

MEMÒRIA DE GESTIÓ ANUAL 2023

Direcció gerència de Mataró Audiovisual

1. Introducció

Aquesta és la memòria de gestió de l'equador del mandat de l'actual direcció gerència, que va ser nomenada el 9 de setembre de 2021, per acord del Consell d'Administració de 31 d'agost del mateix any. La de l'any passat era una memòria que explicava un procés de transició del model dels mitjans públics. En aquesta ocasió, en canvi, es tracta d'un document centrat, fonamentalment, en mesures de consolidació de les iniciatives previstes en el Pla Estratègic 2022-2025. Aquest Pla és el marc de consens que fixa els objectius per a Mataró Ràdio i tvmataró, subordinats a la disponibilitat pressupostària.

2. Gerència

2.1. Contracte programa 2023-2026

Mataró Audiovisual ha tancat un nou contracte programa aquest 2023, després d'un any amb el contracte anterior vençut. La justificació de l'endarreriment ha estat la necessitat de completar el Pla estratègic 2022-2025, per assegurar la coherència entre els dos documents.

2.1.1. Nova cartera de serveis per a l'Ajuntament de Mataró

El nou Contracte programa 2023-2026 redueix la cartera de serveis i n'incrementa els preus. D'una banda, el motiu de la reducció de la cartera de serveis és un gir en l'estratègia de negoci de l'entitat, que se centra en la difusió i que, per tant, només contempla la producció de continguts pensats per ser distribuïts a través de les antenes i les xarxes socials de tvmataró i Mataró Ràdio. I, de l'altra, el motiu de l'increment de preus és per evitar el dèficit de l'entitat. A tall d'exemple, Mataró Audiovisual prestava el servei de *streaming* a una càmera a 180 €, a l'entorn de 240 € per sota del preu de mercat, amb més despeses que ingressos. L'actualització dels serveis no contempla l'obligatorietat dels departaments de l'Ajuntament d'encarregar els productes audiovisuals a Mataró Audiovisual, que és una directriu aplicada de facto fins a l'aprovació del nou contracte.

Tot plegat respon a la necessitat d'orientar els serveis cap a la ciutadania i no cap a la corporació, amb la lògica de funcionament d'un mitjà de comunicació en lloc d'una productora municipal, tal com indica el Pla estratègic 2022-2025.

A més d'aquest principis general, les novetats del Contracte programa 2023-2026 són les següents:

2.1.2. Adaptació a la Llei de l'audiovisual

El document incorpora per primera vegada referències a la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, i fa especial èmfasi en "l'autonomia de la gestió directa i quotidiana del servei respecte dels òrgans de govern corresponents". En aquest sentit, subratlla que aquesta autonomia "s'ha de garantir per mitjà de la subscripció del contracte programa corresponent, el qual ha de proveir els fons necessaris per a la prestació adequada del servei" (art. 33).

2.1.3. Redefinició de la missió del servei públic

- a) Liderar la informació periodística de Mataró i el Maresme.
- b) Proporcionar continguts audiovisuals de proximitat i d'interès per a la ciutadania de Mataró.
- c) Promoure la transparència, el debat i la participació democràtica.
- d) Contribuir a l'exercici de la capitalitat de Mataró, d'una banda, com un instrument de cohesió del seu entorn més immediat; de l'altra, amb l'exportació del territori a través de la Xarxa Audiovisual Local.
- e) Estimular la producció audiovisual vinculada a Mataró i al seu entorn immediat.
- f) Generar i conservar l'arxiu audiovisual propi de l'activitat dels respectius mitjans de comunicació.
- g) Produir tots els continguts amb pluralitat, pluralisme, equilibri, veracitat, rigor i honestat; amb escrupolós respecte pel Decàleg de bones pràctiques de la comunicació local (2003) i del Codi Deontològic (2006).
- h) Adaptar la distribució d'informació de proximitat als canvis en els hàbits de consum.
- i) Promoure l'accessibilitat de les persones amb discapacitat als continguts audiovisuals.

2.1.4. Establiment d'objectius específics i indicadors de compliment

Missió	Objectiu específic	Indicador de compliment
A, B, C, D, F, G	Servei públic continu	Torns de personal per cobrir tots els caps de setmana
	Serveis informatius Mataró Ràdio	Butlletins horaris 24 hores a Mataró Ràdio de dilluns a diumenge
		Informatiu matinal de 30 minuts a Mataró Ràdio en simulcast de dilluns a divendres
	Serveis informatius tmataró	Entrevista matinal de 30 minuts a Mataró Ràdio en simulcast de dilluns a divendres
		Programa de dues hores setmanals dedicat a la informació esportiva a tmataró
		Programa d'una hora setmanal dedicat a l'activitat cultural a tmataró
		Programa d'una hora setmanal dedicat al debat d'actualitat a tmataró
		Programa d'una hora setmanal dedicat a l'anàlisi d'actualitat a tmataró
		Mínim d'un informatiu diari de 45 minuts, de dilluns a divendres a tmataró
		Explotació diària de l'arxiu històric de Televisió de Mataró (TVM) a tmataró
		Un programa de balanç de l'any (entrevistes i resum de l'any)
		Mínim d'un debat i d'un programa especial dedicat a les eleccions municipals a tmataró
		La retransmissió d'un mínim de 12 esdeveniments socials o culturals a tmataró
	La retransmissió d'un mínim de 12 partits de clubs esportius a tmataró	
A, H, I	Distribució de continguts a través de plataformes digitals	Actualització de les xarxes @mataroradio i @tmataro de dilluns a diumenge
		Actualització de l'OTT laxarxa+ de dilluns a diumenge
		Actualització de tmataro.cat de dilluns a diumenge
D	Participació en coproduccions	Mínim de sis aportacions setmanals de tmataró a la programació sindicada de laXarxa
E	Col·laboració amb productores	Mínim de 20.000 €/any per a treballs audiovisuals externs
C	Donar veu a les entitats	Suport tècnic per a un mínim de 50 programes/any fets per col·laboradors a Mataró Ràdio Retransmissió de l'Audiència Pública anual
	Resum anual d'audiències	Incorporació de les dades d'audiències disponibles a la memòria de gestió anual de tmataró i Mataró Ràdio

2.2. Mitjà propi de l'Ajuntament de Mataró

L'Ajuntament de Mataró pot fer encomanes a Mataró Audiovisual sense convocar cap concurs públic gràcies a la consideració de l'entitat com a "mitjà propi", condició que ostenta des d'aquest 2023, després del corresponent canvi en els Estatuts. Aquesta atribució, que ha estat possible gràcies a la col·laboració de Gestió Econòmica de l'Ajuntament de Mataró, la secretaria i l'equip de Mataró Audiovisual, permet que l'entitat pugui prestar tots els serveis previstos al Contracte programa 2023-2026 "de conformitat amb els requisits establerts en l'article 32.2 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic (9/2017)".

2.3. Estratègia de negoci

Mataró Audiovisual ha orientat la seva estratègia de negoci cap a la distribució de continguts a través de l'FM, la TDT, l'OTT, la web i les xarxes socials. És a dir, que ha recentrat la seva activitat en els continguts audiovisuals relacionats amb Mataró i el Maresme, basats en l'interès de l'audiència. Això, en detriment de les produccions de vídeo industrial i corporatiu sense component de servei ni d'utilitat pública, que pot produir qualsevol productora privada. L'estratègia, per tant, consisteix en donar valor a la capacitat de distribució dels continguts a través de les pròpies plataformes. En relació amb el negoci, llevat d'excepcions clarament rendibles o de fidelització, Mataró Audiovisual només produeix, d'una banda, continguts audiovisuals de servei públic, orientats a la ciutadania, que tinguin el corresponent patrocini; i de l'altra, continguts coproduïts amb la Xarxa Audiovisual Local que siguin rendibles, tinguin relació amb Mataró i el Maresme i encaixin amb les lògiques de producció de Mataró Ràdio i tmataró.

Resumint-ho, l'estratègia consisteix en:

- a) L'important no és el volum de facturació sinó el marge de negoci.
- b) La rendibilitat de l'estratègia de negoci s'ha de mesurar tenint en compte la funció social dels mitjans públics.
- c) L'Entitat Pública Empresarial existeix per cobrir un buit, no pas per prendre la feina a les productores privades.
- d) Tota l'activitat de Mataró Audiovisual ha de servir per alimentar les antenes i les xarxes de la ràdio i la televisió públiques amb continguts de proximitat.

2.3.1. Oferta publicitària segmentada

Junt amb l'increment de la producció de continguts, Mataró Audiovisual ha desenvolupat una oferta comercial segmentada per públics i campanyes, adaptada a les necessitats de cada client. L'altra novetat de l'oferta publicitària és un paquet anual que inclou publicitat per a totes les grans retransmissions, amb cost prorratejat mensualment.

2.3.2. Programes per a la xarxa

2.3.2.1. Exportar Mataró

Tant el Pla estratègic 2022-2025 com el Contracte programa 2023-2026 estableixen que una de les missions de Mataró Audiovisual és exportar Mataró i contribuir a l'exercici de la capitalitat comarcal. És per això que tvmataró participa activament en la programació informativa de La Xarxa.

2.3.2.1.1. Fet a Mida, Via15 i 180

Entre una i quatre connexions diàries, en directe, des de tvmataró per a la resta de televisions locals de Catalunya. Mataró Audiovisual s'ha convertit en una de les coproductores més actives dels programes Fet a Mida (tot Catalunya), Via15 (demarcació de Barcelona) i 180 (tot Catalunya), que emeten conjuntament els més de 40 canals adherits a La Xarxa. Es tracta de programes que s'adapten a les lògiques de producció de tvmataró, fets a partir de connexions en directe, que fan possible les economies d'escala i que exporten Mataró i el Maresme més enllà del propi territori, a més de comparar la realitat de la ciutat i la comarca amb la de resta de Catalunya. A més, aquestes connexions contribueixen al finançament del canal.

2.3.2.1.2. Documental "No n'hi ha prou"

tvmataró ha coproduït amb La Xarxa el documental "No n'hi ha prou", que compara Les Santes amb altres festes majors de Catalunya, com la Patum de Berga. Aquest és un contingut amb Mataró en el centre, però amb visió

nacional, d'interès per tot Catalunya, que permet exportar Mataró a la resta del Principat.

