

NAFARROAKO GOBERNUA

GARAPEN EKONOMIKOA

ESKUBIDE SOZIALAK

OGASUNA ETA FINANTZA POLITIKA

LEHENDAKARITZA, FUNTZIO
 PUBLIKOA, BARNEA ETA JUSTIZIA

HERRITARREKIKO ETA
 ERAKUNDEEKIKO HARREMANAK

HEZKUNTZA

OSASUNA

KULTURA, KIROLA ETA GAZTERIA

LANDA GARAPENA, INGURUMENA
 ETA TOKI ADMINISTRAZIOA

SEGURTASUNA ETA LARRIALDIAK

Nafarroako Gobernuak 19 publizitate-kanpaina planifikatu ditu 2018rako

Ondoz ondoko bigarren urtez, Foru Exekutiboak publizitate instituzionalaren plangintza ezagutzera eman du

Asteazkena, 2018.eko otsailak 7

Nafarroako Gobernuak gaur goizeko saioan onartu du 2018rako Publizitate Instituzionalaren Plana, Foru Exekutiboa osatzen duten bederatzi departamentuen eskuduntzako gaiei buruzko informazioa eta kontzientziarioa herritarren artean zabaltzeko 19 kanpainaren datak finkatzen dituena. Ondoz ondoko bigarren urtez, Gobernuak publizitateko inbertsioaren aurreikuspen hau ezagutzera ematea erabaki du.



2018-2019 ikasturterako aurrematrikulazio kanpainaren irudia.

Hartara, 2018an, 800.000 euro bideratuko dira Publizitate Instituzionalaren Plan hau finantzatzera, Herritarrekiko eta Erakundeekiko Harremanetako Departamentuak gobernu-ekintza osorako eta zeharkako izaeraz kudeatzen duen "Publizitate instituzionala" deritzon aurrekontu-sailari atxikita. Exekutiboko departamentuek eta organismoek kanpaina hauek indartu edo bestelako publizitate-ekintzak bultzatu ahal izanen dituzte beraien aurrekontu-sailetatik ordainduta.

19 kanpaina nagusi horietan, departamentu bakoitzak sustatutako bi kanpaina daude eta 2018ko Nafarroaren Eguneko ekitaldi-egitarauan herritarren parte-hartzea sustatzeko izaera instituzionaleko kanpaina gehigarri bat. Kanpaina bakoitzak 40.000 euroko aurrekontua izanen du, salbu eta 2017ko Errenta kanpainaren aurkezpenean herritarrak informatu eta kontzientziatzeko egingo den publizitate-inbertsioak, 80.000 euroko aurrekontua aurreikusi baitzaio; edota gaur bertan bukatu eta eskolarako aurrematrikulazio-aldiarekin batera antolatu den eskola publikoa

sustatzeko kanpainak, 50.000 euroko gastua ekarri baitu.

Gaiei dagokienez, eskaintza ezin zabalagoa izanen da: besteak beste, iruzur fiskalaren aurkako borroka, Nafarroako nekazaritza-elikagaigintzako produktuen kontsumoa edota eskola-erasoaren aurkako sentsibilizazioa. Denboraren arabera antolaketari dagokionez, hileko hiruna kanpaina egingen dira martxoan, maiatzean, urrian eta azaroan; bina apirilean, ekainean eta irailean, eta urtarrilean beste bat egin zen. Nafarroako Gobernuak ez du aurreikusi otsailean, uztailean eta abuztuan publizitate instituzionaleko ekintzarik egiterik.

Gaur onartutako Planak bere hartan jaso du Nafarroako Gobernuak publizitateari buruzko kontuak Gobernu Irekiaren Atarian eta sei hilero emateko hartu zuen konpromisoa, eta audientzia-kuota baizik ez du irizpidetzat hartu publizitateko inbertsioa komunikabideen artean banatzerakoan, betiere CIES S.L. enpresak landutako Nafarroako Komunikabideen Audientziaren Azterketaren arabera, horixe baita Foru Komunitatean laginketa-mailarik handiena duena.

Berritasun gisa, 2018ko plangintzak aintzat hartu du, Nafarroako Gobernuak sustatutako publizitatearen edukietan euskararen erabilerari buruzko arau berria aplikatzeko obligazioa.

