Plan Anual de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja

2024

1. INTRODUCCIÓN

La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, aprobada en el Parlamento de La Rioja el 22 de mayo de 2017, establece en su artículo 2 que las disposiciones de la misma se aplicarán al Parlamento de La Rioja. Además, en el artículo 9.1, sobre la planificación de campañas de publicidad institucional, dispone que se elaborará un Plan de Publicidad Institucional en el que se incluirán todas las campañas que se prevean desarrollar por los entes sujetos a dicha Norma.

En la Disposición Adicional de la citada Ley 7/2017, de 22 de mayo, se establecen las normas específicas para el Parlamento de La Rioja, entidades Locales y Universidad de titularidad pública, recogiendo que las referencias hechas en esta ley a los órganos de la CCAA de La Rioja se entenderán hechas a los órganos que resulten competentes con las respectivas normas de autoorganización.

Estas normas se concretan en el Reglamento de Régimen Interno y Gobierno Interior que, entre otras funciones, encomienda al Gabinete de la Presidencia tareas generales como la difusión a los medios de comunicación social de la información necesaria de las actividades sobre los distintos órganos de la Cámara y el establecimiento de relaciones permanentes con los medios de comunicación social. Por este motivo, corresponde al Gabinete de la Presidencia la elaboración de un Plan de Publicidad Institucional que incluya tanto las campañas de publicidad como los patrocinios institucionales que se prevean desarrollar. En esta última fórmula, igualmente recogida en la Ley 7/2017, la iniciativa parte de terceros que solicitan al sujeto -en este caso la Cámara autonómica- la adhesión a una propuesta concreta mediante una contraprestación económica.

El Plan Anual de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja recoge los grandes ejes fijados por la institución durante este ejercicio presupuestario en este ámbito y una previsión económica de los patrocinios institucionales para desarrollar estos grandes objetivos. Este Plan será presentado a la Mesa de la Cámara y se publicará en el Portal de Transparencia, según dispone el apartado 3 de la Disposición Adicional Única de la citada ley.

En el caso del Parlamento de La Rioja, por las características propias de la institución, los principales objetivos que persigue el Plan mediante campañas y patrocinios son:

- Conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- La difusión de los valores, señas de identidad o cualidades del territorio o de la población riojana y de la propia institución promotora de las acciones.
- La promoción de la cultura y el patrimonio histórico de la Comunidad.

2. OBJETIVOS

Los objetivos del Plan de Publicidad del Parlamento de La Rioja para el año 2024 son:

- Recoger los grandes ejes que se prevean desarrollar mediante campañas y patrocinios. En el caso de las campañas se incluirán las indicaciones necesarias sobre el objeto, el coste previsible, el periodo de ejecución, los canales de comunicación y los públicos objetivos. En el caso de los patrocinios y, dado que la iniciativa parte de terceros, resulta difícil aproximar una planificación anual.
- Acercar la comunicación institucional lo máximo posible a la ciudadanía riojana, llegando por primera vez a los medios de comunicación locales y comarcales. Además, el Plan mantiene su presencia en los medios de comunicación con mayor implantación.
- Fortalecer la transparencia de las campañas de publicidad institucional y objetivizar la elección de los soportes elegidos para difundir las campañas.

3. CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE 2024

El Plan de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja para 2024 se compone de 5 grandes ejes, la inversión asciende a 70.000 euros (de los que 20.000 euros están destinados a acciones enmarcadas en la promoción de certámenes y exposiciones como, entre otros, la muestra permanente, el certamen de fotoperiodismo y la promoción del 14º Certamen Nacional de Pintura que se llevará, previsiblemente, a cabo en 2025 y están coordinadas por el Gabinete de la Presidencia del Parlamento.

El Parlamento de La Rioja distingue tres tipologías de campañas para sus acciones publicitarias:

Tipología de la campaña	Objeto
Institucional	Difundir asuntos vinculados con el concepto territorial de La Rioja, las señas de identidad y otros elementos característicos.
Corporativa	Mejorar la notoriedad y el conocimiento de la institución.
Cultural y educativa	Difundir y promocionar la cultura a través de iniciativas y actividades organizadas por el Parlamento.

De las 5 campañas o grandes ejes que se realizarán en el año 2024:

- 'Acto de Santa Coloma' y 'Día de La Rioja' se inscriben dentro de la tipología institucional.
- 'Constitución Española: Comprometidos con el legado que nos une' se enmarca en la tipología institucional: conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- 'Vive el Parlamento' se inscribe dentro de la tipología corporativa: difundir desde el punto de vista pedagógico la labor que realiza la Cámara regional y propiciar el acercamiento de la ciudadanía a la Cámara autonómica.
- 'El Parlamento, más cerca de los riojanos': Eje enmarcado en el espectro corporativo para aumentar la visibilidad del Parlamento en las cabeceras de comarca y, a través de ellas, al conjunto de municipios.
- 'Certámenes y exposiciones': 'La exposición permanente', 'El certamen de fotoperiodismo' y El 14º Certamen Nacional de Pintura', entre otros, se inscriben dentro de la tipología cultural.

