



**CIUDAD AUTÓNOMA
DE MELLLA**



PLAN DE COMUNICACIÓN

DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS DEL FEDER y DEL FSE

DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA

2007-2013



Unión Europea

INDICE

1. PRESENTACIÓN	2
2. EVALUACIÓN DEL PLAN DE PUBLICIDAD 2000/06	3
El Plan de Acciones de Información y Publicidad 2000/06	3
Metodología de la evaluación.....	3
Medidas desarrolladas, resultados e impacto	4
Conclusiones de la evaluación.....	5
3. PLAN DE COMUNICACIÓN 2007-2013	9
Objetivos.....	9
Grupos destinatarios	10
Estrategia.....	10
Medidas de información y publicidad.....	13
Presupuesto indicativo	19
Organismos responsables de la aplicación de las medidas	19
Sistema de seguimiento	22
Evaluación.....	23
Anexo de Indicadores	25
ANEXO I: Diagrama Resumen	28

1. PRESENTACIÓN

Los Fondos Europeos constituyen uno de los principales instrumentos financieros de cara a la reducción de las desigualdades y desequilibrios entre los distintos países y las distintas regiones que componen la Unión Europea.



Dentro de esta misión de construir una Europa armonizada, es necesario crear un instrumento que asegure la difusión, lo más ampliamente posible, del papel que desempeña la Unión Europea a través de estos fondos en el progreso de los países y el desarrollo de las regiones que la integran, de manera que la ciudadanía sea consciente del esfuerzo que representa esta intervención y de la implicación de las instituciones europeas por mejorar nuestra vida cotidiana.

Ese instrumento, en el marco del período 2007-2013, y en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Melilla, es el Plan de Comunicación que a continuación se describe y que da cumplimiento a las exigencias de los siguientes Reglamentos:

- Reglamento (CE) 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, en cuanto a la obligación de dar a conocer las operaciones y los programas objeto de cofinanciación, así como facilitar información al respecto a los ciudadanos de la Unión Europea y a los beneficiarios, con el fin de destacar el papel desempeñado por la Comunidad y garantizar la transparencia de la ayuda procedente de los Fondos, conforme a su artículo 69.
- Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 de diciembre de 2006, por el que se establecen las disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo y al Fondo de Cohesión, en cuanto a la elaboración de un Plan de Comunicación y su aplicación, seguimiento y evaluación, así como las medidas de información a desarrollar dentro del mismo.

El presente Plan de Comunicación (PC) tiene carácter **plurifondo**, ya que será de aplicación a las operaciones cofinanciadas en el marco de los Programas Operativos del FEDER y del FSE para el período 2007-2013 en la Ciudad Autónoma de Melilla.

2. EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PERÍODO 2000-2006

EL PLAN DE ACCIONES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD 2000-2006

El Plan de Acciones de Información y Publicidad del Programa Operativo Integrado 2000-2006 (PAIP), expuesto en el capítulo 11 del Complemento de Programación, describía un conjunto de actuaciones planificadas para dar respuesta a las exigencias comunitarias de información y publicidad de tal intervención en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Melilla.

CONTENIDO Y ESTRATEGIA.

El plan se estructuró en dos fases siguiendo un criterio temporal, de manera que en una **primera fase, “Lanzamiento y puesta en funcionamiento del POI”**, se pretendía dar a conocer de la forma más amplia posible el contenido del mismo y sus posibilidades de desarrollo; esta fase estaba programada hasta el 31/12/2002.

Una vez superada la etapa de lanzamiento, se entraba en una **segunda fase, “Difusión del estado de avance y resultados del POI”**, en la que la meta principal era la difusión, mediante los canales adecuados, del estado de avance del programa y de los resultados obtenidos, programada hasta 31/12/2008. Como se mencionará más adelante, esta fase aún no está completamente finalizada.

METODOLOGIA DE LA EVALUACIÓN

La evaluación de las medidas de información y publicidad que se expone a continuación es de carácter cualitativo y ha sido realizada de forma interna. La metodología aplicada para la realización de la evaluación se ha basado en lo siguiente:

- **Revisión de las medidas llevadas a cabo** sobre una muestra comprobable de actividades llevadas a cabo en el ámbito regional, de los resultados logrados y del impacto generado. Se incluye un cuadro con una descripción de actividades y medidas de información y publicidad llevadas a cabo desde el comienzo del POI 2000-2006 de las cuales se tiene constancia fehaciente y/o que han sido recogidas en los sucesivos informes de anualidad del Programa y expuestas en los Comités de Seguimiento. En este sentido, se advierte de las medidas expuestas constituyen una muestra representativa y corresponden a un conjunto de

operaciones reducido, pero que puede extenderse, con un alto grado de confianza, a la totalidad de los proyectos ejecutados en el marco del Programa. De la misma manera, se omiten actuaciones efectivamente realizadas de las que se tiene conocimiento cierto, pero de las cuales no existen pruebas documentales.

- **Evaluación del grado de cumplimiento de las previsiones:** con el fin de evaluar de la manera más objetiva posible en qué medida estas se han cumplido, en el cuadro citado en el párrafo anterior se califica en tres niveles –‘bajo’ (B), ‘satisfactorio’ (S), y ‘muy satisfactorio’ (MS)- la realización de cada una de las medidas previstas, en función de la intensidad o reiteración con la que se ha efectuado cada una de ellas. Las no realizadas o pendientes de ejecución recogerán tal circunstancia.

Las conclusiones, determinando finalmente si las medidas adoptadas han dado respuesta a la problemática tratada, y a falta de la realización de estudios más concluyentes, se basan en estimaciones.

