PLAN DE PUBLICIDAD DEL GOBIERNO VASCO 2015

PERTSONA HELBURU

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA

GOBIERNO VASCO

INTRODUCCIÓN

La Comisión Interdepartamental de Publicidad del Gobierno Vasco ha aprobado, con fecha de 18 de febrero de 2015, el presente Plan de Publicidad y Comunicación Institucional del Gobierno Vasco 2015 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 2015, 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 Municipales y a Juntas Generales de 2015, 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.

Este régimen especial estará en vigor durante el periodo electoral, comprendido entre el 31 de marzo y 24 de mayo de 2015.

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 INDENTIDAD ESPECÍFICO O "CLAIM"

En el ejercicio 2015 el Gobierno Vasco seguirá empleando en sus acciones de publicidad el signo de identidad específico aprobado en Acuerdo del Consejo de Gobierno del 18 de junio: "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 del Gobierno Vasco es la responsable de coordinar las campañas de publicidad y comunicación institucional de Lehendakaritza.

Con vistas al año 2015, Lehendakaritza tienen previsto desarrollar cuatro líneas de acción paralelas en materia de publicidad, que se concretarán en:

1. Campañas de publicidad institucional.

2. Acciones e inserciones publicitarias temáticas.

3. Colaboraciones y patrocinios con medios de comunicación para la difusión de acontecimientos y temáticas concretas.

4. Anuncios oficiales.

1. CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Campaña sobre las medidas económicas del Gobierno

En primer lugar, Lehendakaritza tiene previsto desarrollar este año 2015 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 mantendrá la línea de comunicación desplegada hasta ahora bajo el lema “Detrás de los números hay personas”. Se prevé una campaña que siga esta línea comunicativa, que refleja 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 (*a priori*) serán tanto medios on-line como off-line. El presupuesto aproximado del conjunto de la campaña es de 385.000 euros.

Dicha campaña se prevé para el primer cuatrimestre de 2015, aunque no se descarta dar continuidad a esta campaña, o desarrollar una nueva con objetivos similares a lo largo del año.

Esta propuesta de campaña fue aprobada por la Comisión de Publicidad en la reunión celebrada el 19 de enero.

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).

Campañas de Emakunde

Como todos los años, Emakunde desarrollará una campaña de sensibilización con ocasión del Día de la Mujer trabajadora, el 8 de marzo, a favor de una concienciación por la igualdad entre 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. Los mensajes que Emakunde definirá en torno a esta campaña, tendrán su continuidad en otras acciones de comunicación a lo largo del 2015, bien en otras posibles campañas, o bien en acciones de comunicación puntuales.

2. ACCIONES E INSERCIONES PUBLICITARIAS TEMÁTICAS

Corresponde al Gobierno Vasco y en particular a Lehendakaritza llevar a cabo acciones de difusión de Euskadi en el exterior enmarcadas en la Estrategia Basque Country que impulsa y coordina la Secretaría General de Acción Exterior.

Además de los trabajos que realiza la Secretaría, la proyección de Euskadi en el exterior puede venir de la mano de actuaciones en el ámbito de la comunicación. En este sentido la Dirección de Comunicación contempla la posibilidad de llevar a cabo acciones publicitarias y de comunicación.

3. COLABORACIONES Y PATROCINIOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE ACONTECIMIENTOS Y TEMÁTICAS CONCRETAS

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.

4. ANUNCIOS OFICIALES

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.

DEPARTAMENTO DE ADIMINISTRACIÓN PÚBLICA Y JUSTICIA

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y JUSTICIA

El Departamento de Administración Pública y Justicia tiene la previsión de desarrollar a lo largo de este ejercicio 2015 dos campañas publicitarias.

La primera de ellas tendrá como objetivo promocionar el uso del euskera en las relaciones de la ciudadanía con la administración. Concretamente, 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, cree conveniente 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. La campaña se denominará “Administrazioan euskaraz”.

De esta manera, se contribuye a cumplir el compromiso firme de este Gobierno con el bilingüismo.