El documental es va preestrenar el dia 24 de juliol, a l'inici de Les Santes, amb un acte presentat pel periodista Espartac Peran, previ a la projecció amb una pantalla de grans dimensions. L'acte va aplegar prop de mig miler de persones. Posteriorment, el documental es va estrenar el dia 30 de juliol i es va reemetre pel conjunt de les televisions locals els dies 15 d'agost i 4 de setembre.

L'audiència acumulada del documental, segons dades proporcionades per La Xarxa, ha estat de 125.683 espectadors.

2.3.2.2. Tornar a l'essencial

El 2022 tvmataró ja va prescindir de la presentació del programa Connecticut, que no aportava cap valor afegit a la cadena i que, a més generava dèficit.

Aquest 2023, després de l'estiu, Mataró Audiovisual també ha cancel·lat la coproducció de dos programes més. D'una banda, el NEX cap de setmana, de Mataró Ràdio. De l'altra, la participació en el programa The Weekly Mag.

El NEX cap de setmana és un informatiu nacional que ha fet Mataró Ràdio per a totes les emissores locals de Catalunya vinculades a La Xarxa. Inicialment, el 2021, Mataró Audiovisual tenia dos redactors destinats a aquesta producció, amb un cost d'empresa de 44.000 € i uns ingressos de 36.000 €. Posteriorment, amb la posada en marxa dels torns de cap de setmana per acord col·lectiu de 7 d'octubre de 2021, l'equip assignat al NEX passa a ser d'un redactor en obra i servei, amb el suport rotatiu dels periodistes de plantilla. D'aquesta manera, la coproducció deixa un marge positiu a l'entorn dels 14.000 €. Això no obstant, les condicions del lloc de treball (contracte de 22'5 hores setmanals en divendres, dissabte i diumenge) afavoreixen la inestabilitat del lloc, amb substitucions permanents que posen en qüestió la continuïtat de l'estil i les garanties del directe. A més, la reforma laboral deroga les condicions dels contractes d'obra i servei, cosa que multiplica el risc de conflictivitat laboral. És per tot això que Mataró Ràdio ha deixat aquest servei.

L'altre programa, The Weekly Mag, és un espai en anglès, sense cap vinculació amb Mataró i el Maresme. L'assignació d'una professional a la producció d'aquest contingut tenia un cost d'empresa de 36.177,77 € més els corresponents desplaçaments. Tot plegat sumava a l'entorn de 38.000 €/any i, en canvi, els ingressos només podien arribar, en el millor dels

casos, als 36.000 €. tvmataró ha deixat de participar-hi perquè generava dèficit i no tenia cap component local.

La cancel·lació de la participació de Mataró Audiovisual en aquestes produccions comporta una caiguda de la facturació a La Xarxa de 72.000€ anuals.

2.3.3. Programes patrocinats

Tota l'energia que Mataró Audiovisual dedicava a "Mataró produccions", que fins i tot tenia una marca pròpia, va ara destinada a la producció de continguts de proximitat, orientats a la ciutadania; però amb el patrocini de diverses entitats amb qui tvmataró pretén sumar els esforços.

2.3.3.1. NEM

tvmataró i el NEM han signat un conveni de col·laboració amb diverses accions destinades a la producció i difusió de continguts audiovisuals de proximitat. L'objectiu d'aquestes accions és la promoció de Mataró i de la seva oferta comercial.

2.3.3.1.1. Segona edició de QCC

El Qui Corre Compra (QCC) és un concurs entre dos participants. Guanya el que és capaç de recórrer tota una llista d'establiments comercials i d'adquirir-hi productes per un determinat valor. La segona edició d'aquesta iniciativa ha tingut molt d'èxit entre els comerciants i, de fet, diversos establiments n'han quedat fora per falta d'espai.

2.3.3.1.2. Shopping night

Un programa especial, en directe, des del carrer, en motiu d'una nit de compres, oci i gastronomia per dinamitzar el comerç local. Es tracta d'una cita que compta amb la participació de més de 100 empreses i diverses activitats al carrer.

2.3.3.1.3. EmpreNEM

EmpreNEM és una oferta comercial especial, adreçada exclusivament als associats del NEM, amb avantatges econòmics per a l'emissió de vídeos promocionals durant les principals campanyes de l'any. Es tracta de vídeos d'un minut i escaig —molt més llargs que un spot tradicional- que donen a conèixer tant

l'oferta comercial com l'emprenedor que hi ha al darrere, fent especial èmfasi amb la seva relació amb la ciutat.

2.3.3.2. FAGEM

La col·laboració amb la FAGEM ha consistit en la retransmissió, per segon any consecutiu, de la Nit de l'Empresariat, amb diverses entrevistes prèvies a l'inici de l'acte. La producció dels diferents vídeos de la gala també ha anat a càrrec de tvmataró, un servei que queda justificat per l'emissió de la gala, convertida en un programa de televisió.

2.3.3.3. Port de Mataró i Ports de la Generalitat

Per primera vegada, tvmataró i el Port de Mataró han sumat esforços per fer possible una sèrie de 12 capítols de 8 minuts cadascun, anomenat "Gent del Port". El programa ha presentat 12 personatges vinculats a la vida a l'entorn del Port, des de les activitats comercials fins a les científiques, passant pel manteniment dels pantalans i de les embarcacions. El programa ha abordat les iniciatives de l'equipament per confondre's amb la trama urbana de la ciutat, a favor de la sostenibilitat i per a la promoció de l'economia blava. De moment, no hi ha finançament per a una segona temporada.

2.3.3.4. Associació de Venedors del Mercat de la plaça de Cuba

Aquest 2023 s'ha estrenat la segona temporada del programa "Cuinem a la plaça", composta per 12 capítols. En aquesta ocasió, el programa s'ha traslladat al plató de tvmataró, ha triplicat la durada i ha incorporat consells nutricionals. Entre altres novetats, les receptes de la segona temporada les han cuinat els propis paradistes, en lloc de cuiners de Mataró i el Maresme. Tant des del punt de vista dels continguts com de l'estètica, "Cuinem a la plaça" ha fet un salt de qualitat. De moment, no hi ha finançament assegurat per a una tercera temporada.

2.3.3.5. ViscalMaresme

El Consell Comarcal del Maresme ha reprès la col·laboració amb la televisió, amb al patrocini d'un programa protagonitzat pels usuaris dels serveis de l'administració supralocal, com les borses d'habitatge, les laborals o els centres d'acollida d'animals domèstics. Són 12 capítols, l'estrena dels quals està prevista pel mes de desembre, amb una durada de 5 minuts cadascun. Es tracta d'una col·laboració modesta, però que té valor perquè és la primera des que el Consell Comarcal es va desvincular del consorci comarcal de TDT.

2.3.3.6. Fem Mataró Neta

Aquesta temporada tvmataró també ha estrenat la sèrie de 15 píndoles “Fem Mataró Neta”, patrocinada per Fomento de Construcciones y Contratas, que és l’empresa que presta el servei de neteja a Mataró. Són píndoles dedicades a la divulgació dels serveis relacionats amb la recollida de la brossa i amb la sostenibilitat, que arriben ja produïdes a la televisió.

2.4. Reorganització de l’estructura

Els reptes que Mataró Audiovisual ha plantejat per a tvmataró i Mataró Ràdio han comportat que l’estructura s’adaptés progressivament a les noves necessitats.

2.4.1. Canvi de nomenclatura

Els noms contribueixen a fer la cosa. Inicialment, la cadena de comandament estava estructurada de la següent manera:

Gerent
Cap
Coordinador de programació bàsica

Aquesta nomenclatura és més pròpia de l’administració que d’un mitjà de comunicació, de manera que pot generar certa confusió. És per això que la nova estructura manté les mateixes retribucions però amb uns noms que corresponen a les funcions dels mitjans de comunicació de dimensions anàlogues:

Director gerent
Subdirectors (gerencial —està vacant—, de continguts i tècnic)
Caps (de redacció, d’esports, de digital i de produccions)

2.4.2. Organització per àrees

Mataró Audiovisual s’estructura en tres grans àrees dependents de la direcció gerència.

2.4.2.1. Àrea de gerència

Equip d’administració, format per una subdirecció gerencial (vacant) i per una professional dedicada a la comptabilitat i als recursos humans.

Equip de Negoci, format per dos professionals amb categoria de caps. D'una banda, la cap de Negoci (Anna Martínez) i, de l'altra, un realitzador (David Figuera). La responsabilitat d'aquest equip és la gestió i producció de la publicitat i els programes de *branded content*, així com l'autopromoció de Mataró Ràdio i tvmataró.

2.4.2.2. Àrea de continguts

Equip dedicat a la producció dels continguts previstos al contracte programa, que engloben tant el suport als col·laboradors de Mataró Ràdio com, fonamentalment, els serveis informatius que fan possible el Mataró al dia de tvmataró; i l'Informatiu matí, els butlletins horaris i l'Entrevista de Mataró Ràdio. Encapçalat per la subdirecció de continguts (Pep Andreu), de qui depenen la professional dedicada a la producció dels programes i tres caps que organitzen tant la redacció com els equips tècnics. Són el cap de redacció (Josep M. Spa), que és qui planifica les assignacions del conjunt de la redacció, comptant-hi tots els tècnics -a excepció que el subdirector tècnic els reclami per a tasques específiques-; el cap d'esports (Oriol Debat); i la cap de digital (Anna Gual). És una estructura amb divisió de responsabilitats concretes, que acaba amb el comandament per franges horàries.

2.4.2.2.1. Una aposta estratègica

D'una banda, la nova organització respon a la necessitat de cohesionar la redacció. De l'altra, és un reflex de la imprescindible aposta de Mataró Audiovisual per la distribució de continguts a través de la xarxa. En lloc d'incrementar comandaments, aquesta reorganització permet que hi hagi un cap especialitzat en l'àmbit digital.

2.4.2.2.1.1. Una nova web

Està previst que tvmataró estreni una nova web a finals d'any, adaptada a l'actual imatge de la televisió. La pàgina, que està en construcció, ha de presentar tant la producció audiovisual per TDT i FM com per a les xarxes socials, amb una estètica actual i atractiva.