MEDIDAS DESARROLLADAS Y GRADO DE REALIZACIÓN

MEDIDAS PROGRAMADAS	MEDIDAS REALIZADAS	GRADO DE REALIZAC.
Presentación Institucional del POI	Presentación del POI en rueda de prensa	S
Difusión del POI mediante web, CD y medios de comunicación	Difusión del POI mediante web autonómica (www.promesa.net), web estatal (www.dgfc.sggp.meh.es), CD-ROM y edición papel Distribución de CD-ROM y edición papel a miembros de Comité de Seguimiento (2001), a agentes económicos y sociales, y libre al público Difusión del POI en feria de formación (mayo-2001) www.promesa.net : información sobre ayudas a empresas, cursos de formación, planes de empleo y otros	MS
Publicaciones sobre actividades del POI con interés especial para los ciudadanos	Ayudas a empresas: Publicaciones oficiales (boletines), anuncios en medios, folletos y trípticos, y charlas de libre asistencia Ruedas de prensa informativas de la realización de proyectos de interés general www.promesa.net : información detallada sobre trámites de ayudas a empresas, cursos de formación, planes de empleo. Documentación on-line	S
Información sobre ayudas públicas referente a trámites, gestión de expedientes, selección de proyectos, etc.	Información presencial en oficinas de Proyecto Melilla, S.A.	MS
Información de los avances del POI y de las posibilidades que ofrece a través de los medios	Ruedas de prensa del estado del POI tras los Comités de Seguimiento Comparecencias ante los agentes e interlocutores económicos y sociales de la Ciudad. Desde 2005 los agentes participan en los propios Comités	MS

	Capítulo específico del avance de los proyectos del POI en la Memoria de Gestión de Proyecto Melilla	
Elaboración de un manual práctico de ayuda a los beneficiarios finales	Elaboración de un Manual de Procedimientos de Gestión en 2002, modificado en 2006. No específico de Información y Publicidad	B
Distribución a los organismos de ejecución participantes en el Programa del Reglamento 1159/2000	Se informa del Reglamento 1159/2000 entre los responsables de la ejecución de los proyectos del POI, en diversas reuniones, de forma inespecífica	S
Seminarios, jornadas y conferencias para dar a conocer los Fondos	Ruedas de prensa informativas y jornadas sobre aspectos concretos del POI	S
Acciones de formación, empleo y RRHH: información a través de los organismos actuantes. Carteles informativos sobre la contribución de la UE y fondo cofinanciador	Información verbal y mediante anuncios de las oportunidades de formación y empleo ofrecidas en cada momento dentro del POI (cursos, itinerarios, planes de empleo, ayudas, etc.). Verbalmente, mediante anuncios tipo y a través de placas, se informa sobre la participación de la UE, adscripción de la acción al POI y fondo cofinanciador Contratos suscritos entre Proyecto Melilla y formadores de cursos con reseña de cofinanciación del FSE	MS
Información a los medios con motivo de los Comités de Seguimiento	Comparecencias en ruedas de prensa posteriores a todos los Comités de Seguimiento	MS
Divulgación de actos de inauguración de proyectos significativos, con menciones sobre la contribución financiera de la Unión Europea	Comparecencias puntuales en rueda de prensa de responsables de la Ciudad Autónoma, según el área, informando de proyectos de importancia destacada, con mención de la participación de la UE, Programa y fondo	S
Vallas informativas y placas conmemorativas en proyectos de infraestructura. Placas conmemorativas en caso de ayudas a empresas	Infraestructuras: instalación de vallas informativas según Reglamento 1159/2000 en todos los proyectos de importe superior a 3 millones de euros, y con carácter general en todos los proyectos de obra, independientemente de su importe. Sustitución por placas conmemorativas. Ayudas a empresas. Se instalan placas conmemorativas durante un año, según modelo facilitado por la empresa gestora de las mismas (Proyecto Melilla, S.A.)	MS
Edición de un vídeo y una publicación con los aspectos más relevantes del Programa, al final de su ejecución	No se ha llevado a cabo esta medida	B

CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN

Del análisis del tipo de actuaciones realizadas y siguiendo un criterio de tipo cualitativo, se obtienen las siguientes conclusiones, referidas a cada uno de los objetivos del Plan:

TRANSPARENCIA. Las medidas desarrolladas con el fin de informar a los beneficiarios potenciales de las posibilidades y oportunidades que ofrecía el Programa Operativo Integrado, así como para lograr una mayor accesibilidad a los procesos y tramitaciones necesarios, se pueden considerar como óptimas. Los canales habilitados pueden considerarse más que suficientes para

lograr los objetivos propuestos, habiéndose recurrido a una gran diversidad de soportes de comunicación: medios escritos, métodos presenciales, medios audiovisuales y soporte electrónico (Internet).

La **frecuencia o intensidad** con la que se ha transmitido la información, se considera adecuada:

- √ Las publicaciones de tipo promocional en soporte papel (folletos, trípticos, etc.) con la información a suministrar –ayudas públicas, cursos de formación, planes de empleo, acciones de orientación e itinerarios integrados de inserción existentes- han estado desde el comienzo del período de programación a disposición de cualquier usuario con algún interés en las oficinas de la entidad gestora de las acciones, Proyecto Melilla, S.A.
- √ La apertura de las convocatorias anuales correspondientes a estas acciones han sido publicadas con regularidad en los periódicos de ámbito regional.
- √ De forma presencial, en los locales de Proyecto Melilla, S.A. se ha venido informando personalmente y de forma continuada al público interesado en alguna de las acciones, por personal técnico especializado en la materia, tanto en ayudas a empresas como en formación-empleo. Asimismo, se celebraron en momentos puntuales jornadas explicativas de los regímenes de ayudas vigentes, dirigidos al público en general.
- √ La web www.promesa.net ha recogido, desde su creación, la información más relevante acerca de las oportunidades existentes, y su evolución ha sido tal que en la actualidad incorpora la información de forma exhaustiva, incluyendo la posibilidad de presentar solicitudes on-line. La página es actualizada de manera continua.