El periodo de esta campaña será diciembre de 2015. El presupuesto, los soportes y herramientas a emplear están aún por determinar.

La segunda campaña tendrá como fin promocionar el nuevo dominio **euskadi.eus** y el nuevo portal institucional. A finales de 2014, el Gobierno Vasco trasladó el dominio de su portal electrónico del “euskadi.net” a “euskadi.eus”. Este cambio de dominio irá unido, en 2015, a un rediseño de imagen del portal web sobre el que ya está trabajando el personal adscrito al servicio web de la Dirección de Atención a la Ciudadanía e Innovación y Mejora de la Administración.

Una vez que el cambio esté listo, esta dirección considera que sería necesario realizar una campaña publicitaria para darle la máxima difusión y potenciar la relación electrónica entre la ciudadanía y Administración Pública Vasca. La campaña se denominará “Tu administración pública en un click: euskadi.eus”.

El presupuesto, las herramientas y soportes a emplear en la campaña están aún por 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 2015:

Revisión ITV ciclomotores

El departamento de Desarrollo Económico y Competitividad, desde la Dirección de Energía, Minas y Administración Industrial, informará de las ubicaciones (localidades) en las que se realiza la ITV móvil y las fechas correspondientes para desarrollar la citada campaña.

Campaña Comprobación del frenado de vehículos pesados

El Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad, a través de la Dirección de Energía, Minas y Administración Industrial, considera fundamental destacar la importancia de la Directiva 2010/48/UE sobre comprobación de la eficacia del frenado en vehículos de más de 3.5 Toneladas.

Revisión de Calderas de Gas

En esta campaña se informa a los usuarios de la obligatoriedad de contratar la realización de las revisiones periódicas con una empresa instaladora habilitada de su confianza, de exigir el certificado de la revisión y de reparar todas las deficiencias detectadas en las mismas. También se informa de los riesgos que para su integridad puede suponer la no realización de estas comprobaciones de seguridad de las instalaciones.

Dado que el otoño y el invierno son las épocas del año en las que se utilizan más los equipos a gas (para calefacción), se plantea que esta campaña se pueda hacer en otoño.

Apoyo al pequeño comercio

Promover la sensibilización y valoración social del comercio y más concretamente el que se visualice el papel social de las actividades de distribución, así como su papel vertebrador de la vida urbana de nuestros municipios es el objetivo fundamental de esta campaña. La Dirección de Comercio considera necesario apoyar y difundir una imagen más positiva del comercio vasco y su función social, resaltando el papel del comercio urbano y sus valores: cercano al ciudadano, moderno, vanguardista, profesional, competitivo, sostenible y potenciador de las economías locales

Programa "La empresa vasca está aquí" en SER Euskadi

Facilitar 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.

Campaña Nuevos Modelos de Gestión

El DDEC tiene previsto promocionar la estrategia y programas asociados al impulso de los nuevos Modelos de Gestión en las empresas a través de prensa escrita y portales web.

Campaña de promoción de la Iniciativa de la Biomasa en Euskadi

El DDEC tiene previsto impulsar una campaña de que contribuya a la socialización de la Iniciativa de Biomasa de Euskadi a través de prensa escrita (prensa local y/o revistas locales) y portales web.

SPRI

Desde la Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial del Gobierno Vasco, está previsto llevar a cabo algunos patrocinios de programas que se detallan a continuación.

Patrocinio del 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 2015 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 será de 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)

Patrocinio del Espacio de Promoción Empresarial 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 2015 exceptuando tres semanas de agosto.

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

Posible continuidad del Patrocinio del Emprendimiento Vasco en la Revista especializada de ámbito estatal "Emprendedores"

SPRI estudia dar continuidad a un acuerdo con el resto de Agencias de Desarrollo Empresarial de España que se fijó en 2013 y que está vigente hasta septiembre de 2015. El objetivo es dar a conocer el papel de los emprendedores vascos así como las políticas de emprendimiento de las instituciones vascas. Se renovaría para el periodo septiembre 2015- junio 2016 y el soporte y medio serían la revista Emprendores, por un importe de 3.000 euros.

