

EUSKO JAURLARITZAREN 2016KO PUBLIZITATE PLANA

COMPROMISO CON LAS PERSONAS

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

SARRERA

Eusko Jaurlaritzaren Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordeak Eusko Jaurlaritzaren 2016eko Publizitate eta Komunikazio Institutuzionalari buruzko Plan hau onartu du 2016eko apirilaren 26an. 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 mezuak 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-epea, erabilitako komunikazio-tresna eta -euskarriak, mezuen zentzua, mezuen hartzaileak, eta zein erakunderi eragiten dien.

Publizitateari buruzko Legea betetz, 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 betez 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 kanpainen informazio egiazkoaren eta objektiboaren oinarritzko printzipioa betetzen dute, eta 6/2010 Legearen 4. artikulua jarritako helburuei erantzuten diete.

HAUTESKUNDE PROZESUEN ERREGIMEN BEREZIA

2016ean 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.

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

Gobernu Kontseiluan onartutako berariazko nortasun-zeinua erabiliko du Eusko Jaurlaritzak 2016eko ekitaldian: «Compromiso con las Personas – Pertsona Helburu». Erakunde Nortasunaren Eskuliburuan dago erantsita, eta Eusko Jaurlaritzaren korporazio-markarekin batera jartzen da.

LEHENDAKARITZA

LEHENDAKARITZA

Lehendakaritzako Komunikazio Zuzendaritza arduratuko da Lehendakaritzaren publizitate-kanpainak eta komunikazio instituzionala koordinatzeaz. Hona hemen 2016an zer egiteko asmoa daukaten:

KANPAINAK.

Gobernuaren neurri ekonomikoei buruzko kanpainak.

Lehendakaritzak zeharkako kanpaina instituzional bat egingo du, azaltzeko Eusko Jaurlaritza zein neurri ekonomiko ari den bultzatzen enplegua sortu eta ekonomia suspertzeko baldintzak sortzeko.

Eusko Jaurlaritzak beretzat duen lan-ardatza izango da kanpainaren erdigune: "Pertsona Helburu".

Kanpaina gizarte osora zuzenduta egongo da, eta online eta offline baliabideak eta tresnak erabiliz gauzatuko da. Kanpaina 2016ko lehenengo lauhilekoan egitekoa da.

Publizitateari buruzko Sailarteko Batzordeak otsailaren 26an egindako bileran onartu zuen kanpaina-proposamena.

Giza eskubideen eguneko kanpaina.

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

Kanpainaren hartzailleak 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.

PUBLIZITATEKO BESTELAKO EKINTZAK

Kanpainez gainera, Eusko Jaurlaritzak -Lehendakaritzak hain zuzen ere- publizitatearen arloan beste hiru lan-ildo paralelo garatzeko asmoa dauka: gai jakin batzuetako iragarkiak txertatzea; lankidetzak eta patrozinioak edo babesletzak; eta, azkenik, iragarki ofizialak.

Kanpo Harremanetarako Idazkaritzak egiten dituen lanak, hau da, Euskadi atzerrian ezagutarazteko lanak, Basque Country strategiaren barruan koka daitezke, hango komunikazio-ekintzen barruan hain zuzen ere. Ildo horretatik, Komunikazio Zuzendaritzak publizitate- eta komunikazio-ekintzak gauzatzeko aukera ere aurreikusi du.

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.

Lehendakaritzak interes orokorreko informazioaren berri emateko aldian behin prentsako eta beste euskarri batzuetako espazioak kontratatuko ditu. Beken eta lanpostuen deialdiak edota informazio erabilgarria izan daiteke, adibidez.

GOGORA INSTITUTUA

Memoria Plaza kanpaina.

Memoria Plaza herri-partaidetzarako ekimenaren barruan, Gogora Institutuak erakusketa bat antolatuko du herriz herri. Autonomia-erkidego guztiko udalerrietan antolatuko da, eta publizitate-kanpaina bat ere egingo da, haren berri emateko.

EMAKUNDE

Emakunderen kanpainak.

Urtero bezala, Emakumeen Nazioarteko Egunean, martxoaren 8an, Emakundek sensibilizazio-kanpaina bat abiatuko du, gizonen eta emakumeen arteko berdintasunari buruzko kontzientziazioaren alde.

Kanpaina martxoaren 8aren aurreko asteetan edo egunetan abiaraziko dute. Honez gain, urtean zehar ere kanpaina honetako mezuak zabalduko dira.

KANPAINA	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Erakundekoa: Pertsona helburu.	1	Zehazteke.
(GOGORA) Memoria Plaza.	1	Zehazteke.
Giza eskubideak.	3	Zehazteke.
(EMAKUNDE) Berdintasunaren aldeko kanpaina.	Urte guztia.	Zehazteke.

HERRI ADMINISTRAZIO ETA JUSTIZIA SAILA

HERRI ADMINISTRAZIOA ETA JUSTIZIA

Herri Administrazio eta Justizia Sailak publizitate-lan hauek egiteko asmoa dauka:

KANPAINAK.

“Administrazioa euskaraz” kanpaina.

Euskararen Nazioarteko Egunean, abenduaren 3an, Herritarrak Hartzeko eta Administrazioa Berritzeko eta Hobetzeko Zuzendaritzak, urtero-urtero, publizitate-kanpaina instituzional bat antolatzen du, egun batekoa, herritarrek herri-administrazioarekin dituzten harremanetan euskararen erabilera eta hizkuntza-normalizazioa sustatzeko Euskal Autonomia Erkidegoan jarduten duten hedabideen bidez, horrela, gobernu honek elebitasunarekin hartutako konpromisoan lagunduko delakoan.

Kanpainaren aurrekontua, euskarriak eta tresnak zehazteke daude.

"Zure administrazio publikoa klik batean" kanpaina.

2014aren amaieran, Eusko Jaurlaritzak Interneteko atariaren domeinua aldatu egin zuen: euskadi.net-etik euskadi.eus-era. 2015ean bigarren urrea heldu zen: euskal administrazio publikoaren web atariaren irudia beste era batera diseinatzea. Eta 2016an, migrazioaren bigarren ekinaldia iritsiko da, hau da, web atariaren beheko geruzen diseinu berriaren anpliazioa.

Herritarrak Hartzeko eta Administrazioa Berritzeko eta Hobetzeko Zuzendaritzak uste du -bera baita aldaketaren arduraduna- publizitate-kanpaina bat egin beharra dagoela, berri hori ahalik eta gehien zabaltze aldera eta herritarraren eta euskal administrazio publikoaren artean harreman-bide elektronikoa ahalik eta gehien zabaltze aldera.

Kanpainaren aurrekontua, euskarriak eta tresnak zehazteke daude.

PUBLIZITATEKO BESTELAKO EKINTZAK

Beste publizitate- eta komunikazio-kanpainarik bai 2016an? Herri Administrazio eta Justizia Sailak ez du aukera hori bazterten.