Ejes publicitarios para 2024

Ficha resumen de las campañas y programas de patrocinio institucional

PUBLICIDAD INSTITIUCIONAL	FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD

DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA

Denominación de la campaña
Pregón de Santa Coloma y Día de La Rioja

Responsable de la campaña

Órgano	Correo electrónico	Teléfono
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43

DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA

Tipología de la campaña		Descripción de la campaña
Institucional	X	Campaña anual para rememorar, por un lado, la Convención de 1812, que sentó las bases identitarias de La Rioja y, por otro, el Día de La Rioja, el 9 de junio, fecha de aprobación del Estatuto de Autonomía que tiene como fin subrayar la idiosincrasia de la región. - Cuñas de radio - Espacios en televisión - Publicidad en medios escritos - Publicidad en prensa digital
Corporativa		
Cultural		

Objetivos de la campaña

1. Divulgación de la imagen institucional del Parlamento de La Rioja y su vinculación al Estatuto de Autonomía
2. Promocionar el Pregón del Día de La Rioja, una cita tradicional en la víspera del Día de La Rioja que contribuye a dar realce y difundir el significado de la primera reivindicación de los riojanos para constituirse como provincia.

Grupos objetivos de la campaña

Todos los públicos

Ámbito de influencia:	Comunidad Autónoma de La Rioja y comunidades autónomas limítrofes					
Duración:	Anual		Trimestral		Determinada	x
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre	x	Tercer cuatrimestre	

PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA

CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Sí

MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	x	Diarios digitales	x
Prensa	x	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	x	Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	x

ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

22.000 (IVA incluido)

PUBLICIDAD INSTITIUCIONAL	FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD

DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA

Denominación de la campaña

Constitución Española: el Legado que nos une

Responsable de la campaña

Órgano	Correo electrónico	Teléfono
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43

DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA

Tipología de la campaña		Descripción de la campaña
Institucional	x	Campaña institucional del Día de La Rioja. - Cuñas de radio - Espacios en televisión - Publicidad en medios escritos - Publicidad en prensa digital
Corporativa		
Cultural		

Objetivos de la campaña

1. Divulgación de los valores constitucionales con motivo de la conmemoración el 6 de diciembre, del aniversario de la aprobación de nuestra Carta Magna.
2. Acción específica dirigida al público escolar: Lectura de la Constitución por escolares (6º Primaria).

Grupos objetivos de la campaña

Todos los públicos.

Ámbito de influencia:	Comunidad Autónoma de La Rioja					
Duración:	Anual		Trimestral		Determinada	x
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre		Tercer cuatrimestre	

PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA

CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Sí

MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	x	Diarios digitales	x
Prensa	x	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	x	Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	

ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

9.000 (IVA incluido)

PUBLICIDAD INSTITIUCIONAL	FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD

DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA

Denominación de la campaña
Vive el Parlamento

Responsable de la campaña

Órgano	Correo electrónico	Teléfono
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43

DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA

Tipología de la campaña		Descripción de la campaña
Institucional		Propiciar un mayor conocimiento de la Cámara autonómica por parte los riojanos.
Corporativa	X	
Cultural		

Objetivos de la campaña

1. Transmisión de la información más relevante relacionada con la actividad parlamentaria e institucional.
2. Acercamiento de la sociedad riojana a la Cámara Legislativa de La Rioja.

Grupos objetivos de la campaña

Todos los públicos

Ámbito de influencia:	Comunidad Autónoma de La Rioja					
Duración:	Anual	X	Trimestral		Determinada	
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre		Tercer cuatrimestre	

PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA

CREATIVIDAD PUBLICITARIA	

MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	x	Diarios digitales	x
Prensa	X	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	X	Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	

ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

15.000 euros (IVA incluido)

PUBLICIDAD INSTITIUCIONAL Ficha básica de publicidad	

DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA

Denominación de la campaña
El Parlamento, más cerca de los riojanos

Responsable de la campaña		
Órgano	Correo electrónico	Teléfono
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43

DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA

Tipología de la campaña		Descripción de la campaña
Institucional		**Acercamiento del Parlamento a los riojanos, vivan donde vivan**
Corporativa	x	
Cultural		

Objetivos de la campaña
- Realización de acciones que permitan acercar el Parlamento a los distintos municipios de La Rioja.

Grupos objetivos de la campaña
Todos los públicos

Ámbito de influencia:	Regional e Internacional (riojanos en el exterior)					
Duración:	Anual	x	Trimestral		Determinada	
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre		Tercer cuatrimestre	

PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA

CREATIVIDAD PUBLICITARIA	No

MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	X	Diarios digitales	X
Prensa	x	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	X	Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	

ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA
4.000 euros (IVA incluido)

PUBLICIDAD INSTITIUCIONAL					FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA						
Denominación de la campaña						
EXPOSICIONES Y CERTÁMENES						
Responsable de la campaña						
Órgano		**Correo electrónico**			**Teléfono**	
Gabinete de Presidencia		comunicacion@parlamento-larioja.org			941 20 40 43	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA						
Tipología de la campaña		**Descripción de la campaña**				
Institucional		Entre otras, exposición permanente de la colección artística del Parlamento de La Rioja; difusión y exposición del Premio de la Asociación de Reporteros Gráficos, patrocinado por el Parlamento regional; y promoción del próximo Certamen de Pintura.				
Corporativa	X					
Cultural						
Objetivos de la campaña						
1. Difundir las acciones promovidas desde el Parlamento de La Rioja en el apartado relativo a certámenes y exposiciones.						
Grupos objetivos de la campaña						
Todos los públicos.						
Ámbito de influencia:	Regional y nacional					
Duración:	Anual	X	Trimestral		Determinada	
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre		Tercer cuatrimestre	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA						
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	No					
MEDIOS CONVENCIONALES			**PUBLICIDAD EN INTERNET**			
Radio	x		Diarios digitales	x		
Prensa	X		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online			
Televisión	X		Redes sociales	x		
Publicidad exterior			Publicaciones (folletos, dípticos, otros...)			
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA						
20.000 euros (IVA incluido)						