Posible continuidad del 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 2015. 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 para este patrocinio es de 150.000 euros.

PARQUES TECNOLÓGICOS DE EUSKADI / EUSKADIKO PARKE TEKNOLOGIKOAK

La sociedad pública Parques Tecnológicos de Euskadi, dependiente del Departamento de Desarrollo Económico y Competitividad, estudia la posibilidad de desarrollar una campaña de promoción de la unificación de imagen de los Parques Tecnológicos de Euskadi y reforzar su proyección como "Lugares para la innovación".

A finales de junio de 2014 los Parques Tecnológicos de Euskadi estrenaron nueva imagen corporativa, una imagen unificada, por primera vez en la historia de los Parques Tecnológicos vascos. Al mismo tiempo, los Parques Tecnológicos de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa están a punto de poner en marcha un plan comercial para dar a conocer y difundir sus ofertas de espacios y de servicios.

Es por esto que se ha puesto sobre la mesa la posibilidad de realizar una campaña publicitaria. Si bien aún no es más que una posibilidad, desde Parques Tecnológicos de Euskadi sí se ha trazado una línea de acción en este sentido; por un lado el mensaje a lanzar. Este mensaje sería doble: por un lado la nueva imagen y la unión de los tres parques; y, por otro, los espacios y servicios, los "Lugares para la Innovación".

Las personas destinatarias sería la sociedad en general y de manera particular el sector empresarial de Euskadi. El periodo para esta posible campaña está aún por determinar, mientras que las herramientas y soportes a emplear serían Internet y las emisoras de radio. La previsión presupuestaria ronda los 40.000 euros.

EVE

El Ente Vasco de la Energía estudia desarrollar varias acciones publicitarias en el ejercicio 2015, orientadas a la promoción de la mejora en los hábitos de consumo energético.

Campaña para un uso responsable de la energía

EVE tiene previsto desarrollar una campaña para la promoción de un uso responsable de la energía, de la eficiencia energética en diferentes sectores y de las energías renovables. La campaña estará dirigida a toda la sociedad vasca y se emplearán anuncios de media página o faldones en los medios de comunicación de prensa escrita y suplementos del ámbito económico, de infraestructuras o de la energía.

El periodo a impulsar está por determinar y contará con un presupuesto aproximado de 45.000 euros.

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 2015 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 emisoras de radio generalistas, durante en el espacio de información del tiempo en horario de mañana. El periodo será entre enero y junio 2015.

Está previsto que el coste total de la campaña sea de 46.886 euros. La planificación de medios, siguiendo a la propuesta de la empresa adjudicataria (Mediasal) será la siguiente:

DESGLOSE DE MEDIOS:

MEDIO	IMPORTE (en €)
RADIOS	
Radio Euskadi, Euskadi Irratia, Radio Vitoria	15.750
SER Euskadi	14.400
Onda Vasca	10.575
Radio Popular + Herri irratia	3.232
Bizkaia Irratia	1.235
Radio 7	1.694
TOTAL	46.886

Semana Europea de la Energía. Inserciones en prensa local.

Siguiendo con el objetivo de promocionar el ahorro de energía y las energías renovables, EVE desarrollará una campaña publicitaria en el marco de la Semana Europea de la Energía y del proyecto "Pacto de los Alcaldes y Alcaldesas". Asimismo, se trata de visibilizar la tarea que están desarrollando los municipios adheridos al pacto.

La campaña estará dirigida a los y las habitantes de municipios de Euskadi que forman parte del programa de la Comisión Europea "Pacto de los Alcaldes y Alcaldesas". Las herramientas y soportes están aún por determinar Pendiente de determinar. El periodo será entre junio y septiembre de 2015 y el presupuesto inicial es de 10.000 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:

Programa especial en Onda Vasca de promoción de FITUR 2015

Con el objetivo de promocionar la presencia de Euskadi en la Feria Internacional de Turismo, FITUR 2015, se ha patrocinado en Onda vasca un programa especial en enero de 2015, por un importe de 3.800 € (IVA no incluido).