Se puede afirmar, en este sentido, que **se han logrado algunas cuestiones de carácter esencial:**

- Asegurar una correcta comprensión de los procesos de acceso a los fondos, a través del conocimiento de convocatorias y ofertas de acciones abiertas, así como de las condiciones para su obtención.
- Explicar las fases de las que consta el proceso de concesión de una ayuda o de participación en una actividad, desde la solicitud hasta la aprobación.
- Establecer un punto de atención directa entre la administración y los posibles interesados, y asegurar una correcta publicidad del mismo.

Por tanto, se puede concluir que el objetivo de transparencia se ha logrado a un nivel satisfactorio.

CONCIENCIACIÓN PÚBLICA sobre el papel de la Unión Europea y de los fondos. Para la evaluación del grado de éxito en cuanto a este objetivo, habría que comparar el nivel de

concienciación del ciudadano al inicio y al final del período de programación. El no disponer de estudios que revelen los datos al inicio no permite una evaluación concluyente desde un punto de vista cuantitativo. Las conclusiones siguientes se basan por tanto, y a falta de realización de una encuesta, en estimaciones.

Las medidas de información y publicidad en este ámbito han cumplido en buena medida con lo previsto, incluyendo una **gran variedad de soportes y medios**, tanto para publicar y hacer circular los textos y contenidos del Programa Operativo, como para proporcionar información continua sobre el estado de avance del mismo y hacerla llegar al gran público. Los canales empleados han incluido: prensa escrita, radio, página web, CD-ROM, ediciones en papel, celebración o participación en eventos y herramientas descritas en el Reglamento 1159/00 (vallas y placas conmemorativas).

Dentro de las actividades previstas en el Plan se encontraba la edición de un vídeo y de una publicación escrita que recogería los aspectos más relevantes del Programa, una vez finalizada su ejecución. Esta medida finalmente no se ha llevado a cabo. No obstante, teniendo en cuenta el efecto multiplicador que puede suponer una medida de este tipo sobre el resto de acciones de información y publicidad y su contribución al aumento de la visibilidad de los fondos europeos mediante una visualización sencilla, directa y global de las acciones cofinanciadas, el Plan de Comunicación 2007-2013 prevé la inclusión de una medida consistente en la creación y emisión de un anuncio sobre los nuevos programas operativos en la televisión regional, con objeto de llegar de forma masiva a la opinión pública.

Según las estimaciones, se puede considerar que el conjunto de acciones de información y publicidad ejecutadas hasta la fecha han contribuido a elevar en buena medida el nivel de conocimiento de la población en general sobre los fondos, **existiendo en la actualidad una concienciación generalizada** sobre la cuestión en la sociedad melillense. A este fin han contribuido también las peculiaridades de Melilla, donde la repercusión de cualquier tipo de noticia o mensaje es amplificada, entre otras razones, por la reducida dimensión geográfica de la ciudad.

Las estimaciones apuntan a que se ha podido pasar de un porcentaje de conocimiento de la población muy reducido al principio del período, probablemente inferior al 35%, a un porcentaje muy superior, posiblemente en torno al 60%. Estos datos deberán ser contrastados con los que resulten de la encuesta que está pendiente de realización, que determinará de forma más fiable la evolución de estas magnitudes.

Sin embargo, en lo que se refiere al contenido del mensaje en sí mismo, no se puede asegurar que el público destinatario haya asimilado de forma clara algunos conceptos esenciales como el funcionamiento de los fondos europeos, es decir, qué tipo de acciones financia cada uno de los fondos o el esfuerzo que realiza la Unión Europea, dejando aparte la contribución financiera, en la tarea de conseguir el desarrollo de regional

La evolución estimada del nivel conocimiento general de la población sobre estos aspectos básicos es más discreta, pasando de un porcentaje muy reducido, probablemente alrededor del 4%, a un porcentaje estimado del 10%.

Según estas estimaciones, **se puede afirmar que el ‘mensaje’ de la existencia de los fondos europeos y su contribución financiera ha calado suficientemente en el ciudadano, y que se ha logrado, de esta manera, aumentar el nivel de conocimiento y concienciación general sobre la acción de la Unión Europea a través de los fondos.** Por el contrario, y a pesar de los esfuerzos realizados, no parece que la información transmitida haya sido percibida en su totalidad, considerando que la ciudadanía ha captado sólo una parte importante del mensaje.

Estas conclusiones han sido tenidas en cuenta en la elaboración de la estrategia del Plan de Comunicación 2007-2013, que incluirá medidas orientadas a proporcionar una información más completa, clara y accesible.

COORDINACIÓN Y HOMOGENEIZACIÓN en materia de información y publicidad. Este objetivo de carácter intermedio constituye un medio para lograr los objetivos últimos del Plan, que serían los descritos en los dos números anteriores.

Las acciones previstas en este sentido se centraban en la elaboración de un Manual práctico de ayuda a los beneficiarios finales en materia de información y publicidad. Esta medida finalmente no se consideró necesaria, principalmente por la existencia durante los primeros años del período de programación 2000-2006 de un órgano de coordinación creado a nivel interno por la Ciudad Autónoma -Comisión Técnica de Coordinación de Fondos Europeos-, en el que tenían participación los representantes de los diversos Organismos Ejecutores del POI, y donde el Coordinador de Fondos Europeos transmitía cualquier tipo de información referente a obligaciones de información y publicidad, tanto de Reglamentos y normativa a aplicar como de orientaciones necesarias para el desarrollo de los mismos.

