

Otra Buena Práctica es las **Campañas de Publicidad: “Unidos Avanzamos Mejor”** y Publireportajes

Entre las acciones publicitarias puestas en marcha por la Dirección General de Fondos Europeos destaca la campaña plurifondo “Unidos avanzamos mejor”, que se ha difundido en 2013 en prensa, radio, televisión, exterior e internet. Se trata de una acción enmarcada en el Plan de Comunicación de los POs FEDER y FSE de Andalucía 2007-2013, que complementa las acciones de comunicación realizadas durante este periodo y recoge el testigo de la anterior campaña de publicidad “Andalucía se mueve con Europa”.



Imágenes de los distintos spots de “Unidos avanzamos mejor”

Bajo el claim, “Fondos europeos, unidos avanzamos mejor”, una bandada de patos recorre Andalucía pasando por los proyectos vinculados a cada fondo (energías renovables, centro de formación y siega del campo) con el mensaje: “Los fondos europeos contribuyen a que el futuro de Andalucía esté orientado hacia la convergencia con la Unión Europea. Compartiendo esfuerzos y objetivos, progresamos en nuevas energías, desarrollo rural, formación, medio ambiente, ayudas a empresas... Con los fondos europeos, Andalucía se mueve con Europa.”

Por tipología, se ha realizado una versión general que engloba al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo de Cohesión; y versiones específicas para televisión referidas a los tres primeros instrumentos financieros mencionados.

Como refuerzo a esta campaña, el Centro Directivo también ha elaborado cuatro publireportajes de FEDER, FSE, FEADER y Fondo de Cohesión conducidos por Toñi Moreno, una conocida presentadora de Canal Sur, televisión regional, y de Televisión Española TVE.

A partir de un encabezado común, la prescriptora explica en un tono divulgativo y cercano cuáles son los ejes y medidas que contiene cada programa y en los que se invierten los distintos fondos.

A continuación el encabezado:

“Hola Andalucía ¿sabíais que los Fondos Europeos contribuyen al desarrollo y bienestar de todos nosotros? Los Fondos Europeos están presentes en nuestro día a día apoyando la mejora y el crecimiento de lo que nos rodea. La Unión Europea y la Junta de Andalucía trabajan de forma conjunta para favorecer el progreso de nuestra región a través de estas ayudas comunitarias. ¿Quieres ver cómo?”

La actuación es considerada una Buena Práctica de Comunicación ya que cumple con los siguientes criterios:

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo.

La innovación en esta actuación reside, en primer lugar, en el propio concepto creativo de la campaña “Unidos avanzamos mejor”. En un momento como el actual de crisis económica, desde la Administración Autonómica se han querido evitar los mensajes excesivamente institucionalizados e idílicos sobre el progreso de la región. Así, la campaña persigue la idea de que uniendo esfuerzos, todos los Estados miembros y regiones pueden alcanzar un mismo destino: el crecimiento económico y el empleo, y para ello se ha utilizado la simbología de la bandada de patos. Una bandada está asociada a conceptos como seguridad, eficiencia, protección, meta o fin común... que pueden vincularse directamente con la Unión Europea y con la colaboración entre países.



Gráfica para prensa de “Unidos avanzamos mejor”

En segundo lugar, los publirreportajes resultan innovadores al incorporar a una prescriptora reconocida por la población andaluza, que en el momento de

emisión de los mismos presentaba uno de los programas con mayor índice de audiencia de la televisión regional. De esta forma quedó garantizado de antemano el alto impacto sobre el público objetivo de la acción.

Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos principalmente por medio del uso de un lenguaje sencillo, divulgativo y cercano a la población. Además, el mensaje de cada una de las piezas se reforzó con distintas sobreimpresiones: “Alcanzar un destino... compartiendo esfuerzo y objetivos” para la campaña de “Unidos avanzamos mejor” y los propios nombres de los fondos en los publirreportajes.

Incorporación de criterios de Igualdad de oportunidades en el contenido de la campaña. Aparecen tanto mujeres como hombres desempeñando funciones y tareas que exigen la misma cualificación. Por ejemplo, en el anuncio de FEDER se puede ver una planta termosolar en la que figuran dos personas, mujer y hombre, cambiando uno de los espejos, y en el de FSE aparecen multitud de estudiantes, chicas y chicos, en un centro de formación, todos ellos representados en igualdad de condiciones.



Gráfica para exterior de “Unidos avanzamos mejor”

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos. Todas las piezas parten de un objetivo común establecido en los Planes de comunicación de cada fondo: informar a la opinión pública de los logros de la Política Regional Europea y, además, cumplen con las directrices marcadas en los reglamentos comunitarios de vincular en todo momento las acciones publicitarias a la cofinanciación europea mediante el logo, la mención a la Unión Europea, al fondo en concreto, así como la inclusión del lema “Andalucía se mueve con Europa” para los Fondos Estructurales y de Cohesión y “Europa invierte en las zonas rurales” para FEADER.

De igual forma, el mensaje transmitido está relacionado en todo momento con las prioridades marcadas para cada fondo. Por ejemplo, en los publrreportajes:

FEDER:

“El FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional) invierte en investigación, desarrollo e innovación. Con estas ayudas nuestras empresas son cada vez más modernas y competitivas. También mejora nuestras comunicaciones impulsando la red de alta velocidad, adecuando nuestros puertos y el transporte metropolitano, haciendo que nuestros desplazamientos por Andalucía sean más rápidos y seguros. Y todo esto a la vez que cuidamos nuestro entorno natural y apostamos por las energías limpias y renovables. Además, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional preserva nuestros pueblos y ciudades mejorando y protegiendo la enorme riqueza patrimonial de nuestra Comunidad. Gracias al FEDER se construyen también infraestructuras sociales como centros de mayores, colegios, centros de salud y hospitales. Y no nos podemos olvidar de los avances en emergencias sanitarias con mayor agilidad en los traslados y en la emisión del diagnóstico.”