2.4.2.2.1.2. La nova OTT

Aquest any, el conjunt de les televisions de La Xarxa han posat en marxa l'OTT laxarxames.cat. Es tracta d'una espècie de Netflix o d'Amazon Prime de les televisions locals, amb un *catch up* d'una setmana, que

permet recuperar tota la programació dels últims set dies i reproduir-la des de qualsevol ordinador, tauleta o telèfon mòbil i, també, des de smartTV. La mateixa aplicació també permet la reproducció de tvmataró via *streaming*. Laxarxames.cat ha substituït l'antic servei a la carta. La posada en marxa de la plataforma ha estat modesta, entre d'altres, per la barrera que suposa la inscripció amb les dades personals i perquè l'aplicació només està disponible en determinats models i marques de smartTV. En paral·lel a la posada en marxa de laxarxames.cat, tvmataró també a migrat a youtube, amb una actualització diària dels principals continguts de la televisió.

2.4.2.2.1.1.3. Un nou canal de whatsapp

Portar les notícies al telèfon, proactivament. Aquest és l'objectiu del nou canal de whatsapp de tvmataró. La iniciativa està molt vinculada a la presentació de la nova web, perquè ha de servir per generar tràfic. Actualment, la homologació de la plana web és una de les assignatures pendents, junt amb la concepció del *digital first* per a totes les informacions que, fonamentalment, reuneixin dues característiques: rellevància informativa i no exclusivitat.

2.4.2.2.1.1.4. Un nou infopodcast diari de Mataró Ràdio

Enviat a través del canal de whatsapp, a primera hora del matí, amb un to distès i amb informació de servei. Diari, amb una durada màxima de tres minuts i coproduït amb La Xarxa. Un mes després del llançament, el nombre de subscripcions ha estat modest però el retorn per part dels subscriptors és generalment molt bo.

2.4.2.2.1.1.5. Les xarxes socials

Poques xarxes i ben fetes, amb criteris clars. Cal més aprofitament de la potencialitat d'Instagram, en la línia d'experiències com la de Gent del Port i Cuinem a la plaça. També cal consolidar el *reel* diari de Mataró al dia i la utilització de *stories* per generar tràfic cap a tvmataro.cat. Al marge d'això cal donar forma al twitter

de Mataró Ràdio i garantir l'accés a la programació des de totes les xarxes socials.

2.4.2.2.1.1.6. Monitorització de dades

Un dels reptes de l'àmbit digital és la monitorització de les dades relatives tant a la web com a les xarxes socials, per crear un quadre de comandament unificat i depurar l'estratègia, en funció dels resultats. Ara mateix, aquesta és una mancança molt important.

2.4.2.3. Àrea tècnica

Àrea dedicada a la direcció tècnica i al manteniment de les infraestructures i serveis necessaris per a la prestació del servei, que inclou tant les relacionades amb els equips audiovisuals com les vinculades a les telecomunicacions i a la seguretat. Liderada pel subdirector tècnic (Ferran Valls), de qui en depèn tot el personal tècnic de Mataró Audiovisual, malgrat que, habitualment, les assignacions estiguin delegades als caps dels serveis informatius.

2.5. Llançament de la nova imatge

A partir del mes de gener de 2023, tvmataró ha començat l'aplicació progressiva d'una nova imatge, associada a la substitució de la marca Mataró Audiovisual per "tvmataró", d'acord amb les conclusions del Pla estratègic, que indicaven la necessitat de recuperar un nom propi per a cada canal per dos motius. El primer, per facilitar-ne la identificació i, el segon, per utilitzar el nom de referència més popular, nascut amb la segona televisió local de Catalunya. El desplegament de la marca principal ha afectat tant la documentació interna com la retolació de la façana, els vehicles, la roba de treball i l'interior de les dependències de Mataró Audiovisual. Com a segona marca, també s'ha desplegat un nou logotip de Mataró Ràdio. Amb tot aquest procés, Mataró Audiovisual ha tornat a la seva funció inicial, que era el nom de l'Entitat Pública Empresarial i no la marca.

2.6. Recursos humans

2.6.1. Dotació del Fons social

Malgrat que no estava pressupostat, aquest 2023 s'ha posat en marxa, per primer vegada, el Fons social previst al Conveni col·lectiu de 2019, amb una dotació de 5.000 euros. Tot i que la proposta inicial de la direcció pretenia compensar el cost dels serveis amb paquets d'intercanvis publicitaris, les bases s'han adaptat a la petició de l'Assemblea de treballadors, que ha demanat poder-hi incloure proveïdors particulars.

A diferència del Fons social de l'Ajuntament de Mataró, el de Mataró Audiovisual dona el mateix dret d'accés al fons amb independència de les circumstàncies personals de cada professional. És a dir, que tothom té dret a percebre ajuts per la mateixa quantitat.

Els criteris del Fons social, validats per la Comissió paritària del I Conveni col·lectiu, estableixen que els ajuts aniran destinats a serveis òptics no estètics, dentista, fisioteràpia, osteopatia, gimnàs i teràpies psicològiques, holístiques o alternatives.

2.6.2. Procés d'estabilització

Aquest 2023 Mataró Audiovisual ha publicat les resolucions d'admesos i exclosos i els tribunals dels concursos de mèrits i oposició del procés d'estabilització del personal interí, segons el que estableix la Llei21/2022.

Aquest procés ha de servir per passar a fixes aquests llocs, per les vies següents:

Lloc	Places	Via
Tècnic	2	Concurs oposició
Tècnic	1	Mèrits
Administratiu	1	Mèrits
ENG	2	Mèrits
ENG	4	Concurs oposició
Enginyer	1	Mèrits

Les proves presencials tindran lloc l'any que ve. Concretament, els dies 7, 8, 9 i 10 de maig (ENG) i el 14, 15, 16 i 17 de maig, de 10:00 a 15:00 hores (tècnics).

L'estabilització requereix una especialització i una expertesa de la qual no disposa Mataró Audiovisual. A més, l'estabilització ha comportat la saturació de l'equip d'administració, degut al volum de documentació i tràmits que requereix un procés com aquest.

2.6.3. Conflictivitat

Durant el 2023 hi ha hagut dos acomiadaments i cap dels dos no s'ha judicialitzat.

El primer cas és el d'un professional interí, contractat a finals de l'any 2022 amb 22'5 hores setmanals distribuïdes en tres jornades de 7'5 hores en

divendres, dissabte i diumenge. El contracte era perquè el periodista assumís l'edició del NEX cap de setmana, un informatiu nacional per a totes les emissores de la Xarxa. Com que una de les decisions estratègiques ha estat deixar de produir aquest informatiu, es va acomiadar la persona contractada per fer aquesta feina.

El segon cas és el d'una professional amb una antiguitat de 17 anys, des de l'inici de Mataró Ràdio, per la via de l'article 41 de l'Estatut dels Treballadors. Actualment, la professional estava dedicada a la producció del programa de la Xarxa The Weekly Mag, que Mataró Audiovisual ha deixat de fer aquest juliol. Les condicions de treball que Mataró Audiovisual ha ofert a la professional no s'adaptaven a les seves necessitats i és per això que ella, en exercici del seu dret, ha sol·licitat l'acomiadament amb una indemnització de 20 dies per any treballat.

2.6.4. Reducció de personal

Als dos acomiadaments de l'exercici s'hi ha de sumar una excedència voluntària aprovada el mes de febrer, amb efectes a partir del març. Per tant, aquest 2023 Mataró Audiovisual ha reduït tres llocs de treball de la plantilla. Aquests tres llocs se sumen als tres de l'any anterior. Per tant, l'entitat ha passat de les 31 persones del 2021 a només 25 en l'actualitat. Això significa una reducció del 20% de la plantilla.

L'objectiu de la reducció és doble. D'una banda, dimensionar l'equip d'acord amb les funcions bàsiques de l'empresa, les essencials, que només poden comptar amb suports externs de forma excepcional. De l'altra, recórrer als suports externs per a tots els desplegaments excepcionals. És a dir, separar clarament el que són costos vinculats a serveis estructurals, amb personal propi; i els que són conjunturals, amb personal extern. D'aquesta manera, Mataró Audiovisual també ha de posar les condicions per complir amb una de les seves missions, que és la dinamització de la indústria audiovisual local. Sense aquesta reducció del 20% de la plantilla, els costos laborals del 2024 sumarien 190.973'23 euros més.

2.6.5. Incrementos salarials

En total, els increments salarials per a tècnics i periodistes del període 2019-2024 haurà estat d'entre un 30'9% i un 30'4%. Això s'explica, en primer lloc, per l'equiparació salarial de 2019 i els increments dels dos anys consecutius previstos al I Conveni col·lectiu. Bo i que els salaris inicials eren indignes, en el cas dels periodistes i dels tècnics, aquest acord va suposar un increment salarial del 20'90% en el cas dels ENG i del 21'40% en el cas dels tècnics. A aquests increments s'hi ha de sumar un altre 9'5% del 2021 al 2024, corresponent a l'acord entre els sindicats i el govern espanyol sobre

les retribucions del sector públic, amb un impacte de prop de 100.000 euros de despesa afegida.

2.6.6. Conveni col·lectiu

El vigent Conveni col·lectiu es va aprovar per al període 2019-2021 i s'ha renovat tàcitament fins ara, tot i que no respon a les actuals necessitats del servei.

Des del punt de vista de la direcció, la negociació d'un nou conveni ha d'abordar millores per la part social que, alhora, afavoreixin la prestació del servei públic.

- El cobrament del tercer dia de recuperació per cada cap de setmana treballat.
- El cobrament d'hores extra per als desplegaments de programes de gran format, com les retransmissions de la Cavalcada de Reis, la Rua de carnestoltes, la Processó general de Setmana Santa, la diada de Sant Jordi o Les Santes, entre d'altres.

L'objectiu d'aquestes dues mesures és fer pujar les nòmines sense afegir costos estructurals i, també, reduir el nombre de compensacions amb dies de festa. A la pràctica, això representa un reforç dels efectius disponibles.

La nocturnitat és una altra de les qüestions a revisar. Des del punt de vista de la direcció, el conveni estableix una nocturnitat que posa el servei en qüestió durant Les Santes, la Cavalcada o les eleccions municipals, amb una compensació de dues hores per cada hora treballada entre les 22:00 i les 07:00 hores. Per prestar el servei amb condicions, cal un pacte que permeti el treball durant Les Santes i altres esdeveniments puntuals sense la penalització de la nocturnitat i que, en canvi, n'incrementi el cost per a les cobertures fora d'aquests esdeveniments.

