



Rf.ª: CP/17/058

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “FERIAS DE ARTESANÍA”, DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

1. Introducción

El sector de la Artesanía, tradicionalmente considerado como un elemento de identidad colectiva y de conservación del patrimonio cultural y etnográfico, constituye igualmente un sector de la actividad económica que en la Rioja desde 2008, ha tenido una apreciable evolución en el reconocimiento de la condición de artesano y empresa artesanal. En 2007, los artesanos oficialmente reconocidos en La Rioja eran 45. Actualmente, los artesanos reconocidos son 276.

La Rioja cuenta con un total de 276 carnés entre empresas artesanas, artesanos honorarios y artesanos reconocidos. Esta acreditación garantiza y certifica que el producto y el proceso de creación son totalmente artesanales. Esta calificación artesanal permite a sus titulares, ya sean artesanos o empresas artesanas, su acceso al Registro de Artesanía y su reconocimiento como tal.

Estos artesanos se distribuyen en 132 artesanos artísticos y 144 del sector agroalimentario. Se ubican en 51 municipios de toda La Rioja y están distribuidos en más de 64 profesiones diferentes, en donde los más destacados lo son en el campo de la artesanía agroalimentaria. El que cuenta con mayor número de carnés es el de pastelero, con 26 artesanos, seguido del de alpargatero y chacinero-charcutero con 21, alfarero y elaborador de conservas vegetales, que cuenta con 18, forjador, cerrajero artístico y herrero que tiene 12 y elaborador de conservas cárnicas, con 11.

En el desarrollo de las actividades integradas en los diferentes Planes de Apoyo a la Artesanía el Plan de Apoyo a la Artesanía 2008 – 2012, y su continuidad en los sucesivos planes que alcanzan hasta 2019, se consideró proceder en septiembre de 2016, a realizar actuaciones para la obtención de datos sobre el Sector Artesano de La Rioja, realizando una encuesta sobre 104 empresas artesanas, y 1006 encuestas sobre consumidores que permitieran obtener un mayor y mejor conocimiento de la realidad del Sector Artesano en La Rioja.

De este trabajo destaca la petición del sector artesano de realizar acciones de promoción en el sector, teniendo en cuenta que los hábitos de compra de los consumidores en La Rioja de productos artesanos se realizan mayoritariamente en ferias y mercadillos de carácter municipal, ya lo sean en los mercados periódicos de venta ambulante o con ocasión de la realización de ferias y fiestas, de carácter religioso, cultural etc...

Por ello, esta campaña tratará de difundir la celebración de dos ferias en las que participan un total de 50 artesanos los dos primeros fines de semana del próximo mes de septiembre. Concretamente estas acciones comerciales tendrán lugar en Haro el 2 y 3 de septiembre y, una semana más tarde, el 9 y 10 de septiembre en Ezcaray.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2017/00052	Otros	Publicidad institucional	2017/0344098		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					



2. Enfoque de comunicación

Con esta actividad publicitaria se trata de acercar la artesanía y los artesanos a la sociedad, valorar el componente artístico y de diseño de la artesanía, reconocer los componentes tradicionales de la artesanía así como destacar la generación de actividad económica y de puestos de empleo que conlleva para nuestra comunidad.

Concretamente, esta campaña difundirá la celebración de dos ferias en las que participan un total de 50 artesanos durante los dos primeros fines de semana del mes de septiembre.

- La feria de artesanía de Haro se desarrollará el 2 y 3 de septiembre en los Jardines de la Vega. Contará con un total de 25 empresas artesanas.
- La feria artesana de Ezcaray se desarrollará el 9 y 10 de septiembre en la Plaza del Ayuntamiento. Participarán también 25 artesanos.

3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año sitúa **los siguientes objetivos generales de comunicación**, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir las ferias de artesanía organizadas por el sector artesano riojano.
- Promocionar la marca "artesanos de La Rioja".
- Impulsar el sector artesano riojano.

4. Públicos objetivos

Se establece el **siguiente público objetivo** para la campaña de comunicación:

a) Público primario:

Entendemos como público primario a los riojanos con edades comprendidas **entre los 30 y los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está formado por **199.860** riojanos.

