

PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Y TURÍSTICA DEL GOBIERNO DE NAVARRA PARA 2017

1. El Servicio de Comunicación será la unidad gestora de los contratos publicitarios del Gobierno de Navarra, contando para esa tarea con el auxilio del Negociado de Publicidad Institucional y la colaboración del Servicio de Marketing y Desarrollo de Productos Turísticos.
2. El Servicio de Comunicación gestionará la contratación de los espacios publicitarios que sean precisos para cada campaña de publicidad, de acuerdo a sus especificidades.
3. En el caso de la contratación con medios de comunicación, la definición del número de anuncios y espacios contratados tendrá como criterio principal la relación con la difusión que estos medios han tenido en 2016, de acuerdo con el Estudio de Audiencias para Navarra que anualmente realiza la empresa CIES S.L. (con la cofinanciación de medios de comunicación, agencias de publicidad e instituciones, entre ellas el propio Gobierno de Navarra). También se tendrán en cuenta otros criterios como la pluralidad política, la pluralidad lingüística, los índices de penetración comarcal, la territorialidad y sectorialización de las campañas o los públicos objetivos a los que éstas se dirigen.
4. Mensajes publicitarios dirigidos a la ciudadanía navarra: el Servicio de Comunicación empleará con carácter general las dos lenguas oficiales de Navarra a la hora de diseñar y confeccionar sus mensajes publicitarios.
5. En el caso de campañas publicitarias desarrolladas fuera de Navarra, los mensajes publicitarios se adaptarán a la lengua o lenguas que sean oficiales en esos territorios y, en el caso de los contratos publicitarios con medios de comunicación, a su lengua vehicular.
6. Los mensajes publicitarios del Gobierno de Navarra deberán incluir, de manera gráfica o locutada, el logotipo del Gobierno de Navarra, conforme al Decreto Foral 4/2016, de 27 de enero, por el que se regula este símbolo oficial y su utilización.
7. Las principales campañas de publicidad institucional (aquellas con una contratación de espacio publicitarios igual o superior a 40.000 euros) que el Gobierno de Navarra financiará por importe aproximado de 675.000 euros (IVA incluido) con cargo a las partida presupuestaria "Publicidad institucional" de la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales son:

FECHA DE INICIO	MOTIVO DE LA CAMPAÑA	INVERSIÓN PUBLICITARIA	SOPORTES PUBLICITARIOS PRINCIPALES
<i>Enero</i>	<i>Uso racional recursos sanitarios</i>	46.017,70	<i>Prensa Radio Marquesinas Digitales</i>
<i>Enero</i>	<i>Promoción escuela pública (preinscripción Infantil y Primaria)</i>	51.256,90	<i>Prensa Radio Revistas locales</i>
<i>Enero</i>	<i>Promoción modelo D (preinscripción Infantil y Primaria)</i>	46.666,26	<i>Prensa Radio Tv Cine Marquesinas</i>
Marzo	Fomento rehabilitación vivienda	70.000	Prensa Radio Tv Revistas locales Marquesinas Digitales
Abril	Renta IRPF 2016	70.000	Prensa Radio tv Marquesinas Digitales
Abril	Seguridad de los usuarios y usuarias de bicicletas	50.000	Prensa Radio Digitales

Mayo	Promoción de los valores en el deporte	66.000	Prensa Radio Tv Cine Marquesinas Digitales
Junio	Promoción igualdad género “¿Y en fiestas qué?”	60.000	Prensa Radio Revistas locales Digitales
Septiembre	Promoción uso responsable de los medicamentos	65.000	Prensa Radio Marquesinas Digitales Revistas especializadas
Octubre	Seguridad en las instalaciones térmicas	50.000	Prensa Radio Tv Revistas locales
Octubre	Uso responsable del teléfono de emergencias 112	50.000	Prensa Radio Tv Cine Marquesinas
Noviembre - Diciembre	Difusión actos del Día de Navarra	50.000	Prensa Radio Digitales Revistas locales

8. Los departamentos impulsores de estas campañas de publicidad podrán incrementar las cuantías de las inversiones indicadas con recursos económicos aportados desde sus propias partidas presupuestarias.

9. La Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales apoyará además, con hasta 75.000 euros, las campañas de difusión de los programas e iniciativas promovidas desde la Dirección General de Cultura / Institución Príncipe de Viana y la Fundación Baluarte.

10. De acuerdo al desarrollo de la acción de gobierno y las necesidades comunicativas debidamente justificadas, los departamentos del Gobierno de Navarra podrán, además, impulsar otras campañas de publicidad institucional distintas a las recogidas en los puntos 7 y 9 de esta planificación, hasta agotar sus respectivos créditos presupuestarios para la contratación publicitaria. No obstante, la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales reservará para tal fin en su partida de "Publicidad institucional" un total de 100.000 euros.

11. En el ámbito de la promoción turística, el Gobierno de Navarra promoverá de cara al exterior una campaña publicitaria por importe aproximado de 400.000 euros (IVA incluido) con cargo a las partidas presupuestarias del Departamento de Desarrollo Económico. La campaña utilizará como soportes publicitarios la prensa general y especializada, la radio, los digitales, los buscadores de internet y las redes sociales, con una distribución en los mercados de interés prioritario y de cercanía con arreglo a su peso real en las pernoctaciones y solicitudes de información turística de 2016, que se concreta en la siguiente planificación:

MERCADO TURÍSTICO	CUOTA DE MERCADO 2016	INVERSIÓN PUBLICITARIA
Interés prioritario - Comunidad de Madrid	24,65%	100.000
Interés prioritario – Cataluña	17,83%	70.000
Interés prioritario - Comunitat Valenciana	6,89%	27.500
Interés prioritario - Andalucía	5,15%	20.500

Mercados de Cercanía - Comunidad Autónoma Vasca	22,66%	90.000
Mercados de Cercanía - Aquitania	12,40%	50.000
Mercados de Cercanía -Aragón	4,79%	19.000
Mercados de Cercanía - Castilla y León	4,33%	17.500
Mercados de Cercanía - La Rioja	1,32%	5.500

12. En el ámbito de la promoción turística, el Gobierno de Navarra promoverá una campaña publicitaria interna, para fomentar el consumo turístico generado por la propia población navarra, por importe aproximado de 60.000 euros (IVA incluido) con cargo a las partidas presupuestarias del Departamento de Desarrollo Económico, e invirtiendo ese presupuesto en todas las cadenas de radio navarras.

13. Esta planificación no recoge los gastos correspondientes a la contratación de la creatividad de las campañas publicitarias; ni los contratos de patrocinio u otros contratos administrativos de actividades promocionales (presencia en ferias, cartelería..) que puedan realizarse durante el ejercicio 2017 por el Gobierno de Navarra y que también pueden conllevar difusión de mensajes publicitarios.