KANPAINA	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Administrazioa Euskaraz.	3	Zehazteke.
Zure administrazio publikoa klik batean.	1, 2, 3	Zehazteke.

EKONOMIAREN GARAPEN ETA LEHIAKORTASUN SAILA

EKONOMIAREN GARAPENA ETA LEHIAKORTASUNA

Hona hemen Eusko Jaurlaritzako Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak 2016rako aurreikusi dituen kanpaina ofizialak, lankidetzak, babesletzak eta iragarkiak:

KANPAINAK.

Mundura Begira kanpaina.

Mundura Begira jardunaldiarekin bat eginik, haren berri zabaltzeko kanpaina bat egingo da, irratia eta prentsa digitala erabiliz. Jardunaldia 2016ko martxoaren 16an egingo da, Nazioartekotze Zuzendaritzak antolaturik.

- Kanpaina-aldia: 2016ko martxoaren 1etik 15era.
- Aurrekontua: 17.900 + BEZ

Nazioartekotze-beken kanpaina.

Badira 30 urte EGLSko Nazioartekotze Zuzendaritza nazioartekotze-bekak ematen hasi zela. Hori dela-eta, haien berri zabaltzeko ekintza batzuk gertatu dituzte, gazte jendea erakartzearen eta kanpo-merkataritzan eta enpresen nazioartekotzean jendea hobeto prestatzen laguntzearen.

- Kanpaina-aldia: 2016ko martxoaren 21-31
- Aurrekontua: 17.900 + BEZ

3 E kanpaina estrategikoa.

Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasunerako Sailak, Energiaren, Meategien eta Industria Administrazioaren eta Segurtasunaren Zuzendaritzaren bidez, kanpaina berezi bat egingo du, herritarrak jabetu daitezen energiak zer-nolako garrantzia duen, hainbat ikuspuntutatik, gizarterako eta ekonomiarako. 2025erako Euskal Estrategia Berriari loturik egongo da.

- Kanpaina-aldia: 2016ko ekaina.
- Aurrekontua: 49.500 euro + BEZ

Eraikinen Eraginkortasun Energetikoaren Ziurtagirietarako kanpaina.

Etxe, lokal, eraikin eta halakorik eskuratzen duenarentzat ez da abantaila makala eraginkortasun energetikoko ziurtagiri arauzkoa eskatzea; eskubidea du, eta dirutan ere antzemango dio. Bada, Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak, Energiaren, Meategien eta Industria Administrazioaren eta Segurtasunaren Zuzendaritzaren bidez, abantaila horren berri eman eta aukera hori sustatzeko asmoa du.

- Kanpaina-aldia: 2016ko udazkena.
- Aurrekontua: 17.900 + BEZ

Herriko dendak sustatzeko 2016ko kanpaina.

2015eko kanpainak zerabilen ikuspuntua eguneratzeko asmoa du Ekonomiaren Garapen eta Lehiakortasun Sailak, Merkataritzako Zuzendaritzatik. Baliabide-plan berri bat dago aurreikusita Euskadiko herrietako dendak sustatzeko.

- Kanpaina-aldia: 2016ko udazkena.
- Aurrekontua: 322.455 € (BEZa barne). Esleitzeke.

Basque Industry 4.0 kanpaina.

Basque Industry 4.0 estrategiaren berri zabaltzea. EGLSk du bultzatzen, SPRIrekin lankidetzan. Industriari eta enpresei laguntzak eta laguntasuna emateko programak sustatzea, eta 4.0 Industriarekin zerikusia duten gertakariak eta jardunaldiak sustatzea.

- Kanpaina-aldia: Argitalpen berezietan txertatuko dituzte iragarkiak, urte guztian zehar.
- Aurrekontua: zehazteke.

BABESLETZAK.

SER Euskadi irrati-kateko «La empresa en Euskadi 2016» saioa.

EGLSk eta SPRI Taldeak elkarrizketa-espazioak ematen dizkie Euskadiko enpresaburuei, Euskadiko enpresa babesteko zerbitzu bat gehiago izateko asmoz; bai eta protagonista ekonomikoen bitartez gure ekonomiaren egoeraren, unearen eta beharren egiazko irudia emateko ere. Programa horiek 2016ko martxo eta uztail bitartean emango dituzte.

Euskal enpresaburuak elkarrizketatzeko irrati-tarteak 18 izango dira, eta, dirutan, 17.900 euro + BEZa balioko dute.

Lehenengo sektoreari zuzendutako espazio bereziak babestea.

Helburua: “Kresala” irratsaioa babestea. Lehenengo sektoreaz jarduten du, arrantzas bereziki.

- **Kanpaina-aldia:** 2016ko urtarriletik abendura.
- **Aurrekontua:** 4.132 euro + BEZa
- **Zein irrati:** Bizkaia Irratia.

Hemendik Sariak 2016 babestea.

Helburua: “Hemendik Merkataritza” izeneko saria babestea, merkataritzari eta elkarte mugimenduari eskainia; jarduera hori 8 udalerritan saritu da.

Kanpaina-aldia: Urriaren 6tik azaroaren 24ra.

Enpresa esleipenduna: EDITORIAL IPARRAGUIRRE SA

Diru-kopurua: 17.698,67 €

Enpresa Solidaria saria babestea (Dato Económicok ematen du).

Saria bera Arabako enpresa solidarioei aitortza emateko da; Dato Económicok antolatzen du, eta EGLSk babesa ematen dio.

- 2016ko azaroa.
- Aurrekontua: zehazteke.

Energiaren Jardunaldi Berezia babestea.

Bi gai dira jorratzen: energia bera eta energiak industrian duen eragina. Expansioek antolatzen du eta EGLSk babeska emango dio, baina data oraindik zehazteke dago.

- Aurrekontua: zehazteke.

SPRI

SPRIk bi gauza egiteko asmoa dauka: sustapen-kanpaina bat egingo du, eta programa bat babestuko du. Jarraian dago zehazturik zeintzuk.

BABESLETZAK.

Euskadi Irratiko Made in Basque Country saioa.

SPRI Taldeak elkarrizketa-espazioak ematen dizkie Euskadiko enpresaburuei, Euskadiko enpresa babesteko zerbitzu bat gehiago izateko asmoz; bai eta protagonista ekonomikoen bitartez gure ekonomiaren egoeraren, unearren eta beharren egiazko irudia emateko ere. Saioak 2016an emitituko dira, uztailean eta abuztuan izan ezik.

Elkarrizketa-espazioak euskadi 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.

Kopurua, guztira: 47.571,43 euro (Radio Euskadi: 23.567,68 euro, Euskadi Irratia: 10.155,18 euro, Radio Vitoria: 4.598,57 euro, ekoizpena: 9.250 euro).

Onda Vascako «La empresa en Euskadi 2016» saioa.

SPRI Taldeak elkarrizketa-espazioak ematen dizkie Euskadiko enpresaburuei, Euskadiko enpresa babesteko zerbitzu bat gehiago izateko asmoz; bai eta protagonista ekonomikoen bitartez gure ekonomiaren egoeraren, unearren eta beharren egiazko irudia emateko ere. Saioak 2016an emitituko dira, uztailean eta abuztuan izan ezik.