Inserciones en medios específicos de Mice, Surf, Btt y Gastronomía y Cultura

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, Euskadi, mediante artículos e inserciones de anuncios. Para ello, los soportes a emplear serán la web EuskalKultura.com y AboutBC.info, portales muy visitados por la diáspora vasca.

En ambos portales se realizará una 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.

Fundación HAZI

La Fundación HAZI tiene la previsión de desarrollar este ejercicio 2015 al menos cinco acciones publicitarias de promoción de producto.

Los periodos vendrán determinados por el tiempo estacional de cada uno de los productos de temporada. El presupuesto ni las herramientas y soportes están aún determinados. Estas campañas serán:

- Campaña de promoción de la Antxoa
- Promoción productos de temporada (primavera).
- Promoción de consumo de Bonito
- Promoción Productos de Calidad
- Promoción vacuno en Navidad.

DEPARTAMENTO DE EMPLEO Y POLÍTICAS SOCIALES

DEPARTAMENTO DE EMPLEO Y POLÍTICAS SOCIALES

El Departamento de Empleo y Políticas Sociales tiene previsto destinar este año 2015 un presupuesto aproximado de 289.256,20 euros a inversiones publicitarias en sus distintas modalidades (campañas, anuncios, patrocinios, etc).

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 publirreportajes, anuarios, días internacionales, anuncios oficiales de expropiaciones, entre otros. La previsión presupuestaria para ello es de 119.000 euros.

En cuanto al **patrocinio de programas**, el Departamento tiene previsto colaborar con varias emisoras 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 y Políticas Sociales" en Bizkaia Irratia, por un importe de 10.800 euros.
- Espacios radiofónicos sobre "Empleo y Políticas Sociales" en Radio Popular, por un importe de 12.700 euros.
- Espacios radiofónicos de "Área Social" en Onda Vasca, por un importe de 15.000 euros.
- Espacios informativos sobre las Políticas Sociales en la Cadena SER, por un importe de 25.000 euros.

OSALAN

Por parte de Osalan, las previsiones publicitarias para este 2015 son las siguientes:

Campaña Estrategia vasca de seguridad y salud 2015-2020

Con el objetivo de difundir las principales claves de la Estrategia Vasca de Seguridad y Salud laboral 2015-2020 que elabora Osalan para el Gobierno Vasco, se llevará a cabo una campaña de difusión en la prensa generalista y publicaciones especializadas, así como en radio e internet. El periodo está aún por determinar.

Campaña de sensibilización a favor de las conductas seguras y saludables.

El objetivo de esta campaña es sensibilizar a la ciudadanía a favor de conductas seguras y saludables en sus puestos de trabajo. Se insertarán para ello anuncios en prensa escrita e internet entre mayo y junio, y septiembre y octubre. Los soportes donde se llevará a cabo esta campaña serán El Correo, Diario Vasco, Berria, Deia, Gara, El País, El Mundo y portales digitales.

Además, se emitirán microespacios sobre la prevención de riesgos laborales en emisoras de radio aún por determinar. El periodo será también, mayo-junio y septiembre-octubre.

Divulgación de acciones formativas

Está previsto el patrocinio de programas radiofónicos aún por determinar con el fin de divulgar el contenido de algunas de las jornadas técnicas que Osalan realiza a lo largo del año o de publicaciones de guías técnicas. El periodo se determinará en función del calendario de las mencionadas jornadas técnicas de Osalan.

Además, se insertarán anuncios en prensa y en publicaciones especializadas con el mismo fin.

VISESA

La sociedad pública VISESA tiene previsto para este 2015 desarrollar una campaña publicitaria para dar conocer algunas promociones de vivienda en Bizkaia, en el Gran Bilbao, concretamente.

El tiempo estimado de campaña será de tres semanas y los soportes a utilizar serán principalmente los siguientes medios y soportes:

- **Radio Nervión**. Emisión durante tres semanas.
- **40 principales**. Emisión durante tres semanas entre lunes y viernes cinco cuñas/día y los sábados cuatro cuñas/día.
- **Radio Euskadi**. La emisión será general y las cuñas se rotarán entre sus distintos programas: Boulevard, Kirolaldia, Iflandia Graffiti y Más que Palabras.
- **Gaztea**: las cuñas se rotarán a lo largo de su programación con emisión general de la CAV.

