
PLAN DE PUBLICIDAD DEL GOBIERNO VASCO 2016

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

PLAN DE PUBLICIDAD 2016

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA  GOBIERNO VASCO

INTRODUCCIÓN

La Comisión Interdepartamental de Publicidad del Gobierno Vasco ha aprobado, con fecha de 26 de abril de 2016, el presente Plan de Publicidad y Comunicación Institucional del Gobierno Vasco 2016 que recoge las previsiones de publicidad que los diferentes Departamentos del Gobierno, organismos autónomos y sociedades públicas han realizado para este año, a partir de las propuestas remitidas por los Departamentos a la secretaría técnica de la Comisión Interdepartamental de Publicidad, que le corresponde a la Dirección de Comunicación de Lehendakaritza.

El artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía, encomienda a los poderes públicos vascos velar por el adecuado ejercicio de los derechos y deberes fundamentales de los ciudadanos, garantizar ese ejercicio y promover su libertad e igualdad, así como facilitar su participación en la vida política, económica, cultural y social del País Vasco. Para el cumplimiento de dicho mandato, los poderes públicos deben transmitir y difundir los mensajes necesarios que coadyuven a dicha promoción y participación. La información y la comunicación se convierten así en un deber institucional.

La ley 6/2010 de Publicidad y Comunicación Institucional, por su parte, establece en su artículo 13 que “la Comisión Interdepartamental de Publicidad Institucional elaborará anualmente, a partir de las propuestas recibidas de los departamentos del Gobierno Vasco y de las demás instituciones, órganos y entidades citados en el apartado 1 del artículo 2 de esta ley, un Plan de Publicidad y Comunicación en el que se incluirán las campañas institucionales que prevean desarrollar. En el plan anual se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas y soportes de comunicación utilizados, el sentido de los mensajes, las personas destinatarias y los organismos y entidades afectadas.”

En cumplimiento de la Ley de Publicidad, este documento describe las acciones publicitarias que el Gobierno prevé llevar a cabo este año y, si es posible, sus previsiones presupuestarias, sin perjuicio de otras acciones que respondan a necesidades comunicativas que surjan a lo largo del año. En tal caso, los

Departamentos presentarán dichas campañas en el seno de la Comisión Interdepartamental de Publicidad para su aprobación y su posterior desarrollo.

Y es que la Ley 6/2010 establece en su artículo 12 que le corresponde a la Comisión Interdepartamental la planificación, asistencia técnica, evaluación, coordinación y control de la publicidad y comunicación. Añade que evaluará las campañas institucionales atendiendo a los objetivos previstos y la eficacia de los mismos y que emitirá los informes favorables correspondientes.

El Plan de Publicidad y Comunicación de Gobierno Vasco correspondiente al año 2016, que desarrolla sus actuaciones con arreglo a los ejes marcados y con estricta observancia de la legislación vigente en la materia, es sensible al contexto socioeconómico en que nos encontramos. Ello ha de tener su reflejo necesariamente en la actividad incluida en el presente plan, tanto en el plano presupuestario, como en la orientación general y objetivos que le marca la ley. Las campañas previstas en este plan se ajustan al principio básico fundamental de la información veraz y objetiva y atienden los objetivos marcados por el artículo 4 de la Ley 6/2010.

RÉGIMEN ESPECIAL EN LOS PROCESOS ELECTORALES

Ante el próximo periodo electoral con motivo de las Elecciones al Parlamento Vasco de 2016, el Gobierno Vasco y las sociedades y organismos públicos de él dependientes deberán acogerse al régimen especial establecido para los procesos electorales, en materia de campañas institucionales y de publicidad.

La Comisión Interdepartamental de Publicidad asumirá la regulación aplicable en esta coyuntura. En concreto, según la Ley Orgánica del Régimen Electoral General:

- Art. 50.2: Desde la convocatoria de elecciones y hasta la celebración de las mismas queda prohibido cualquier acto organizado o financiado, directa o indirectamente por los poderes públicos que contengan alusiones a las realizaciones o a los logros obtenidos o que utilicen imágenes o expresiones coincidentes o similares a las utilizadas en sus propias campañas por alguna de las entidades políticas concurrentes a las elecciones.
- Art. 50.3: Asimismo, durante el mismo periodo queda prohibido realizar cualquier acto de inauguración de obras o servicios públicos o proyectos de

estos, cualquiera que sea la denominación utilizada, sin perjuicio de que dichas obras o servicios puedan entrar en funcionamiento en dicho periodo.

Así, durante este periodo el Gobierno Vasco sólo realizará las campañas que puedan resultar imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el correcto desenvolvimiento de los servicios públicos.

SIGNO DE IDENTIDAD ESPECÍFICO O “CLAIM”

En el ejercicio 2016 el Gobierno Vasco seguirá empleando en sus acciones de publicidad el signo de identidad específico aprobado en Acuerdo del Consejo de Gobierno. “Compromiso con las Personas – Pertsona Helburu”. Este signo ha sido incorporado al manual de identidad corporativa y está siendo incluido junto a la Marca Corporativa del Gobierno Vasco.

LEHENDAKARITZA

LEHENDAKARITZA

La Dirección de Comunicación de Lehendakaritza es la responsable de coordinar las campañas de publicidad y comunicación institucional de Lehendakaritza. De cara a 2016 previsto desarrollar las siguientes acciones:

CAMPAÑAS

Campaña sobre las medidas económicas del Gobierno

Lehendakaritza tiene previsto una campaña institucional de temática transversal relacionada con las medidas económicas de estímulo que el Gobierno Vasco está impulsando con el fin de generar condiciones para la recuperación del empleo y la reactivación económica.

Dicha campaña reflejará el eje de acción del Gobierno vasco “Compromiso con las Personas – Pertsona Helburu”.

El público al que se dirigirá la campaña será la sociedad en general y las herramientas y soportes a utilizar serán tanto medios on-line como off-line. Está previsto que se desarrolle durante el primer cuatrimestre de 2016.

Campaña del Día de los Derechos Humanos

En segundo lugar, Lehendakaritza trabaja con la previsión de impulsar una campaña de sensibilización con motivo del Día de los Derechos Humanos, que se celebra el 10 de diciembre. Será una campaña desarrollada en coordinación por la Secretaría General de Paz y Convivencia y la Dirección de Comunicación de Lehendakaritza.

El público objetivo de la campaña será la sociedad en general y los soportes y herramientas a emplear serán tanto soportes off-line (prensa, radio y televisión) como on-line (ediciones digitales de periódicos y redes sociales), y como posibilidad, exteriores (tranvías, autobuses o fachadas).

OTRAS ACCIONES PUBLICITARIAS

Además de las campañas, el Gobierno Vasco, y concretamente Lehendakaritza, tiene previsto desarrollar otras tres líneas de acción paralelas en materia de publicidad: inserción de anuncios temáticos, colaboraciones y patrocinios y por último, anuncios oficiales.