Esto ha supuesto que al diseñar la estrategia de comunicación para el futuro período de programación 2007-2013 se haya **incidido de una forma muy específica en lo relativo a la coordinación no sólo de los Organismos Ejecutores, sino también de otras entidades y organizaciones que sean beneficiarios de actuaciones cofinanciadas** a través de los dos Programas Operativos para los que se elabora este Plan de Comunicación en aquellas materias referidas a la información y la publicidad.

3. PLAN DE COMUNICACIÓN 2007-2013

OBJETIVOS

El Plan de Comunicación (PC) para el período 2007-2013 persigue dar un mayor alcance y profundidad a los objetivos establecidos en el Plan del período anterior, en especial en aquellos aspectos en los que la evaluación interna indica que ha habido debilidades en el período anterior:

1. TRANSPARENCIA

Hacer llegar al público en general, y especialmente a los beneficiarios potenciales, **información sobre las posibilidades que ofrecen los Programas Operativos del período 2007-2013 cofinanciados por el FEDER y el FSE**, con el fin de garantizar la transparencia de sus intervenciones.

Se tendrá que garantizar que se describan de forma clara los procedimientos administrativos que se vayan a aplicar en la gestión de los expedientes, así como los criterios de valoración o selección que otorguen la subvencionalidad en cada caso.

En definitiva, este objetivo consistirá en continuar promocionando las oportunidades surgidas a partir de los programas operativos, así como los medios para acceder a ellas.

2. CONCIENCIACIÓN PÚBLICA

Se tratará de aumentar el grado de **conocimiento de la sociedad melillense sobre el funcionamiento de los Fondos Europeos y sobre el cometido de la Unión Europea**, en estrecho partenariatado con el de las administraciones central y regional, en su esfuerzo por mejorar la calidad de vida de los ciudadanos a través de las intervenciones del FEDER y del FSE, así como los resultados que estos produzcan.

Este objetivo de concienciación no ha de reducirse a informar sobre la existencia de los fondos europeos y su contribución. La opinión pública deberá comprender, por un lado, que la participación financiera de la Unión Europea no se reduce a una contribución financiera, sino que es el resultado de un conjunto de actuaciones y esfuerzos desarrollados para conseguir un mayor equilibrio y armonía entre todos los territorios de la Unión y generar sinergias entre todos los

fondos públicos invertidos en Melilla; por otro lado, deberá asimilar el papel que desempeña cada uno de los fondos, es decir, en qué tipo de proyectos y actuaciones se invierte cada uno.

Asimismo, habrá que transmitir de manera clara y continua los resultados que se vayan obteniendo como consecuencia del desarrollo de los Programas Operativos, para que el gran público sea consciente de cómo se está invirtiendo esa gran cantidad de recursos y cómo ello va afectando a su calidad de vida.

3. COORDINACIÓN Y HOMOGENEIDAD

En línea con lo detectado en la evaluación del período 2000-2006 se dará una especial relevancia en el nuevo período de programación a todos los aspectos de coordinación y homogeneidad en lo relativo a la información y publicidad. Así, todos los Organismos y entidades participantes en la gestión de las operaciones cofinanciadas por los fondos, así como los promotores de proyectos o beneficiarios de acciones, en la medida en que contraen obligaciones en cuanto a la producción de información y publicidad, deberán contribuir a alcanzar los objetivos descritos en los puntos 1 y 2 mediante el desarrollo de unas medidas de publicidad que cumplan unos **criterios comunes, difundiendo una información completa, clara y coherente, y ofreciendo una imagen homogénea en el empleo de esas medidas.**

Este puede considerarse como un objetivo intermedio, pero necesario desde un punto de vista operativo para alcanzar en un mayor grado los objetivos estratégicos de transparencia y concienciación pública.

GRUPOS DESTINATARIOS

Las medidas del PC van dirigidas a los siguientes colectivos o grupos de destinatarios:

1. Beneficiarios potenciales y finales
2. Interlocutores económicos y sociales
3. Agentes económicos, empresas, organizaciones profesionales o cualquier otro tipo de entidad con interés en la promoción de proyectos
4. Público en general, es decir, la sociedad melillense en su sentido más amplio
5. Organismos y empresas públicas responsables, a nivel regional, de la ejecución de proyectos cofinanciados con los fondos europeos, así como promotores de proyectos que se beneficien de los mismos

ESTRATEGIA DEL PLAN

Para la concepción de la estrategia se han priorizado dos aspectos:

- ❑ **Sectorización.** El público destinatario, a cualquier nivel, debe recibir la información de la forma más clara, completa y coherente posible, y siempre en función de sus necesidades de información.
- ❑ **Accesibilidad.** La información debe presentarse en los soportes más adecuados, de manera que aseguren que su contenido llegue de forma efectiva e ininterrumpida al destinatario; es decir, que la información esté disponible cómo y cuándo se necesite.

Sobre estas dos ‘prioridades’, **la estrategia consistirá en segmentar la audiencia en función de sus necesidades de información**, identificando distintos grupos de destinatarios que puedan relacionarse de forma unívoca con cada uno de los objetivos establecidos en el Plan. **Una vez realizada la segmentación, se establecerá un conjunto de medidas específicas para atender a cada uno de los grupos identificados.** Es decir:

- ❑ Se producirá la información más adecuada para cada grupo destinatario determinado
- ❑ Se tratará que la información esté disponible en el soporte más adecuado

Esta estrategia de “segmentación” requiere las siguientes tareas:

1. Establecer cuales son las demandas de información de cada uno de los sectores de la audiencia identificados, de manera que se cumplan las expectativas de cada colectivo
2. Movilizar los recursos y medios más adecuados en cada caso, aceptando el papel predominante de las nuevas tecnologías de la información en la sociedad actual
3. Establecer unos criterios comunes sobre el contenido de las herramientas de información empleadas, de forma que se logre crear en el público receptor una percepción clara del mensaje

SEGMENTACIÓN

La segmentación de la audiencia parte de una hipótesis básica:

“Los objetivos fijados en el Plan permiten, por sí mismos, identificar diversos grupos de destinatarios o segmentos; cada uno de ellos muestra unas necesidades o expectativas de información diferentes”.

