

EUSKO JAURLARITZAREN 2015EKO PUBLIZITATE PLANA

PERTSONA
HELBURU

COMPROMISO CON
LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

SARRERA

Eusko Jaurlaritzaren Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordeak Eusko Jaurlaritzaren 2015eko Publizitate eta Komunikazio Institutuzionalari buruzko Plan hau onartu du 2015eko otsailaren 18an. Jaurlaritzaren sailek, erakunde autonomoek eta sozietate publikoek aurten egin dituzten publizitate-aurreikuspenak biltzen dira aipatutako plan horretan, Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordeari sailek igorritako proposamenak oinarri hartuta; azken hori Lehendakariaren Komunikazio Zuzendaritzari dagokio.

Autonomia Estatutuaren 9.2 artikulua euskal botere publikoei agintzen die herritarren oinarrizko eskubide eta betebeharren erabilera egokia zaintzea eta bermatzea eta herritar horien askatasuna eta berdintasuna sustatzea, bai eta Euskadiko politika-, ekonomia-, kultura- eta gizarte-arloetako bizitzan herritar guztien partaidetza bideratzea ere. Agindu hori bete dadin, botere publikoei dagokie aipatutako sustapena eta partaidetza bultzatzeko beharrezkoak diren mezuek helarazi eta zabaltzea. Informazioa eta komunikazioa betebeharr instituzional bat dira, horrenbestez.

Euskadiko Publizitate eta Komunikazio Institutuzionalari buruzko 6/2010 Legeak, bestalde, 13. artikuluan xedatzen du Publizitate Institutuzionalari buruzko Sailarteko Batzordeak, urtero, Eusko Jaurlaritzako sailetatik eta lege honen 2. artikulua 1. paragrafoan aipatutako gainerako erakunde, organo eta izakundeetatik jasotzen dituen proposamenetan oinarrituta, publizitateko eta komunikazioko plan bat prestatuko duela. Planean, hain zuzen ere, aurrera eramango diren aurreikusitako kanpaina instituzionalak sartuko dira. Urteko plan horretan, gutxienez, honako alderdi hauek zehaztu beharko dira: kanpaina bakoitzaren helburua, aurreikusitako kostua, gauzatze-epaia, erabilitako komunikazio-tresna eta -euskarriak, mezuen zentzua, mezuen hartzaileak, eta zein erakunderi eragiten dien.

Publizitateari buruzko Legea betez, agiri honetan azalduta daude Jaurlaritzak aurten gauzatu asmo dituen publizitate-ekintzak zein diren, eta, ahal bada, horien aurrekontu-aurreikuspenak, urtean zehar sortzen diren komunikazio-beharrei erantzuteko beste ekintza batzuk baztertu gabe. Horrelakoetan, sailek Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordean aurkeztu beharko dituzte kanpaina horiek, ekintzok onartzeko eta ondoren garatzeko.

Izan ere, 6/2010 Legeak 12. artikuluan xedatzen du Sailarteko Batzordeari dagozkiola publizitatearen eta komunikazioaren plangintza, laguntza teknikoa, ebaluazioa, koordinazioa eta kontrola. Horrez gain, kanpaina instituzionalak ebaluatu ere egingo ditu aurreikusitako helburuei zein eraginkortasunari begiratuta, eta egokiak diren aldeko txostenak egingo ditu.

Ezarritako ardatzen arabera eta arlo horretan indarrean dagoen legeria zorrozki betetz garatzen ditu bere jarduketak Eusko Jaurlaritzaren 2015eko Publizitate eta Komunikazio Planak, betiere egun dugun egoera sozioekonomikoa alde batera utzi gabe. Hori ezinbestean islatu beharra dago plan honetan jasotako jardueran, bai aurrekontuan bai legeak ezarritako orientazio orokorrean zein helburuetan. Plan honetan aurreikusitako kanpainei informazio egiazkoaren eta objektiboaren oinarritzko printzipioa betetzen dute, eta 6/2010 Legearen 4. artikulua jarritako helburuei erantzuten diete.

HAUTESKUNDE PROZESUEN ERREGIMEN BEREZIA

2015ean egingo diren udal-hauteskundeak eta batzar nagusietako hauteskundeak direla eta, Eusko Jaurlaritzak eta haren mendeko sozietateek eta erakunde publikoek hauteskunde-prozesuetarako erregimen berezia bete beharko dute, kanpaina instituzionalei eta publizitate-kanpainei dagokienez.

Erregimen berezi hori hauteskunde-aldi osoan egongo da indarrean, hau da, 2015eko martxoaren 31tik maiatzaren 24ra.

Publizitate Instituzionalari buruzko Sailarteko Batzordeak egoera horretan aplikatu beharreko erregulazioa bete beharko du. Zehazki, Hauteskundearen Erregimen Orokorren Lege Organikoari jarraiki:

- 50.2. artikulua: Hauteskundeak deitzen direnetik horiek egin arte, debekatuta daude botere publikoek zuzenean edo zeharka antolatutako edo finantzatutako ekitaldiak, baldin eta egindako lorpenak aipatzen badituzte edo hauteskundeetan parte hartzen duten alderdi politikoren baten kanpainako irudiak edo esamoldeak edo antzekoak erabiltzen badituzte.

- 50.3. artikulua: Era berean, epe horretan debekatuta dago obrak, zerbitzu proiektuak edo horien proiektuak inauguratzeko ekitaldiak egitea, edozer izen emanda ere. Hala ere, obrak edo zerbitzuak funtzionatzen jarri ahalko dira epe horretan.

Ondorioz, epe horretan, Eusko Jaurlaritzak interes publikoa babesteko edo zerbitzu publikoak zuzen garatzeko ezinbestekoak izan litezkeen kanpainak soilik gauzatuko ditu.

BERARIAZKO «IKURRITZ» EDO NORTASUN ZEINUA

Ekainaren 18ko Gobernu Kontseiluan onartutako berariazko nortasun-zeinua erabiliko du Eusko Jaurlaritzak 2015eko ekitaldian: «Compromiso con las Personas – Persona Helburu». Erakunde Nortasunaren Eskuliburuan dago erantsita, eta Eusko Jaurlaritzaren korporazio-markarekin batera jartzen da.

LEHENDAKARITZA

LEHENDAKARITZA

Eusko Jaurlaritzako Komunikazio Zuzendaritza arduratuko da Lehendakaritzaren publizitate-kanpainak eta komunikazio instituzionala koordinatzeaz.