La negociació del nou conveni també hauria d'incloure la regulació dels festius especials, dels criteris de les vacances i del fons social de Mataró Audiovisual, que actualment es discuteixen via delegats sindicals i se sotmeten a criteri de l'Assemblea de treballadors.

La regulació de les vacances ha de garantir els recursos mínims imprescindibles durant l'alteració de la programació en períodes vocacionals i, alhora, els recursos necessaris per a la prestació del servei ordinari durant la resta de l'any, de forma proporcional a les necessitats de cada període.

En l'opinió de la direcció, cal que el mitjà continuï treballant per recuperar el respecte, la influència, la utilitat i, en definitiva, el reconeixement de la

ciutadania, que és l'única manera de garantir-ne el futur. En paral·lel a l'esforç colossal de la plantilla, també calen millores progressives de les condicions laborals. Condicions que, òbviament, inclouen els salaris, però no només. En aquest sentit, la direcció considera que la retòrica de l'equiparació de condicions laborals amb el personal funcionari és una equivocació, perquè la rigidesa de l'administració és incompatible amb el funcionament d'un mitjà de comunicació competitiu.

3. Continguts

3.1. Premi a la millor televisió 2023

tvmataró ha estat guardonada amb el Premi a la millor televisió als Premis de la Comunicació Local 2023, imposant-se a Canal Blau i al Canal Terres de l'Ebre, que eren els altres dos nominats d'aquesta categoria. El premi és un reconeixement a dos anys de transformació de Mataró Audiovisual, gràcies al compromís de tot l'equip del canal per prestar un servei públic útil a la ciutadania, que situa tvmataró com "un dels grans canals de televisió local de Catalunya". En la seva deliberació, el jurat ha destacat "la importància de la seva llarga trajectòria", recosint el fil històric entre Televisió de Mataró, la segona televisió local de Catalunya, d'iniciativa privada; amb l'actual canal públic. Precisament, el 2024 se celebrarà el 40 aniversari de la televisió a Mataró. L'antiga Televisió de Mataró també va rebre aquest reconeixement l'any 1996.

3.2. Programació

3.2.1. Mataró al dia, el programa del prime time

Aquest 2023 tvmataró ha consolidat Mataró al dia com el vaixell insígnia del canal, ubicat en el prime time. Es tracta d'un programa informatiu diari, de dilluns a divendres, fet en directe, de dues hores de durada. Presentat pel periodista Francesc Andrés, s'estructura en dues parts. La primera hora és un informatiu que dedica el 80% de l'atenció a Mataró i el 20% restant al Maresme, amb dues connexions en directe cada dia. Aquesta primera hora d'informació xucla la major part dels recursos de Mataró Audiovisual. La segona hora és temàtica, basada en entrevistes, tertúlies i debats, organitzada de la següent manera:

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
Esports	Debat temàtic	Tertúlia	Cultura	Esports

Mataró al dia s'emet en directe de les 20:00 a les 22:00 hores i es repeteix de les 22:00 a les 00:00 hores.

3.2.2. Nous programes de reaprofitament

El programa Mataró al Dia inclou seccions dedicades a la sostenibilitat, l'empresa, perfils de ciutadans i d'esportistes, l'educació, els jocs escolars, clubs esportius i a l'arxiu de l'antiga Televisió de Mataró. Durant el darrer trimestre de l'any, tvmataró començarà a reutilitzar aquests continguts per oferir programes temàtics que donen una nova utilitat als recursos dedicats a la producció de tota aquesta informació. És una experiència que tvmataró ha provat aquestes Santes, amb programes enllaunats per completar la programació en directe, fets del recapte de peces d'anys anteriors.

3.2.3. Reivindicació del pes específic de tvmataró en el conjunt de La Xarxa

Mataró és la vuitena ciutat de Catalunya i tvmataró és una de les televisions més importants de les adherides a La Xarxa. És per això que, progressivament, les produccions de La Xarxa afegeixen cada vegada més presència de tvmataró.

3.2.3.1. Fet a Mida, Via15, 180□, un acces time amb presència de Mataró

La coproducció del programa Fet a Mida, de La Xarxa i les televisions de tot Catalunya, dura dues hores i s'emet de les 16:30 a les 18:30 hores. Es tracta d'un programa tipus magazín, que inclou connexions en directe des de tot Catalunya, entre les quals, les de tvmataró. La televisió pública de la ciutat hi connecta entre dos i tres cops cada setmana.

La coproducció del programa Via15, de La Xarxa i les televisions de l'Àmbit Metropolità, ha passat de mitja hora a una hora. Per a fer-ho possible, tvmataró és una de les televisions més compromeses amb el projecte, amb la garantia d'una connexió diària des del Maresme. El Via15 és un programa que, a partir de l'actualitat, compara les realitats dels diferents municipis metropolitans. Es tracta d'un informatiu que s'emet de dilluns a divendres, de les 18:30 a les 19:30 hores.

L'última franja de l'acces time l'ocupa l'informatiu 180□, de les 19:30 a les 20:00 hores. Amb aquest programa, que compta amb connexions de televisions locals de tot Catalunya, tvmataró acaba d'incorporar tota l'audiència a qui ofereix el Mataró al dia a partir de les 20:00 hores.

El Fet a Mida i, especialment, els informatius Via15 i 180□ permeten aprofitar les connexions per a diferents programes, encara que sigui amb durades i enfocaments diferents. Per exemple, és possible que una connexió en directe es repeteixi per al programa Fet a Mida i per al

Mataró al dia, igual que es poden encadenar tres connexions en directe sobre el mateix tema als programes Via15, 180 i Mataró al dia. La reiteració no representa cap inconvenient, perquè recorda a les rodes informatives dels canals d'informació 24 hores. En canvi faciliten les economies d'escala i representen un estímul per l'equip, tant per l'ampliació de l'abast territorial de tvmataró com per la necessitat de l'última hora.

3.2.3.2. Esdeveniments especials (NNHP, Havaneres, Canet Rock)

En la línia estratègica d'exportar Mataró i el Maresme, aquest any La Xarxa ha emès el concert d'havaneres de Les Santes per totes les televisions locals de Catalunya. tvmataró també ha participat en la retransmissió del Canet Rock de Canet de Mar per la resta d'entitats adherides a La Xarxa. Però la col·laboració extraordinària més important entre La Xarxa i tvmataró ha estat la producció del documental "No n'hi ha prou", un homenatge a totes les persones que fan possible les festes majors, centrat en Les Santes, però amb presència de les festes de Tarragona, Granollers, Terrassa, Berga i Barcelona. Aquest documental també s'ha emès per les televisions adherides a La Xarxa, amb una audiència acumulada de 125.683 espectadors.

3.2.3.3. Les retransmissions esportives de l'EnJoc

No hi ha cap altre mitjà que pugui i vulgui oferir retransmissions esportives en directe dels equips de Mataró i el Maresme amb un estàndard de qualitat com el de les coproduccions entre La Xarxa i les televisions locals.

Gràcies a la participació de tvmataró, les retransmissions esportives del programa "EnJoc", que s'emeten per tot Catalunya, inclouen partits de bàsquet i handbol dels clubs vinculats a la ciutat i a la comarca, com la Unió Esportiva Mataró i el Club Bàsquet Boet Maresme Mataró. La darrera temporada va acabar amb l'ascens a LEB Plata de la UE Mataró masculí i a la Lliga Femenina Challenge del CB Boet Maresme Mataró femení. Uns ascensos que Mataró va poder seguir a través dels mitjans públics de la ciutat, amb importants desplegaments tècnics i humans.

En hoquei patins, tvmataró ha retransmès i connectat en directe amb La Xarxa per explicar la temporada del retorn a l'OK Lliga Femenina, explicar l'ascens a l'OK Lliga Masculina i veure les Copes de la Princesa (masculí i femení) que es van disputar la temporada passada a Alcobendas (Madrid).

Els horaris dels partits, en canvi, dificulten les retransmissions de waterpolo del CN Mataró a través de La Xarxa. Això no obstant, un dels duels que es va poder seguir en directe per tvmataró i la plataforma laxarxa+ va ser l'eliminatòria prèvia d'accés a la final a 4 de la Champions League femenina jugada al Sorrall davant l'Olympiacos. Gràcies a un acord amb Televisió de Catalunya, tvmataró va poder emetre en diferit tant la semifinal com la final de la màxima competició europea.

Les baixes categories dels equips de futbol de Mataró fa que quedin exclosos dels partits retransmesos per La Xarxa. tvmataró no té pressupost per afrontar-les en solitari. En canvi, tvmataró i La Xarxa sí que han ofert diverses retransmissions del Vilassar de Mar, que milita a la tercera federació.

3.2.3.4. Seguiment de l'activitat castellera

Igual que amb les retransmissions esportives, l'adhesió de tvmataró a La Xarxa converteix la televisió de la ciutat en un dels mitjans amb més seguiment de la temporada castellera, amb les retransmissions de les diades més destacades de tot Catalunya, incloses diverses diades amb participació dels Capgrossos, a més de la diada de Les Santes. L'aposta de La Xarxa pels castells també inclou un resum de cada diada anomenat La diada en 60 minuts.

En relació amb els castells, Mataró Audiovisual remarca que es tracta d'una aposta del conjunt de les televisions, per acord de la Comissió de Continguts de televisió, de la qual en forma part tvmataró. No es tracta d'un contingut aliè, sinó d'un programa propi, amb la corresponent aposta pressupostària de La Xarxa i la conseqüent renúncia al finançament d'altres projectes.

3.3. Evolució de les audiències a la TDT

3.3.1. Increment del 25% de l'audiència regular en la franja de prime time

L'audiència de tvmataró ha crescut un 15%, comparada amb la de l'any anterior. Si la comparació és en relació amb el 2021, l'increment de l'audiència és del 25%. L'estimació d'audiència acumulada és de 40.416 espectadors setmanals, que és l'equivalent a l'aforament del camp del RCD l'Espanyol. Es tracta de dades relatives al prime time (de 20:00 a 00:00 hores) de dilluns a divendres.