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

Vocento Taldearen FUN & SERIOUS GAMES babestea

Bideo-jokoaren industriari bultzada bat eta laguntasuna ematearren, Fun&Serious Games ekitaldiari berriro laguntza emateko aukera ari dira aztertzen. 2016ko abenduko lehen astean egingo da, eta herritar guztientzat egongo da zabalik, baina batez ere bideojokoan industrian interesa dutenentzat.

Ekitaldia abenduaren lehen astean egiten da, baina sustapen-lana, hasi, ekainean hasten da, eta irailetik aurrera areagotu egiten da. Babesletza horretarako aurreikusitako inbertsioa 150.000 eurokoa da.

EUSKADIKO PARKE TEKNOLOGIKOAK

KANPAINAK

Euskadiko parke teknologikoen sarea sustatzeko kanpaina.

Bi gauza nahi dira lortu: Parke marka nabarmendu, eta lurralde historiko bakoitzeko parkeei eta hango enpresei beren balioa eman.

EEE

Energiaren Euskal Erakundeak zenbait publizitate-ekintza egin nahi ditu 2016an, energia kontsumitzeko ohitura hobek sustatzeko.

KANPAINAK.

Martxoaren 5eko kanpaina: Energia-efizientziaren eguna.

Energia-efizientziaren egunaren berri emateko txertaketak Euskadiko egunkari nagusietan.

- Aurrekontua: 21.693,5 €+BEZa.

Energiaren erabilera arduratsurako kanpaina.

EEEk gauza bat baino gehiago egiteko asmoa du energiaren erabilera arduratsua sustatzeko. Bi puntu azpimarratuko ditu: sektore batzuetan zein garrantzitsua den energia-efizientzia; eta energia berriztagarriak erabiltzearen garrantzia. Kanpainak euskal gizarte osora nahi du iritsi, eta, horretarako, iragarki batzuk txertatuko dira orotariko euskal prentsan eta ekonomiako, azpiegituretarako eta energiako gehigarrietan; eta baita prentsa espezializatuan ere (ekonomia). Orrialde erdia eta/edo faldoia, koloretan.

Energia aurrezteko aholkuak zabaltzeko kanpaina.

Energia aurrezteko aholkuen gaineko irratiko kanpaina egitea aurreikusi dute, energiaren erabilera arduratsua, energia-eraginkortasunaren ezagutza zein energia berriztagarriak sustatzeko. Leloa, 2016an ere, azken urteetako irratsaioetan erabilitako bera izango: «Jarraitu EVEren aholkuei eta aurreztu energia».

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. 2016ko urtarrilean, orotariko irratikateetan iragarki labur batzuk txertatuko dira, eguraldiaren informazio-espazioan, goizeko ordutegian. Kanpainaren kostua, guztira: 10.045 € (BEZ kanpo).

Euskadi Eraginkor irratikate-kanpaina.

Energia aurrezteko aholkuen gaineko irratikate kanpaina egitea aurreikusi dute, energiaren erabilera arduratsua, energia-eraginkortasunaren ezagutza zein energia berriztagarriak sustatzeko. Claim-a: "Euskadi eraginkorra".

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. 2016ko otsailean eta ekainean, Euskadiko orotariko irratikateetan iragarki labur batzuk txertatuko dira, eguraldiaren informazio-espazioan, goizeko ordutegian.

Mediasalen eskaintza aukeratu da. Prezioa gehienez ere: 46.971,66€ (BEZ kanpo).

Energia aurrezteko aholkuak zabaltzeko kanpaina.

Energia aurrezteko aholkuen gaineko irratikate kanpaina egitea aurreikusi dute, energiaren erabilera arduratsua, energia-eraginkortasunaren ezagutza zein energia berriztagarriak sustatzeko. Claim-a: "Euskadi eraginkorra".

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. 2016ko irailaren eta abenduaren bitartean, Euskadiko orotariko irratikateetan iragarki labur batzuk txertatuko dira, eguraldiaren informazio-espazioan, goizeko ordutegian.

Eskaintza-aukeraketa 2016ko uztailan ebatziko da. Prezioa, gehienez ere: 37.000 euro.

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:

KANPAINAK.

Kanpainak eta iragarki-txertaketak intereseko merkatuetan.

Basquetourren helburua da intereseko merkatuetan Euskadi turismo-leku gisa ager dadin indarra egitea eta gure turismo-produktuak sustatzea (Surfa, mendiko bizikleta, gastronomia, MICE): Erresuma Batua, Ameriketako Estatu Batuak, estatu espainiarra, Frantzia, Alemania eta Euskadi. Artikuluak idatziko dira eta iragarkiak txertatuko. Ikus ditzagun, nori zuzenduko gorabeheran sailkatuz:

- **Multimerkatua:**

- AboutBC.info webgunea: Banner bat jartzea urte osoan, euskal diasporaren presentzia handia duten merkatuetan Euskadi-Basque Country marka eta helmuga sustatzeko. Aurrekontua: 1.250 euro (BEZa barne).
 - Bizkaia/Gipuzkoa/Álava tour: 2016an, hiru goiburuetan egingo dituzte txertaketak. Gastronomía izango dute gaia, eta Euskadiko hoteletan banatuko dira. Aurrekontua: 5.000 € (BEZa barne).
 - **Euskadi interes turistikoko beste merkatu batzuekin hobeto lotzeko kanpaina: Erresuma Batua, Norvegia, AEB....** Era bat baino gehiagotako ekintzak -oraindik ez dago adostuta zer-, hegazkin- eta ferry-konpainiekin lankidetzan. Aurrekontu zenbatetsia: 100.000 euro.
- **Britainia Handiko merkatua eta Amerikako merkatua:**
Euskadi turistikoki sustatzeko kanpainak. Aurrekontua: 200.000 erotan zenbatetsi da kanpaina bakoitzerako aurrekontua. Oraindik ez dago planifikaziorik.
- **Frantziako merkatua:**
Txertaketak on eta off bidaia-aldizkarietan: Easyvoyage, Routard, A/R Magazine eta Desir de Voyages.
- **Easyvoyage:** martxoan. 10.925 €+BEZa. Idatzizkoak + homepagen leku bat + Easyvoyageko RR.SS.
 - **A/R Magazine:** Orri bete publizitate, idatzizko publizitate 1 (2 orrikoa); sare sozialetan presente egotea: Facebook (5.500) eta Twitter (8.800); Norakoaren aipamena BFMn, Business TV-n. Maiatza/Ekaina. 6.000 €+BEZa.
 - **Routard. com:** Erreportaje bat; esponsorizatutako erreportajea editorialean sustatzeko kanpaina; 2 astez, slideshow editoriala errotazio orokorrean; 4 astez, bineta editoriala routard.com websiteko hainbat orrialdetan; PUSH bat sare sozialetan: Facebook (123.000) eta Twitter (14.000); editorialeko Newsletter-en aipamen bat, 300.000 harpideduni bidalia; Newsletter bat bete-betean Euskadiri eskainia: Euskadi - Pays Basque; display kanpaina: Formatua: 300x600 banner - errotazio orokorra website-an. Aurrekontua: Display kanpaina: Martxoaren 23 - apirilaren 23. 11.000 €+BEZa.
 - **Desir de Voyages:** 8 orriko idatzizkoa. Maiatzean. Aurrekontua: 8.050 € +

Online txertaketak: RTB Iparraldean eta Akitanian: Antzeko interesak dituzten erabiltzaileak dauzkaten ehun bat site-etan egingo dituzte txertaketak; kasu honetan, itsasertza dute intereseko, eta, zehazki, euskal itsasaldea.