Los trabajos que realiza la Secretaría de Acción Exterior, la proyección de Euskadi en el exterior, puede venir de la mano de actuaciones en el ámbito de la comunicación enmarcadas en la Estrategia Basque Country. En este sentido la Dirección de Comunicación contempla la posibilidad de llevar a cabo acciones publicitarias y de comunicación.

La colaboración con los medios de comunicación y patrocinio de espacios informativos y de eventos podría representar una línea de acción comunicativa de Lehendakaritza. Para este tipo de acciones comunicativas se analizará detenidamente la propuesta

realizada por los medios de comunicación y la adecuación del acontecimiento o de la temática a los ámbitos estratégicos de trabajo y comunicativos del Gobierno.

Lehendakaritza seguirá publicitando las informaciones de interés general a través de la contratación de espacios, de manera especial en prensa y/o en otros soportes. Este tipo de informaciones suelen ser convocatorias de becas, de puestos de trabajo, información práctica en general, entre otros.

INSTITUTO GOGORA

Campaña Memoria Plaza

El Instituto Gogora tiene previsto llevar a cabo una exposición itinerante en el marco de la iniciativa de participación ciudadana Plaza de la Memoria. Esta exposición se desarrollaría en municipios de toda la Comunidad Autónoma y se pretende darla a conocer a través de una campaña de publicidad.

EMAKUNDE

Campañas de Emakunde

Como todos los años, Emakunde desarrollará una campaña de sensibilización con ocasión del Día Internacional de las Mujeres, el 8 de marzo, a favor de una concienciación por la igualdad de hombres y mujeres como valor positivo para toda la sociedad.

Las fechas previstas para el lanzamiento de esta campaña son las semanas y días previos al 8 de marzo. Además, los mensajes que Emakunde definirá en torno a esta campaña, tendrán su continuidad a lo largo del año.

CAMPAÑA	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Institucional: Compromiso con las personas	1	Por determinar
(GOGORA) Memoria Plaza	1	Por determinar
Derechos Humanos	3	Por determinar
(EMAKUNDE) campaña de igualdad	Todo el año	Por determinar

DEPARTAMENTO DE ADIMINISTRACIÓN PÚBLICA Y JUSTICIA

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y JUSTICIA

El departamento de Administración Pública y Justicia tiene previsto llevar a cabo las siguientes acciones publicitarias:

CAMPAÑAS

Campaña “Administrazioa euskaraz”

Con motivo de la celebración del Día Internacional del Euskera, el 3 de diciembre, la Dirección de Atención a la Ciudadanía e Innovación y Mejora de la Administración, todos los años organiza una campaña publicitaria institucional de un solo día de duración, para potenciar e impulsar, a través los medios de comunicación de ámbito de difusión en la Comunidad Autónoma de Euskadi, el uso del euskera y la normalización lingüística en las relaciones que mantiene la ciudadanía con la Administración Pública Vasca. De esta manera, se contribuyen con el compromiso firme de este Gobierno con el bilingüismo.

El presupuesto, las herramientas y soportes a emplear en la campaña están aún por determinar.

Campaña “Tu administración pública en un click”

A finales de 2014, el Gobierno vasco trasladó el dominio de su portal electrónico del “euskadi.net” a “euskadi.eus”. En 2015, se dio un segundo paso con un rediseño de imagen del portal web de la Administración Pública vasca. En 2016, se va a proceder a realizar la segunda fase de la migración con la ampliación del nuevo diseño a las capas inferiores del Portal Web.

La Dirección de Atención a la Ciudadanía e Innovación y Mejora de la Administración, responsable del cambio, considera necesario realizar una campaña publicitaria para darle la máxima difusión y potenciar la relación electrónica entre la ciudadanía y Administración Pública Vasca.

El presupuesto, las herramientas y soportes a emplear en la campaña están aún por determinar.

OTRAS ACCIONES PUBLICITARIAS

El departamento de Administración Pública y Justicia no descarta la posibilidad de llevar a cabo otras acciones publicitarias y de comunicación durante el año 2016.

CAMPAÑA	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Administrazioa euskaraz	3	A determinar
Tu administración pública en un click	1, 2, 3	A determinar

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD

El Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad del Gobierno Vasco tiene previsto desarrollar las siguientes campañas oficiales, colaboraciones, patrocinios e inserciones en 2016:

CAMPAÑAS

Campaña Mundura Begira

Con motivo de la celebración de la Jornada Mundura Begira organizada por la Dirección de Internacionalización del DEC, se emitirá una campaña de radio y prensa digital para la promoción y difusión del evento que tendrá lugar el 16 de marzo de 2016.

- Periodo: 1-15 marzo 2016.
- Presupuesto: 17.900 + IVA

Campaña Becas Internacionalización

Con motivo del 30 Aniv de las Becas de Internacionalización de la Dirección de Internacionalización del DEC se establecerán acciones que contribuyan a su difusión para la atracción de jóvenes interesados y para contribuir a la mejora de la capacitación del capital humano en materia de comercio exterior e internacionalización empresarial.

- Periodo: 21-31 marzo 2016.
- Presupuesto: 17.900 + IVA

Campaña Estrategia 3 E

El departamento de Desarrollo Económico y Competitividad, desde la Dirección de Energía, Minas y Administración y Seguridad Industrial, llevará a cabo una campaña de sensibilización de la ciudadanía sobre la importancia social y económica de la energía desde distintas ópticas, asociada a la nueva Estrategia Vasca de Energía 2025.

- Periodo: junio 2016
- Presupuesto: 49.500 euros +IVA

Campaña de Certificados Eficiencia Energética en Edificios

El departamento de Desarrollo Económico y Competitividad, desde la Dirección de Energía, Minas y Administración y Seguridad Industrial promocionará el beneficio que supone para aquellas personas que adquieran casas, locales, edificios etc. ejercer su derecho de exigir los certificados de eficiencia energética en regla de los inmuebles, como garantía de un derecho que además impacta en su economía.

- Periodo: otoño 2016
- Presupuesto: 17.900 + IVA

Campaña Promoción de Comercio Local 2016

El departamento de Desarrollo Económico y Competitividad, desde la Dirección de Comercio tiene previsto actualizar la óptica de la Campaña de Promoción del Comercio Local empleada en 2015 y se prevé un nuevo plan de medios para promocionar el Comercio Local de Euskadi.

- Periodo: otoño 2016
- Presupuesto: 322.455 € (IVA incluido). Pendiente de adjudicar.

Campaña Basque Industry 4.0

Difusión y divulgación de la estrategia *Basque Industry 4.0* que impulsa el DEC en colaboración con SPRI. Promoción de programas de ayudas, apoyo a la industria y empresa, y la promoción de eventos y jornadas asociadas a la Industria 4.0

- Periodo: inserciones en publicaciones especiales a lo largo de todo el año.
- Presupuesto: a determinar.