Tots els estudis d'audiència són enquestes, amb els factors de correcció corresponents. Aquestes són les úniques dades de què disposa Mataró Audiovisual. S'han de tenir en compte perquè indiquen tendències, però cal relativitzar-les. En el cas de les televisions locals, les dades d'audiència s'obtenen a partir de les dades de smartTV connectades a la TDT. Això vol dir que les dades absolutes de televisions connectades només tenen en compte els aparells més moderns. És per això que s'hi aplica un factor que pondera el parc de televisions analògiques i intel·ligents i el nombre de persones que veuen cada aparell de televisió, amb criteris establerts per La Xarxa, segons les dades estadístiques publicades per l'INE. Com que el parc de smartTV és més gran cada dia, La Xarxa actualitza el factor corrector anualment. Per tant, és cert que cada any s'incrementa el nombre de smartTV connectades però, alhora, cada any es redueix el factor corrector.

Més enllà de l'estimació d'audiència, que és una dada cuinada, condicionada pel nombre d'espectadors de cada aparell i per l'evolució del parc de smartTV, n'hi ha una altra de molt rellevant i que dona poc marge d'interpretació. El temps que cada espectador veu tvmataró ininterrompudament, sense fer zapping, és de 14 minuts i 10 segons (prime time de dilluns a divendres). Això significa un increment del 32% en relació amb l'any anterior i del 103% en relació amb el 2021. Aquesta és la dada que posa de manifest l'interès que el contingut de tvmataró desperta entre la seva audiència.

La comparativa està feta amb el mes de juny dels anys respectius com a referència. tvmataró utilitza aquest mes perquè no inclou festes especials ni cap esdeveniment com els Reis, el carnaval, la Processó general de Setmana Santa, Sant Jordi ni cap convocatòria electoral que alteri les audiències habituals.

	SmartTV		Minuts		*Temps/SmartTV	
2019	25.816		44.395		00:04:26	
2020	30.360	+18%	95.987	+116%	00:08:24	+89%
2021	36.351	+20%	99.448	+4%	00:06:59	-17%
2022	39.144	+8%	155.860	+57%	00:10:43	+53%
2023	44.907	+15%	218.617	+40%	00:14:10	+32%
2021 2023	44.907	+24%	218.617	+120%	00:14:10	+103%

*Comparativa de dilluns a divendres entre les 20:00 i les 00:00 hores, de l'1 al 30 de juny

**SmartTV diàries acumulades (excloso els caps de setmana), de l'1 al 30 de juny

***Mitjana de temps consumit per SmartTV úniques, de l'1 al 30 de juny

3.3.2. L'audiència de Les Santes i dels esdeveniments especials

La programació dedicada a la festa major de Les Santes ha reproduït, en termes generals, l'esquema de l'any 2022, que va tenir una bona acollida per part de l'audiència. En grans dades, han estat 7 dies de programació especial, amb més de 40 hores de directe, un set al plató, 5 sets exteriors i

7 punts de connexió. Les novetats d'aquest any han estat el trànsit a l'HD, que ha comportat l'homologació de la qualitat del senyal de tvmataró amb la de la resta de canals nacionals i estatals; i la preestrena del documental No n'hi ha prou, produït per tvmataró i La Xarxa, en col·laboració amb Clack i amb la participació de Cultura Mataró.

Per programes	2022 factor 4,60 Comparació amb Santes 2019						2023 factor 3,60 Comparació amb Santes 2022					
	Espectadors		Dispositius		*Minuts		Espectadors		Dispositius		*Minuts	
Directe Santes	140.457	-	30.271	-	479.123	-	116.249	-17%	36.238	+18%	545.365	+14%
Diada retra	18.008	-	3.881	-	61.999	-	21.863	+21%	6.073	+56%	74.441	+9%
Anada a Ofici Missa Santes Desfilada*	13.660	-	2.944	-	116.293	-	20.516	+50%	5.699	+96%	153.809	+32%
Cursa	8.357	-	1.801	-	29.242	-	16.510	+97%	4.586	+154%	56.840	+94%
Desvetllament	14.208	-	3.062	-	44.824	-	16.178	+14%	4.495	47%	62.752	+40%
Bateig Santes	-	-	-	-	-	-	15.152	-	4.209	-	32.037	-
Gent Santes	-	-	-	-	-	-	13.583	-	3.773	-	32.032	-
NNHP	8.770	-	1.890	-	29.575	-	11.740	+34%	3.261	+72%	41.567	+42%
Havaneres	-	-	-	-	-	-	10.944	-	3.040	-	37.952	-
Diada progr	-	-	-	-	-	-	2.034	-	595	-	2.243	-
Travessa Port	11.549	-	2.489	-	24.607	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	215.009	-	46.338	-	785.663	-	244.769	+13%	71.969	+55%	1.039.038	+32%

*El nombre de minuts registrats són en relació amb els dispositius, no amb el càlcul dels espectadors.

Aquest 2023, l'audiència acumulada entre els dies 22 (Diada) i del 24 al 29 de juliol és de 244.769 espectadors. En relació amb l'any anterior, això representa un increment del 13%. Malgrat que, en conjunt, hi ha un increment d'audiència, el programa diari de 4 hores "Directe Santes" ha patit un retrocés del 17%, amb una pèrdua de 24.208 espectadors. Entre els factors que podrien explicar aquesta pèrdua d'audiència hi ha, d'una banda, l'esllanguiment de la programació (la Diada va tenir lloc el dia 22, dos dies abans de l'inici de la programació especial regular) i, de l'altra, perquè aquest 2023 la festa ha tingut un dia festiu de menys (l'any passat van ser el 24, el 27 i el 28 i, en canvi, en aquesta ocasió només han estat el 27 i el 29 de juliol). També cal tenir en compte que el marge de l'equip per a la preparació de la programació especial ha estat molt petit, degut a l'esforç que tots els professionals han dedicat a les eleccions generals del juliol i, fonamentalment, a les eleccions municipals de finals de maig.

Això no obstant, tvmataró ha compensat la caiguda de l'audiència del "Directe Santes" amb un increment general dels espectadors de retransmissions en directe —i les seves reemissions durant la festa— d'esdeveniments com la Diada (+21%), la Cursa Popular (+97%), el Desvetllament (+14%), el No n'hi ha prou (+34%) i, especialment, les sis hores de directe i una única repetició de l'Anada a Ofici, la Missa de Les Santes i la Desfilada, vista per 20.515 persones (+50%), amb un desplegament tècnic que, per primera vegada, ha incorporat una grua, un

dron, un set a la nau central i un total de 10 càmeres, coincidint amb el 175 aniversari de la partitura de Mossèn Blanch.

Per dies	2022 factor 4,60 Comparació amb Santes 2019				2023 factor 3,60 Comparació amb Santes 2022			
	Dispositius		*Minuts		Dispositius		*Minuts	
	27 de juliol	6.335	+30%	228.453	+165%	7.245	+14%	293.313
25 de juliol	5.769	+60%	135.891	+168%	6.474	+12%	195.158	+45%
26 de juliol	6.030	+62%	124.934	+350%	6.332	+5%	139.175	+11%
28 de juliol	5.734	+34%	123.957	+286%	6.167	+8%	128.197	+3%
29 de juliol	5.285	+48%	102.033	+293%	7.246	37%	123.824	+21%
24 de juliol	6.718	+119%	135.547	+439%	5.730	-14%	85.189	-37%
22 de juliol	3.734	+21%	17.309	+67%	5.921	+59%	69.515	+301%
23 de juliol	4.836	+64%	18.258	+124%	6.671	+38%	49.059	+169%

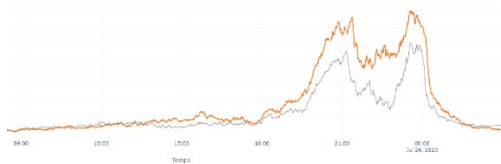
*El nombre de minuts registrats són en relació amb els dispositius, no amb el càlcul dels espectadors

L'increment d'audiència també s'explica per la incorporació de dos nous programes enllaunats, el "Bateig de Santes" i el "Gent de Santes". Es tracta de dues seccions del "Directe Santes" de l'any passat que, amb la lògica del màxim aprofitament de la producció pròpia, s'han convertit en dos programes que, junts, han sumat 30.735 espectadors.

Aquestes dades fan referència a l'audiència acumulada fins al 30 de juliol i s'han recollit amb els mateixos criteris que les de l'any passat, motiu pel qual són comparables. És una informació extreta a través del sistema hbbtv, que comptabilitza el nombre de televisions smartTV connectades a Internet i sintonitzant tvmataró per TDT. La cuina d'aquestes dades, per a transformar-les en espectadors, es fa aplicant un factor que té en compte la proporció del parc de televisions smart TV i analògiques, a més del nombre de persones que mira cada aparell, d'acord amb dades de l'INE. Com que el parc de dispositius creix cada any, el factor es redueix proporcionalment. Avui és de 3'60 i, en canvi, l'any passat era de 4'60. Aquest factor de correcció explica que, en determinats programes, puguin créixer el nombre de dispositius i, en canvi, hi hagi un retrocés en el nombre d'espectadors, com en la comparació del "Directe Santes" de 2023 amb el 2022, que registra un 18% més de dispositius i un 17% menys d'audiència. L'audiència acumulada depèn tant dels espectadors de l'emissió en directe com de les repeticions. Pot ser que hi hagi esdeveniments en directe amb una gran audiència però que, posteriorment, registrin menys espectadors acumulats perquè no s'han pogut repetir. És el cas del directe de la Missa de Les Santes, sense lloc per repeticions, degut a una durada de més de 6 hores.

En relació amb el 2022, el creixement en nombre de minuts consumits registra increments d'entre el 3% i el 28% entre el 25 i el 29 de juliol. El dia 24 és l'únic amb un retrocés del 37%, perquè aquest any la Diada s'ha

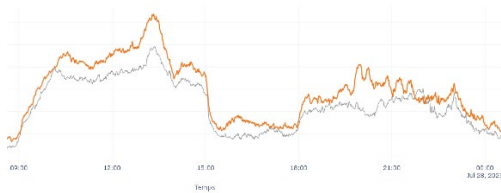
celebrat dos dies abans, abans d'engegar la programació especial. Malgrat aquest creixement general, la proporció és molt inferior a la de l'any passat, amb uns registres d'entre el 165% i el 439%, degut a l'ampliació de les hores de programació del 2022 en relació amb el 2019, l'últim any prepanidèmia.