Aurrekontua: 8.190,75 €+BEZa. (prezioaren barruan dira ekoizpena eta sormenezko zatien itzulpena).

- **Alemaniko merkatua:**

Alemaniko bidaia-aldizkari sonatuenaren ale oso bat.

- **ADAC. Alemania. Bidaia-aldizkaria:** ADAC Reisemagazin 3/16 alea kontratatu du Basquetourrek. Guztira, 150 bat orrialde ditu. Ekaina. Aurrekontua: 180.000 euro. (Helburua: Euskadiko beste turismo-erakunde/-antolakunde batzuen laguntza erdiestea.

- **Estatuko merkatua:**

Esperientzia turistikoak sustatzea:

- **Txertaketa bat egitea La Guía El Viajero 2016** delakoan. Argitalpen horrek bidaiak eta eskaintza turistikoak jorratzen ditu, eta elpais.com-en ere agertzen da. 2015eko abenduaren eta 2016ko abenduaren bitartean. Urtebete iraungo du. Paperezko bertsioan, orrialde bikoitza koloretan; abenduaren 13an El Paisek 300.000 ale banatuko ditu, dohainik, aireportu eta Renfeko VIP aretoetan; eta, Fitur-en, 7.000 ale eguneko. 125.000 eurotan balioetsita dagoen beste kanpaina digital bat prezioaren barruan (2.000.000 inprimaketa elpais.com-eko azalean + 500.000 inprimaketa elpais.com-en antzeko keywordetan, 2015eko abenduan eta 2016 guztian kontsumitzeko). Proposamen ekonomikoa: 11.000 €+BEZa.
- **Euskal komunikabideetan ere txertaketa batzuk:** 48.190 € (BEZa barne). Martxoan.

Turismoa erakartzeko ekintzak, Euskadi Basque Country IV. Bandera dela-eta, Sevillan. Aurrekontu zenbatetsia: 25.000 euro.

- **Barruko merkatua:**

ESKERRIK ASKO kanpaina. 3 milioi bisitari.

Kanpaina honek helburu argia du: Eusko Jaurlaritzak euskal turismo-alor publiko nahiz pribatuari eskerrak eman nahi dizkio egindako lanarengatik, 2015ean 3 milioi bisitari lortu baitira.

Euskadiko komunikabide nagusietan egingo dira txertaketak: prentsa on line eta off line eta irratia. Aurrekontua 59.819,95 eurokoa da (BEZ barne).

HAZI

HAZI Fundazioak, 2015ean, produktuak sustatzeko gutxienez bost kanpaina eta babes-ekintza bat egin nahi ditu.

KANPAINAK

Esnea sustatzeko kanpaina.

Baliteke horixe izatea kanpainetako bat. Bi helburu izango lituzke: Euskadin esne gehiago edan dadin bultzatzea, eta produktu hori kontsumitzeak dituen onuren berri ematea.

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. Telebistan, irratan eta prentsa idatzian egingo da, 2016ko martxoaren eta maiatzaren bitartean. Kanpainaren kostua, guztira: 70.000 euro (15.000 emisiorako, eta 55.000 ekoizpenerako).

Publizitate-kanpaina bat, arlo hau ekonomia-sustatzaile eta enplegu-sortzaile modura erakusteko.

Arloak berak, baserriak eta arrantza-munduak gizartean duten irudia hobetzea izango da helburua; hartara, lehiakorrakoak izan daitezen eta euskal ekonomiari ekarpen handiagoa egin diezaioten.

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. Telebistan, irratan eta prentsa idatzian egingo da, 2016ko maiatzaren eta urriaren bitartean. Kanpainaren kostua, guztira: 275.000 euro (200.000 emisiorako, eta 75.000 ekoizpenerako).

Harategien eredu berria publizitzeko kanpaina: Basque label harategiak.

Kanpaina bat egingo da harategien eredu berria ezagutarazteko eta Eusko Label produktuei beren balioa emateko, batez ere gure baserriarren behi-okelari.

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. Telebistan, irratan eta prentsa idatzian egingo da, 2016ko maiatzaren eta urriaren bitartean. Kanpainaren kostua, guztira: 275.000 euro (200.000 emisiorako, eta 75.000 ekoizpenerako).

NIREA kanpaina, arlo honetako komunikabideetan.

Baserriak, itsasoak eta arlo honek gizarteari (kaleko gizarteari batez ere) egiten dion ekarpenari bere balioa emateko publizitatea, arlo hau jorratzen duten komunikabideetan. Zer duen onetik denontzat: landa-eremua garatzea, ingurumena, sostengarritasuna, kultura... Komunikazioa Nirea programan oinarrituko da, eta helburu garbi dago: ea euskal gizartea Euskadiko landa eta itsasertza iraunkorki garatzera lotzen den.

Landa-inguruetan bizi den eta lehen arloan lan egiten duen jendearengana nahi da iritsi. Arlo horretako argitalpenetan egingo da, publizitate-euskarri orijinalak erabiliz. Publizitate-lan hori 2016ko urtarrilaren eta abenduaren bitartean da egitekoa. 10.000 euro erabiliko dira.

Euskadiko kalitatezko produktuei buruzko kanpaina, tokian tokiko argitalpenetan.

Euskadiko kalitate ziurtatuko markei balioa ematea eta, horretarako, identifikazioaren garrantzian indar egitea, nabarmenago gera daitezen. Horretarako da tokian tokiko argitalpenetan egitekoa den publizitatea.

Kanpaina gizarteari zuzenduta dago, oro har. Herrietako argitalpenetan egingo da, publizitaterako originalak erabiliz, 2016ko martxoaren eta abenduaren bitartean. Guztira, 15.000 euroko kostua izango du.

BABESLETZA

San Sebastian Gastronomika babestea (Diario Vasco).