2015erako, Lehendakaritzak publizitateko lau ekintza-ildo gauzatzea aurreikusi du, hauen bidez:

1. Publizitate instituzionaleko kanpainak.
2. Gaikako ekintzak eta iragarkiak.
3. Lankidetzak eta babesletzak hedabideekin zenbait gertaeraren eta gairen berri emateko.
4. Iragarki ofizialak.

1. PUBLIZITATE INSTITUZIONALEKO KANPAINAK

Gobernuaren neurri ekonomikoei buruzko kanpainak

Lehenik eta behin, enplegua sortzeko eta ekonomia suspertzeko baldintzak sortzeko Eusko Jaurlaritzak hartu dituen neurriei buruzko kanpaina instituzionala aurreikusi du egitea 2015ean Lehendakaritzak.

Kanpaina horrek orain arte erabilitako komunikazio-ildoari jarraituko dio, «Zenbakien atzean pertsonak daude» lemapean. Eusko Jaurlaritzaren «Compromiso con las personas / Pertsona Helburu» ekintza-ardatza islatzen duen komunikazio-ildo horri jarraituko dion kanpaina aurreikusi dute.

Kanpaina gizarte osoari zuzenduko diote, eta (*a priori*) online eta offline baliabideak eta tresnak baliatuko dituzte. Kanpaina osoaren gutxi gorabeherako aurrekontua 385.000 eurokoa da.

Kanpaina 2015eko lehen lauhilekoan egitea aurreikusi dute, baina baliteke epea luzatzea edo urteko beste garai batean antzeko helburuak dituen beste bat egitea.

Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordeak urtarrilaren 19an egindako bileran onartu zuen kanpaina proposamena.

Giza eskubideen egunaren kanpaina

Bestalde, Lehendakaritzak abenduaren 10erako, hau da, Giza Eskubideen Nazioarteko Egunerako, sentsibilizazio kanpaina abiaraztea aurreikusi du. Bakegintza eta Bizikidetzarako Idazkaritza Nagusiak eta Lehendakaritzaren Komunikaziorako Zuzendaritzak koordinatuta gauzatuko dute.

Kanpainaren hartzaileak herritar guztiak izango dira eta offline euskarriak (prentsa, irratia eta telebista) eta online euskarriak (egunkarien edizio digitalak eta sare sozialak) erabiliko dituzte. Gainera, baliteke tranbietan, autobusetan eta fatxadetan ere ikustea.

Emakunderen kanpainak

Urtero bezala, Emakundek sentsibilizazio-kanpaina abiatuko du Emakume Langilearen Nazioarteko Egunean, martxoaren 8an, gizonen eta emakumeen arteko berdintasunari buruzko kontzientziazioaren alde.

Kanpaina martxoaren 8aren aurreko asteetan edo egunetan abiaraziko dute. Emakundek beste komunikazio-ekintza batzuk ere, kanpainak edo komunikazio-ekintzak, erabiliko ditu 2015ean kanpaina horren bidez helaraziko dituen mezuak zabaltzeko.

2. GAIKAKO EKINTZAK ETA IRAGARKIAK

Eusko Jaurlaritzari eta, zehazki, Lehendakaritzari dagokio Euskadi atzerrian ezagutarazteko Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusiak bultzatzen eta koordinatzen duen Basque Country estrategiaren ekintzak gauzatzea.

Idazkaritzak egiten dituen lanez gain, Euskadi atzerrian ezagutarazteko komunikazioaren arloko jarduerak ere erabil daitezke. Ildo horretatik, Komunikazio Zuzendaritzak publizitate eta komunikazio arloan hainbat ekintza gauzatzeko aukera aurreikusi du.

3. LANKIDETZAK ETA BABESLETZAK HEDABIDEEKIN ZENBAIT GERTAERAREN ETA GAIREN BERRI EMATEKO

Zenbait gertaeraren eta gairen berri emateko hedabideekin lankidetzak eta babesletzak egitea Lehendakaritzaren ekintza-ildo bat izan daiteke.

Halako komunikazio-ekintzak gauzatzeko, hedabideen proposamena arretaz aztertuko da, baita gertaera edo gaia gobernuaren lan- eta komunikazio-arlo estrategikoekin bat datorren ere.

4. IRAGARKI OFIZIALAK

Lehendakaritzak interes orokorreko informazioaren berri emateko aldi behin prentsako eta beste euskarri batzuetako espazioak kontratatuko ditu.

Beken eta lanpostuen deialdiak edota informazio erabilgarria izan daiteke, adibidez.

HERRI ADMINISTRAZIO ETA JUSTIZIA SAILA

HERRI ADMINISTRAZIOA ETA JUSTIZIA

Herri Administrazio eta Justizia Sailak 2015ean bi publizitate-kanpaina abiaraztea aurreikusi du.

Lehenaren helburua administrazioaren eta herritarren arteko harremanetan euskararen erabilera bultzatzea izango da. Zehazki, Euskararen Nazioarteko Egunean, abenduaren 3an, Herritarrak Hartzeko eta Administrazioa Berritzeko eta Hobetzeko Zuzendaritzak herri-administrazioaren eta herritarren arteko harremanetan euskararen erabilera eta hizkuntza normalizazioa sustatzea nahi du, Euskal Autonomia Erkidegoko hedabideen bidez. Kanpainak «Administrazioan euskaraz» izena izango du.

Hala, gobernu honek elebitasunarekin hartutako konpromisoan lagunduko da.

Kanpaina 2015eko abenduan gauzatuko dute. Aurrekontua, euskarriak eta tresnak zehazteke daude.

Bigarren kanpainaren helburua euskadi.eus domeinu eta atari instituzional berriak sustatzea izango da. 2014aren amaieran, Eusko Jaurlaritzak Interneteko atariaren domeinua aldatu zuen: euskadi.net-etik euskadi.eus-era. Domeinu aldaketaz gain, 2015ean web atariaren diseinua berrituko dute. Herritarrak Hartzeko eta Administrazioa Berritzeko eta Hobetzeko Zuzendaritzako web zerbitzuko langileak horretan ari dira.

Aldaketak prest daudenean, zuzendaritzak publizitate kanpaina abiaraziko du, herritarren eta EAEko herri-administrazioaren arteko harreman elektronikoak indartzeko. Kanpainak «Herri-administrazioa klik batean: euskadi.eus» izena edukiko du.

Kanpainaren aurrekontua, euskarriak eta tresnak zehazteke daude.