PATROCINIOS

Programa la empresa en Euskadi 2016 en SER Euskadi

El DEC y Grupo SPRI facilitan espacios de entrevistas a empresarios y empresarias de Euskadi como un servicio más de apoyo a la empresa vasca y con el objetivo de dar una imagen real de la situación, momento y necesidades de nuestra economía a través de sus protagonistas económicos. Estos programas se emitirán entre los meses de marzo y julio de 2016.

Serán 18 espacios de entrevistas a empresarios y empresarias vascas en por un importe de 17.900 euros + IVA

Patrocinio de Espacios Especiales Dirigidos al Primer Sector

Objetivo: patrocinar espacios radiofónico “kresala” en euskera dedicado al primer sector en especial a la actividad de la pesca.

- **Periodo:** enero a diciembre de 2016
- **Presupuesto:** 4.132 euros + IVA
- **Medio:** Bizkaia Irratia

Patrocinio Premios Hemendik Sariak 2016

Objeto: Patrocinio del premio denominado “Hemendik Merkatartiza”, dedicado al Comercio y movimiento asociativo, premiando esta actividad en 8 municipios.

Periodo: Del 6 de octubre al 24 de noviembre.

Empresa Adjudicataria: EDITORIAL IPARRAGUIRRE,S.A.

Importe: 17.698,67 €

Patrocinio Premio Empresa Solidaria Dato Económico

El DEC apoya a través del patrocinio la iniciativa del Premio a la empresa solidaria de Álava organizada por Dato Económico.

- Noviembre 2016
- Presupuesto: a determinar.

Patrocinio Jornada Especial Energía

Con fecha aún a determinar, el DEC tiene previsto apoyar, a través del patrocinio, la jornada dedicada a la energía y su impacto en la industria organizada por Expansión.

- Presupuesto: a determinar

SPRI

Desde la Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial del Gobierno Vasco, está previsto llevar a cabo una campaña de promoción y un patrocinio de un programa, mismos que se detallan a continuación.

PATROCINIOS

Programa *Made in Basque Country* de Eusko Irratia

El Grupo SPRI facilita espacios de entrevistas a empresarios y empresarias de Euskadi como un servicio más de apoyo a la empresa vasca y con el objetivo de dar una imagen real de la situación, momento y necesidades de nuestra economía a través de sus protagonistas económicos. Estos programas se emitirán a lo largo del 2016 exceptuando los meses de julio y agosto.

Los espacios de entrevistas se emitirán en cuatro programas (en total 148 entrevistas al año) de las tres emisoras de Eusko Irratia, dos en Radio Euskadi, una en Euskadi Irratia y una en Radio Vitoria, además de 200 cuñas de radio para promocionar todos servicios del Grupo SPRI a la empresa vasca

El importe total previsto 47.571,43 euros (Radio Euskadi: 23.567,68 euros, Euskadi Irratia 10.155,18 euros, Radio Vitoria 4.598,57 euros, Producción 9.250 euros)

Programa *la empresa en euskadi 2016* en Onda Vasca

El Grupo SPRI facilita espacios de entrevistas a empresarios y empresarias de Euskadi como un servicio más de apoyo a la empresa vasca y con el objetivo de dar una imagen real de la situación, momento y necesidades de nuestra economía a través de sus protagonistas económicos. Estos programas se emitirán a lo largo del 2016 exceptuando los meses de julio y agosto.

Serán 45 espacios de entrevistas a empresarios y empresarias vascas en Onda Vasca, por un importe de 18.000 euros.

Patrocinio a Fun & Serious Games Del Grupo Vocento

Con el fin de promocionar y dar apoyo a la industria del videojuego, se estudia reeditar la colaboración con el evento Fun&Serious Games que se celebra la primera semana de diciembre de 2016. Este evento está dirigido a la sociedad en general y en particular a la industria del videojuego

El evento se celebra la primera semana de diciembre y la promoción comienza en junio, reforzando la promoción a partir de septiembre. La inversión prevista en este patrocinio es de 150.000 euros.

PARQUES TECNOLÓGICOS DE EUSKADI/EUSKADIKO PARKE TEKNOLOGIKOAK

CAMPAÑAS

Campaña para promocionar la Red de Parques Tecnológicos de Euskadi

Las acciones previstas están dirigidas a generar notoriedad de la marca Parke, poner en valor los parques y las empresas en ellas ubicadas en cada Territorio Histórico

EVE

El **Ente Vasco de la Energía** estudia desarrollar varias acciones publicitarias en el ejercicio 2016, orientadas a la promoción de la mejora en los hábitos de consumo energético.

CAMPAÑAS

Campaña 5 Marzo, Día De La Eficiencia Energética

Inserciones de prensa en los principales periódicos de Euskadi con motivo del Día de la Eficiencia Energética.

- Presupuesto: 21.693,5 € + IVA

Campaña para un uso responsable de la energía

EVE tiene previsto desarrollar diversas acciones para la promoción de un uso responsable de la energía, haciendo especial hincapié en la necesidad de la eficiencia

energética en diferentes sectores, así como del uso de las energías renovables. La campaña está dirigida a toda la sociedad vasca y se emplearán anuncios en prensa vasca generalista y suplementos en materia de economía, infraestructuras o energía, así como prensa especializada (Economía). Media página y/o faldón a color.

Campaña de radiodifusión de consejos de ahorro energético

Está previsto desarrollar una campaña de radiodifusión con consejos de ahorro energético para la promoción de un uso responsable de la energía, el conocimiento de la eficiencia energética y las energías renovables. Como las acciones radiofónicas llevadas a cabo en los últimos ejercicios, en este periodo 2016 se prevé mantener el mensaje principal o claim : “Siga los consejos del EVE y ahorre energía”.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se emitirán cuñas en cadenas de radio generalistas de Euskadi, durante en el espacio de información del tiempo en horario de mañana, durante el mes de enero de 2016. El coste total de la campaña: 10.045€ (IVA no incluido)

Campaña de radiodifusión de Euskadi Eficiente

Está previsto desarrollar una campaña de radiodifusión con consejos de ahorro energético para la promoción de un uso responsable de la energía, el conocimiento de la eficiencia energética y las energías renovables.. Claim: “Euskadi eficiente”.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se emitirán cuñas en cadenas de radio generalistas de Euskadi, durante en el espacio de información del tiempo en horario de mañana, durante los meses entre febrero y junio de 2016.

Solicitud de ofertas resuelto a favor de la oferta de Mediasal. Precio máximo 46.971,66€ (IVA no incluido)

Campaña de radiodifusión de consejos de ahorro energético

Está previsto desarrollar una campaña de radiodifusión con consejos de ahorro energético para la promoción de un uso responsable de la energía, el conocimiento de la eficiencia energética y las energías renovables.. Claim: “Euskadi eficiente”.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se emitirán cuñas en cadenas de radio generalistas de Euskadi, durante en el espacio de información del tiempo en horario de mañana, durante los meses entre septiembre y diciembre de 2016.