25 de juliol 2023 vs. 2022



25 de juliol 2023 vs. 2019



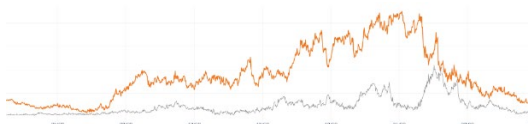
27 de juliol 2023 vs. 2022



27 de juliol 2023 vs. 27/07 2019



29 de juliol 2023 vs. 2022



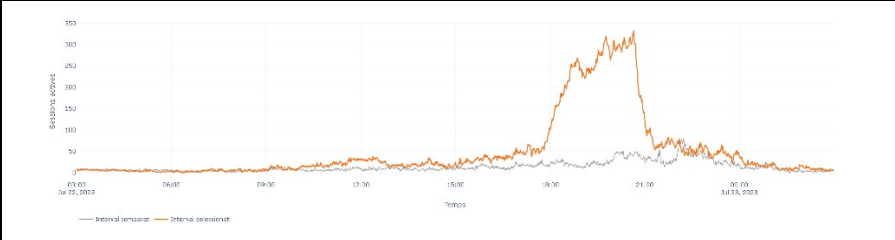

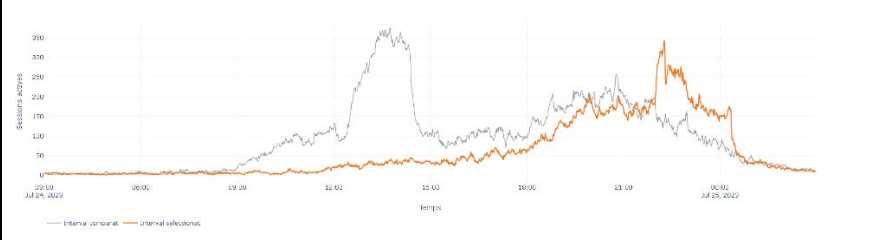
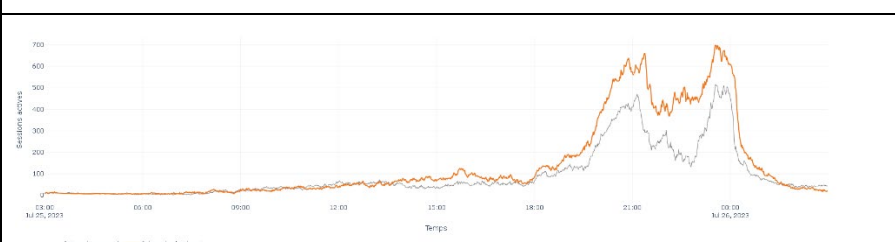
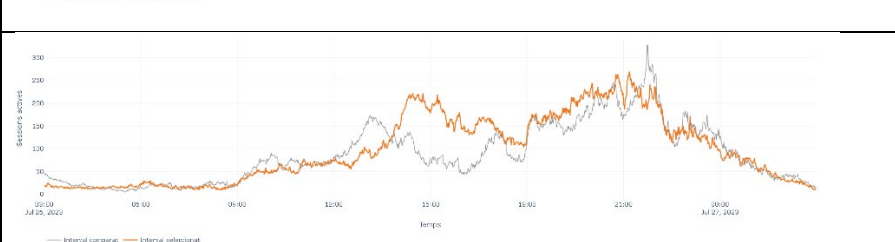
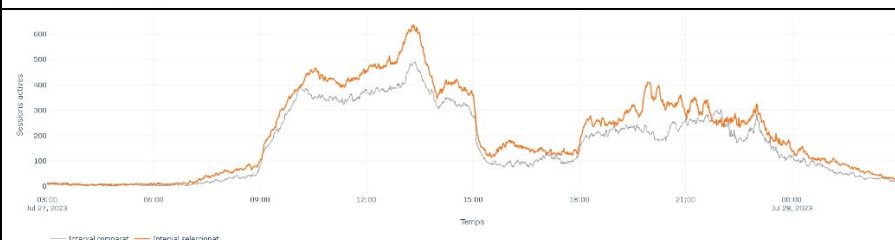
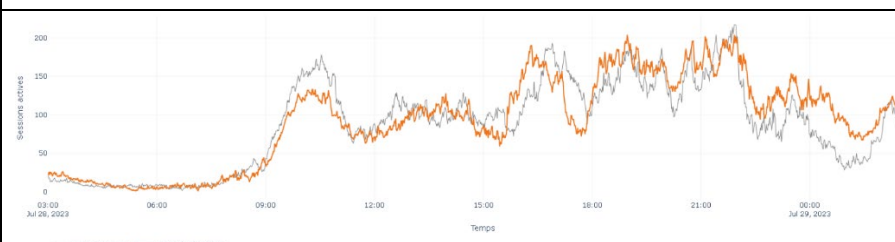
29 de juliol 2023 vs. 2019

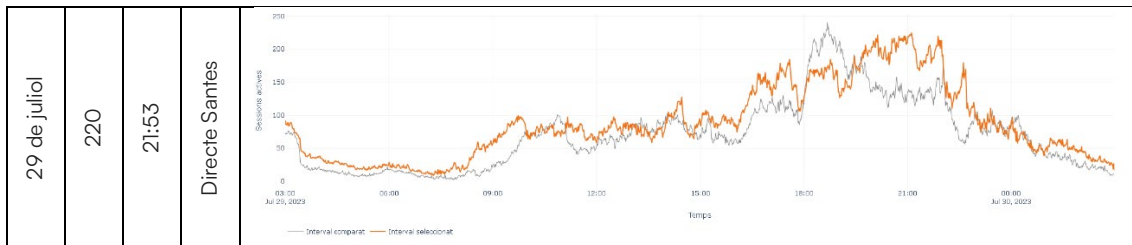


27 de juliol 2023 vs. el dijous anterior (un dia qualsevol)

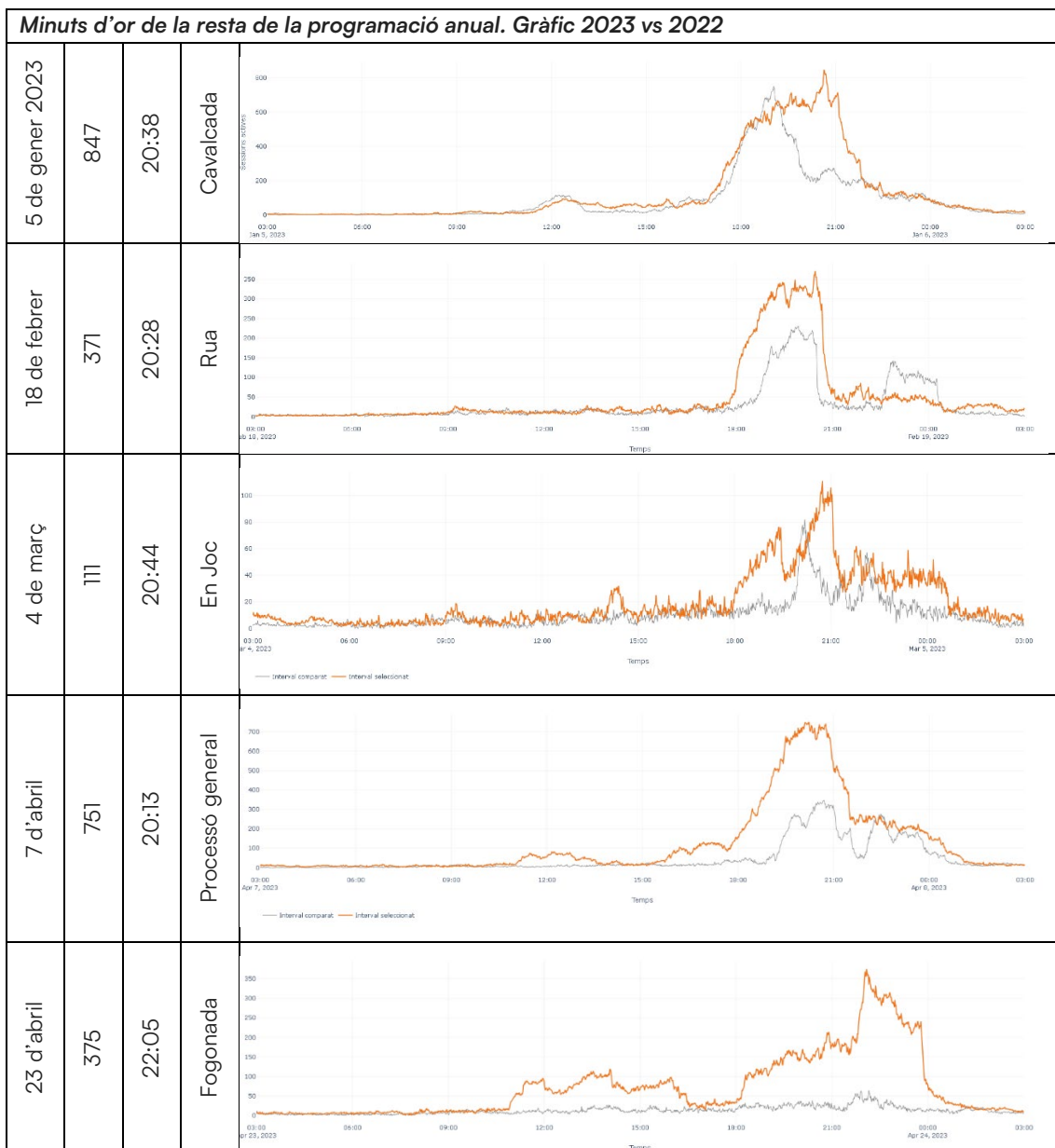
Del 22 al 29 de juliol, els minuts d'or de les emissions en directe s'han situat entre les 155 i les 698 smartTV connectades/minut. La punta d'audiència més elevada ha estat la del Desvetllament (698); però també destaquen les de la Crida (660), la Desfilada (639), les Havaneres (343) i la Diada (333).