EKONOMIAREN GARAPEN ETA LEHIAKORTASUN SAILA

EKONOMIAREN GARAPENA ETA LEHIAKORTASUNA

Hona hemen Eusko Jaurlaritzaren Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak 2015erako aurreikusi dituen kanpaina ofizialak, lankidetzak, babesletzak eta iragarkiak:

Ziklomotorren IAT

Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak, Energiaren, Meategien eta Industria Administrazioaren Zuzendaritzaren bidez, IAT mugikorra non egiten den (herriak) jakinaraziko du, baita aipatutako kanpaina noiz egingo den ere.

Ibilgailu astunen balaztatzea egiaztatzeko kanpaina

Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailaren iritziz, Energiaren, Meategien eta Industria Administrazioaren Zuzendaritzaren bitartez, funtsezkoa da 2010/48/EB zuzentarauaren garrantzia nabarmentzea. 3,5 tonatik gorako ibilgailuetan balaztatzearen eraginkortasuna egiaztatzeari buruzkoa da aipatutako zuzentaraia.

Gas-galdaren berrikuspena

Kanpaina honen bidez, erabiltzaileei jakinaraziko zaie nahitaezkoa dela konfiantzazko enpresa instalatzaile gaitu bat kontratatzea gas-galdarak aldi behin berrikusteko, berrikuspenen ziurtagiria edukitzea eta galdaretan hautemandako oker guztiak konpontzea. Halaber, instalazioen segurtasunezko berrikuspenak ez egiteak ekartzen dituen arriskuen berri eman beharko du.

Gas-ekipoak batez ere udazkenean eta neguan erabiltzen direnez (berokuntzagatik), kanpaina udazkenean egitea planteatu dute.

Merkataritza txikia babestea

Kanpaina honen helburu nagusia da gizartean merkataritzaren sentsibilizazioa eta balorazioa sustatzea, eta, zehazki, banatzeko jarduerak duten gizarte-eginkizuna ikusaraztea, baita gure udalerrietako hiri-bizitza egituratzeko duen funtzioa ere. Merkataritza Zuzendaritzari beharrezkoa iruditzen zaio EAEko merkataritza babestea eta merkataritzaren eta horren funtzio sozialaren irudi positiboagoa zabaltzea, baita hiriguneko merkataritzaren eginkizuna eta balioak nabarmentzea ere: herritarrenganako hurbiltasuna, modernitatea, abangoardia, profesionaltasuna, lehiakortasuna, jasangarritasuna eta tokiko ekonomien indartzailea.

SER Euskadi irrati-kateko «La empresa vasca está aquí» saioa

Elkarrizketa-espazioak ematen dizkie Euskadiko enpresaburuei, euskal enpresa babesteko beste zerbitzu bat izan dadin; baita protagonista ekonomikoen bitartez gure ekonomiaren egoeraren, unearen eta beharren egiazko irudia emateko ere.

Kudeaketa-eredu berrien kanpaina

Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak enpresetan kudeaketa-eredu berriak bultzatzeko estrategia eta programak idatzizko prentsaren eta web atariaren bidez sustatu nahi ditu.

Euskadin biomasaren erabilera bultzatzeko ekimenaren kanpaina

Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak Euskadin biomasa erabiltzeko ekimena gizarteari jakinarazteko kanpaina egin nahi du, idatzizko prentsaren (tokiko egunkariak eta/edo aldizkariak) eta web atariaren bidez.

SPRI

SPRIk ondoren zehaztuko diren zenbait programa babestu nahi ditu:

Eusko Irratiko *Made in Basque Country* programa babestea

SPRI Taldeak elkarrizketa-espazioak ematen dizkie Euskadiko enpresaburuei, euskal enpresa babesteko zerbitzu bat gehiago izateko asmoz; baita protagonista ekonomikoen bitartez gure ekonomiaren egoeraren, unearen eta beharren egiazko irudia emateko ere. Saioak 2015ean emango dira, uztailean eta abuztuan izan ezik.

Elkarrizketa-espazioak Eusko Irratiko hiru irratien lau saiotan emango dira (guztira, 148 elkarrizketa urtean), bi Radio Euskadin, bat Euskadi Irratian eta bat Radio Vitorian, bai eta 200 irrati-iragarki ere, SPRI Taldeak euskal enpresei emandako zerbitzu guztien sustapena egiteko.

Aurrekontua guztira 47.571,43 eurokoa izango da (Radio Euskadirako 23.567,68 euro, Euskadi Irratirako 10.155,18 euro, Radio Vitoriarako 4.598,57 euro eta ekoizpenerako 9.250 euro).

Onda Vascan enpresa sustapenerako saioa babestea

SPRI Taldeak elkarrizketa-espazioak ematen dizkie Euskadiko enpresaburuei, euskal enpresa babesteko zerbitzu bat gehiago izateko asmoz; baita protagonista ekonomikoen bitartez gure ekonomiaren egoeraren, unearen eta beharren egiazko irudia emateko ere. Saioak 2015ean emango dira, abuztuko hiru astetan izan ezik.

Onda Vascan Euskadiko 45 enpresaburu elkarrizketatuko dituzte, eta, horretarako, 18.000 euro erabiliko dira.

"Emprendedores" aldizkari espezializatuan euskal ekintzailtza babesten jarraitzeko aukera

SPRIk eta enpresen garapenerako Espainiako gainontzeko agentziek akordio bat egin zuten 2013an. 2015eko irailera arte dago indarrean, eta SPRI hura luzatzeko aukera aztertzen ari da. Helburua euskal ekintzaileen eginkizuna zein euskal erakundeen ekintzailtza-politikak ezagutaraztea da. 2015eko irailetik 2016ko ekainera arte luzatuko litzateke. Bitartekoa eta euskarria *Emprendedores* aldizkaria izango litzateke, eta 3.000 euroko aurrekontua izango luke.

Vocento Taldearen FUN & SERIOUS GAMES babesten jarraitzeko aukera

Bideo-jokoaren industria sustatu eta laguntzeko asmoz, 2015eko abenduaren lehen astean egiten den Fun&Serious Games ekitaldia babesteko aukera aztertzen ari dira. Herritar guztientzako ekitaldia da, batez ere bideojokoen industrian interesa dutenentzat.

Ekitaldia abenduaren lehen astean egiten da, eta sustapena ekainean hasten da, baina irailetik aurrera areagotzen da. Babesletza horretarako aurreikusitako inbertsioa 150.000 eurokoa da.