Solicitud de ofertas a resolver en julio de 2016. Precio máximo 37.000 euros.

Basquetour

La agencia de promoción de turismo, Basquetour, tiene previsto desarrollar campañas publicitarias para promocionar Euskadi como destino turístico. No obstante, también desarrollará acciones comunicativas en Euskadi. Algunas de las previsiones son las siguientes:

CAMPAÑAS

Campañas e inserciones en mercados de interés

Basquetour tiene el objetivo de promocionar la presencia de Euskadi como destino y de sus productos turísticos (Surf, BTT, Gastronomía, MICE) en mercados de interés: Reino Unido, EE.UU, Estado, Francia, Alemania y Euskadi, mediante artículos e inserciones de anuncios que se desglosan a continuación atendiendo los destinatarios:

- **Multimercado:**
 - Web AboutBC.info: Inserción con banner todo el año para la promoción de la marca y el destino Euskadi-Basque Country en mercados donde existe gran presencia de la diáspora vasca. Presupuesto: 1.250 euros (IVA incluido)
 - Bizkaia/Gipuzkoa/Álava tour: inserciones durante 2016 en las 3 cabeceras con contenido gastronómico. Distribución: hoteles de Euskadi. Presupuesto: 5.000€ (IVA incluido).
 - **Campaña para la mejora de la conectividad del destino Euskadi con mercados de interés turístico: Reino Unido, Noruega, EE.UU,....** Se trata de diferentes tipos de acciones por concretar, en colaboración con compañías aéreas y de ferrys. Presupuesto estimado: 100.000 euros.
- **Mercado británico y americano:**

Campañas de promoción turística de Euskadi. Presupuesto: 200.000 euros de presupuesto estimado para cada una de ellas. Todavía no hay planificación.
- **Mercado francés:**

Inserciones en revistas de viajes on y off: Easyvoyage, Routard, A/R Magazine y Desir de Voyages.

 - **Easyvoyage:** marzo. 10.925€ + IVA. Redaccionales + presencia en la homepage + RR.SS de Easyvoyage.
 - **A/R Magazine:** 1 página de publicidad, 1 publi redaccional (2 páginas); Presencia en redes sociales: Facebook (5.500) y Twitter (8.800); Mención del destino en el BFM Business TV. Mayo/junio. 6.000€ + IVA.
 - **Routard. com:** Reportaje; campaña de promoción editorial del reportaje esponsorizado; slideshow editorial en rotación general durante 2 semanas; viñeta editorial en las diferentes páginas del website routard.com durante 4 semanas; 1 PUSH vía redes sociales: Facebook (123.000) y Twitter (14.000); 1 mención dentro de la Newsletter editorial enviada a 300.000 suscriptores; Newsletter Exclusiva dedicada a Euskadi - Pays Basque; campaña display:

Formato: Banner 300x600 - rotación general website. Presupuesto: Campaña Display: 23 marzo-23 de abril. 11.000 € + IVA.

- **Desir de Voyages:** Redaccional de 8 páginas. Mayo. Presupuesto: 8.050 € +

Inserciones online: RTB en Iparralde y Aquitania: Inserciones en un centenar de sites en los que navegan usuarios con intereses afines, en este caso, relacionados con costa y más concretamente con Costa Vasca.

Presupuesto: 8.190,75€ + IVA. (incluido producción y traducciones de las piezas creativas).

○ **Mercado alemán:**

Número entero de la revista de viajes más prestigiosa de Alemania

- **ADAC. Alemania. Revista de viajes:** Basquetour ha contratado el número ADAC Reisemagazin 3/16, que tiene unas 150 páginas en total. Junio. Presupuesto: 180.000 euros. (Objetivo: lograr apoyo de otras instituciones/organizaciones turísticas de Euskadi).

○ **Mercado estatal:**

Promoción de experiencias turísticas:

- **Inserción en La Guía El Viajero 2016**, publicación sobre viajes y oferta turística que tiene también reflejo en elpais.com. Campaña entre diciembre 2015 y diciembre 2016. Un año de duración. Doble página color para la versión en papel, 300.000 ejemplares distribuidos gratuitamente con El País, en salas VIP de aeropuertos y Renfe (AVE) el 13 de Diciembre y en Fitur, 7.000 ejemplares/día. Además, el precio incluye campaña en digital (2.000.000 impresiones en portada en elpais.com + 500.000 impresiones en keywords afines elpais.com a consumir de Diciembre de 2015 y a lo largo de todo 2016) que está valorada a tarifa en 125.000 euros. Propuesta económica: 11.000 € + IVA.
- **Se prevén inserciones en medios vascos.** Presupuesto: 48.190€ (IVA incluido). Marzo.

Promoción de acciones turísticas con motivo de la IV Bandera Euskadi Basque Country, en Sevilla. Presupuesto estimado: 25.000 euros.

○ **Mercado interior:**

Campaña ESKERRIK ASKO! 3 millones de visitantes

El objetivo de esta campaña es agradecer por parte del Gobierno Vasco al sector turístico vasco, público y privado, el trabajo realizado cuyo fruto ha sido conseguir en 2015 3 millones de visitantes.

Se prevén inserciones en los principales medios de Euskadi: prensa online y off line, y radio. El presupuesto es de 59.819,95€ (IVA incluido).

HAZI

La Fundación HAZI tiene la previsión de desarrollar este ejercicio 2015 al menos cinco campañas promocionales y un patrocinio.

CAMPAÑAS

Campaña -promocional de la leche

Esta posible campaña tiene como finalidad impulsar el consumo de la leche de Euskadi y dar a conocer los beneficios del consumo de este producto.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se llevará a cabo mediante televisión, radio y prensa escrita durante los meses entre marzo y mayo de 2016. El coste total de la campaña: 70.000 euros (emisión 15.000 euros y producción 55.000 euros).

Campaña publicitaria para mostrar el sector como creación de economía y generación de empleo

Se prevé una campaña para mejorar la imagen del sector y del medio rural y litoral ante la sociedad, y de este modo, intentar aumentar su competitividad y aportación a la economía vasca.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se llevará a cabo mediante televisión, radio y prensa escrita durante los meses entre mayo y octubre de 2016. El coste total de la campaña: 275.000 euros (emisión 200.000 euros y producción 75.000 euros).

Campaña para publicitar el modelo de nuevas carnicerías: basque label harategiak

Se realizará una campaña para dar a conocer el nuevo modelo de carnicerías y poner en valor los productos con Eusko Label, en especial la carne de Vacuno de nuestros baserritarras.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se llevará a cabo mediante televisión, radio y prensa escrita durante los meses entre mayo y octubre de 2016. El coste total de la campaña: 275.000 euros (emisión 200.000 euros y producción 75.000 euros).