5. Tono y estilo de comunicación

El tono y el estilo de la campaña definen la forma en la que el Gobierno quiere dirigir sus mensajes a los públicos para cumplir los objetivos establecidos. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la homogeneidad de estilo y tono en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00052	Otros	Publicidad institucional	2017/0344098	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, **es cultural**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario cultural** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional. Puede descargarse los materiales para su correcta construcción gráfica dentro del apartado denominado **Identidad publicitaria** en la dirección web www.larioja.org/publicidad ó en <https://www.larioja.org/publicidad/es/identidad-publicitaria>

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de las actividades organizadas por el sector artesano riojano así como la promoción de la marca Artesanos de La Rioja, se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello, éste debe ser el emisor de las actividades publicitarias.

5.2. Lenguaje

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja. Cuando sea necesaria su conjugación los verbos deberán conjugarse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

La conjugación de los verbos se hará mediante la primera persona del plural, reforzando así el valor del trabajo en equipo dentro de la Administración regional.

Así mismo, se recomienda acotar el uso de adjetivos y adverbios y emplearlos cuando tengan sentido. Deben servir para explicar los hechos y no para expresar una valoración.

6. Táctica Publicitaria

A través de la campaña publicitaria se trata de difundir la celebración de dos ferias de Artesanía que se celebrarán en Haro y Ezcaray, el 2 y 3 de septiembre y el 9 y 10 del mismo mes, respectivamente. Teniendo en cuenta el público objetivo, se cree conveniente elegir la prensa escrita y la radio generalista y local para llegar a impactar con nuestra actividad publicitaria.

6.1. Calendario de campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla 14 días desde el 28 de agosto al 10 de septiembre.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00052	Otros	Publicidad institucional	2017/0344098	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



6.2. Plan de medios

Se establece el siguiente plan de medios para el desarrollo de la táctica publicitaria:

Prensa escrita auditada

Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	54.042 ejemplares	Faldón pequeño	6	256x63 mm	31 de agosto 1, 2, 7, 8 y 9 de septiembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	31.308 ejemplares	Media página	6	255x178 mm	31 de agosto 1, 2, 7, 8 y 9 de septiembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	20.872 ejemplares	Faldón grande	4	255x87 mm	29 y 30 de agosto 5 y 6 de septiembre
Total		52.180 ejemplares				
Gente	15.733 ejemplares	31.466 ejemplares	Faldón grande	2	250x94 mm	1 de septiembre 8 de septiembre

Radios regionales auditadas de corte generalista

Soporte	Audiencia a diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	700.000 oyentes	Cuña publicitaria	140	Cuña 20"	Del 28 de agosto al 10 de septiembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	294.000 oyentes	Cuña publicitaria	140	Cuña 20"	Del 28 de agosto al 10 de septiembre
Onda Cero	17.000 oyentes	238.000 oyentes	Cuña publicitaria	140	Cuña 20"	Del 28 de agosto al 10 de septiembre

Radios locales y comarcales auditadas

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	84.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 28 de agosto al 10 de septiembre
Radio Haro	4.000 oyentes	56.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 28 de agosto al 10 de septiembre
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	Del 28 de agosto al 10 de septiembre

La planificación y contratación del plan de medios de esta campaña corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00052	Otros	Publicidad institucional	2017/0344098		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					



la política de comunicación e informativa del Gobierno de La Rioja, en donde se inserta la política pública de publicidad institucional.

7. Creatividad publicitaria

El Gobierno de La Rioja contará con la participación del sector creativo de la Comunidad Autónoma para la configuración de la creatividad publicitaria de la campaña “Ferias de Artesanía”

Las propuestas deberán contemplar:

a) **Materiales para los soportes previstos en el plan de medios.** La consejería de Presidencia requiere también de adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria.

- **Diseño y maquetación de creatividad** para medios de prensa escrita regional. (un modelo para cada feria de artesanía)
- **Redacción** de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista. (un modelo para cada feria de artesanía)
- **Redacción** de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de carácter local. . (un modelo para cada feria de artesanía)

b) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de banner para la cabecera de la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web (964x107 px. Consultar especificaciones de diseño en publicidad@larioja.org)
- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628 px) y Twitter(1200x481 px)
- Recursos gráficos y fotográficos de los diferentes elementos producidos por la empresa, para acompañar un artículo de “caso de éxito” en la web de publicidad institucional. (1200x628 px) [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

7.4. Contacto técnico

Las empresas pueden dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

Teléfono de contacto:

941 291 266

Email de contacto:

publicidad@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 5
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00052	Otros	Publicidad institucional	2017/0344098	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				