PARQUES TECNOLÓGICOS DE EUSKADI / EUSKADIKO PARKE TEKNOLOGIKOAK

Euskadiko Parke Teknologikoen sozietate publikoa, Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailaren mendekoa, Euskadiko teknologia-parkeen irudia bateratzeko ekimena zabaltzeko kanpaina egiteko aukera aztertzen ari da, eta horren bidez, parkeak berrikuntzarako leku direla nabarmendu nahi du.

2014ko ekainaren amaieran, Euskadiko Parke Teknologikoen irudi korporatibo berria estreinatu zuten, irudi bateratu bat, lehen aldiz Euskadiko parke teknologikoen historian. Era berean, Arabako, Bizkaiko eta Gipuzkoako parke teknologikoak merkataritza-plan bat abiaraztear daude espazioen eta zerbitzuen eskaintzak ezagutarazteko eta zabaltzeko.

Hori dela eta, publizitate-kanpaina egiteko aukera aztertu dute. Nahiz eta oraindik aukera bat baino ez den, Euskadiko Parke Teknologikoak sozietateak jardunbidea zehaztu du. Alde batetik, zabaltzeko nahi duen mezua. Mezu bikoitza izango litzateke: batetik, hiru parkeen irudi berria eta batasuna, eta, bestetik, espazioak eta zerbitzuak, «Berrikuntzarako tokiak».

Herritar guztiak izango lirateke hartzaileak, eta Euskadiko enpresen sektorea bereziki. Balizko kanpainaren datak zehazteke daude. Internet eta irrati-kateak erabiliko lirateke tresna eta euskarri gisa. Aurrekontua 40.000 euro ingurukoa izango litzateke.

ENERGIAREN EUSKAL ERAKUNDEA

Energiaren Euskal Erakundeak zenbait publizitate-ekintza egin nahi ditu 2015ean, energiaren kontsumo-ohitura hobek sustatzeko.

Energiaren erabilera arduratsurako kanpaina

EEEk energiaren erabilera arduratsua, sektore jakin batzuetako energia-eraginkortasuna eta energia berriztagarriak sustatzeko kanpaina egin nahi du. Kanpaina Euskadiko gizarte osoari zuzenduko zaio. Horretarako, orrialde erdiko iragarkiak edo faldoiak argitaratuko dira idatzizko prentsan, baita ekonomiaren, azpiegituren eta energiaren arloko gehigarriak ere.

Oraindik ez da zehaztu noiz egingo den, baina aurrekontua 45.000 euro ingurukoa izango da.

Energia aurrezteko aholkuak zabaltzeko kanpaina

Energia aurrezteko aholkuen gaineko irratiko kanpaina egitea aurreikusi dute, energiaren erabilera arduratsua, energia-eraginkortasunaren ezagutza zein energia berriztagarriak sustatzeko. 2015ean ere, azken urteetan irratian egindako ekintzetan erabilitako leloa erabili nahi dute: «EVEren aholkuak bete eta aurreztu energia».

Kanpaina gizarte osoari dago zuzenduta. iragarki laburrak orotariko irratikateetan, eta eguraldiaren gaineko informazio-espazioan, goizeko ordutegian. 2015eko urtariletik ekainera gauzatuko da.

Kanpainak guztira 46.886 euroko kostua izatea aurreikusi da. Mediasal enpresa esleipendunaren proposamenari jarraiki, honako hau izango da hedabideen plangintza:

GASTUEN BANAKAPENA, HEDABIDEEN ARABERA:

HEDABIDEA	ZENBATEKOA €
IRRATIAK	
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
GUZTIRA	46.886

Energiaren Europako Astea. Tokiko prentsan iragarkiak txertatzea

Energia aurreztu eta energia berriztagarriak zabaltzeko helburuari jarraiki, EEEK publizitate-kanpaina egingo du Energiaren Europako Astearen eta Alkateen Hitzarmena proiektuaren barruan. Hitzarmen horrekin bat egindako udalerriak garatzen ari diren lana ikusaraztea ere lortu nahi da.

Alkateen Hitzarmena Europako Batzordearen programara atxikita dauden Euskadiko udalerrietako biztanleei zuzenduko zaie. Tresnak eta euskarriak zehazteke daude. 2015eko ekainaren eta irailaren artean gauzatuko da, eta hasiera batean behintzat aurrekontua 10.000 eurokoa izango du.

BASQUETOUR

Basquetour turismoa sustatzeko agentziak Euskadi turismo-leku gisa zabaltzeko kanpainak egingo ditu. Gainera, Euskadin ere zenbait komunikazio-ekintza gauzatuko ditu. Hona hemen aurreikusita dituen batzuk:

2015eko FITUR sustatzeko programa berezia Onda Vasca irratian

2015eko FITUR nazioarteko azokan Euskadiren partaidetza bultzatzeko, 2015eko urtarrilean, Onda Vascan irratsaio berezi bat babestu zen. 3.800 euroko gastua izan zen (BEZ kanpo).

Iragarkiak Mice, Surf, Btt eta gastronomia eta kultura arloko hedabide berezietan

Basquetourrek Euskadi turismo-leku gisa sustatzeko helburua du, eta bertako turismo-produktuak (Surfa, mendiko bizikleta, gastronomia, MICE) interesa duten merkatuetan sustatu nahi ditu (Erresuma Batua, AEB, Estatuak, Frantzia eta Euskadi), artikuluak eginez eta iragarkiak sartuz. Horretarako, euskal diasporak maiz bisitatzen dituen EuskalKultura.com eta AboutBC.info atariak erabiliko ditu.

Bi atari horietan banner bat jarriko du urte osoan, euskal diasporaren presentzia handia duten merkatuetan Euskadi-Basque Country marka sustatzeko.

HAZI Fundazioa

HAZI Fundazioak produktuak sustatzeko gutxienez bost publizitate-ekintza egin nahi ditu 2015ean.

Sasoiko produktuen araberakoak izango dira kanpainen datak. Oraindik ez dira aurrekontuak, baliabideak eta euskarriak zehaztu. Hona hemen egin nahi dituen kanpainak:

- Antxoa sustatzeko kanpaina
- Sasoiko produktuak sustatzeko kanpaina (udaberria)
- Hegaluzearen kontsumoa sustatzeko kanpaina
- Kalitatezko produktuen sustapena
- Behikiei buruzko Gabonetako kanpaina

ENPLEGU ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

ENPLEGU ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

Enplegu eta Gizarte Politiketako Sailak 2015ean 289.256,20 euro inguruko aurrekontua bideratuko du publizitatera (kanpainak, iragarkiak, babesletzak, etab.).