- **El Correo edición digital**: Un botón fijo durante tres semanas (mucha visibilidad, muchísimas impresiones y un precio asequible).
- **Berria**: previsión de 100.000 impresiones del banner durante tres semanas. Dos opciones un megabanner arriba del todo (980x90 pixel).
- **Deia**: 300.000 impresiones por semana para cualquier de los casos. Los tamaños podrán ser de megabanner 728x90px - Robapaginas 300x250px - Banner 600x70px.

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 2015 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 marcas las iniciativas en el área de Deporte y Juventud.

Dentro del área Educativa, el departamento ha realizado hasta la fecha una campaña publicitaria:

CAMPAÑA DE PREMATRICULACIÓN DE LA ESCUELA PÚBLICA VASCA.

Esta campaña se ha llevado a cabo acorde con las fechas de prematriculación a principios de año 2015. Está dirigida a las familias, especialmente a aquellas que acceden por primera vez al el sistema educativo vasco. Además de las fechas para la presentación de la documentación, se hace hincapié en la posibilidad de realizar dicha prematrícula a través de la página web del departamento.

El lema de la campaña; “Con buena preparación, el futuro es nuestro/ Ondo trebatuta, etorkizuna gurea da”

El presupuesto de la campaña ha sido de **206.670,24 €.**

- Creatividad y producción: 14.900,00 €
- Difusión: 191.770,95€

MEDIOS	
EXTERIORES	**91.249,00**
Recargo Emplazamiento	1.960,00
Topo, Tranvias Y Bus Bi	16.835,00
Oppis Bilbao	22.320,00
Oppis Bizkaia-Gran Bilbao	12.540,00
Oppis Donostia-San Sebastian	16.000,00
Metro Bilbao	9.149,00
Oppis Vitoria	12.445,00
RADIOS	**67.686,78**

R. Popular Bi	496,74
Ser Convencional	21.460,50
40 Principales	10.617,75
Radio Nervion	828,80
Onda Vasca	5.754,27
Emisoras Grupo Eitb	16.803,14
Bizkaia Irratia	172,99
Onda Cero	11.553,30
PRENSA ESCRITA	**31.269,47**
G.Vocento	13.356,85
El Karma	141,75
Aktual	85,50
Gaztezulo	135,00
Argia	112,50
Hik Hasi	570,00
Berria	2.733,15
Gara	4.945,20
Grupo Noticias	7.546,84
El Mundo Ed. Pais Vasco	217,00
El Pais Ed. Pais Vasco	223,00
Comision Corretaje	1.202,67
TELEVISION	**1.565,00**
Hamaika Telebista	1.565,00
TOTAL CAMPAÑA	**191.770,95**

CAMPAÑA DENTRO DEL ÁMBITO EDUCATIVO.

En el ámbito educativo se podrán 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 dirigidas a los colectivos de estudiantes o profesores que se pueden traducir en la difusión de folletos, desplegables, carteles, anuncios televisivos o cuñas de radio. Todo ello dependerá de la disponibilidad presupuestaria.

ANUNCIOS OFICIALES

El Departamento 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.

PATROCINIOS

En cuanto a otras acciones de publicidad, el departamento tiene previsto patrocinar un **programa de educación sexual para menores**, con un presupuesto de 12.500 euros. Este patrocinio se hará conjuntamente con el Departamento de Salud, con un presupuesto también de 12.500 euros. Se realizarán ocho programas. Las fechas previstas de emisión son entre mayo y junio de 2015.

El objetivo de este patrocinio es llegar a la juventud vasca, antes de la temporada estival, con información entorno a la educación sexual clara, cercana y de la mano de profesionales de la salud y de personajes famosos que puedan tener incidencia en los jóvenes.