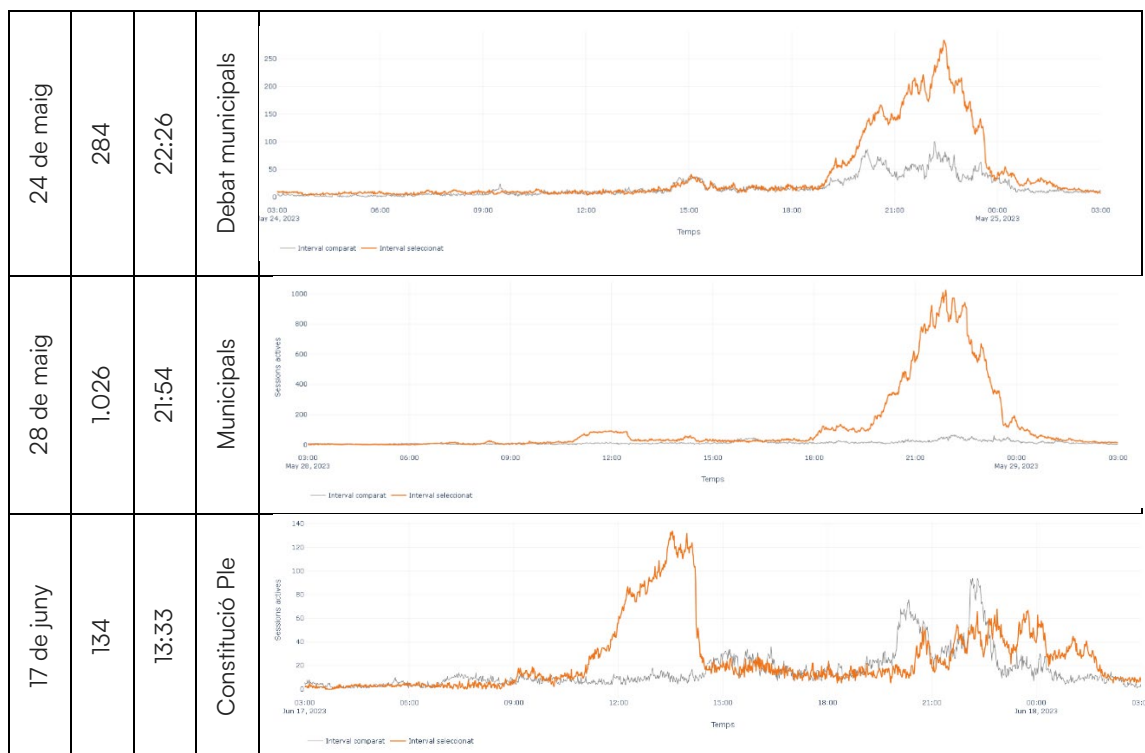
Minuts d'or Les Santes 2023 Gràfic 2023 vs 2022

22 de juliol	333	20:39	Diada	
23 de juliol	155	17:43	Diada R	
24 de juliol	343	22:16	Havaneres	
25 de juliol	698 - 660	23:32 - 21:23	Desvetllament Crida	
26 de juliol	270	21:11	Directe Santes	
27 de juliol	639	13:20	Desfilada	
28 de juliol	202	21:57	Directe Santes	



Comparat amb la resta de la programació, des de gener de 2023, la punta d'audiència més elevada ha estat amb el programa especial dedicat a les eleccions municipals (1.026). En segon lloc, la cavalcada dels Reis (847). Encara en el podi, en el tercer lloc, la Processó General de Setmana Santa (751). La punta d'audiència del Desvetllament ocupa, per tant, el quart lloc en el rànquing de 2023.





En conjunt, la programació de Les Santes ha generat 2.631 visualitzacions a laxarxa+ (fins a 30 de juliol), sumant els directes amb reproduccions a demanda. De les 2.631 visualitzacions, 1.500 corresponen a la Diada. Es tracta d'unes xifres modestes emmarcades en el llançament de la plataforma.

3.4. Mataró Ràdio

3.4.1. L'informatiu Matí i L'entrevista de Mataró Ràdio

Després de dimensionar-ne la programació a la disponibilitat pressupostària i al màxim rendiment de cada euro públic dedicat a Mataró Audiovisual, l'entitat manté l'aposta per l'informatiu matí (de 08:00 a 08:30 hores) i L'entrevista de Mataró Ràdio (de 08:30 a 09:00 hores). Són dos programes que proporcionen contingut informatiu a primera hora, en directe. L'Entrevista, a més, serveix perquè Mataró Ràdio ofereixi continguts amb agenda pròpia, que permeten arrencar l'activitat a les xarxes socials i a la web, alimenten els butlletins horaris i acaben convertits en notícies per al programa Mataró al dia de tvmataró. Tant l'Informatiu Matí com L'entrevista de Mataró Ràdio s'emeten en simulcast per FM i TDT, a més de laxarxa+. Es tracta d'uns programes amb què Mataró Audiovisual aplica una clares economies d'escala.

3.4.2. Inici de programes amb vídeo i penjats a youtube

Durant el quart trimestre de 2023, Mataró Ràdio iniciarà una prova pilot amb 4 dels programes de col·laboradors més destacats. Aquesta prova consistirà en penjar-los al youtube de tvmataró íntegrament, en vídeo, enregistrats amb les càmeres robotitzades del locutori 1. Aquesta iniciativa s'emmarca en la voluntat de produir menys però oferir continguts de més qualitat, amb major atenció cap als col·laboradors que els fan possibles.

3.4.3. Programes de col·laboradors

Mataró Ràdio produeix 34 programes amb la participació d'un centenar de col·laboradors. Per tant, continua sent una emissora oberta a la participació de la ciutadania. Això no obstant, durant els últims dos anys, Mataró Audiovisual ha traspasat cap a la televisió una part dels recursos anteriorment dedicats a Mataró Ràdio. Aquest procés ha tingut lloc amb l'objectiu de reforçar els Serveis Informatius i d'ampliar la programació de la televisió, amb dades d'audiència mesurables, impacte demostrable i major rendiment de la publicitat i les produccions.

Continguts	% de la graella
La Xarxa	42%
Participació ciutadana	33%
ICatFM	13%
Serveis Informatius	12%
TOTAL	100%

Amb aquest procés, Mataró Ràdio ha optat per mantenir els programes dels col·laboradors amb ganes i disponibilitat per continuar amb la seva participació i, alhora, prescindir dels que no tenien cap component de servei públic o que eren simplement publicitaris sense contraprestació. També s'han retirat de la graella els programes que no reunien les condicions tècniques imprescindibles i els que s'enregistraven amb suport tècnic de Mataró Audiovisual durant els caps de setmana, per falta de personal. Mataró Ràdio també tenia diversos programes fets per les mateixes persones, a qui la direcció ha convidat a concentrar en un únic espai; a més de programes de contingut idèntic, però fets per col·laboradors diferents. Mataró Audiovisual corregeix aquestes situacions progressivament, buscant el màxim acord possible amb els col·laboradors.

4. Àrea tècnica

4.1. Nou contracte per al transport del senyal TDT HD

El vigent contracte de Mataró Audiovisual amb Cellnex Telecom SA és per al període 2018-2023. Per tant, s'exhaureix el pròxim 31 de desembre. D'aquest

contracte en depèn el transport del senyal per Televisió Digital Terrestre (TDT), que és el sistema on encara hi ha el 80% de l'audiència.

L'adjudicació del contracte és a través d'un negociat sense publicitat, d'acord amb el supòsit de l'article 168 a) 2n de la LCSP perquè Cellnex Telecom SA és l'únic operador capaç de prestar els serveis, entre d'altres, pels següents motius:

- a) Només existeixen infraestructures de Cellnex amb capacitat d'oferir el servei, i no de cap altre proveïdor, en l'emplaçament que compleix totes les coordenades d'ubicació, alçada i màxima visibilitat entre centres reemissors.
- b) Garanteix la qualitat de les infraestructures així com el manteniment de les mateixes.
- c) Utilitza el mateix sistema radiant que altres serveis, fet que permet igualar els nivells de camp de diferents programes i també els de la majoria d'altres múltiples, la qual cosa facilita l'antenització dels usuaris.
- d) La regulació obliga els operadors dels múltiples locals a la cogestió del MUX corresponent i, precisament, l'altre operador del TLBO6 canal 24 TDT té el servei de transport del senyal encomanat a Cellnex Telecom SA.
- e) El servei de transport del senyal no es pot dividir en lots, perquè només hi ha un únic objecte.

L'import del contracte és de 104.365,34 euros (sense IVA) repartits de la següent manera:

Any	Preu sense IVA €	Preu IVA inclòs €
2024	25.133,04	30.410,97
2025	25.761,37	31.171,25
2026	26.405,40	31.950,34
2027	27.065,53	32.749,29
TOTAL	104.365,34	126.281,85

Tot i que tvmataró emet en HD des del 24 de juliol d'aquest any, aquest serà el primer contracte que, d'entrada, preveurà les emissions en alta definició.

4.2. Trànsit a l'HD

tvmataró emet en alta definició des del dia 24 de juliol de 2024, coincidint amb l'inici de la Festa Major de Les Santes. El trànsit a l'HD ha suposat una millora notable de la qualitat de la imatge, en un moment en què les pantalles són cada vegada més grans.

El trànsit a l'HD era un imperatiu legal, recollit al punt 2 de l'article 7 del BOE de 21 de juny de 2019, que cita el Pla Tècnic Nacional de Televisió Digital Terrestre, segons el qual "tots els canals de televisió, sigui quin sigui el seu abast territorial, hauran d'evolucionar les seves emissions a alta definició abans de l'1 de gener de 2023". Aquest imperatiu legal ha obligat a fer una inversió tecnològica per substituir un paquet d'equips obsolets, adquirits per la cadena entre el 2007 i el 2012 i que, per tant, tenien entre 10 i 15 anys d'antiguitat, que s'ha posat de manifest a les amortitzacions de 2023. La substitució d'aquests aparells ha suposat un canvi de rodes sense parada a boxes, possible gràcies a la feina de l'equip tècnic del canal.

4.2.1. Homologació del plató

Coincidint amb el trànsit a l'HD, aquest 2023 tvmataró també ha estrenat una pantalla LED de grans dimensions i nou decorat i nou grafisme per al programa Mataró al dia. Aquest canvi ha suposat l'homologació estètica de tvmataró amb la resta de l'oferta de televisió nacional i estatal.