Así, por ejemplo, la información demandada por una empresa especializada en el campo de la formación y que constituye un beneficiario potencial de acciones cofinanciadas por el FSE, no serán las mismas que las de un ciudadano de a pie interesado en conocer el impacto de las acciones formativas sobre el nivel de empleo.

Por otra parte, el formato del mensaje en cada uno de los casos tampoco deberá ser el mismo, pudiendo requerir en cada caso un lenguaje diferente. Y las mismas consideraciones pueden hacerse desde el punto de vista del soporte empleado para poner la información a disposición de cada usuario.

De esta forma, y conforme a la hipótesis de partida, **se identifican los siguientes grupos de destinatarios o segmentos de la audiencia**, en función de los objetivos del Plan:

1. Objetivo de Transparencia. Segmento compuesto por:

- ❑ Beneficiarios potenciales y finales
- ❑ Interlocutores económicos y sociales
- ❑ Agentes económicos, empresas y organizaciones profesionales con intereses en la promoción de proyectos cofinanciados por los fondos europeos

2. Objetivo de Concienciación. Segmento compuesto por:

- ❑ El público en general, en este caso la sociedad melillense en el sentido más amplio

3. Objetivo de Homogeneización. Segmento compuesto por:

- ❑ Organismos de Ejecución de la Ciudad Autónoma de Melilla, es decir, Consejerías y empresas públicas responsables de la ejecución de proyectos cofinanciados por los fondos europeos
- ❑ Promotores o beneficiarios de proyectos cofinanciados con fondos europeos.

A efectos de simplificación, a estos grupos se les denominará, respectivamente, “**segmento de transparencia**”, “**segmento de concienciación**” y “**segmento de homogeneidad**”.

Sobre la base de esta diferenciación, se establece un conjunto de medidas de información y publicidad específicas para cada segmento.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

1. MEDIDAS DIRIGIDAS AL SEGMENTO DE TRANSPARENCIA.

Se trata de medidas dirigidas a organizaciones o entidades con intereses en la ejecución o desarrollo de proyectos en el marco de los programas operativos.

- La principal medida al respecto será el **desarrollo de una página web**, de actualización permanente, **con información sobre los Programas Operativos (incluyendo los textos aprobados), así como proyectos, convocatorias, licitaciones, etc.** que se desarrollen dentro de los mismos.

La web contendrá enlaces hacia diferentes publicaciones oficiales: boletines regionales y comunitarios, así como descargas de documentación, Reglamentos comunitarios o cualquier normativa europea, nacional o regional que sea de aplicación en cada caso.

De igual forma, se establecerán vínculos con otras páginas oficiales, principalmente las de la Ciudad Autónoma de Melilla (www.melilla.es) y de Proyecto Melilla, S.A. (www.promesa.net), que por su cuenta incluyen información detallada referente a cada una de las actuaciones desarrolladas dentro del ámbito de sus competencias.



Asimismo, existirá un enlace a esta página desde las páginas web de las autoridades de gestión: Dirección General de Fondos Comunitarios y UAFSE. En cada una de ellas se recogerá también la información básica de la programación, gestión y evaluación del FEDER y del FSE, respectivamente, en Melilla

Los objetivos de esta medida serán:

- ✓ Servir de **‘punto de acceso centralizado’** de información para los potenciales beneficiarios, en el que encontrarán todos los datos necesarios sobre las acciones o medidas en las que puedan participar, cofinanciadas por los fondos europeos.
- ✓ Proporcionar una mayor **accesibilidad y disponibilidad** de la información, considerando la creciente popularización de Internet en la sociedad actual, extensible a

nuestra ciudad, donde el acceso a Internet por vivienda está próximo al 50% (datos del INE para 2006).

- √ Facilitar a los beneficiarios potenciales información detallada acerca de los aspectos fijados en el artículo 5 del Reglamento 1828/06:
 - ❖ Condiciones de acceso a la financiación en el marco de los Programas Operativos
 - ❖ Descripción de procedimientos de examen de las solicitudes y de plazos
 - ❖ Criterios de selección las operaciones que se van a financiar
 - ❖ Contactos a nivel nacional, regional o local que pueden facilitar información sobre los Programas

Las página web cumplirá los requisitos técnicos enumerados en el artículo 9 del Reglamento 1828/06, así como los que se puedan fijar a nivel regional al objeto de dar homogeneidad a los instrumentos de difusión.

2. MEDIDAS DIRIGIDAS AL SEGMENTO DE CONCIENCIACIÓN.

Las medidas destinadas al segmento del “gran público” incluyen lo siguiente:

- ❑ Edición y publicación de una **revista de periodicidad anual** que recogerá una compilación de **proyectos y operaciones de especial interés para el ciudadano**, desarrollados durante cada anualidad del período 2007-2013. La publicación incluirá textos explicativos y fotografías o imágenes de los mismos.
- ❑ Creación y **emisión de un anuncio** en el canal público de televisión autonómico -Televisión Melilla (TVM)-, informando de la **existencia de los nuevos Programas Operativos** del FEDER y del FSE para el período 2007-2013, y de la inversión que esto supondrá en la ciudad. Se destacará la contribución de la Unión Europea, tanto desde el punto financiero como de planificación, así como el tipo de proyectos que se financian con cargo a cada fondo. Se pretende que sea de frecuencia diaria, en horario de máxima audiencia y por período de un año.

En ambos casos se prestará especial atención al cumplimiento de los requisitos de información y publicidad establecidos en el artículo 9 del Reglamento 1828/06.