VICECONSEJERÍA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA

La Viceconsejería de Política Lingüística tiene previsto mantener y dar continuidad al proyecto Poziktibity, la campaña dirigida a **Fomentar el uso del euskera** en la ciudadanía vasca.

Este proyecto 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 +Activiyty = Poziktibity.** Con este nombre no se intenta crear conciencia, ni imponer una postura hacia el idioma, sino todo lo contrario. Es un naming que seduce, invita y sobre todo transmite buen rollo.

A lo largo del 2015 se harán cinco oleadas de 2 semanas de duración cada una, con spots de 20". La primera oleada está prevista para el mes de mayo. Nuevamente, se realizará con la colaboración de EITB, en la que hay una inversión prevista de 31.132,42 euros (IVA no incluido). Para la parte on-line de la campaña hay presupuestados 13.707,58 euros (IVA no incluido). El total previsto para 1ª oleada es de 44.840 euros (IVA no incluido).

VICENCONSEJERÍA DE CULTURA

En cuando a la Viceconsejería de Cultura, no está previsto realizar campaña publicitaria a lo largo de 2015. Si bien está previsto realizar inserciones publicitarias, tanto de índole cultura como deportivo en revistas y publicaciones especializadas.

Así mismo, en caso de considerarse necesario y conveniente se podría realizar diferentes acciones divulgativas de las que se informaría puntualmente.

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 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.

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.

En concreto, durante las primeras semanas del año 2015 ya se han desarrollado dos campañas que se detallan a continuación:

CAMPAÑA DE JUEGO Y ESPECTÁCULOS "ERRESPETATU GEHIENEKO AFOROA / RESPETA EL AFORO MÁXIMO"

- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA Y SENTIDO DEL MENSAJE:**

El objetivo de esta campaña es concienciar a la población en general del peligro que supone superar el aforo máximo establecido en un local.

El eslogan ideado ha sido **"Errespetatu gehieneko aforoa/ Respeta el aforo máximo".** Con este mensaje se ha querido transmitir la idea de que acceder a un local repleto de gente en el que no se respeta el aforo máximo supone exponerse a un posible peligro si se produjera alguna emergencia, fuego, avalancha, etc….

- **PERSONAS DESTINATARIAS:**

Población en general

- **HERRAMIENTAS Y SOPORTES:**

Se ha optado por inserciones publicitarias en radio y en internet. Se han emitido para ello cuñas tanto en euskera como en castellano.

- **PERIODO DE EJECUCIÓN:**

10 al 14 de febrero

- **COSTE:**

Coste total de la campaña: 14.074,64 €
Creatividad y producción: 0 € (Publis, 2013)
Medios: Radio e internet
Radios Eitb: 4.596,48 €
Otras radios: 9.478,16 €

DESGLOSE:

MEDIO	IMPORTE
Radio Euskadi	1.806,84 €
Euskadi Irratia	1.014,30 €
Gaztea	1.299,06 €
Radio Vitoria	476,28 €
Ser Euskadi	3.188,00 €
40 Principales	2.390,40 €
Onda Vasca	1.043,20 €
Europa Fm	1.009,40 €
TOTAL	**14.074,64 €**

CAMPAÑA DE EUSKALMET "112AREN EUROPAKO EGUNA/DÍA EUROPEO DEL 112"

- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA Y SENTIDO DEL MENSAJE:**

Con motivo de la celebración del Día Europeo del teléfono de Emergencia 112, que se celebra cada año el 11 de febrero, este año se homenajeará el trabajo de las mujeres en los servicios de emergencias (Bomberos, Ambulancias y Ertzaintza). Así mismo recordaremos el teléfono 112 para todas las emergencias que se utiliza en Europa

PERSONAS DESTINATARIAS:

Toda la población

HERRAMIENTAS Y SOPORTES:

Se ha optado por inserciones en prensa diaria el día 11-2 tanto en castellano como en euskera.