Hainbat ekintza planifikatu ditu, besteak beste: Etxebideko taulen **iragarkiak**, jardunaldien iragarkiak, sailari buruzko gai orokorren iragarkiak intereseko aldizkarietan, publierreportajeak, urtekariak, nazioarteko egunak eta desjabetzeei buruzko iragarki ofizialak. Hala, 119.000 euroko aurrekontua prestatu du.

Programen babesletzari dagokionez, saila hainbat irrati-katerekin lankidetzan arituko da, hainbat saiotan enplegua eta gizarte-politikak bultzatzeko. Hala, babesletza hauek egitea aurreikusi du, eta baliteke urtean zehar ere beste batzuk egitea:

- Enpleguarekin eta gizarte-politikekin lotutako saioak Bizkaia Irratian (10.800 euro).
- Enpleguarekin eta gizarte-politikekin lotutako saioak Radio Popularren (12.700 euro).
- Gizartearen arloarekin lotutako saioak Onda Vascan (15.000 euro).
- Gizarte-politikei buruzko informazio-saioak Cadena SER irratian (25.000 euro).

OSALAN

Osalanek aurreikuspenok egin ditu 2015erako, publizitateari dagokionez:

2015-2020 aldirako Laneko segurtasunaren eta osasunaren Euskadiko estrategiari buruzko kanpaina

Osalenean Eusko Jaurlaritzarako prestatu duen 2015-2020 aldirako Laneko segurtasunaren eta osasunaren Euskadiko estrategiari buruzko gako nagusiak zabaltzeko helburuz, kanpaina bat egingo da prentsa orokorrean eta argitalpen espezializatuetan, irratan eta Internet bidez. Oraindik ez dira datak zehaztu.

Jokabide seguruaren eta osasungarrien aldeko sentsibilizazio-kanpaina

Kanpainaren helburua herritarrak beren lanpostuetan jokabide seguruak eta osasungarriak izatera bultzatzea da. Hala, maiatzean eta ekainean nahiz irailean eta urrian iragarkiak argitaratuko dira idatzizko prentsan eta Interneten. *El Correo*, *Diario Vasco*, *Berría*, *Deia*, *Gara*, *El País* eta *El Mundo* egunkarietan eta atari digitaletan argitaratuko dira.

Gainera, oraindik zehaztu ez diren irrati kateetan lan-arriskuak prebenitzeko mikroespazioak aieratuko dira. Maiatza eta ekaina artean eta iraila eta urria artean izango dira horiek ere.

Prestakuntza-ekintzen dibulgazioa

Irratiko zenbait programa babestea aurreikusi dute, oraindik zehaztu ez dituztenak. Helburua Osalanek urtean zehar egingo dituen zenbait jardunaldi teknikoren edo gida teknikoaren argitalpenaren berri ematea da. Jardunaldi teknikoaren dataren arabera zehaztuko da haien egutegia.

Gainera, helburu berarekin, prentsan eta argitalpen espezializatuetan ere iragarkiak txertatuko dira.

VIKSA

VIKSA sozietate publikoak 2015ean publizitate kanpaina bat egitea aurreikusi du, Bizkaiko, hain zuzen ere, Bilbo Handiko, etxebizitza-sustapen batzuen berri emateko.

Kanpainak hiru aste inguru iraungo du eta batez ere baliabide eta euskarriok erabiliko ditu:

- **Radio Nervión:** hiru astez.
- **40 principales:** hiru astez, bost iragarki egunean astelehenetik ostiralera eta lau iragarki larunbatetan.
- **Radio Euskadi:** igorpena orokorra izango da, eta iragarkiak programen artean entzun ahalko dira: «Boulevard», «Kirolaldia», «Iflandia», «Graffiti» eta «Más que Palabras».
- **Gaztea:** iragarkiak EAEn entzuten den programazio orokor osoan entzun ahalko dira.

- **El Correo egunkariaren edizio digitalean:** Hiru astez botoi finko bat jarriko da (oso ikusgarria, inpresio ugari eta prezio merkea).
- **Berria:** hiru astez bannerraren 100.000 inpresio. Bi aukera. Banner handi bat goiko aldean (980x90 pixel).
- **Deia:** 300.000 inpresio astean, bi aukeretakoko. Banner handia (728x90px), orri erdiko unitatea (300x250px) edo bannerra (600x70px) izan ahalko dira.

OGASUN ETA FINANTZA SAILA

OGASUN ETA FINANTZA SAILA

Ogasun eta Finantza Sailak hainbat urte eman ditu publizitateari aurrekontu-sail zehatzik bideratu gabe. Aurten ere ez du aurreikusi publizitatean inbertsiorik egitea.

2015ean ez du lehentasunezko helburuen artean kanpaina instituzionalik egitea sailen arteko mailan, Jaurlaritza gisa oro har hartuta edo beste erakunde batzuekin elkarlanean sor litezkeenak alde batera utzita.

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA ETA KULTURA SAILA

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA ETA KULTURA SAILA

Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Saila etapa eta maila desberdinetako –Unibertsitatean eta Lanbide Heziketan– irakaskuntzaren ildoak, plangintza estrategikoa eta diseinua zehazteaz arduratzen da. Horrekin batera, euskararen sustapenaren, hizkuntza-politikaren eta politika zientifikoaren bultzada, eta ondare historiko-artistiko nahiz jarduera artistikoen kudeaketa, hedapena eta sustapena zuzentzen ditu, Kirol eta Gazteria arloko ekimenak finkatzeaz gain.

Sailak publizitate kanpaina bat egin du hezkuntzaren arloan:

EUSKAL ESKOLA PUBLIKOAREN AURREMATRIKULAZIO KANPAINA

2015. urtearen hasieran egin zen, aurrematrikulazio-aldiarekin bat etorritz. Familiei zuzendu zitzaien, batez ere euskal hezkuntza-sisteman lehenbiziko aldiz sartzen direnei. Agiriak aurkezteko datak ez ezik, Sailaren webgunearen bidez aurrematrikula egiteko aukera ere nabarmentzen da.

«Ondo trebatuta, etorkizuna gurea da» da kanpainaren leloa.

Kanpainaren aurrekontua, guztira, **206.670,24 eurokoa** izan da.