Campaña NIREA en medios sectoriales

Se hará publicidad en medios sectoriales que tiene como finalidad poner en valor las aportaciones del medio rural y litoral y del sector a la sociedad (sobre todo urbana). Externalidades positivas: desarrollo rural, medioambiente, sostenibilidad, cultura... Se centrará la comunicación en Nirea: programa para promover el compromiso de la sociedad vasca con el desarrollo sostenible del medio rural y litoral de Euskadi.

La campaña está dirigida a la población de del medio rural y del sector primario y se llevará a cabo en soportes originales publicitarios en publicaciones sectoriales. La fecha prevista para esta publicidad entre enero y diciembre de 2016. Se destinarán al efecto 10.000 euros.

Campaña sobre productos de calidad de euskadi en publicaciones locales

La publicidad en publicaciones locales tiene como objetivo poner en valor las marcas de calidad certificada de Euskadi, haciendo énfasis en la importancia de la identificación y con el objetivo de aumentar la notoriedad de ellas.

La campaña está dirigida a la sociedad en general. Se llevará a cabo mediante originales publicitarios en publicaciones locales, durante los meses entre marzo y diciembre de 2016. El coste total será de 15.000 euros

PATROCINIO

Patrocinio San Sebastian Gastronomika (Diario Vasco)

San Sebastián Gastronomika es un evento que se ha ido consolidado en los últimos años como referencia de la alta gastronomía. En San Sebastian Gastronomika - Euskadi Basque Country no solo la cocina estará presente, y es que las demás disciplinas del sector gastronómico también tienen cabida en el congreso. Se reúnen los mejores profesionales de la sala, el vino y la restauración, a través de ponencias, catas, talleres y atractivas actividades como el VI Concurso Nacional de Parrilla o Gastronomika. Por otro lado, las mejores marcas y empresas del sector están presentes en el Market del congreso, un espacio único para favorecer el intercambio comercial y conocer nuevos productos especialmente destinados a los profesionales del sector.

El certamen se compromete a la utilización de la marca EUSKADI BASQUE COUNTRY como imagen del certamen y la utilización y promoción de dicha marca en todos aquellos soportes que se produzcan para dicho evento. A su vez, se quiere dar a conocer y promocionar los productos de calidad de Euskadi y la industria alimentaria.

Este evento está dirigido a la sociedad en general y los soportes utilizados serán publicidad en la propia feria y las publicaciones en el Diario Vasco (periódico, programa y publicaciones de la feria) durante los meses de marzo a diciembre de 2016. El coste será de 220.000 euros.

CAMPAÑA	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Campaña Mundura Begira	1	17.900
Campaña Becas Internacionalización	1	17.900
Campaña Estrategia 3E	2	49.500
Campaña de Certificados de Eficiencia Energética en Edificios	3	17.900
Campaña Promoción de Comercio Local 2016	3	322.455
Campaña Basque Industry	Todo el año	A determinar
(PARQUES) Campaña para promocionar la Red de Parques Tecnológicos de Euskadi	Todo el año	A determinar
(EVE) Campaña 5 Marzo, Día De La Eficiencia Energética	1	21.693,5
(EVE) Campaña para un uso responsable de la energía	Todo el año	A determinar
(EVE) Campaña de radiodifusión de consejos de ahorro energético	Todo el año	10.045
(EVE) Campaña Euskadi eficiente	1,2	46.971,66
(EVE) Campaña de radiodifusión de consejos de ahorro energético	Todo el año	37.000
(Basquetour) Turismo Euskadi en mercados estratégicos	Todo el año	
(Basquetour) Campaña ESKERRIK ASKO! 3 millones de visitantes	1	59.819,95
(HAZI) Campaña -promocional de la leche	1, 2	70.000
(HAZI) Campaña publicitaria para mostrar el sector como creación de economía y generación de empleo	2, 3	275.000
(HAZI) Campaña para publicitar el modelo de nuevas carnicerías: basque label harategiak	2, 3	275.000
(HAZI) Campaña NIREA en medios sectoriales	Todo el año	10.000
(HAZI) Campaña sobre productos de calidad de euskadi en publicaciones locales	Todo el año	15.000
PATROCINIOS	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Programa la empresa en Euskadi 2016 en SER Euskadi	Todo el año	17.900
Patrocinio de Espacios Especiales Dirigidos al Primer Sector en Bizkaia Irratia	Todo el año	4.132
Patrocinio Premios Hemendik Sariak 2016	3	17.698,67
Patrocinio Premio Empresa Solidaria Dato Económico	3	A determinar
Patrocinio Jornada Especial Energía (Expansión)	A determinar	A determinar
(SPRI) Programa Made in Basque Country de Eusko Irratia	Todo el año	47.571,43
(SPRI) Programa la Empresa en Euskadi 2016 en Onda Vasca	Todo el año	18.000
(SPRI) Patrocinio a Fun & Serious Games Del Grupo Vocento	3	150.000
(HAZI) Patrocinio San Sebastian Gastronomika (Diario Vasco)	Todo el año	220.000

DEPARTAMENTO DE EMPLEO Y POLÍTICAS SOCIALES

DEPARTAMENTO DE EMPLEO Y POLÍTICAS SOCIALES

El Departamento de Empleo y Políticas Sociales así como los organismos autónomos Alokabide, Lanbide, y Visesa, tienen previsto desarrollar las siguientes acciones publicitarias a lo largo del año 2016:

CAMPAÑAS

Campaña “Lehen Aukera”

El Programa Lehen Aukera concede ayudas destinadas a la contratación de personas jóvenes desempleadas en empresas vascas. Es una campaña informativa dirigida tanto a jóvenes, a fin de que se apunten en el programa y a las empresas para que contraten a jóvenes.

Campaña “Inspección Técnica de Edificios – ITE”

Campaña de información sobre la Inspección Técnica de Edificios. Campaña que informa sobre las ventajas de la inspección y también sobre la obligatoriedad de la misma.

Campaña “Depósito de fianzas en arrendamientos urbanos”

Campaña de información sobre obligatoriedad que tiene la persona propietaria de una vivienda en alquiler de registrar y depositar la fianza en Bizilagun.

Campaña “Teléfono de atención a las víctimas de violencia de género”

Campaña para potenciar el número de teléfono del Gobierno Vasco (SATEVI), aprovechando el 10º aniversario del servicio.

El departamento de Empleo y Políticas Sociales no puede determinar la fecha y el coste que tendrás estas campañas.

INSERCIONES DE ANUNCIOS

Entre las acciones planificadas, se encuentran las **inserciones de anuncios** como pueden ser los anuncios de tablones de Etxebide, la publicitación de jornadas, inserciones de anuncios generales del Departamento en revistas de interés, la publicación de publrreportajes, anuarios, días internacionales, anuncios oficiales de expropiaciones, entre otros.