- **PERIODO DE EJECUCIÓN:**

11 de febrero de 2015

- **COSTE:**

Coste total de la campaña: 12.673,46 €

Creatividad y producción:

Empresa adjudicataria: Irusoin

Importe: 675 €

Planificación de medios y compra de espacios publicitarios:

Ald Mediante: 9.998,46 €

Herri Irratia. 2.000 €

DESGLOSE:

MEDIO	IMPORTE
Correo	1.847,57 €
Diario Vasco	1.187,59 €
Berria	949,05 €
Gara	1.350,00 €
Deia	1.077,30 €
Noticias De Gipuzkoa	769,50 €
Noticias De Alava	666,90 €
Mundo Pv	1.032,75 €
El País Pv	1.117,80 €
Herri Irratia (Programa Especial)	2.000,00 €
INBERTSIO GUZTIRA	**11.998,46 €**

CAMPAÑA DE TRÁFICO "ERRESPETATU ZEBRABIDEAK, OINEZKOAK BETI DAUKA LEHENTASUNA// RESPETA LOS PASOS DE CEBRA, LA PREFERENCIA SIEMPRE ES EL PEATÓN"

- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA Y SENTIDO DEL MENSAJE:**

El objetivo de esta campaña ha sido concienciar a los conductores sobre la necesidad de respetar los pasos de cebra para evitar atropellos

El eslogan ideado ha sido "**"Errespetatu zebrabideak, oinezkoak beti dauka lehentasuna/ Respeta los pasos de cebra, la preferencia siempre es el peatón".** Con este mensaje se ha querido transmitir la idea de que si no se respetan los pasos de cebra podemos poner en peligro la vida de otras personas o causarles graves lesiones.

- **PERSONAS DESTINATARIAS:**

  Conductores en general

- **HERRAMIENTAS Y SOPORTES:**

  Se ha optado por inserciones publicitarias en radio. Se han emitido para ello cuñas tanto en euskera como en castellano.

- **PERIODO DE EJECUCIÓN:**

  21 y 22 de febrero 2015

- **COSTE:**
  Coste total de la campaña: 1.568,70 €

  Creatividad y producción:
  Empresa adjudicataria: Publis
  Importe: 0 € (publi realizada en 2014)
  Medios: Radio
  Convenio Eitb: 1.568,70 €

MEDIO	IMPORTE
Radio Euskadi	601,65 €
Euskadi Irratia	456,75€
Gaztea	292,95 €
Radio Vitoria	217,35 €
TOTAL	**1.568,70 €**

CAMPAÑA DE TRÁFICO "ERREPIDEAN, ERRESPETA GEHIENEKO ABIADURA/EN CARRETERA RESPETA LA VELOCIDAD MÁXIMA"

- **OBJETIVO DE LA CAMPAÑA Y SENTIDO DEL MENSAJE:**

El objetivo de esta campaña ha sido concienciar a los conductores sobre el respeto A a los límtes de velocidad en la conducción e incidir en que si nos pasamos de velocidad perdemos el control del vehículo y pueden tener graves consecuencias sobre nosotros mismos o sobre el resto de conductores, peatones….

El eslogan ideado ha sido "**"Errepidean, errespeta gehieneko abiadura/En carretera respeta la velocidad máxima".** Con este mensaje se ha querido transmitir la idea de que si no respetan las normas de circulación podemos poner en peligro nuestra vida y la de los demás.

- **PERSONAS DESTINATARIAS:**
  Conductores en general.

- **HERRAMIENTAS Y SOPORTES:**
  Se ha optado por inserciones publicitarias en radio. Se han emitido para ello cuñas tanto en euskera como en castellano.

- **PERIODO DE EJECUCIÓN:**
  25 de febrero al 1 de marzo de 2015

- **COSTE:**
  Coste total de la campaña: 7.125,30 €

  Creatividad y producción:
  Empresa adjudicataria: Publis
  Importe: 0 € (realizada en 2014)
  Medios: Radio
  Convenio Eitb: 7.125,30 €

DESGLOSE:

MEDIO	IMPORTE
Radio Euskadi	3.134,25 €
Euskadi Irratia	1.850,63 €
Gaztea	1.289,93 €
Radio Vitoria	850,50 €
TOTAL	**7.125,30 €**

DEPARTAMENTO DE SALUD

DEPARTAMENTO DE SALUD

El Departamento de Salud tiene en previsión desarrollar este año 2015 dos campañas publicitarias, y algunos patrocinios en televisión y radio.