- Sormena eta ekoizpena: 14.900,00 euro
- Zabalkundea: 191.770,95 euro

KANPOKO	
BALIABIDEAK	91.249,00
Kokapenagatiko Gainkargua	1.960,00
«Topoa», Tranbiak Eta Bus Bi	16.835,00
Bilboko Oppiak	22.320,00
Bizkaia–Bilbo Handiko Oppiak	12.540,00
Donostiako Oppiak	16.000,00
Metro Bilbao	9.149,00
Gasteizko Oppiak	12.445,00
IRRATIAK	67.686,78

R. Popular Bi	496,74
Ohiko Ser	21.460,50
40 Principales	10.617,75
Radio Nervión	828,80
Onda Vasca	5.754,27
Eitb-Ko Irratiak	16.803,14
Bizkaia Irratia	172,99
Onda Cero	11.553,30
PRENTSA IDATZIA	31.269,47
Grupo 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 Euskadiko Edizioa	217,00
El Pais Euskadiko Edizioa	223,00
Artekaritza Saria	1.202,67
TELEBISTA	1.565,00
Hamaika Telebista	1.565,00
KANPAINAREN GUZTIZKOA	191.770,95

HEZKUNTZAREN ARLOKO KANPAINA

Hezkuntza-esparruan beste publizitate-kanpaina batzuk egin ahal izango dira urtean zehar, sor litezkeen premiei erantzuteko. Era berean, ikasle edo irakasleei xedaturiko dibulgazio-kanpainak egin ahal izango dira, hala nola liburuxkak, hedagarriak, kartelak zein telebistako edo irratiko iragarkiak. Aurrekontuen mende egongo da.

IRAGARKI OFIZIALAK

Sailak iragarkiak argitaratuko ditu prentsan herritar guztientzat, batez ere ikasleentzat eta irakasleentzat interesgarria den informazioaren berri emateko. Adib.: enplegu publikoko eskaintzak, lekualdatze-lehiaketak, zerrenden irekiera, EGA azterketak, HEOKo matrikulazioak, beken deialdia, etab.

BABESAK

Publizitateko bestelako ekintzei dagokienez, sailak **adingabeentzako sexu-heziketako programa** abiarazi nahi du, 12.500 euroko aurrekontuaz. Osasun Sailak ere hartuko du parte kanpaina honetan, eta 12.500 euroko ekarpena egingo du. Zortzi programa prestatuko dira. 2015eko maiatzean eta ekainean emango dira.

Babesletza honen helburua Euskadiko gazteei uda aurretik sexuari buruzko informazio argia eta hurbilekoa ematea da. Osasunaren arloko profesionalak eta gazteengan eragina izan dezaketen pertsonaia famatuek emango dute.

HIZKUNTZA POLITIKARAKO SAILBURUORDETZA

Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak *Poziktibity* proiektuarekin jarraitzea nahi du, Euskadiko herritarren artean **euskararen erabilera sustatzeko**.

Proiektuak beste era batera sustatu nahi du euskara. Poziktibity euskara ulertzeko modu bat eta jarrera bat da. Pozik eta activity hitzen baturatik sortu da: **Pozik +Activity = Poziktibity** Izen horren bitartez asmoa ez da kontzientzia sortzea edo hizkuntzarekiko jarrera bat ezartzea, aurkakoa baizik. Limurtzen, bultzatzen eta batez ere sintonia ona helarazten duen *hitz* edo izendapen bat da.

2015ean bost bolada izango dira, eta bakoitzak bi aste iraungo ditu. Horretarako, 20 segundoko iragarkiak prestatuko dituzte. Lehen bolada maiatzean izango da. Aurten ere Eitb-k lagunduko du kanpaina honetan. 31.132,42 euroko inbertsioa aurreikusi dute (BEZ kanpo). Kanpainaren online alderdiari 13.707,58 euroko aurrekontua esleitu diote (BEZ kanpo). 1. boladarako aurreikusitako zenbatekoa 44.840 eurokoa da (BEZ kanpo).

KULTURA SAILBURUORDETZA

Kultura sailburuordetzari dagokionez, ez du aurreikusi 2015ean publizitate-kanpainarik egitea. Hala ere, kulturaren eta kirolen alorretako aldizkarietan eta argitalpen espezializatuetan publizitatea txertatuko du.

Beharrezkotzat eta egokitzat jotzen badu, baliteke aldi behin dibulgazio-ekintzak gauzatzea.

SEGURTASUN SAILA

SEGURTASUN SAILA

Segurtasun Sailari dagokio herritarrei segurtasuna bermatzeko neurrien eta jarrerren berri ematea. Halaber, beste era batzuetako gaietarako buruzko sentsibilizazioa egiten du (trafikoa, alkoholaren eta drogen kontsumoa, jokoa, ikuskizunak, alerta meteorologikoa, etab.) Horretarako, hainbat espazio erabiltzen ditu: espazio publikoak, aisialdiko lekuak, etab.

Herritar guztien intereseko gaiak direnez, ahalik eta jende gehienari heltzeko moduan zabaldu behar du informazioa.

Segurtasun Sailaren Komunikazio Zuzendaritzak interes orokorreko eta publikoko komunikazio-helburua indartzeko publizitate-estrategia nabarmena egitea aurreikusi du, gainerako informazio- eta komunikazio-ekintzez aparte.

Hala, Segurtasun Sailak 2015ean hainbat publizitate-kanpaina gauzatuko ditu, helburuok dituela:

- Bide-hezkuntza lantzea.
- Errepideetan gehiegizko abiadura zirkulatzea saihestea.
- Alkoholaren eta drogen eraginpean gidatzea eta gidariak beste gauza batzuekin distraitztea saihestea.
- Pertsonak harrapatzea saihestea.
- Ikuskizun piroteknikoetan segurtasun-eremuak errespetatzea bultzatzea.
- Kirol-txapelketetan indarkeria saihestea.
- Aisialdirako lokalen barruan gehienez sar daitezkeen pertsonen kopurua errespetatzea bultzatzea.
- Alerta meteorologikoen berri ematea.
- Larrialdi zerbitzuei buruz informatzea.
- Ertzaintzari buruzko informazioa ematea.

Aurreko urteetan bezala, Segurtasun Sailak kanpaina guztiak aipatutako arlorako egokiena den unean egingo ditu (zirkulazio handiagoko aldietan, baldintza meteorologikoak txarrak direnean, kirol-denboraldian, etab.).

Halaber, publizitate-ekintzetako batzuk gauzatzeko **Eitb-rekin sinatu duen lankidetzaz-hitzarmena** baliatuko du. Komunikazio-talde publikoa denez, herritarrak informatzeko zerbitzua eman behar du.