PATROCINIOS

En cuanto al patrocinio de programas y jornadas, el Departamento tiene previsto colaborar con varios medios de comunicación en distintos programas radiofónicos con el fin de contribuir al fomento del empleo y las políticas sociales. De esta manera, sin perjuicio de los que puedan surgir a lo largo del año, se llevarán a cabo los siguientes patrocinios:

Espacios radiofónicos de programas relacionados con el “Empleo, Políticas Sociales y Vivienda”

- **Medio:** Bizkaia Irratia
- **Importe:** 10.944,00€
- **Fecha:** enero-diciembre

Emisión de la Jornada de Paternidades (17-18-19 marzo)

- **Medio:** Bizkaia Irratia
- **Importe:** 800,00€
- **Fecha:** 17 de marzo

Espacios radiofónicos sobre “Empleo y Políticas Sociales”

- **Medio:** Radio Popular
- **Importe:** 12.950€
- **Fecha:** enero-diciembre

Espacios radiofónicos de “Área Social”

- **Medio:** Onda Vasca
- **Importe:** 18.000€
- **Fecha:** marzo-diciembre

Cuñas 20” tras boletín informativo

- **Medio:** Cadena Ser
- **Importe:** 30.240€
- **Fecha:** marzo-diciembre

Publicidad Streaming-Cadenaser.com (marzo-abril-mayo)

- **Medio:** Cadenaser.com
- **Importe:** 2.475,00€
- **Fecha:** marzo-abril-mayo

Espacios informativos Políticas Sociales

- **Medio:** COPE
- **Importe:** 8.500€

- **Fecha:** marzo-diciembre

Patrocinio sección “Análisis internacional” de Jesús Torquemada

- **Medio:** Radio Euskadi
- **Importe:** 22.000€
- **Días de Emisión:** Lunes a Viernes
- **Fecha:** marzo-diciembre

Patrocinio sección “Nazioarteko analisia” de Jesús Torquemada

- **Medio:** Euskadi Irratia
- **Importe:** 12.800€
- **Días de Emisión:** Lunes a Viernes
- **Fecha:** marzo-diciembre

Patrocinio Jornada Empleo: “¿Cuáles serán los desafíos y oportunidades en el mercado laboral en los próximos 25 años?”

- **Medio:** El Mundo
- **Importe:** 10.000,00€
- **Fecha:** 18 de mayo

Patrocinio Jornada Empleo en Bizkaia “GazteUp”

- **Medio:** El Correo y Diario Vasco
- **Importe:** 17.950,00€
- **Fecha:** 18 de marzo

ALOKABIDE

Campaña de Alokabide “Zabaldu zure etxea-Abre tu casa”

Campaña dirigida a la gente para animar a alquilar las viviendas vacías a través de Alokabide.

CAMPAÑA	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Campaña “Lehen Aukera”	-	-
ALOKABIDE “Abre tu casa”		
“Inspección Técnica de Edificios – ITE”		
“Depósito de fianzas en arrendamientos urbanos”		
Teléfono de atención a las víctimas de violencia de género”		

PATROCINIOS	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Espacios en Bizkaia Irratia sobre Empleo, Políticas Sociales y Vivienda	1, 2, 3	10.944,00€
Emisión de la Jornada de Paternidades (Bizkaia Irratia)	1	800€
Espacios sobre "Empleo y Políticas Sociales" en Radio Popular	1, 2, 3	12.950€
Espacios sobre "Área Social" en Onda Vasca	1, 2, 3	18.000€
Cuñas 20" tras boletín informativo (Cadena Ser)	1, 2, 3	30.240€
Publicidad Streaming-Cadenaser.com	1, 2	2.475,00€
Espacios informativos Políticas Sociales (COPE)	1, 2, 3	8.500€
Patrocinio sección "Análisis internacional" de Jesús Torquemada (Radio Euskadi)	1, 2, 3	22.000€
Patrocinio sección "Nazioarteko analisia" de Jesús Torquemada (Euskadi Irratia)	1, 2, 3	12.800€
Jornada empleo (El Mundo)	1	10.000,00€
Jornada Empleo en Bizkaia "GazteUp" (El Correo y Diario Vasco)	1	17.950,00€

DEPARTAMENTO DE HACIENDA Y FINANZAS

DEPARTAMENTO DE HACIENDA Y FINANZAS

El Departamento de Hacienda y Finanzas lleva varios ejercicios sin destinar una partida presupuestaria específica para la inversión publicitaria. Este año tampoco tiene previsto realizar inversiones publicitarias.

Durante el ejercicio 2016 no tiene entre sus objetivos prioritarios ninguna campaña institucional a excepción de las que pudieran surgir a nivel interdepartamental como Gobierno en su conjunto o en colaboración con otras instituciones.

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA

El Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura es responsable de marcar las directrices, la planificación estratégica y el diseño de las enseñanzas en sus diversas etapas y niveles, en la Universidad y en la Formación Profesional. Dirige el impulso de la política científica, la política lingüística y la promoción del Euskera, la gestión, difusión e impulso del patrimonio histórico-artístico y de las actividades artísticas, además de marcar las iniciativas en el área de Deporte y Juventud.

Para ello llevará a cabo las siguientes actuaciones en el área de publicidad:

CAMPAÑAS**Campaña de prematriculación de la Escuela Pública Vasca**

Coincidente con las fechas de pre-matriculación a principios de año. Dirigida a las familias, especialmente a aquellas que acceden por primera vez al sistema educativo vasco. Además de las fechas para la presentación de la documentación, se hace hincapié en la posibilidad de realizar dicha pre-matrícula a través de la página Web del Departamento.

Lema de la campaña; “Da gusto aprender en equipo-Gozamena da elkarrekin ikastea”.

Del 23 de enero al 5 de febrero.

Campaña Poziktibity.

Campaña dirigida a **Fomentar el uso del euskera** en la ciudadanía vasca

Es un proyecto que persigue potenciar el uso del euskera de un modo diferente. Poziktibity es una actitud y una forma de entender el euskera. Nace de la unión **Pozik +Activiety = Poziktibity**. Con este nombre no se intenta crear conciencia, ni imponer una postura hacia el idioma, sino todo lo contrario.

A lo largo del año, se llevarán a cabo diferentes oleadas publicitarias.

Campaña “Eman hegoak txantxangorriari”

Campaña dirigida a difundir y dar a conocer el nuevo símbolo del euskera creada en el marco de HAKOBA (Gobierno Vasco, tres diputaciones forales, los ayuntamientos de las tres capitales y EUDEL). Dicha nueva imagen es el “txantxangorri del euskera”, y su objetivo no es otro que el de invitar, de manera afable y próxima, a toda la ciudadanía al uso del euskera: a las personas que saben bien euskara, a las que lo saben en una u otra medida y también a aquellas personas que solo lo entienden.

Se llevará a cabo a lo largo de todo el año.