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS:

La primera de ellas se denominará "Profesional de Osakidetza". El Departamento de Salud del Gobierno Vasco tiene previsto en 2015 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.

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 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.**

PATROCINIOS:

En cuanto a otras acciones de publicidad, el departamento tiene previsto patrocinar un **programa de educación sexual para menores**, con un presupuesto de 12.500 euros. Este patrocinio se hará conjuntamente con el Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura, con un presupuesto también de 12.500 euros. Se realizarán ocho programas. Las fechas previstas de emisión son entre mayo y junio de 2015.

El objetivo de este patrocinio es llegar a la juventud vasca, antes de la temporada estival, con información entorno a la educación sexual clara, cercana y de la mano de profesionales de la salud y de personajes famosos que puedan tener incidencia en los jóvenes.

En segundo lugar, se patrocinarán dos **espacios radiofónicos** de seis meses de duración cada uno, entorno a los **hábitos de vida saludables** para público general.

- Cadena SER. Presupuesto 36.000 euros.
- Onda Vasca. Presupuesto 13.200 euros.

El objetivo en ambos casos es contribuir a la labor educativa e informativa llevada a cabo en el último año, informando a través de entrevistas a profesionales de Osakidetza de hábitos de vida saludables que ayuden a mejorar la salud de los vascos y vascas.

En tercer lugar se realizarán distintas **iniciativas informativas de patrocinio en prensa escrita**, tanto en las cabeceras del Grupo Vocento, como en el suplemento específico bimensual del periódico DEIA sobre Salud.

Asimismo, está prevista la presencia del Departamento de Salud en el anuario Berria, por un importe de 1.500 euros.

OSAKIDETZA

Por parte de Osakidetza, se prevé desarrollar dos campañas publicitarias en 2015.

El primero de ellos tendrá como objetivo 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. Por ello, la campaña se titulará **"Euskaraz bai sano"**. El presupuesto y el periodo a realizar la campaña están aún por determinar.

En segundo lugar, 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.

Por último, desde Osakidetza está planificado realizar **otras acciones de publicidad** y patrocinio, que serán las siguientes, aunque su detalle está aún por determinar.

- 3 de Diciembre día del Euskera.
- Inserción de publicidad en facebook- 1500 €
- Inserción en prensa de anuncios oficiales- por determinar.

DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICA TERRITORIAL

DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE Y POLITICA TERRITORIAL

El Departamento de Medio Ambiente y Política Territorial tiene previsto desarrollar este año 2015 varias acciones publicitarias relacionadas principalmente con la sensibilización favor de los buenos hábitos medioambientales o el uso del trasporte público. A continuación se avanzan algunas de ellas, sin perjuicio de otras necesidades que puedan surgir a lo largo del año.

- Emisión de programas y de cuñas de promoción del medio ambiente y concienciación del cambio climático en las emisoras de radio como la Cadena Cope, Cadena Ser, Radio Euskadi, Radio Vitoria, Onda Cero u Onda Vasca. (Febrero/marzo/junio).
- Anuncios promoción logística vasca (Febrero/marzo/junio).
- Promoción buen uso de agua (Ura). (Febrero/marzo/junio).
- Promoción transporte público (Euskotren). (Febrero/marzo/junio).
- Promoción billete único de trasporte. (Junio).
- Anuncio en medios escritos y programas radios DIA MUNDIAL MEDIO AMBIENTE. (Junio).
- Anuncios en medios escritos y radios SEMANA EUROPEA MOVILIDAD SOSTENIBLE. (Septiembre).
- Campaña acción contra Cambio Climático, coincidiendo COP 21 Paris (Noviembre).
- Campaña de Ecoembes en prensa, radio y tv. (Diciembre).
- Campaña de Ecovidrio en prensa, radio y tv. (Diciembre).