Estas medidas reunirán unos requisitos básicos respecto a la información transmitida:

- ✓ Sencillez: evitando en la medida de lo posible el uso de expresiones de tipo formal o técnico, y recurriendo a frases directas y con elevado contenido informativo
- ✓ Cuando se describan actuaciones finalizadas, se tratará de explicar, en la medida de lo posible, cómo han contribuido a resolver un problema determinado y a aumentar el bienestar general
- ✓ Recogerá aquellas otras características que se establezcan a nivel regional para impulsar el uso de una imagen homogénea en cuanto a las herramientas de difusión

Además, las autoridades de gestión llevarán a cabo las siguientes medidas de información y publicidad destinadas al público:

- Las autoridades de gestión realizarán **dos actos (uno por cada Fondo) de firma formal de los distintos Programas Operativos**. Estos Actos contarán con la presencia de altos representantes de la Comisión Europea, de las Administraciones regionales y de la Administración General del Estado.



- Entre las medidas dirigidas a los potenciales beneficiarios se tendrá en cuenta que en las resoluciones o adjudicaciones de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas se incluirán los párrafos siguientes (u otros de similar contenido):

“Este proyecto se cofinancia por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)”, o en su caso, “Este proyecto se cofinancia por el Fondo Social Europeo (FSE)”.

“Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 7, apartado 2 letra d del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 diciembre de 2006”.

- **Informar a los beneficiarios a través de las resoluciones o adjudicaciones** de actuaciones que vayan a ser cofinanciadas a través de unos párrafos como los siguientes (u otros de similar contenido):

“Este proyecto se cofinancia por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)” o “Este proyecto se cofinancia por el Fondo Social Europeo (FSE)”, según el caso.

“Esta resolución/adjudicación supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el artículo 7, apartado 2 letra d del Reglamento (CE) 1828/2006 de la Comisión de 8 diciembre de 2006”.

- ❑ Organización de una **actividad anual conjunta para todos los Programas Operativos**, con la participación de la Comisión, de representantes de las autoridades de gestión y de los responsables regionales, que se llevará a cabo en distintos territorios y en la que se promocionarán los avances registrados en los programas, en particular de los cofinanciados por el FSE y el FEDER para Melilla en el período de programación 2007-2013, y se darán a conocer aspectos relevantes de buenas prácticas en cada período.



- ❑ **Izamiento de la bandera de la Unión Europea** durante una semana, a partir del 9 de mayo, delante de los locales de las autoridades de gestión.
 - ❑ **Publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios**, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada las operaciones en las páginas web de las autoridades de gestión. Asimismo, desde la página web que se va a desarrollar a nivel regional existirá un enlace a dichas páginas.
- ❑ Por otra parte, los beneficiarios de medidas cofinanciadas por fondos europeos deberán cumplir con lo recogido en el artículo 8 del Reglamento 1828/2006.

Las acciones de información y publicidad que además deben llevar a cabo los distintos Organismos de Ejecución son las siguientes:

- ❑ Utilización de los medios de comunicación para informar sobre determinadas actividades de los programas operativos con interés para el ciudadano, en especial a través de **notas y ruedas de prensa**.
- ❑ Organización de **seminarios, jornadas y conferencias** para dar a conocer actividades concretas como regímenes de ayudas a empresas o colectivos especiales
- ❑ En el caso de actuaciones de formación, empleo y recursos humanos, información a través de los organismos actuantes acerca de la **cofinanciación de la Unión Europea y el fondo correspondiente**,



tanto verbalmente como a través de carteles informativos que se ubicarán en lugares de acceso visibles

- ❑ Comparecencias en ruedas de prensa para **informar a la opinión pública con motivo de los Comités de Seguimiento** de los distintos programas, bajo la coordinación de la Dirección General de Fondos Europeos
- ❑ Divulgación de actos de **inauguración de proyectos significativos** y de especial interés para la ciudad, a través de ruedas de prensa o medios escritos
- ❑ Colocación de **vallas o carteles y sustitución por placas conmemorativas** en proyectos de infraestructura o adquisición de un objeto físico, cuando la contribución pública total supere los 300.000 euros. Colocación de placas conmemorativas permanentes en caso de ayudas e inversiones físicas en empresas
- ❑ **Menciones de la cofinanciación de la Unión Europea y el fondo** participante en cualquier documento generado dentro del procedimiento de concesión de ayudas, tanto a empresas como a la formación

En todo caso, también se potenciará que, cuando sea pertinente y haya una presencia de representantes de estos Organismos en los medios de comunicación, se insista en la importancia de la cofinanciación de los fondos europeos en complementariedad con el esfuerzo inversor nacional y regional.

3. MEDIDAS DIRIGIDAS AL SEGMENTO DE COORDINACIÓN Y HOMOGENEIDAD.

Por último, la estrategia del Plan incluye un conjunto de medidas destinadas a los responsables de proporcionar información y publicidad sobre los fondos europeos en la Administración regional, esto es, a los Organismos de Ejecución de la Ciudad Autónoma de Melilla –Consejerías y empresas públicas-, así como a las Pymes, organizaciones, asociaciones o entidades que, por ser promotores o desarrollar operaciones o proyectos cofinanciados, tengan obligaciones en la materia.

- ❑ La principal medida consistirá en la elaboración de un **Manual de Información y Publicidad** para actuaciones cofinanciadas con FEDER y FSE. El manual contendrá **información sobre las características que deberán cumplir los diferentes instrumentos y herramientas empleados a efectos de información y publicidad**, tanto aquellas de carácter obligatorio por estar fijados en el Reglamento 1828/06, como aquellas que se deban observar para generar una imagen homogénea y coherente y que contribuyan a ofrecer un mensaje claro y visible a la opinión pública.