Azken urteotan geroz eta sendoago da ageri, goi-mailako gastronomiaren erreferentzia gisa, San Sebastian Gastronomika. San Sebastian Gastronomika - Euskadi Basque Country ez da sukaldaritza-kontua bakarrik, gastronomiaren inguruko gainerako diziplinek ere badute beren lekua. Han elkartzen zaizkigu jangelako, upategietako eta sukaldaritzako profesionalik onenak. Hitzaldiak, dastaketak, tailerrak eta beste hainbat jarduera erakargarri izaten da,

hala nola, VI. Parrila Lehiaketa Nazionala edo Gastronomika. Bestalde, arlo honetako markarik eta enpresarik onenak jardunaldiko Marketean egoten dira. Aparteko lekua merkataritzako trukaketak errazteko eta produktu berriak ezagutzeko, bereziki profesionalentzat ekarriak.

Jardunaldiak agindu digu EUSKADI BASQUE COUNTRY marka erabiliko duela bere irudi modura, eta marka hori baliatuko eta sustatuko duela jardunaldirako sortzen dituen euskarri guztietan. Aldi berean, Euskadiko kalitateko produktuak eta elikagai-industria nahi dira ezagutzera eman eta sustatu.

Oro har gizarte osoari dago zuzenduta, eta bi euskarri-mota erabiliko dira: azokan bertan erabiltzen den publizitatea eta Diario Vasco argitalpenak (egunkarian, programan eta azokako argitalpenetan), 2016ko martxotik abendura. Guztira, 220.000 euro erabiliko dira.

KANPAINA	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Mundura Begira kanpaina.	1	17.900
Nazioartekotze-beken kanpaina.	1	17.900
3E Estrategia kanpaina.	2	49.500
"Eraikinen Eraginkortasun Energetikoaren Ziurtagiriak" kanpaina.	3	17.900
Herriko dendak sustatzeko 2016ko kanpaina.	3	322.455
Basque Industry kanpaina.	Urte guztia.	Zehazteke.
(PARKEAK) Euskadiko parke teknologikoen sarea sustatzeko kanpaina.	Urte guztia.	Zehazteke.
(Energiaren Euskal Erakundea) Martxoaren 5eko kanpaina: Energia-efizientziaren eguna.	1	21.693,5
(Energiaren Euskal Erakundea) Energiaren erabilera arduratsurako kanpaina	Urte guztia.	Zehazteke.
(Energiaren Euskal Erakundea) Energia aurrezteko aholkuak zabaltzeko irratikanpaina	Urte guztia.	10.045
(Energiaren Euskal Erakundea) Euskadi eraginkorra kanpaina.	1,2	46.971,66
(Energiaren Euskal Erakundea) Energia aurrezteko aholkuak emateko irratikanpaina	Urte guztia.	37.000
(Basquetour) Turismo Euskadi merkatu estrategikoetan.	Urte guztia.	
(Basquetour) ESKERRIK ASKO! kanpaina. 3 milioi bisitari.	1	59.819,95
(HAZI) Esnea sustatzeko kanpaina.	1, 2	70.000
(HAZI) Publizitate-kanpaina, arlo hau ekonomia-eragile eta enplegu-sortzaile modura erakusteko.	2, 3	275.000
(HAZI) Harategi berrien eredua publizitzeko kanpaina: basque label harategiak.	2, 3	275.000
(HAZI) NIREA kanpaina, arlo honetako komunikabideetan.	Urte guztia.	10.000
(HAZI) Euskadiko kalitateko produktuei buruzko kanpaina, tokian tokiko argitalpenetan.	Urte guztia.	15.000

BABESLETZAK.	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
SER Euskadi irratikateko «La empresa en Euskadi 2016» saioa.	Urte guztia.	17.900
Lehenengo sektoreari zuzendutako espazio bereziak babestea Bizkaia Irratian.	Urte guztia.	4.132
Hemendik Sariak 2016 babestea.	3	17.698,67
Empresa Solidaria saria babestea (Dato Económico ematen du).	3	Zehazteke.
Energiaren Jardunaldi Berezia babestea (Expansión).	Zehazteke.	Zehazteke.
Euskadi Irratiko Made in Basque Country saioa (SPRI).	Urte guztia.	47.571,43
Onda Vascako «La empresa en Euskadi 2016» saioa (SPRI).	Urte guztia.	18.000
Vocento Taldearen Fun & Serious Games babestea (SPRI).	3	150.000
(HAZI) San Sebastian Gastronomika babestea (Diario Vasco).	Urte guztia.	220.000

ENPLEGU ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

ENPLEGU ETA GIZARTE POLITIKETAKO SAILA

Enplegu eta Gizarte Politiketako Saila publizitate-ekintza hauek egitekoa da 2016an:

KANPAINAK.

"Lehen Aukera" kanpaina.

Gazte langabeak euskal enpresetan praktketan kontratatzeko laguntzak ematen ditu Lehen Aukera Programak. Informazioa emateko kanpaina da, gazteei eta enpresei zuzendua, gazteak programan apunta daitezten eta enpresek gazteak kontrata ditzaten.

"Eraikinen Azterketa Teknikoa (EAT)" kanpaina.

Eraikinen Azterketa Teknikoari buruzko informazio-kanpaina. Azterketak zer-nolako abantailak dituen eta derrigor egin beharrekoa dela azaltzen du.

"Hiri-errentamenduetan fidantzak gordailatzeari" buruzko kanpaina.

Errentan dauden etxebizitzetan, jabeak fidantza Bizilagun-en erregistratu eta utzi beharra dauka, derrigor. Horixe azaldu nahi du informazio-kanpaina honek.

"Genero-indarkeriaren biktimei laguntzeko telefonoa" kanpaina.

Zerbitzuaren 10. urteurrenean garelara-eta, Eusko Jaurlaritzaren telefono-zenbaki hori indartzeko da kanpaina hau.

Enplegu eta Gizarte Politiketako Sailak oraindik ez daki kanpaina hau noiz egingo den edo zenbat balioko duen.

IRAGARKIAK JARTZEA

Planifikatu diren ekintzen artean, **iragarkiak txertatzea** ere pentsatu da, besteak beste: Etxebideko taulen iragarkiak, jardunaldien iragarkiak, sailari buruzko gai orokorren iragarkiak intereseko aldizkarietan, publie-reportajeak, urtekariak, nazioarteko egunak eta desjabetzei buruzko iragarki ofizialak.

BABESLETZAK.

Programen eta jardunaldien babesteari dagokionez, saila komunikabideekin lankidetzan arituko da, irriti-saio zenbaitetan enplegua eta gizarte-politikak sustatzen laguntzeko. Hala, babesletza hauek egitea aurreikusi du, eta baliteke urtean zehar beste batzuk ere egitea:

Enplegu, Gizarte Politikak eta Etxebizitzarekin lotutako irriti-saioetan denbora-tarteak.

- **Komunikabidea:** Bizkaia Irratia.
- **Diru-kopurua:** 10.944,00 €
- **Noiz:** urtarrila-abendua.

Aitatasunen Jardunaldia emititzea (martxoaren 17-18-19an).

- **Komunikabidea:** Bizkaia Irratia.
- **Diru-kopurua:** 800,00 €
- **Data:** martxoak 17.

"Enplegu eta Gizarte Politikei" buruzko irratia-saioak.