Publrreportajes

FSE:

“El Fondo Social Europeo apoya la formación de nuestros jóvenes para que puedan desarrollarse como profesionales. La Formación Profesional Ocupacional, cursos y talleres son impartidos de forma gratuita por toda Andalucía gracias a la ayuda de este fondo. En este contexto tan difícil que atravesamos, la ayuda de los Fondos Europeos para la formación cobra

especial importancia para nuestro futuro. Gracias a su ayuda es posible llevar a cabo numerosos programas de integración social y contar con las aulas de adaptación para construir una sociedad fuerte y cohesionada. Además, este fondo ayuda a combatir el desempleo apoyando multitud de programas de formación especializada y reciclaje profesional, así como iniciativas para el asesoramiento en el proceso de inserción laboral. También facilita la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres promoviendo una sociedad equitativa mediante políticas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal.”

FEADER:

“El FEADER (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural) nos ayuda a conseguir un medio rural sostenible, en el que preservar nuestro entorno, costumbres y donde los jóvenes tengan cabida, propiciando el relevo generacional en el campo. Estas ayudas también nos permiten diversificar la economía de una parte tan importante de Andalucía con la creación de nuevas actividades de turismo y ocio. Gracias al FEADER se están creando multitud de hoteles rurales, museos y empresas de actividades al aire libre que promueven el avance de nuestros pueblos. Además, con la ayuda de este fondo se trabaja en el aumento de la competitividad del sector agrícola y forestal. Así nuestro campo es más moderno, más productivo y más sostenible. Y no dejemos de mencionar también las ayudas para el arreglo de los caminos rurales de toda la región que contribuyen a impulsar el empleo tan necesario para el desarrollo del medio rural.”

FONDO DE COHESIÓN:

“El Fondo de Cohesión contribuye a mejorar las infraestructuras medioambientales financiando en Andalucía proyectos de mejora de abastecimiento del agua, aprovechando los recursos de los pozos y adecuando redes para atender las necesidades de abastecimiento de todos nosotros. A su vez favorece el saneamiento y depuración de aguas residuales. Por otro lado, el Fondo de Cohesión nos ayuda a mantener nuestro entorno con la creación de puntos limpios para la recogida de residuos especiales para que estos puedan ser reciclados correctamente. Gracias a la construcción de plantas de tratamiento de residuos y compostaje, el Fondo de Cohesión nos permite gestionarlo de forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Ayuda también a construir infraestructuras para prevenir inundaciones en nuestras ciudades, impidiendo que las redes de alcantarillado se colapsen y haciendo de nuestro entorno un lugar más seguro.”

Alto grado de cobertura sobre la población objetivo alcanzado gracias al plan de medios diseñado. “Unidos avanzamos mejor” se difundió en el mes de octubre en Canal Sur televisión, en cabeceras de prensa y en emisoras de

radio regionales, en internet en diarios digitales, y en exteriores: estadios de fútbol andaluces, mobiliario urbano, vallas, monopostes y autobuses...

La campaña alcanzó más de 100 millones de contactos en una población que no llega a los 7 millones. Por soportes, la televisión supuso un 74 por ciento de todos los impactos alcanzados con 74.401.044 contactos, en prensa la cifra ascendió a 8.822, en radio a 14.535, en internet a 3.024.679 y en exterior a 22.564.362.

En cuanto a los publirreportajes, cabe destacar que el 84 por ciento se ha posicionado de forma preferente en el bloque publicitario para evitar el zapping y mantener el mayor número de audiencia posible. Gracias a esta acción, podemos elevar los impactos a los 74 millones.

Evidencia de un alto grado de calidad tanto en la preproducción como en la producción de las piezas audiovisuales. Se ha puesto especial cuidado en la localización de los espacios, en la selección del casting de actores, así como en los planos destacados, que de un golpe de vista permiten al espectador apreciar la magnitud de las actuaciones que reflejan (por ejemplo, los planos aéreos). El resultado final ha sido una campaña dinámica y directa con un mensaje claro y conciso.

Uso de nuevas tecnologías de la información. Con el objetivo de aumentar la difusión, la Dirección General de Fondos Europeos también se ha valido de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como la propia página web del Centro Directivo: <http://www.juntadeandalucia.es/economiainnovacionyciencia/fondoseuropeosenandalucia/index.php#.UwiG0ziYY5s> , así como de las redes sociales (Facebook, Twitter y en especial YouTube)

Vídeos en You Tube:

FEDER:

PUBLIRREPORTAJE: <http://www.youtube.com/watch?v=eKeaO9k7CIU>

SPOT: <http://www.youtube.com/watch?v=uCr0vMXjMV8>

FONDO DE COHESIÓN:

PUBLIRREPORTAJE : http://www.youtube.com/watch?v=_MMsr4Qh550

FSE:

PUBLIRREPORTAJE: <http://www.youtube.com/watch?v=h8lx-gTQb6w>

SPOT: <http://www.youtube.com/watch?v=cfzJYknLnEE>

FEADER:

PUBLIRREPORTAJE: http://www.youtube.com/watch?v=MGrKk_Oqt40

SPOT: <http://www.youtube.com/watch?v=RBMTNXF4Zdg>