



PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO DE NAVARRA 2021

1. El Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno será la unidad gestora de los contratos publicitarios del Gobierno de Navarra, a través de la Sección de Publicidad Institucional, Redes Sociales y Medios Audiovisuales y con la colaboración de las unidades promotoras de las acciones promocionales.
2. El Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno diseñará el plan de medios de cada campaña de publicidad (la contratación de los espacios publicitarios que sean precisos para la mayor difusión con el presupuesto disponible), de acuerdo a sus especificidades y los públicos objetivos a los que se quiere llegar.
3. El Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno centralizará los encargos de creatividad relacionados con las campañas y otras iniciativas publicitarias del Gobierno de Navarra, independientemente de la unidad que financie estos contratos.
4. En el caso de la contratación con medios de comunicación, la definición del número de anuncios y espacios contratados se realizará de acuerdo con la normativa vigente en materia de contratación publicitaria (Orden Foral 1/2003, del Consejero de Administración Local como Portavoz del Gobierno) y el criterio principal de audiencia se medirá aplicando el Estudio de Audiencias para Navarra 2020 que ha realizado la empresa CIES S.L. (con la cofinanciación de medios de comunicación, agencias de publicidad e instituciones, entre ellas el propio Gobierno de Navarra).
5. Respecto al uso de las lenguas oficiales de Navarra en los mensajes publicitarios, el Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno empleará con carácter general las dos lenguas oficiales de Navarra a la hora de diseñar y confeccionar sus mensajes publicitarios.
6. El Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno velará, a la hora de diseñar los mensajes publicitarios del Gobierno de Navarra, por fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, visibilizar al colectivo LGTBI+, mostrar la diversidad intercultural y cumplir la normativa foral de accesibilidad en materia de publicidad institucional.
7. En cuanto al uso de los símbolos del Gobierno de Navarra en los mensajes publicitarios, el Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno incluirá, de manera gráfica o locutada, el logotipo del Gobierno de Navarra en todos sus mensajes publicitarios, conforme al Decreto Foral 4/2016, de 27 de enero, por el que se regula este símbolo oficial y su utilización. Además, se incorporará la marca

Reactivar Navarra / Nafarroa Susperthu en aquellas campañas relacionadas con iniciativas contempladas en este Plan.

8. Tendrán la consideración de principales campañas de publicidad institucional aquellas con una contratación de espacios publicitarios igual o superior a 50.000 euros. Para 2021 se han planificado un total de 22 campañas, con una financiación prevista de 1.407.000 euros.

La Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales financiará, con cargo a la partida 060001 06120 2262 921500, denominada "Publicidad institucional", las siguientes, con una inversión de 510.000 euros:

FECHA DE INICIO	MOTIVO DE LA CAMPAÑA	UNIDAD PROMOTORA	INVERSIÓN PREVISTA
Abril	Presentación de declaraciones de la Renta 2020	Departamento de Economía y Hacienda	70.000
Mayo	Promoción de la Escuela Pública (prematriculación)	Departamento de Educación	70.000
Junio	Socialización del Plan Reactivar Navarra / Nafarroa Susperthu	Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior	90.000
Junio	Promoción de la credencial digital CLAVE para la tramitación electrónica	Departamento de Universidad, Innovación y Transformación Digital	70.000
Septiembre	Concienciación sobre el fenómeno de la despoblación	Departamento de Cohesión Territorial	70.000
Octubre	Sensibilización contra el cambio climático	Departamento de Desarrollo Rural y Medio Ambiente	70.000
Noviembre	Difusión de actos del Día de Navarra	Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior	70.000

Por su parte, las siguientes campañas serán abonadas con cargo a los presupuestos de sus unidades promotoras, con una inversión de 797.000 euros:

FECHA DE INICIO	MOTIVO DE LA CAMPAÑA	UNIDAD PROMOTORA	INVERSIÓN PREVISTA
------------------------	-----------------------------	-------------------------	---------------------------



Marzo	Conmemoración del Día internacional de las mujeres	Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior	62.000
Abril	Concienciación contra la discriminación por su edad de las personas mayores	Departamento de Salud	55.000
Mayo	Promoción de las residencias de mayores	Departamento de Derechos Sociales	70.000
Mayo	Prestigio de la Formación Profesional	Departamento de Educación	70.000
Mayo	Promoción del producto agroalimentario local	Departamento de Desarrollo Rural y Medio Ambiente (INTIA, S.A.)	90.000
Junio	Concienciación sobre el uso de plásticos	Departamento de Desarrollo Rural y Medio Ambiente	50.000
Junio	Concienciación sobre el disfrute de los espacios de la Red Explora de Navarra desde el respeto al entorno natural y local	Departamento de Ordenación del Territorio, Vivienda, Paisaje y Proyectos Estratégicos (Lursarea)	50.000
Septiembre	Alfabetización en euskera de la población adulta	Departamento de Relaciones Ciudadanas	50.000
Septiembre	Promoción de la demanda cultural	Departamento de Cultura y Deporte	50.000
Septiembre	Fomento de la práctica deportiva segura	Departamento de Cultura y Deporte	50.000
Octubre	Promoción del oficio de comerciante	Departamento de Desarrollo Económico y Empresarial	80.000
Noviembre	Prevención del consumo del tabaco	Departamento de Salud	60.000
Noviembre	Estímulo a las personas propietarias de viviendas vacías para su movilización en el mercado de alquiler	Departamento de Ordenación del Territorio, Vivienda, Paisaje y Proyectos Estratégicos	50.000
Noviembre	Sensibilización por el Día contra la violencia hacia las mujeres	Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior	60.000
Noviembre	Difusión de actos del Día del Euskera	Departamento de Relaciones Ciudadanas	50.000

9. Dada la situación pandémica por coronavirus, la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales dispondrá de la partida 060001 06120 2262 921504, denominada "COVID-19 Publicidad" y dotada con 400.000 euros, para apoyar las campañas publicitarias que en este ámbito acuerde el Gobierno de Navarra, que también podrán ser cofinanciadas por el Departamento de Salud.

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 el punto 8º de esta planificación, hasta agotar sus respectivos créditos presupuestarios para la contratación publicitaria. Estos encargos deberán realizarse antes del 30 de septiembre para que las campañas correspondientes puedan difundirse en el ejercicio de 2021.

11. Las campañas que prevean acciones publicitarias en el mes de diciembre se financiarán con crédito presupuestario del ejercicio de 2022.

12. Con el objeto de conseguir una mayor difusión publicitaria de las campañas institucionales recogidas en esta planificación, en las redes sociales en las que el Gobierno de Navarra y sus departamentos están presentes y, al mismo tiempo, agilizar esta contratación, el Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno cuenta con una partida específica de 15.000 euros, la 060001 06120 2262 921503, denominada "Publicidad en redes sociales".

13. El Servicio de Comunicación – Oficina de la Portavocía del Gobierno publicará con carácter semestral en el Portal de Gobierno Abierto un informe de ejecución de las inversiones en publicidad institucional del Gobierno de Navarra.