- **Komunikabidea:** Herri Irratia.
- **Diru-kopurua:** 12.950 €
- **Noiz:** urtarrila-abendua.

Gizarte-arloko irratsaioak.

- **Komunikabidea:** Onda Vasca.
- **Diru-kopurua:** 18.000 €
- **Noiz:** martxo-abendua.

20"-ko tartetxea, buletin berri-emailearen ondoren.

- **Komunikabidea:** Cadena Ser.
- **Diru-kopurua:** 30.240 €
- **Noiz:** martxo-abendua.

Streaming-Cadenaser.com Publizitatea (martxo-apirila-maiatza).

- **Komunikabidea:** Cadenaser.com
- **Diru-kopurua:** 2.475,00 €
- **Noiz:** martxo-apirila-maiatza.

Gizarte-politikei buruzko informazio-saioak.

- **Komunikabidea:** COPE.
- **Diru-kopurua:** 8.500 €
- **Noiz:** martxo-abendua.

Jesús Torquemadaren "Análisis internacional" atala babestea.

- **Komunikabidea:** Radio Euskadi.
- **Diru-kopurua:** 22.000 €
- **Zein egunetan emango den:** Astelehenetik ostiralera.
- **Noiz:** martxo-abendua.

Jesús Torquemadaren "Nazioarteko analisisa" atala babestea.

- **Komunikabidea:** Euskadi Irratia.
- **Diru-kopurua:** 12.800 €
- **Zein egunetan emango den:** Astelehenetik ostiralera.

- **Noiz:** martxoa-abendua.

Enpleguari buruzko jardunaldia babestea: "Datozen 25 urteetan lan-merkatuk zer erronka eta zer aukera?"

- **Komunikabidea:** El Mundo.
- **Diru-kopurua:** 10.000,00 €
- **Noiz:** maiatzaren 18a

"GazteUp" Bizkaiko enpleguari buruzko jardunaldia.

- **Komunikabidea:** El Correo eta Diario Vasco.
- **Diru-kopurua:** 17.950,00 €
- **Data:** martxoak 18.

ALOKABIDE

"Zabaldu zure etxea-Abre tu casa" Alokabideren kanpaina.

Jendeari zuzendua, hutsik dituzten etxebizitzak Alokabideren bidez alogera ditzaten.

KANPAINA	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
"Lehen Aukera" kanpaina.	-	-
ALOKABIDEREN "Zabaldu zure etxea".		
"Eraikinen Azterketa Teknikoa - EAT".		
"Hiri-errentamenduetan fidantzak gordailatzea".		
Genero-indarkeriaren biktima diren emakumeentzako telefono bidezko arreta.		

BABESLETZAK.	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Enplegu, gizarte-politika eta etxebizitzari buruzko hainbat tarte Bizkaia Irratian.	1, 2, 3	10.944,00 €
Aitatasunen Jardunaldia emititzea (Bizkaia Irratia).	1	800 €
"Enplegu eta Gizarte Politikei" buruzko hainbat tarte Herri Irratian.	1, 2, 3	12.950 €
"Gizarte-esparruari" buruzko tarteak, Onda Vascan.	1, 2, 3	18.000 €
20"-ko tartetxoak, buletin berri-emailearen ondoren (Cadena Ser).	1, 2, 3	30.240 €
Streaming-Cadenaser.com publizitatea.	1, 2	2.475,00 €

Gizarte-politikei buruzko informazio-saioak (COPE).	1, 2, 3	8.500 €
Jesús Torquemadaren “Análisis internacional” atala babestea (Euskadi Irratia).	1, 2, 3	22.000 €
Jesús Torquemadaren “Nazioarteko analisia” atala babestea (Euskadi Irratia).	1, 2, 3	12.800 €
Enpleguari buruzko jardunaldia (El Mundo).	-	10.000,00 €
“GazteUp” Bizkaiko enpleguari buruzko jardunaldia (El Correo eta Diario Vasco).	1	17.950,00 €

OGASUN ETA FINANTZA SAILA

OGASUN ETA FINANTZA SAILA

Ogasun eta Finantza Sailak urte bat baino gehiago darama publizitatera aurrekontu-sail zehatzik bideratu gabe. Aurten ere ez du aurreikusi publizitatean inbertsiorik egitea.

2016an 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.

Horretarako, ikus dezagun zer egingo duen publizitatearen arloan:

KANPAINAK.

Euskal Eskola Publikoaren Aurrematrikulazio Kanpaina.

Kanpaina urte hasierako aurrematrikulazio-garaian egiten da. Familiak; batez ere, euskal hezkuntza-sisteman lehenbiziko aldiz sartzen direnak. Agiriak aurkezteko datak ez ezik, Sailaren webgunearen bidez aurrematrikula egiteko aukera ere nabarmentzen da.

Kanpainaren leloa: "Da gusto aprender en equipo-Gozamena da elkarrekin ikastea".

Urtarrilaren 23tik otsailaren 5era bitartean.

Poziktibity kanpaina.

Euskal herritarren artean **euskararen erabilera sustatzeko** kanpaina.

Proiektu honek beste era batera sustatu nahi du euskara. Euskara ulertzeko modu bat eta jarrera bat da Poziktibity. Pozik eta activity hitzen baturatik sortu da: **Pozik +Activity = Poziktibity**, baina ez da kontzientzia sortzea edo hizkuntzarekiko jarrera bat inposatzea, aurkakoa baizik.

Urtean zehar publizitate-erauntsi batzuk abiaraziko dira.

“Eman hegoak txantxangorriari” kanpaina.

Euskarak badu sinbolo berri bat, HAKOBAREN itzalpean sortua, "euskararen txantxangorria"; horixe nahi du zabaldu eta ezagutzera eman kanpaina honek. Irudi berri horrek jende guztia gonbidatu nahi du, atseginez eta hurbiletik -horixe besterik ez-, euskaraz egin dezan: egin dezan ondo dakienak, neurri batean dakienak, eta baita ulertu besterik egiten ez duenak ere (HAKOBA: Eusko Jaurlaritza, hiru foru-aldundiak, hiru hiriburuetako udalak eta EUDEL).

Urte osoan zehar egongo da abian.

Mugiment kanpaina.

Mugiment Eusko Jaurlaritzak jarri du martxan hainbat arloren artean, gizarte aktiboagoa sortzeko asmoz. Mundu osoan, aktibitate fisikorik ez egitea da hiltzeko kausen artean laugarrena; eta, Osasunaren Mundu Erakundeak egunerokorako jarria duen gutxieneko neurria hartzen badugu aintzakotzat, Euskadin, Euskal Autonomia Erkidegoko azken osasun-inkestako datuen arabera, jendearen % 31k ez du gutxieneko hori betetzen. Gaur

egungo gizartean, berezkoa dugu egonean egotea: gure lanak halakoxeak dira, gure denborapasak ere bai, eta geroz eta arrisku handiagoa dugu hipertentsioa, gizentasuna, diabetea, minbizia edo horrelako gaixotasunak pairatzeko.