Asimismo, podrá incluir prescripciones de cualquier tipo para asegurar que las medidas de información y publicidad son efectivas y que de ellas se guardan las correspondientes pruebas documentales.

Las principales funciones del manual serán:

- √ Permitir un desarrollo coherente y coordinado de los instrumentos de información y publicidad
- √ Contribuir a los objetivos del Plan, en especial al objetivo de concienciación pública
- √ Orientar y ejemplificar sobre los requisitos técnicos de los instrumentos de información y publicidad.

El manual podrá incluir alguna frase, símbolo o ambas cosas, de utilización general para Melilla, que se utilice como signo de identidad común y a través del cual todas las herramientas empleadas guarden relación, además, se adoptarán a todos los efectos las frases , propuestas desde los Ministerios españoles:

- FEDER: **“Una manera de hacer Europa”**
- FSE: **“Invertimos en tu futuro”**

El Manual de Información y Publicidad será desarrollado previsiblemente a través de una colaboración externa, siguiendo las prioridades y orientaciones marcadas desde la Dirección General de Fondos Europeos de la Ciudad Autónoma de Melilla, como Órgano Intermedio con responsabilidades de coordinación en materia de Fondos Europeos.

Esta manual se insertará en la página web sobre los programas operativos que se va a desarrollar a nivel regional para que sea de acceso inmediato para todos los organismos gestores

- Como medida de carácter secundario, **se distribuirá entre los destinatarios de este segmento, en particular las Consejerías y empresas públicas responsables de la ejecución de proyectos en el marco de los Programas Operativos, el Reglamento (CE) 1828/06 de la Comisión y cualquier otra norma europea o nacional** que desarrolle aspectos más concretos de la misma, así como las aclaraciones y orientaciones que sean necesarias para el correcto desarrollo de las obligaciones informativas y publicitarias.

Estas dos medidas serán coordinadas por la Dirección General de Fondos Europeos de la Ciudad Autónoma de Melilla.

Desde la Autoridad de gestión del FEDER también se ha incidido en la necesidad de potenciar este segmento y así se ha constituido un grupo en el que participa la responsable en materia de información y publicidad de la autoridad de gestión y los responsables en esta materia de todos los Organismos Gestores en los diferentes Programas Operativos de la Administración General del Estado, con el fin de tener una red que sirva para canalizar y homogeneizar todos los asuntos en materia de comunicación

PRESUPUESTO INDICATIVO DEL PLAN

Las medidas incluidas en el “Plan de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE de Melilla 2007-2013”, así como las tareas de seguimiento y evaluación del mismo, serán financiadas con cargo a los ejes de asistencia técnica de dichos programas: Eje 7 del PO FEDER y Eje 5 del PO FSE.

Se estima que el Plan tendrá un **presupuesto indicativo de 70.000 euros**, que procederán, de forma aproximada, en un 79% del eje de asistencia técnica del PO FEDER y en el 21% restante del presupuesto destinado a asistencia técnica del PO FSE.

El Presupuesto indicativo que se presenta se adecua totalmente a los objetivos y los medios propuestos en el Plan, así como a los resultados esperados de la puesta en práctica del mismo. Asimismo, a la hora de elaborar el presupuesto de las acciones de información y publicidad en este Plan de Comunicación, existe una coherencia global entre el presupuesto total del mismo y la dotación de asistencia técnica asociada a los Programas Operativos, puesto que ésta se ha previsto incluyendo el montante destinado a la comunicación junto a otras actuaciones ligadas con la evaluación e incluso con el propio seguimiento de los Programas Operativos y, en su caso, con gastos de las propias Administraciones y/o con otros gastos en otros ejes

ORGANISMOS RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS

Son responsables de la aplicación del Plan y del cumplimiento de la normativa comunitaria en materia de información y publicidad, cada uno en las intervenciones del ámbito de sus competencias:

- ❑ La **Autoridad de Gestión del FEDER**, representada por la Subdirección General de Administración del FEDER de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Economía y Hacienda
- ❑ La **Autoridad de Gestión del FSE**, representada por la Unidad Administradora del Fondo Social Europeo, de la DG de Economía Social, el Trabajo Autónomo y el FSE, del Ministerio de Trabajo e Inmigración
- ❑ El **Organismo Intermedio regional** del PO FEDER y del PO FSE, representado por la Dirección General de Fondos Europeos de la Ciudad de Melilla, adscrita a la Consejería de Presidencia y Participación Ciudadana.

Así como en aquellas medidas que les competen:

- ❑ Aquellos Organismos Intermedios designados por la Dirección General de Fondos Comunitarios que aparecen en el Programa Operativo del FEDER de Melilla.
- ❑ Aquellos Organismos Intermedios designados por la Ciudad Autónoma de Melilla que ejecuten alguna medida en alguno de los dos Programas Operativo y las empresas públicas que participen como organismos gestores en dichos Programas Operativos.
- ❑ Los beneficiarios.

Para coordinar las acciones en materia de información y publicidad impulsado por la autoridad de gestión se ha constituido un **Grupo Español de Responsables en materia de información y publicidad (GERIP)**, integrado por las personas responsables en esta materia representantes de las autoridades de gestión del FSE y del FEDER y de las **Comunidades Autónomas**. Este grupo incidirá no sólo en la organización y puesta en marcha de los distintos Planes de Comunicación, sino también en todas las actividades de seguimiento y evaluación de los mismos. La constitución de este grupo de responsables en materia de comunicación es el primer paso dado por las autoridades de gestión en la línea de especial sensibilización de las mismas en el establecimiento de redes comunitarias que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad.

