

Otra **“buena práctica”** es **“la publicidad FEDER incluida en las eventos en el exterior promocionando la imagen turística de Canarias”** llevada a cabo por la **Dirección General de Promoción Turística**.

Durante el año de 2012, y dentro de las actuaciones dirigidas a la “Promoción turística de las Islas Canarias” y del proyecto “Desarrollo de la actividad promocional”, se ha participado en 23 ferias turísticas nacionales e internacionales, 4 jornadas promocionales directas, se hizo una pequeña campaña de promoción en centros comerciales y se realizaron inserciones publicitarias en diversos medios.



En todo este tipo de actuaciones en el exterior en los que se ha promocionado la imagen turística de Canarias, se ha garantizado la presencia de la imagen de FEDER. Los eventos y los tipos de soportes que se han utilizado en los mismos con el logotipo de los Fondos son los siguientes:

**Los criterios de buena práctica** cumplen en los siguientes términos:

**Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y desarrollo.** La referencia a la cofinanciación FEDER así como el logotipo de Canarias han sido incluidos en cada uno de los carteles y paneles colocados en todos los eventos en los que se ha participado.



**Adecuación de los contenidos a los objetivos establecidos.** Estas acciones permiten incrementar la visibilidad del proyecto, contribuyendo a cumplir el objetivo global del Plan de sensibilizar al conjunto de la población sobre la participación de la UE en la potenciación de la imagen turística en Canarias y, de forma más general, en el desarrollo regional.

**Incorporación de criterios de Igualdad de Oportunidades.** La información suministrada mediante la exposición de carteles se realiza sin hacer distinción de género.



**Adecuación con el objetivo general de difusión de los Fondos.** El incremento de la visibilidad contribuye a la superación del déficit de concienciación entre la población de la Unión Europea de la relevancia de la Política de Cohesión y, de forma particular, del FEDER.

**Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción.** Las medidas adoptadas están destinadas de un modo directo a agentes de viajes, y de manera más genérica al resto de la ciudadanía que acude a este tipo de

eventos, teniendo un alto grado de cobertura dado el número de visitantes de las ferias turísticas.



***Evidencia de un alto grado de calidad.*** El elevado nivel de calidad queda patente, en primer lugar en la implicación del beneficiario en la ejecución de las medidas de información y publicidad.

***Uso de nuevas tecnologías de la información.*** La inclusión de la referencia a la cofinanciación FEDER en carteles y paneles se ha llevado a cabo mediante la utilización de la informática.