Aipatutako arloei buruzko publizitate-kanpainak ez ezik, Segurtasun Sailak ez du baztertzen beste batzuk gauzatzea.

2015eko lehen asteetan bi kanpaina hauek gauzatu ditu:

«ERRESPETATU GEHIENEKO AFOROA / RESPETA EL AFORO MÁXIMO» **KANPAINA JOKOAREN ETA IKUSKIZUNEN ALORREAN**

- **KANPAINAREN HELBURUA ETA MEZUAREN ZENTZUA:**

Kanpaina honen helburua herritarrei aforoa gainditzen duten lokaletan sartzeak dituen arriskuen gaineko informazioa ematea da.

Horretarako, «**Errespetatu gehieneko aforoa / Respeta el aforo máximo**» leloa erabili zuten. Mezu horrekin azaldu nahi izan da aforoa gaindituta duen lokal batean sartzea arriskutsua izan daitekeela, adibidez, egoera larri bat, sua, jende-oldea eta abar gertatzen bada.

- **HARTZAILEAK:**

herritarrak, oro har

- **TRESNAK ETA EUSKARRIAK:**

Iragarkiak argitaratu dira irratan eta Interneten. Horretarako, zenbait spot egin dira, euskaraz eta gaztelaniaz.

- **GAUZATZEKO ALDIA:**

otsailaren 10etik 14ra

- **KOSTUA:**

Kanpainaren kostua, guztira: 14.074,64 €
Sormena eta ekoizpena: 0 € (Publis, 2013)
Hedabideak: irrata eta Internet.
Eitb-ren irratia: 4.596,48 €
Beste irratikate batzuk: 9.478,16 €

BANAKETA:

HEDABIDEA	ZENBATEKOA
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 €
GUZTIRA	14.074,64 €

EUSKALMETEN KANPAINA: «112AREN EUROPAKO EGUNA / DÍA EUROPEO DEL 112»

- **KANPAINAREN HELBURUA ETA MEZUAREN ZENTZUA:**

112 Larrialdi Telefonoaren Europako Egunean, otsailaren 11n, larrialdi-zerbitzuetan (suhiltzaileak, anbulantziak eta Ertzaintza) lan egiten duten emakumeen lana omendu da aurren. Gainera, 112 telefonoa Europa osoan erabiltzen dela gogorarazi da.

HARTZAILEAK:

Herritar guztiak

TRESNAK ETA EUSKARRIAK:

Otsailaren 11n iragarkiak argitaratu genituen prentsan, bai euskaraz, bai gaztelaniaz.

- **GAUZATZEKO ALDIA:**
asteazkena, 2015.eko otsailak 11

- **KOSTUA:**
Kanpainaren kostua, guztira: 12.673,46 €.
Sormena eta ekoizpena:
Enpresa esleipenduna: Irusoin
Zenbatekoa: 675 €.

Hedabideen plangintza eta publizitate-eremuak erostea:
ALD MEDIANTE, SL. 9.998,46 €.
Herri Irratia. 2.000 €.

BANAKETA:

HEDABIDEA	ZENBATEKOA
El 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 Álava	666,90 €.
El Mundo, Euskadiko Edizioa	1.032,75 €.
El País, Euskadiko Edizioa	1.117,80 €.
Herri Irratia (Programa Berezia)	2.000,00 €.
INBERTSIO GUZTIRA	11.998,46 €

«ERRESPETATU ZEBRABIDEAK, OINEZKOAK BETI DAUKA LEHENTASUNA» TRAFIKOKO KANPAINA

- **KANPAINAREN HELBURUA ETA MEZUAREN ZENTZUA:**

Gidariak zebrabideak errespetatu beharraz kontzientziatzea izan da kanpainaren helburua, harrapatzeak saihestearren.

Hauxe izan da hautatutako eslogana: «**Errespetatu zebrabideak, oinezkoak beti dauka lehentasuna**». Mezu honekin zera adierazi nahi izan da: zebrabideak errespetatu ezean besteren bizia arriskuan jar dezakegula eta lesio larriak eragin ditzakegula.

- **HARTZAILEAK:**

Gidari guztiak

- **TRESNAK ETA EUSKARRIAK:**

Irratian publizitatea txertatzea aukeratu da. Horretarako, zenbait spot egin dira, euskaraz eta gaztelaniaz.

- **GAUZATZEKO ALDIA:**

2015eko otsailaren 21a eta 22a

- **KOSTUA:**

Kanpainaren kostua, guztira: 1.568,70 €.

Sormena eta ekoizpena:

Enpresa esleipenduna: Publis

Zenbatekoa: 0 € (sorkuntza-lana 2014an eginda)

Hedabideak: Irratia

Hitzarmena EITBrekin: 1.568,70 €.

HEDABIDEA	ZENBATEKOA
Radio Euskadi	601,65 €.
Euskadi Irratia	456,75 €.
Gaztea	292,95 €.
Radio Vitoria	217,35 €.
GUZTIRA	1.568,70 €

TRAFIKOKO KANPAINA: “ERREPIDEAN, ERRESPETATU GEHIENEKO ABIADURA/EN CARRETERA RESPETA LA VELOCIDAD MÁXIMA”

- **KANPAINAREN HELBURUA ETA MEZUAREN ZENTZUA:**

Kanpaina honen helburua da gidariak kontzientziaztea abiadura-mugak errespetatu beharraz, gidatzean. Era berean, adieraziko dute abiadura-mugak gaindituz gero, ibilgailuaren kontrola galdu egiten dugula eta ondorio larriak eragin ditzakegula geure buruan edota gainerako gidari, oinezko eta tankerakoetan.

Aukeratutako eslogana hauxe da: **“Errepidean, errespetatu gehieneko abiadura/En carretera respeta la velocidad máxima”**. Mezu honekin zera adierazi nahi izan da: zirkulazio-arauak errespetatu ezean geure eta besteren bizia arriskuan jar dezakegula.

- **HARTZAILEAK:**

Gidari guztiak.

- **TRESNAK ETA EUSKARRIAK:**

Irratian publizitatea txertatzea aukeratu da. Horretarako, zenbait spot egin dira, euskaraz eta gaztelaniaz.