Asmoa da publizitate-kanpaina bat bultzatzea 2016ko lehen seihilekoan.

IRAGARKI OFIZIALAK

Era berean, Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura 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.

Kanpaina horietaz gainera -gerta baitaiteke beste premiarik ere sortzea-, Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak beste publizitate-kanpaina batzuk ere egin ditzake urtean zehar. Era berean, dibulgazio-kanpainarik ere egin daiteke, liburuxkak, hedagarriak, kartelak edo telebistako edo irratiko iragarkiak erabiliz.

KANPAINA	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Euskal eskola publikoaren aurrematrikulazio-kanpaina.	1	Zehazteke.
Poziktibity kanpaina.	Urte guztia.	Zehazteke.
“Eman hegoak txantxangorriari” kanpaina.	Urte guztia.	Zehazteke.
Mugiment kanpaina.	Urte guztia.	Zehazteke.

SEGURTASUN SAILA.

SEGURTASUN SAILA.

Segurtasun Sailari dagokio herritarrei segurtasuna bermatzeko neurrien eta jarrerren berri ematea. Halaber, beste era batzuetako gaiari buruzko sentsibilizazioa egiten du (trafikoa, alkoholaren eta drogen kontsumoa, jokia, 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 abiaduran 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.
- Eusko Legebiltzarrerako hauteskundeetan botoa emateko zein prozedura bete behar den azaltzea.

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 lankidetzahitzarmena baliatuko du. Komunikazio-talde publikoa denez, herritarrak informatzeko zerbitzua eman behar du.

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

AURREIKUSITAKO KANPAINAK	AURREIKUSITAKO DATA	AURREIKUSITAKO INBERTSIOA
Alkohola eta drogak (Danborrada).	1	10.500
112 – Nazioarteko Eguna.	1	60.000
Gehienezk jende-kopurua (Inauterietan).	1	14.000
Kirolean biolentziarik eta xenofobiarik ez.	1	72.000
Ertzaintza Madrilgo Sicur Azokan egongo da.	1	9.000
Trafikoa (abiadura, arreta-galtzeak, alkohola eta drogak, segurtasun-uhala, bizikletazaleak, motorzaleak...).	Hainbat data egongo da jarrita urtean zehar.	780.000
Jokoa, beti arduraz.	1	30.000
XXVI promoziorako deialdia.	1	115.000
Euskalmetek XXV urte.	1	17.5000
Su artifizialak eta segurtasuna.	2	42.000
Eusko Legebiltzarrerako hauteskundeak 2016	Zehaztu gabe	200.000
Gehienezko jende-kopurua (Halloween).	3	20.000
Trafiko-istripuetako biktimak gogora ekartzeko eguna.	3	15.000
Gehienezko jende-kopurua.	3	15.000
GUZTIRA		1.400.000

OSASUN SAILA

OSASUN SAILA

Osasun Sailak 2016rako aurrekusi duena: bi publizitate-kanpaina egitea, eta telebistako eta irratiko zenbait saio babestea.

KANPAINAK.

"Osakidetzako profesionalak" kanpaina.

Lehenaren izena «Osakidetzako profesionalak» izango da. 2016an, Eusko Jaurlaritzako Osasun Sailak publizitate-kanpaina bat abiaraziko 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.

«Adingabeak eta alkohola» kanpaina.

Osasun Sailaren bigarren kanpaina «Adingabeak eta alkohola izango da». Gutxi gorabehera 17.000 euroko aurrekontua izango du. Eusko Jaurlaritzako Osasun Publiko eta Adikzioetako Zuzendaritzak kanpaina bat abiarazi nahi du uztailan eta abuztuan. Gazteentzako irratikateetara joko du, gazteak jabetu daitezkeen alkoholik gabe ondo pasatzen jakiteak zer-nolako abantailak dituen. Beste aukera bat da -baloratuko da- iragarki bat txertatzea hiru hiriburu eta jaietako gehigarrietan.

“Osasun Karpeta” kanpaina. Kanpaina hau Osakidetzan txertatu beharra dago.

Kontua da herritarri Osasun Karpetan zein aplikazio dituen jakinaraztea, eta, horretarako estrategiaren barruan, aldizka, informazioa zabaltzeko interesgarriak iruditzen zaizkigun osagarri edo orrialde berezitu osasunari buruzkoetan iragarki batzuk argitaratuko dira.

OSAKIDETZA

Osakidetzak hiru publizitate-kanpaina egin nahi ditu 2016an.

KANPAINAK.

“Euskaraz bai sano!” kanpaina.

Bi helburu ditu: Osakidetzan euskararen erabilera normalizatzeko II. planaren barruan, Osakidetzako langileen artean euskararen erabilerari bultzada bat ematea, euskal gizarteari eskaintzen zaion zerbitzua hobetearren; eta herritarri jakinaraztea Osakidetzako zentroetan euskaraz arta dezaten eska dezakeela. Horregatik, kanpainaren leloa «**Euskaraz bai sano**» izango da. Oraindik zehazteke dago kanpainak zer aurrekontu izango duen eta noiz egingo den.

"Txertatu zaitez gripearen aurka".

Urrian eta azaroan, 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.

KONTSUMOBIDE

Asmoa da ostera beste 60.000 euro + BEZ erabiltzea kontsumoari buruzko mezu batzuk zabaltzeko irratian (8-12 bat). Arduraz nola kontsumitu azaltzeko aholkuak emango dira. Kanpaina, hasi, apirila-maiatza bitartean hasiko da, eta urtea amaitu arte iraungo du. Irrati handienetan sartuko dira iragarkiak -handiak entzule-kopuruz, arloz eta lurraldez-, baina lehiaketa -lehiaketa egin behar baita- oraindik ez da esleitu.

KANPAINA	DATA (zein lauhileko)	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
"Osakidetzako profesionala" kanpaina.		Zehazteke.
«Adingabeak eta alkohola» kanpaina.	2	17.000
"Osasun-karpeta" kanpaina.	-	Zehazteke.
(OSAKIDETZA) "Euskaraz bai sano" kanpaina.	-	Zehazteke.
(OSAKIDETZA) "Txertatu zaitez gripearen aurka" kanpaina.	3	Zehazteke.
(KONTSUMOBIDE)		60.000

INGURUMEN ETA LURRALDE POLITIKA SAILA.

INGURUMEN ETA LURRALDE POLITIKA SAILA.

Ingurumen eta Lurralde Politika Sailak, 2016an, ingurumenarekiko ohitura onen garrantziaz jabe gaitzen nahiko du batez ere. Baditu, horretarako, publizitate-ekintza batzuk aurreikusita, eta, ondoren, ekintza horietako batzuk azalduko ditugu, baina baliteke urtean zehar beste behar batzuk agertzea.

KANPAINAK.

Udaran portuetan bainatzen garenean istripurik ez gertatzeko kanpaina.