4.3. Unitat Mòbil Lleugera

Amb les inversions de 2022 i 2023, tvmataró ha adaptat un vehicle de segona mà perquè pugui servir, alhora, per als desplaçaments ordinaris dels equips de Mataró Audiovisual i com a Unitat Mòbil Lleugera. La transformació d'aquest vehicle proporciona més agilitat i menys costos per a la realització d'esdeveniments en directe. La Unitat Mòbil Lleugera va equipada amb intercomunicadors, taula de so i realització, monitors, retorn d'antena i mànegues d'àudio, vídeo i electricitat.

5. Fites per al 2024

5.1.1. Mancomunar serveis gerencials i administratius

A iniciativa de VOTV i tvmataró, la Coordinadora de Televisions Públiques Locals de Catalunya manté converses amb La Xarxa per articular un servei de suport per a tasques gerencials i administratives com la contractació pública, les relacions laborals o el compliment de les obligacions derivades de les lleis de l'audiovisual, transparència i protecció de dades. La posada en marxa d'un servei com aquest, de forma mancomunada, afavoriria la unificació de criteris entre els diferents canals, descongestionaria els equips d'administració i aportaria expertesa per a processos que requereixen un coneixement específic del qual no disposen la majoria de canals.

5.1.2. 40 anys de TV a Mataró

Aquest 2024 Mataró celebrarà el 40 aniversari de la televisió a la ciutat. Des de l'antiga Televisió de Mataró, que va ser la segona televisió local de Catalunya, fins a tvmataró, passant per Maresme Digital TV i MITV. Aquesta efemèride obligarà Mataró Audiovisual a impulsar accions commemoratives en la mesura de la disponibilitat pressupostària.

5.1.3. Noves produccions per a la Xarxa

Mataró Audiovisual treballa amb diversos projectes que estan sobre la taula de la direcció de Continguts de la Xarxa Audiovisual Local. Es tracta de produccions dissenyades amb els mateixos criteris que el documental "No n'hi ha prou". És a dir, continguts audiovisuals d'interès nacional, amb protagonisme principal de Mataró i presència de diversos municipis de Catalunya. L'objectiu de Mataró Audiovisual és consolidar tvmataró com una productora de continguts de qualitat, amb més capacitat per exportar la ciutat, amb projectes cofinançats pel propi canal, per la Xarxa i per altres ens públics i privats.

5.1.4. Nous acords de col·laboració

Durant el darrer trimestre de l'any, Mataró Audiovisual ha de tancar els acords de col·laboració per al 2024. La intenció del canal és repetir les col·laboracions amb l'Associació de Venedors del Mercat de la Plaça de Cuba, el Port de Mataró, Ports de la Generalitat, el Consell Comarcal del Maresme, Esports de l'Ajuntament de Mataró, Fomento de Construcciones y Contratas i Negoci Empresa Mataró.

Aquest 2024, tvmataró també llançarà una campanya per oferir els seus serveis als ajuntaments de la comarca. En concret, tvmataró oferirà el patrocini de la retransmissió d'esdeveniments com el Calamarenys d'Arenys de Mar, la Fira Modernista de Canet de Mar, la Fira del Càntir d'Argentona o l'Arribada dels Pirates de Premià de Mar. Són només exemples de possibles col·laboracions puntuals. L'objectiu és proporcionar notorietat als municipis, generar continguts per tvmataró i ingressos per a Mataró Audiovisual.

A més, Mataró Audiovisual també treballa per arribar a nous acords amb el Gremi d'Hostaleria, la Fundació Iluro, el Consorci de Turisme Costa de Barcelona Maresme, PUMSA, l'Hospital de Mataró i Antena TrenLab.

5.1.5. Intercanvi de coneixement amb el Tecnocampus

La relació entre Mataró Audiovisual i el Tecnocampus era estrictament mercantil, amb un clar avantatge per al Tecnocampus. Actualment, aquesta relació ja no és mercantil i les condicions entre les dues entitats públiques s'han equilibrat. Tot i la col·laboració amb la cessió dels espais, actualment encara no hi ha cap relació acadèmica més enllà de l'acollida d'estudiants en pràctiques, amb les mateixes condicions que la resta de mitjans de comunicació. El Tecnocampus disposa d'un document formulat per Mataró Audiovisual i entregat el 29 d'octubre de 2021 amb diverses propostes per a l'intercanvi de coneixement. Un dels reptes inexcusables és desenvolupar les iniciatives per a la col·laboració acadèmica entre les dues entitats.

5.1.6. Finalització del procés d'estabilització

El procés d'estabilització del personal interí culminarà el mes de maig amb les proves dels processos de concurs oposició.

5.1.7. Actualització del conveni col·lectiu

La direcció gerència de Mataró Audiovisual i la part social tenen el repte d'acordar la millora del conveni col·lectiu de l'entitat, conscients del context pressupostari i dels límits legalment establerts. La predisposició general és per trobar fórmules amb què la millora de les condicions laborals vagi de bracet de la preservació i millora del servei públic.

5.1.8. Formació

L'adaptació a les noves cultures de consum i la millora del workflow requereix una aposta ferma per a la formació de tot l'equip de tvmataró i Mataró Ràdio. Cal assumir aquesta necessitat malgrat que pugui representar una pèrdua puntual de múscul per a la prestació diària del servei.

5.1.9. Adaptació dels Estatuts i el Reglament de règim intern

Mataró Audiovisual ha d'actualitzar els seus Estatuts. L'entitat ha patit diverses transformacions que no s'han reflectit als Estatuts. Avui, els Estatuts de Mataró Audiovisual responen més a la realitat de Mataró Ràdio que a la de tvmataró, igual que el Reglament de règim intern. En diversos punts, els Estatuts de Mataró Audiovisual han quedat superats per la Llei de l'audiovisual. A més, algunes de les missions establertes pels Estatuts han quedat esmenades per l'actual Contracte programa.

5.1.10. Gestió de dades

Cal posar les dades al centre de les decisions. És per això que Mataró Audiovisual ha d'articular un panell de control amb les principals dades relatives a l'entitat. Una part d'aquestes dades han de ser les que ja estan disponibles, encara que disseminades. Una altra part han de ser noves. Actualment, per exemple, no hi ha cap sistema de mesurament ni seguiment de les xarxes socials de l'entitat.

6. Indicadors de compliment del Contracte programa

Mataró Audiovisual ha dut a terme tots els compromisos establerts al Contracte programa i identificats com a indicadors de compliment, excepte la producció de programes de col·laboradors a Mataró Ràdio. El Contracte programa fixa un mínim de 50 i el nombre de programes de col·laboradors actual és de 34.

7. Proposta de pressupost 2024

Mataró Audiovisual ha reduït un 2% els costos de personal malgrat l'increment salarial del 9'5% per al període 2021-2024. És un fet extraordinari en el sector públic. Sense les mesures d'optimització dels exercicis 2022 i 2023, les despeses de Mataró Audiovisual per al 2024 serien d'1.701.635'4 euros, 278.795'20 euros més que les previstes. A grans trets, aquesta quantitat es correspon amb la suma de 145.973'20 euros pel cost de 6 professionals, 82.743 euros en serveis externs, 3.600 euros en carsharing, 8.479 euros en neteja i 38.000 euros en lloguers.

Malgrat aquestes retallades, la programació de tvmataró no se n'ha ressentit, sinó tot el contrari. Això és gràcies a l'esforç de la plantilla, amb torns de cap de setmana i adaptació dels horaris per cobrir el prime time de televisió en directe. Amb aquests canvis, en els últims dos anys, tvmataró ha multiplicat per quatre la programació i ha registrat un increment del 25% de l'audiència, segons les dades proporcionades per Konodrac.

Tot i l'esforç per optimitzar recursos, hi ha tres imponderables que fan incrementar l'aportació de l'Ajuntament en 109.346'80 (+12%), fins arribar al 1.029.536 euros. El primer, els increments salarials del sector públic, que són una decisió aliena i d'obligat compliment per l'entitat. El segon, l'aplicació de la prorrata de l'IVA, imprescindible per evitar noves reclamacions de l'Agència Tributària. I, finalment, el tercer, que és la saturació administrativa de l'entitat, que està sense cap d'administració des de principis de 2022, administrativament saturada pel compliment d'obligacions legals, processos laborals i de contractació pública.

Ara ja no es pot retallar més la plantilla, però un dels problemes de l'entitat és la falta de maniobra, degut a la dedicació de la major part de la despesa als costos de personal. Aquest 2024, els costos de recursos humans suposaran el 72% del

pressupost, per sota del 2021, que es va executar amb el 76% de la despesa dedicada a pagar nòmines.

Amb tot, l'equip de professionals de tvmataró i Mataró Ràdio ha demostrat competència i compromís professional, amb una actitud permanent de reivindicació dels mitjans de comunicació de la ciutat com un servei públic útil i necessari, amb un esforç notable. És per això que cal dotar els 5.000 euros previstos en un Fons social establert per Conveni el 2018 i que encara no s'havia posat en marxa. En el mateix sentit, la previsió de 24.010'80 euros per a pagar una part dels caps de setmana treballats i una bossa d'hores extra que tindrà dos efectes: l'increment de les retribucions i el reforç del múscul.

El pressupost també reflexa la voluntat de desinflar la facturació, traient-ne serveis deficitaris o sense sentit. L'objectiu és facturar menys i guanyar més. La xifra de negoci per al 2024 és de 328.599'77, un 10% inferior a la de l'any anterior. En canvi, el benefici és un 3% superior degut a l'increment del marge de negoci. En relació amb La Xarxa, malgrat la caiguda del 25% de la facturació, el pressupost preveu un lleuger increment del marge de negoci. i, per tant, no hi ha cap motiu d'alerta. A més, previsiblement, tvmataró podrà oferir projectes puntuals que ajudin a incrementar la xifra pressupostada.

D'altra banda, l'entitat ha apostat per prescindir de petits treballs de producció per a tercers i dedicar els esforços a grans projectes per a la pròpia cadena, amb patrocinis per sobre dels 10.000 euros per projecte. Això té l'avantatge que alleugereix la càrrega administrativa i amplia el marge de negoci però, d'altra banda, fa que els comptes de Mataró Audiovisual siguin molt dependents d'un nombre molt petit de projectes.

El detall sobre el pressupost per al 2024 consta a l'Informe per a l'aprovació de la previsió d'ingressos i despeses de Mataró Audiovisual per a l'any 2024, de 19 d'octubre de 2023.

Oriol Burgada Mascaró
Director gerent
Mataró Audiovisual