Campaña Mugiment

Mugiment, es la iniciativa intersectorial del Gobierno Vasco para crear una sociedad más activa. La inactividad física constituye la cuarta causa de mortalidad en el mundo y en Euskadi, según los datos recogidos en la última Encuesta de Salud de la Comunidad Autónoma Vasca, el 31 % de la población no cumple con los mínimos en la práctica de actividad física establecidos por la Organización Mundial de la Salud. El sedentarismo es, así mismo, un resultado de la sociedad actual en la que la mayoría de trabajos y el tiempo de ocio se desarrollan alrededor de actividades sedentarias que incrementan el riesgo de padecer enfermedades como la hipertensión, obesidad, diabetes o cáncer.

Se prevé impulsar una campaña publicitaria a lo largo del primer semestre de 2016

ANUNCIOS OFICIALES

Así mismo, el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura insertará anuncios en prensa dando a conocer toda la información de interés para la ciudadanía en general y alumnado y profesorado en particular, ej. : OPEs, concurso de traslado, apertura de listas, exámenes de EGA, matrícula en EOI, Convocatoria de Becas, etc.

Al margen de las campañas señaladas, el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura podrá realizar otras campañas publicitarias a lo largo del año en respuesta a necesidades que pudieran surgir. Así mismo cabe la posibilidad de llevar a cabo campañas divulgativas a través de la difusión de folletos, desplegados, carteles, anuncios televisivos o cuñas de radio.

CAMPAÑA	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Campaña de prematriculación de la escuela pública vasca	1	A determinar
Campaña Poziktibity	Todo el año	A determinar
Campaña "Eman hegoak txantxangorriari"	Todo el año	A determinar
Campaña Mugiment	Todo el año	A determinar

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

Es responsabilidad del Departamento de Seguridad informar y sensibilizar a la sociedad de las medidas y actitudes ciudadanas a favor de la seguridad ciudadana en distintos ámbitos, como espacios públicos, lugares de ocio, el tráfico, en el consumo de alcohol y drogas, el juego, los espectáculos, las alertas meteorológicas, etc.

Al tratarse de ámbitos de interés general para toda la ciudadanía, el Departamento de Seguridad tiene la obligación de difundir información al respecto de manera general y con el mayor alcance posible.

Sin perjuicio de otro tipo de acciones comunicativas e informativas que el Departamento lleva a cabo en estos ámbitos, la Dirección de Comunicación del Departamento de Seguridad tiene previsto desarrollar una amplia estrategia publicitaria para reforzar este objetivo comunicativo de interés común y público.

De esta manera, desde el Departamento de Seguridad se impulsarán, a lo largo del 2015, varias **campañas publicitarias** con los siguientes objetivos:

- Fomentar la educación vial.
- Evitar el exceso de velocidad en carretera.
- Evitar el consumo de alcohol y drogas y otras distracciones durante la conducción.
- Evitar los atropellos.
- Respetar las zonas de seguridad durante los espectáculos pirotécnicos.
- Prevenir la violencia en las competiciones deportivas.
- Respetar el aforo máximo en locales de ocio.
- Informar sobre alertas meteorológicas.
- Informar sobre los servicios de emergencias.
- Información relativa a la Ertzaintza.
- Informar sobre el procedimiento de voto en las elecciones al Parlamento Vasco

El Departamento de Seguridad desplegará estas campañas, como lo ha hecho en ejercicios anteriores, a lo largo del 2015 atendiendo al momento y la coyuntura específica de cada uno de los ámbitos mencionados (periodos de mayor tráfico, adversidades meteorológicas, temporadas deportivas, etc.)

Asimismo, debido desarrollará varias de sus acciones publicitarias dentro del **Convenio de colaboración que mantiene con Euskal Irrati Telebista**, que como grupo de comunicación público tiene la responsabilidad de ofrecer el servicio de información pública a la ciudadanía.

El Departamento de Seguridad no descarta, además de trabajar la publicidad en los aspectos de interés mencionados, estudiar otros ámbitos para desarrollar posibles campañas publicitarias.

PREVISIÓN DE CAMPAÑAS	FECHA PREVISTA	INVERSIÓN PREVISTA
Alcohol y Drogas (Tamborrada)	1	10.500
112 – Día Internacional	1	60.000
Aforo Máximo (Carnavales)	1	14.000
Contra la violencia y las actitudes xenófobas en el deporte	1	72.000
Presencia de la Ertzaintza en la Feria Sicur de Madrid	1	9.000
Tráfico (velocidad, distracciones, alcohol y drogas, cinturón de seguridad, ciclistas, motoristas...)	Fechas señaladas durante el año	780.000
Juego responsable	1	30.000
Convocatoria plazas de la XXVI promoción	1	115.000
Euskalmet XXV urte	1	17.5000
Seguridad en los espectáculos de fuegos artificiales	2	42.000
Elecciones al Parlamento Vasco 2016	Sin determinar	200.000
Aforo máximo (Halloween)	3	20.000
Día recuerdo víctimas de accidentes de tráfico	3	15.000
Aforo máximo	3	15.000

DEPARTAMENTO DE SALUD

DEPARTAMENTO DE SALUD

El Departamento de Salud tiene en previsión desarrollar este año 2016 dos campañas publicitarias, y algunos patrocinios en televisión y radio.

CAMPAÑAS

Campaña “Profesionales de Osakidetza”

La primera de ellas se denominará “Profesionales de Osakidetza”. El Departamento de Salud del Gobierno Vasco tiene previsto en 2016 impulsar una campaña de publicidad al objeto de poner en valor a los y las profesionales que componen el sistema sanitario público vasco.

El objetivo es que todos ellos, todas ellas (médicos, enfermeras, auxiliares de enfermería, celadores, administrativos, auxiliares administrativos...etc) se vean reflejados y reconocidos; por su profesionalidad, su vocación, su preparación, su humanidad, su esfuerzo, su cercanía... Son personas que tratan a personas. Son profesionales de gran vocación al servicio de la población.

El presupuesto, las herramientas y soportes están aún por determinar.

Campaña “menores y alcohol”

La segunda campaña del Departamento de Salud se titulará “MENORES Y ALCOHOL”. Será una campaña que contará con un presupuesto de 17.000 euros aproximadamente. Concretamente, la Dirección de Salud Pública y Adicciones del Gobierno Vasco de cara a los meses de julio y agosto tiene prevista una campaña de radio en emisoras jóvenes al objeto de concienciar a la juventud de los beneficios de no beber alcohol y seguir pasándolo bien. De igual modo, se valorará la inserción en suplementos especiales de fiestas en las tres capitales, de un anuncio.

Campaña “Carpeta de Salud” Esta campaña hay que incorporarla en Osakidetza

Dentro de la estrategia de dar a conocer las diferentes aplicaciones que tiene Carpeta de Salud para la ciudadanía, se harán acciones puntuales con anuncios en aquellos suplementos sobre salud o páginas específicas que se considere de interés para la difusión de la información.