- **GAUZATZEKO ALDIA:**

2015eko otsailaren 25etik martxoaren 1era

- **KOSTUA:**
Kanpainaren kostua, guztira: 7.125,30 €

Sormena eta ekoizpena:

Enpresa esleipenduna: Publis

Zenbatekoa: 0 € (2014an eginda)

Hedabideak: Irratia

Hitzarmena EITBrekin: 7.125,30 €.

BANAKETA:

HEDABIDEA	ZENBATEKOA
Radio Euskadi	3.134,25 €.
Euskadi Irratia	1.850,63 €.
Gaztea	1.289,93 €.
Radio Vitoria	850,50 €.
GUZTIRA	7.125,30 €

OSASUN SAILA

OSASUN SAILA

Osasun Sailak 2015ean bi publizitate kanpaina gauzatzea aurreikusi du, baita telebistako eta irratiko zenbait saio babestea ere.

PUBLIZITATE KANPAINAK:

Lehenaren izena «Osakidetzako profesionala» izango litzateke. 2015ean Eusko Jaurlaritzako Osasun Sailak publizitate-kanpaina bat abiaraztea aurreikusten du **Euskadiko osasun sistema publikoa osatzen duten profesionalen garrantzia nabarmentzeko.**

Helburua da guztiak (sendagileak, erizainak, erizain laguntzaileak, jagoleak, administratzaileak, administrazio-laguntzaileak, etab.) identifikatuta sentitzea, eta beren profesionaltasunagatik, bokazioagatik, prestakuntzagatik, laguntzagatik, esfortzuagatik, gertutasunagatik... errekonozituta sentitzea. **Pertsonak artatzen dituzten pertsonak dira. Bokazio handiko profesionalak dira eta herritarren zerbitzura egiten dute lan.**

Oraindik ez dira aurrekontuak, baliabideak eta euskarriak zehaztu.

Osasun Sailaren bigarren kanpaina «Adingabeak eta alkohola izango da». Gutxi gorabehera 17.000 euroko aurrekontua izango du. Eusko Jaurlaritzako Osasun Publikoko Zuzendaritzak kanpaina bat abiarazi nahi du **uztailari eta abuztuari begira. Gazteentzako irrati-kateetan, alkohola edan gabe ondo pasatzeak dituen onuren berri eman nahi du.**

BABESLETZAK:

Publizitateko bestelako ekintzei dagokienez, sailak **adingabeentzako sexu-heziketako programa** abiarazi nahi du, 12.500 euroko aurrekontuaz. Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak ere hartuko du parte kanpaina honetan, eta 12.500 euroko ekarpena egingo du. Zortzi programa prestatuko dira. 2015eko maiatzean eta ekainean emango dira.

Babesletza honen helburua Euskadiko gazteei uda aurretik sexuari buruzko informazio argia eta hurbilekoa ematea da. Osasuneko profesionalek eta gazteengan eragina izan dezaketen pertsonaia famatuek emango dute.

Bestalde, bi **irratsaio** babestuko dira, herritarrei **ohitura osasungarrien** berri emateko. Saio bakoitzak sei hilabete iraungo du.

- SER katea. Aurrekontua 36.000 euro.
- Onda Vasca. Aurrekontua 13.200 euro.

Helburua azken urtean gauzatutako prestakuntza- eta informazio-lanean laguntzea da, Osakidetzako profesionalei ohitura osasungarrien gainean egindako elkarriketen bidez, Euskadiko herritarren osasuna hobetzeko asmoz.

Hirugarrenik, **idatzizko prentsan babesletzako hainbat ekimen** gauzatuko ditugu, bai Vocento taldeko egunkarietan, bai *Deiak* bi hilean behin argitaratzen duen osasunari buruzko gehigarrian.

Era berean, Osasun Sailak *Berriaren* urtekarian 1.500 euro inbertitzea aurreikusi du.

OSAKIDETZA

Osakidetzak bi publizitate kanpaina egin nahi ditu 2015ean.

Lehenaren helburua Osakidetzako langileen artean euskararen erabilera bultzatzea da, herritarrei zerbitzu hobea emateko, Osakidetzan euskararen erabilera normalizatzeko II. planaren markoan. Horregatik, kanpainaren leloa «**Euskaraz bai sano**» izango da. Kanpainaren aurrekontua eta gauzatze-aldia zehazteko daude.

Bestalde, urtero bezala, **gripearen aurkako txertoa** jartzeko kanpaina egingo da, arrisku-taldeak txertoa jartzera animatzeko (65 urtetik gorakoak, gaixo kronikoak eta haurdun dauden emakumeak). Oraindik ez da aurrekontua zehaztu.

Azkenik, Osakidetzak **publizitate-ekintza** eta babesletza hauek egin nahi ditu, xehetasun batzuk zehazteke dituen arren:

- Abenduaren 3a, Euskararen Nazioarteko Eguna.
- Facebook-en publizitatea jartzea: 1.500 €.
- Prentsan iragarki ofizialak jartzea: zehazteke

INGURUMEN ETA LURRALDE POLITIKA SAILA

INGURUMEN ETA LURRALDE POLITIKA SAILA

Ingurumen eta Lurralde Politika Sailak 2015ean hainbat publizitate-ekintza gauzatzea aurreikusi du, batez ere ingurumeneko ohitura onekin eta garraio publikoaren erabilerarekin lotuta. Ondoren horietako batzuk azalduko ditugu, baina baliteke urtean zehar beste behar batzuk agertzea.

- Ingurumenari eta klima-aldaketari buruzko iragarkiak eta saioak egitea irratieta, adibidez, Cadena Cope, Cadena Ser, Radio Euskadi, Radio Vitoria, Onda Cero edota Onda Vasca kateetan. (otsaila/martxoa/ekaina).
- EAEko sare logistikoak sustatzeko iragarkiak (otsaila/martxoa/ekaina).
- Uraren erabilera egokiaren sustapena (URA) (otsaila/martxoa/ekaina).
- Garraio publikoaren sustapena (Euskotren). (otsaila/martxoa/ekaina).
- Garraioko txartel bakarraren sustapena (ekaina).
- Iragarkiak idatzizko prentsan eta irratsaioetan Ingurumenaren Nazioarteko Egunean (ekaina).
- iragarkiak idatzizko prentsan eta irratsaioetan Mugikortasun Jasangarriaren Europako Egunean (iraila).
- Klima-aldaketari aurre egiteko ekintza-kanpaina Parisko COP 21ekin bat etorritz (azaroa)
- Ecoembes kanpaina prentsan, irratieta eta telebistan (abendua).
- Ecovidrioren kanpaina prentsan, irratieta eta telebistan (abendua).