Nafarroako Gobernuak 2017an publizitate instituzionalean egindako inbertsioaren balantzea

Arestian adierazi den bezalaxe, Nafarroako Gobernuak 2017an argitaratu zuen lehenbiziko aldiz publizitate instituzionalaren plangintza. Aurreikuspen hori eta Foru Exekutiboko departamentuetatik zuzenean sustatu eta finantzatu ziren kanpainak gauzatu ahal izateko, aurrekontu-egikaritzeari buruzko behin-behineko datuen arabera, 2017ko ekitaldian 1.348.017,81 euro inbertitu ziren guztira: 901.735,50 euro Komunikazioko eta Harreman Instituzionaleko Zuzendaritza Nagusiak zeharkako izaeraz kudeatzen duen Publizitate Instituzionala deritzon aurrekontu-sailari atxikita; eta 446.282,31 euro Nafarroako Gobernu osatzen duten bederatzi departamentuen aurrekontu-sail propioei atxikita.

Nafarroako Gobernuak publizitatean egindako inbertsioaren % 88,4 nafar komunikabideetara zuzendu zen, % 9,1 kanpo-euskarrietara eta zinema-areto komertzialetara, eta gainerako % 2,5 bestelako publizitate-euskarrietara (sare sozialak, prentsa eta irrati nazionala...).

Nafarroako Gobernuak kontratatutako publizitate-euskarri nagusia Nafarroako egunkariak edo Foru Komunitaterako edizioa argitaratzen duten egunkariak izan ziren, 733.490,75 euroko inbertsioaz (publizitateko inbertsioaren % 54,4).

Kopuru horretatik, % 59 Diario de Navarra jaso zuen, % 32,7 Diario de Noticias-ek, % 4,3 Garak eta gainerako % 4 Berriak.

Bigarren euskarririk erabiliena irratiak izan zen (Nafarroan emititzen duten bost irrati jeneralistak eta, neurri txikiago batean, audientziarik handieneko hiru irrati-formulak), publizitateko inbertsioaren % 18,3 jaso zuelarik: 246.879,57 euro. Kopuru horretatik, 231.112,21 euro irrati jeneralistetara bideratu zen: 90.362,26 euro Ser irrati-katera (% 39,1), 61.394,22 euro Cope irrati-katera (% 26,6), 57.824,72 euro Onda Cero Navarrara (% 25), 14.955,86 euro Euskalerrira (% 6,5) eta 6.575,15 euro Xorroxin Irratira (% 2,8). Musika-irratietan egindako 15.767,36 euroko inbertsioa Cadena Cien (% 39,6), Europa FM (% 36,8) eta Cuarenta Principales (% 23,6) irratien artean banatu zen.

Foru Gobernuaren sustapen-kanpainen hirugarren publizitate-euskarria Nafarroako telebistak izan ziren, 113.707,21 euroko inbertsioaz (publizitateko inbertsioaren % 8,51), horren % 84,75 Navarra TVra (96.365,26 euro) eta gainerako % 15,25 tokiko telebistetara zuzendu zirelarik: Xaloe (5.920,68 euro) eta Hamaika TB (4.919,74 euro) Iruñeko LTD mugapean; Zona Media TV (3.834,42 euro) Tafallako mugapean; eta kable bidezko 30TV (1.505,38 euro) eta TeleRibera (1.161,73 euro) telebistak.

Komunikabideetan egindako gainerako inbertsioak Nafarroako tokiko prentsan publizitate-tarteak eroatera bideratu ziren (69.003,11 euro, inbertsioaren % 5,1), baita hedabide digitaletan ere (28.519,39 euro, % 55,5 diariodenavarra.es-en eta beste % 44,5 noticiasdenavarra.com-en).

Komunikabideetatik at, hauek dira gehien erabii ziren publizitate-euskarriak: Iruñerriko, Lizarrako eta Tuterako eskualde eta hiri barruko garraioko markesinak izan dira 104.940,91 euroko baterako gastuaz (publizitateko inbertsioaren % 7,8) eta Nafarroako zinema-areto komertzialak (18.320,61 euroko inbertsioaz, inbertsio osoaren % 1,4).

Azkenik, 2018ko publizitate-inbertsioaren aurrekontu-egikaritzea osatzeko, beste euskarri (sare sozialak, kanpo-karteleria...) eta hedabide mota batzuk kontratatu ziren Nafarroatik kanpo, 33.156,26 euroko zenbatekoaz (inbertsioaren % 2,5).