OSAKIDETZA

Por parte de Osakidetza, se prevé desarrollar ~~des~~ tres campañas publicitarias en 2016.

CAMPAÑAS

Campaña “Euskaraz bai sano”

Esta campaña tiene dos objetivos: potenciar el uso del euskera entre los y las trabajadores de Osakidetza en el marco del II Plan de normalización del uso del euskera de Osakidetza al objeto de mejorar la calidad del servicio que se presta a la sociedad vasca e informar a la ciudadanía que puede solicitar ser atendida en euskera en los diferentes Centros de Osakidetza. La campaña se titulará “Euskaraz bai sano”. El presupuesto y el periodo a realizar de la campaña están aún por determinar.

Campaña “Vacúnate contra la gripe”

Durante los meses de octubre y noviembre, se llevará cabo la campaña anual “Vacúnate contra la gripe”, con el fin de animar a los grupos de riesgo (personas mayores de 65 años, enfermos crónicos y embarazadas) a que se vacunen contra la gripe. El presupuesto está aún por determinar.

KONTSUMOBIDE

Volverá a destinar un presupuesto de 60.000 euros + IVA para la difusión de diferentes mensajes de consumo en radio (entre 8-12), en los que se recogen recomendaciones para un consumo responsable. Esta campaña tiene previsto su inicio entre abril y mayo, con un tiempo de emisión que finalizaría con el año. El concurso para una central, aún sin adjudicar, tiene previsto la inserción de cuñas en las emisoras de mayor audiencia, tanto por oyentes como por sectores y territorio.

CAMPAÑA	FECHA (cuatrimestre)	COSTE APROXIMADO
Campaña “Profesional de Osakidetza”		A determinar
Campaña “menores y alcohol”	2	17.000
Campaña “Carpeta de salud”	-	A determinar
(OSAKIDETZA) Campaña “Euskaraz bai sano”	-	A determinar
(OSAKIDETZA) Campaña “Vacúnate contra la gripe”	3	A determinar
(KONTSUMOBIDE)		60.000

DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICA TERRITORIAL

DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICA TERRITORIAL

El Departamento de Medio Ambiente y Política Territorial tiene previsto desarrollar este año 2016 varias acciones publicitarias relacionadas principalmente con la sensibilización de los buenos hábitos medioambientales. A continuación se avanzan algunas de ellas, sin perjuicio de otras necesidades que puedan surgir a lo largo del año.

CAMPAÑAS

Campaña para evitar accidentes a la hora de bañarse en puertos durante el verano

Con la llegada del verano y la afluencia de gente a la zona costera, el departamento llevará a cabo una campaña en emisoras de radio y Twitter para prevenir a la sociedad de los accidentes a la hora de bañarse en los puertos. Esta campaña se llevará a cabo durante los meses de julio y agosto. El importe que se destinará está por determinar.

Campaña ecoembes y ecovidrio para el fomento del reciclaje

Se llevarán a cabo campañas durante los meses de octubre, noviembre y diciembre para informar a la sociedad de los beneficios del reciclaje e fomentar su uso. El importe que se destinará está por determinar.

Campaña European Mobility Week

En septiembre se celebra la semana de la movilidad y el Gobierno llevará a cabo una campaña para concienciar a la sociedad del uso del transporte público. Los soportes utilizados para la campaña serán cuñas de radio, medios impresos y on line. El importe que se destinará está por determinar.

OTRAS ACCIONES PUBLICITARIAS

Además de estas campañas, el departamento realizará otras iniciativas que se detallan a continuación:

Emisión de programas y **cuñas divulgativas sobre el cuidado del medio ambiente, aguas y aire** en varias emisoras de radio durante todo el año:

- Anuncios insertados en Cadena Cope País Vasco, Onda Vasca, Herri Irratia y Grupo Nervión sobre el cuidado del medio ambiente
- Patrocinio con Ser Euskadi para un programa divulgativo sobre el medio ambiente que se emitirá los sábados
- Patrocinio en Radio Euskadi y Radio Vitoria para promocionar un programa divulgativo denominado "Lur Bizia" sobre cuidados del medio ambiente

Anuncios y programas especiales **sobre transporte e infraestructuras** en radio y prensa escrita en el mes de marzo: El País, El Mundo, El Correo y Diario Vasco, Grupo Noticias, Berria y Gara.

En julio, el departamento **patrocinará** unas **carreras y excursiones familiares a playas y montes organizadas por el diario El Correo** en el marco de la Red Natura. Se trata de una red ecológica europea de áreas de conservación de la biodiversidad. Consta de Zonas Especiales de Conservación (ZEC). El departamento de Medio Ambiente y Política territorial considera importante que la sociedad conozca estas zonas de Euskadi. El importe que se destinará está por determinar.

Con motivo del **Día Internacional del Medio Ambiente** en junio, se realizarán varias **inserciones de anuncio** en medios impresos, digitales y radios.

Tras el Congreso **Euskal Hiria** que tendrá lugar en noviembre, se **insertarán anuncios** en medios impresos con los asuntos abordados.

ETS- EUSKAL TRENBIDE SAREAK

El organismo autónomo ETS-Euskal Trenbide sareak llevará a cabo las siguientes campañas de información sobre obras o nuevas infraestructuras, sin perjuicio de otras necesidades que puedan surgir a lo largo del año.

CAMPAÑAS

Campañas de información sobre el proyecto Pasante de Metro Donostialdea

Campaña para informar sobre las obras de la Línea 3 de metro de Bilbao

Campaña para informar sobre la prolongación del tranvía VG

Además, y de manera más local, se informará de las obras que se están llevando a cabo en Loiola a través de cuñas radiofónicas.

EUSKOTREN

Durante todo el año Euskotren **informará y fomentará el uso del transporte público**. Para ello realizará una **campaña específica** con ese objetivo en el que se añadirán anuncios especiales informando de los servicios especiales de Euskotren en jornadas festivas.

URA

El organismo URA tiene firmado un **convenio con EITB** por el que se llevan a cabo durante todo el año varias inserciones de anuncios durante los pronósticos del tiempo y se informa sobre el **cuidado de aguas**.

Se llevarán a cabo varias iniciativas publicitarias en radios con motivo **del Día Internacional del Agua**.

Además, el Gobierno Vasco participa junto con otras instituciones públicas en la **campaña “no alimentos al monstruo”** con el fin de evitar echar toallitas a los inodoros. Ura participará en esta campaña a través de algunas inserciones en medios.

IHOBE

En abril, coincidiendo con el **Congreso internacional ICLEI** de ciudades y regiones sostenibles que se organizará en Euskadi con la previsión de más de 1.000 asistentes, se llevarán a cabo varias acciones publicitarias.

Además, con motivo de la semana “Green Week 2016” realizará una **campaña** en mayo y en junio.

