.

Cada proposta serà valorada de manera individualitzada, atenent a criteris com la coherència amb l'estratègia de comunicació institucional, l'abast, el perfil de públic destinatari i el valor afegit de la iniciativa.

El càlcul estimat que es destinarà als patrocinis és de 80.000 €.

## **4. Actes dels organismes autònoms i altres ens dependents**

Des del Servei de Comunicació de la Diputació de Lleida es dona suport als organismes autònoms i consorcis adscrits en la difusió d'aquelles accions de caràcter transversal que, tot i que en alguns casos disposen d'un pla de comunicació propi, requereixen l'acompanyament funcional i l'assessorament especialitzat del departament per tal de garantir una comunicació coherent, eficient i alineada amb l'estratègia institucional.

Aquests organismes són el Patronat de Promoció Econòmica, l'Institut d'Estudis Ilerdencs, l' OAGRTL i el Patronat de Turisme Terres de Lleida.



Per tant, el present pla de comunicació també inclou i dona cobertura a les accions i actes promoguts per aquests ens, en la mesura que s'emmarquen dins de les línies estratègiques de la Diputació de Lleida i tenen un interès institucional compartit.

## **V. MITJANS DE COMUNICACIÓ**

Independentment del canal comunicatiu de cada mitjà, la Diputació de Lleida distingeix entre la següent tipologia de mitjans:

- 1) **Locals**, que són els que s'elaboren per empreses editores fincades a les comarques de Lleida, Pirineu i Aran i amb capacitat de difusió al llarg de tot el territori independentment de la seva tipologia (escrit, web, ràdio, televisió).
- 2) **Hiperlocals**, que són els que s'elaboren per empreses editores fincades a les comarques de Lleida, Pirineu i Aran amb difusió centrada en una part del territori independentment de la seva tipologia (escrit, web, ràdio, televisió).
- 3) **Nacionals amb corresponsalia local**, que són els que s'elaboren per empreses editores fincades fora de les comarques de Lleida però que disposen d'una corresponsalia o oficina al territori, factor que garanteix la producció de continguts de proximitat independentment de la seva tipologia (escrit, web, ràdio, televisió).
- 4) **Nacionals sense corresponsalia local** però amb difusió significativa a la demarcació, que sense prestar atenció permanent als continguts de proximitat sí que tenen contrastada audiència local i públic objectiu per als missatges que difon la Diputació.

Aquesta categorització és bàsica per a entendre la distribució final de la publicitat institucional en el mercat publicitari, en el qual la unitat de mesura no és el preu final de l'anunci sinó el preu per impacte: a quantes persones s'arriba amb un mateix anunci en funció de les audiències de cada mitjà, prioritzant aquelles accions en les quals el públic objectiu ha de ser la ciutadania que viu a les comarques de Lleida, Pirineu i Aran i aquella que hi viu fora d'aquest àmbit territorial però també pot ser objectiu de determinats missatges institucionals.

Per últim, es considera oportú posar de manifest que la implementació de les accions previstes en aquest Pla es duran a terme de conformitat amb la normativa vigent, en especial la reguladora de la contractació aplicable prevista a la Llei 9/2017, de contractes del sector públic, en concordança amb la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional.

Lleida, a data de la signatura electrònica

L'assessora de Comunicació institucional