



Transparencia

## PUBLICIDAD INSTITUCIONAL MUNICIPAL SOBRE EL CENTRE POMPIDOU MÁLAGA

La publicidad institucional municipal alusiva al Centre Pompidou Málaga se enmarca en una campaña sobre la ciudad de Málaga como destino cultural cuyo eslogan es “Málaga, donde la cultura es capital”. Se trata de publicidad institucional, tal como se establece tanto en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional (BOE, 30/12/2005); como en la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía (BOJA, 18/04/2005).

La publicidad institucional municipal sobre el Centre Pompidou Málaga tiene como propósito promocionar la nueva oferta cultural de la ciudad (el destino urbano que más crece de España) en todo el país mediante medios de comunicación con cobertura nacional, además de comunicar a los malagueños una actuación pública de relevancia e interés social mediante soportes exteriores. Dado que Málaga será la primera sede fuera de Francia del Centre Pompidou, y que no habrá otra en España, el Área de Comunicación del Ayuntamiento puso en marcha en 2014 una campaña sobre el Centre Pompidou Málaga.

1/3

Todas las cantidades incluyen el IVA.

1. **Diseño.** El diseño, la creatividad, el desarrollo de los soportes gráficos y las adaptaciones de la publicidad sobre el Centre Pompidou Málaga han corrido a cargo de la empresa ADOS Publicidad y Diseño Audiovisual SL, por importe de 4.840 euros.
2. **Producción.** La producción de banderolas y muppies ha corrido a cargo de Ikono Soluciones, SL, por importes que se detallan en el siguiente punto.
3. **Soportes exteriores**
  - a. Banderolas: 200, colocadas a partir del 20 de diciembre de 2014, por importe de 5.556 euros (colocación incluida). La ocupación del espacio no tiene coste.
  - b. Muppies en relojes-termómetros: 79 a doble cara (158 en total), por importe de 1.414,1 euros. De su colocación, el 15 de diciembre de 2014, se ocupó Clear Channel España por importe de 968 euros. La ocupación del espacio no tiene coste.
  - c. Muppies:
    - i. En Málaga, 70, colocados desde el 22 de diciembre de 2014, por importe de 626,5 euros. La ocupación del espacio no tiene coste.



- ii. En Madrid, Sevilla, Granada y Córdoba, 160 sin coste para el Ayuntamiento (tampoco de producción), desde el 26 de enero hasta el 2 de febrero de 2015.
- d. Aparcamiento Avenida de Andalucía: vinilos en las cristaleras del 26 de enero al 30 de mayo de 2015, por importe de 4.895,66 euros en producción (Ikono Soluciones, SL) y 21.600 en alquiler del espacio (Smassa).

#### **4. Inserciones en medios de comunicación**

- a. Grupo Vocento
  - i. Diarios regionales: dos páginas en cada una de las 13 cabeceras ('El Correo', 'El Diario Vasco', 'El Diario Montañés', 'La Verdad', 'Ideal', 'Hoy', 'Sur', 'La Rioja', 'El Norte de Castilla', 'El Comercio', 'Las Provincias' y 'La Voz de Cádiz'), los domingos 14 y 21 de diciembre de 2014, por importe de 43.560 euros; y una página en el anuario de Sur, el miércoles 31 de diciembre de 2014, por importe de 968 euros.
  - ii. 'ABC' (498.000 lectores): dos páginas en el cuadernillo 'ABC Cultural', los sábados 13 y 20 de diciembre de 2014, por importe de 7.260 euros.
  - iii. Todos los diarios (los 13 regionales y 'ABC'): una página en el suplemento dominical 'XL Semanal' (2.292.000 lectores), el domingo 14 de diciembre de 2014, por importe de 18.150 euros. Esta misma página se publicó en el 'Magazine' (781.000 lectores) del Grupo Godó, dado que es un producto que se comercializa conjuntamente (se distribuye con 'La Vanguardia', 'La Nueva España', 'Levante-EMV', 'Faro de Vigo', 'Información', 'La Provincia-Diario de Las Palmas', 'Diario de Mallorca', 'La Opinión de Murcia', 'La Opinión de Zamora', 'La Opinión A Coruña', 'Diario de Ibiza', 'La Opinión de Málaga', 'La Opinión de Tenerife', 'Deia Noticias de Bizkaia', 'Diario de Noticias', 'Diario de Noticias de Álava' y 'Noticias de Gipuzkoa').
- b. Grupo Prisa: una página en 'El País Semanal' (1.384.000 lectores), el domingo 14 de diciembre de 2014, por importe de 12.100 euros; una página en 'El Viajero' en el número de diciembre de 2014 y presencia todo el año 2015 en su web por importe de 8.470 euros; dos páginas en el cuadernillo 'Babelia' de 'El País' (1.610.000 lectores), los sábados 13 y 20 de diciembre de 2014, por importe de 9.922,90 euros.
- c. Unidad Editorial: dos páginas en 'El Cultural' de 'El Mundo' (1.066.000 lectores), los viernes 12 y 18 de diciembre de 2014, por importe de 4.080 euros; una página en 'Fuera de Serie', que también se distribuye con 'El Mundo', el domingo 14 de diciembre por 3.360 euros (precio especial por generación anterior de bolsa de consumo).



- d. Grupo Joly: dos páginas en cada una de las nueve cabeceras ('Diario de Cádiz', 'Diario de Jerez', 'Europa Sur', 'Diario de Sevilla', 'El Día de Córdoba', 'Huelva Información', 'Granada Hoy', 'Málaga hoy' y 'Diario de Almería'), los domingos 14 y 21 de diciembre de 2014, por importe de 10.000,25 euros; una página en el anuario de 'Málaga hoy', el miércoles 31 de diciembre de 2014, por importe de 2.329,25 euros.
- e. Prensa Ibérica: dos páginas en 'La Opinión de Málaga', una el domingo 14 de diciembre de 2014 y otra el miércoles 31 de diciembre de 2014 (anuario) por importe de 5.783,80 euros. También se incluyó una página en el suplemento dominical distribuido por este diario y todos los de su grupo (véase 1. a. iii.).
- f. Grupo Hola: una página en la revista 'Hola Viajes', en su número de diciembre de 2014, por importe de 9.164 euros.
- g. Grupo Planeta: cuatro páginas en 'La Razón' (270.000 lectores), los sábados 13 y 20 de diciembre de 2014 y los domingos 14 y 21 de diciembre de 2014, por importe de 4.210 euros.
- h. Grupo 20 minutos: una página, el viernes 12 de diciembre, en todas las ediciones de '20 minutos' (1.066.000 lectores), por importe de 3.025 euros.
- i. Grupo COPE: cuatro cuñas semanales de 40 segundos durante los meses de noviembre (los sábados 1, 8, 15, 22 y 29) y diciembre de 2014 (los sábados 6, 13, 20 y 27) en el programa radiofónico nacional 'La noche de Adolfo Arjona', por importe de 10.043 euros.

3/3

Los datos de audiencia citados corresponden a la última oleada del Estudio General de Medios (EGM), de febrero a noviembre de 2014, disponible en la página web de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([www.aimc.es](http://www.aimc.es)), donde pueden consultarse.

El importe total destinado hasta la fecha a la publicidad institucional sobre el Centre Pompidou Málaga es de 192.326,46 euros.

Málaga, 30 de enero de 2015