Uda-garaia hurbildu ahala, jendea itsasora hurreratzen hasi ahala, sailak kanpaina bat egingo du, irratietan eta Twitter bidez, jendeari azaltzeko zer-nolako istripuak gerta daitezkeen portuetan bainatzean. Uztailan eta abuztuan egingo da kanpaina. Oraindik zehazteke dago zenbat diru erabiliko den.

Ecoembes eta ecovidrio kanpaina birziklatzea sustatzeko.

Urrian, azaroan eta abenduan egingo dira kanpainok, gizarteari azaltzeko zer-nolako abantailak dituen gauzak birziklatzeak eta baita birziklatzea sustatzeko ere. Oraindik zehazteke dago zenbat diru erabiliko den.

European Mobility Week kanpaina.

Irailean, mugikortasunaren astearekin batera, gobernuak kanpaina bat egingo du gizartea jabetu dadin garraio publikoa erabili beharraz. Irrati-iragarkiak eta idatzizko eta on line komunikabideak erabiliko dira. Oraindik zehazteke dago zenbat diru erabiliko den.

BESTE PUBLIZITATE-EKINTZA BATZUK

Kanpaina horietaz gainera, sailak beste ekimen batzuk ere jarriko ditu martxan. Ikus dezagun zein:

Irrati batzuetan, urte guztian, **iragarki labur batzuk ingurumena, ura eta haizea zaindu beharraz:**

- Ingurumena zaintzeko dei-iragarkiak Cadena Cope Euskadin, Onda Vascan, Herri Irratian eta Grupo Nerviónen.
- Ser Euskadirekin batera babesturik, ingurumenari buruzko programa dibulгатzaile bat, larunbatetan.
- Euskadi Irratiarekin eta Radio Vitoriarekin beste programa dibulгатzaile bat babestea, ingurumenaren zainketari buruz. "Lur Bizia" izena izango du.

Martxoan, **garraioari eta azpiegituri** buruzko iragarkiak eta programa bereziak irratian eta idatzizko prentsan: El País, El Mundo, El Correo eta Diario Vasco, Grupo Noticias, Berria eta Gara.

Natura sarearen itzalpean, El Correok baditu antolaturik hondartzetarako eta mendirako lasterketa eta familia-irteera batzuk. Sailak babesa emateko asmoa du, uztailan. Sare ekologiko europar horretan, biodibertsitatea babestu beharreko lekuak daude bilduta,

Bereziki Zaindu beharreko hainbat Gune dauka (BZG), eta, Ingurumen eta Lurralde Politika Sailaren iritziz, garrantzitsua da gizarteak Euskadiko leku horiek ezagutu ditzan. Oraindik zehazteke dago zenbat diru erabiliko den.

Ingurumenaren Nazioarteko Eguna dela-eta, ekainean, **iragarki batzuk txertatuko** dira komunikabide idatzizkoetan, digitaletan eta irratietan.

Euskal Hiria jardunaldiaren ondoren -azaroan izango da-, idatzizko hainbat komunikabideetan iragarki batzuk txertatuko dira, gai horiek ardatz hartuta.

ETS- EUSKAL TRENBIDE SAREAK

ETS-Euskal Trenbide Sareak erakunde autonomoak informazio-kanpaina hauek egingo ditu obrei edo azpiegitura berriei buruz (edonola ere, urtean zehar beste premiarik agertzen bada, haiei ere erantzun beharko die):

KANPAINAK

Informazio-kanpaina bat, Donostialdeako Metroko Pasabidearen berri emateko.

Beste kanpaina bat, Bilboko metroko 3. lineako obren berri emateko.

Eta beste kanpaina bat, Gasteizko tranbiaren luzaketaren berri emateko.

Gainera -eta herrietara joanez jada-, Loiolan egiten ari diren obren berri ere emango da, irрати-iragarkiak erabiliz.

EUSKOTREN

Euskotrenek, urte guztian zehar, **garraio publikoaren berri emango du eta haren erabilera sustatuko. Kanpaina bat horretarakoxe** egingo du berariaz, non iragarki bereziak txertatuko diren Euskotrenek festa-egunetan dituen zerbitzu berezien berri emateko.

URA

URAk badu **hitzarmen bat sinaturik EITBrekin**, eguraldi-iragarpenetan iragarki batzuk txertatzeko eta **ura jagon** beharraz informatzeko. Iragarkiok urte osoan zehar txertatzen dira.

Uraren nazioarteko eguna dela-eta ere izango dira, irratietan, ekimen publizitario batzuk.

Eusko Jaurlaritzak, gainera, beste erakunde publiko batzuekin batera, "**ez elikatu munstroa**" **kanpainan** ere parte hartzen du, inork ez dezan eskuoihaltxorik komunetik behera bota. Urak ere parte hartuko du kanpaina horretan, komunikabideetan iragarki batzuk txertatuz.

IHOBE

Apirilean, **ICLEI nazioarteko jardunaldia** Euskadin egitekoa dela-eta, publizitate-ekintza batzuk egingo dira, haren berri emateko. Jardunaldi hori hiri eta eskualde jasangarriena da, eta 1.000 lagun baino gehiago etorriko bide dira.

Eta "Green Week 2016" astea dela-eta ere egingo da kanpaina bat, maiatzean eta ekainean.

KANPAINA	DATA Zein lauhileko.	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Portuetan bainatzen garenean istripurik ez gertatzeko kanpaina.	2	-
Ecoembes eta ecovidrio kanpaina birziklatzea sustatzeko.	3	-
European Mobility Week kanpaina.	3	-
ETS - Donostialdeko Metroko Pasabidearen berri emateko kanpaina.		
ETS- Bilboko Metroko 3. lineako obren berri emateko kanpaina.		
ETS- Gasteizko tranbiaren luzaketaren berri emateko kanpaina.		
EUSKOTREN – garraio publikoa sustatzea.		
URA – “Ez elikatu munstroa”		
IHOBE – “Green Week 2016” kanpaina.	2	

BABESLETZAK.	DATA Zein lauhileko.	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Ser Euskadi. Ingurumenari buruzko programa dibulgatzailea, larunbatetan.	Urte guztia.	
"Lur Bizia" programa babestea, Euskadi Irratian eta Radio Vitorian.	Urte guztia.	-
Ingurumen-lasterketak eta -txangoak babestea (El Correo).	2	-

IRAGARKIAK	DATA Zein lauhileko.	GUTXI GORABEHERAKO KOSTUA
Ingurumena zaintzeari buruzko iragarkiak Copen eta Onda Vascan.	Urte guztia.	
Garraioari eta azpiegiturei buruzko iragarkiak idatzizko	1	-

komunikabideetan.		
Ingurumenaren Nazioarteko Egunari buruzko iragarkiak.	2	-
Euskal Hiria jardunaldian jorrotutako edukiei buruzko iragarkiak.	3	
ETS – Loiolako obrak.	-	
EUSKOTREN – Festa-egunetako zerbitzuei buruzko iragarkiak.	Urte guztia.	
URA- Uraren nazioarteko eguneko iragarkiak.	1	