Asimismo, la autoridad de gestión del FEDER ha constituido un grupo de responsables en materia de información y Publicidad con los responsables en esta materia de la autoridad de gestión del FEDER y los responsables de los distintos Organismos de la AGE, que servirá de cauce para informar y tomar decisiones en las materias relacionadas con la información y la publicidad, en el ámbito de sus competencias dentro de cada Programa Operativo

En esta línea de impulso de buenas prácticas, se hará un esfuerzo por intentar participar de las convocatorias anuales, que a través de la iniciativa Regio Star, permitan una mayor difusión de aquellos casos de buenas prácticas desarrolladas a través de los Programas Operativos para los que se presenta este Plan de Comunicación

PERSONAS DE CONTACTO RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

En lo que respecta a la coordinación de las acciones de este Plan de Comunicación la asumirán en estrecha colaboración con las responsables en materia de información y publicidad de las autoridades de gestión, D^a Laura Miñambres y D^a Ángeles Gayoso, el representante elegido por la Dirección General de Fondos Europeos -Órgano Intermedio de los PO's FEDER y FSE en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Melilla- para formar parte del grupo constituido al efecto con los representantes de las autoridades de gestión y de los organismos intermedios de las distintas administraciones regionales, D. Juan Carlos Reina Soler, por lo que esta será la persona de contacto en la materia, bajo la responsabilidad del Director General de Fondos Europeos de la Ciudad Autónoma.

D^a Laura Miñambres Pardiñas

Jefa de Servicio de Información y Publicidad
S. G. Unidad Administradora del Fondo Social Europeo
Secretaría General de Empleo
Ministerio de Trabajo e Inmigración
Tfno. 34 91 363 19 32
Email: lminambresp@mtin.es

D^a. Ángeles Gayoso Rico

Vocal Asesora.
Dirección General de Fondos Comunitarios
Ministerio de Economía y Hacienda
Pº Castellana, 162 - Plta. 18
Teléfono: 91.583.76.43/44
Fax: 91.583.56.96
Email : Agayoso@sgpg.meh.es

D. Juan Carlos Reina Soler

Técnico de Fondos Europeos
Proyecto Melilla, S.A. / Dirección General de Fondos Europeos
Ciudad Autónoma de Melilla

Paseo del Cargadero del Mineral, local nº34
Teléfono: 95.269.66.90
Fax: 95.269.66.91
Email: carlosreina@promesa.net / jreina02@melilla.es

SISTEMA DE SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El sistema de seguimiento de las medidas del Plan de Comunicación estará orientado a cumplir con lo establecido al respecto en el artículo 4 del Reglamento 1828/2006, por lo que su principal objetivo será garantizar que se dispone en todo momento de la información necesaria para atender los requerimientos de la normativa comunitaria.

En este sentido, el citado Reglamento estipula la obligatoriedad de aportar información periódica sobre la aplicación del Plan de Comunicación en las reuniones de los Comités de Seguimiento y en los informes anuales y final de ejecución de los Programas.

□ Comunicación de información a los Comités de Seguimiento.

Los Comités de Seguimiento de los Programas Operativos del FEDER y del FSE para Melilla en el período 2007-2013, recibirán información anual de la Autoridad de Gestión sobre:

- el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación
- las medidas del Plan llevadas a cabo
- los medios de comunicación utilizados
- el grado de ejecución física y financiera del Plan (indicadores de seguimiento)
- y el contenido de cualquier modificación importante del Plan.

□ Inclusión de información en los informes anuales y final de ejecución de los Programas Operativos.

Estos informes contendrán un capítulo dedicado a presentar los avances en la aplicación del Plan de Comunicación, ofreciendo información cualitativa y cuantitativa sobre:

- las medidas de información y publicidad llevadas a cabo en el marco del Plan de Comunicación
- los medios de comunicación utilizados

- las disposiciones relativas a la publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de beneficiarios, operaciones y fondos públicos asignados¹
- el grado de ejecución física y financiera de las medidas del Plan (indicadores de seguimiento)
- y el contenido de cualquier modificación importante del Plan de Comunicación.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL PLAN

Las evaluaciones del Plan de Comunicación tendrán por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos estratégicos del mismo, esto es, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

Está previsto realizar **dos ejercicios de evaluación** a lo largo del periodo, en los años 2010 y 2013, que permitan comprobar si la aplicación del Plan ha logrado aumentar la visibilidad de los Fondos Estructurales, de los Programas Operativos y del papel desempeñado por la Unión. Ambas evaluaciones se realizarán en el marco de las evaluaciones generales de los Programas, presentándose como anexos a las mismas, cuando se haya llevado a cabo una evaluación general en dichos años o como una evaluación específica siguiendo la **metodología de evaluación** que se establezca en la guía metodológica que la autoridad de gestión elaborará a estos efectos, junto con la relativa a la evaluación general y que será objeto de consenso en el marco del grupo de responsables de comunicación constituido al efecto.

Los resultados de estas evaluaciones se presentarán en los siguientes informes relativos a los Programas:

□ **Informes de Evaluación de los Programas Operativos.**

Los informes de evaluación de los Programas Operativos del FEDER y del FSE incluirán, como anexo, el último informe de evaluación del Plan de Comunicación.

□ **Informes de Ejecución Anual de los Programas Operativos (año 2010 y 2013)**

¹ La publicación, electrónica o por otros medios, de la lista de los beneficiarios, los nombres de las operaciones y la cantidad de fondos públicos asignada a las operaciones constituye un deber de la Autoridad de Gestión, recogido en el art.7.2.d) del Reglamento (CE) N° 1828/2006 y se plasmará en la publicación al menos en las páginas WEB de las autoridades de gestión. El presente Plan de Comunicación ha tenido en cuenta este imperativo de la normativa comunitaria, previendo la publicación de dicha lista como una de las medidas del mismo

Los informes de ejecución anual correspondientes a los años en que se evalúe el Plan de Comunicación (2010 y 2013) contendrán un capítulo que recoja los principales resultados de la evaluación del Plan de Comunicación, tal y como establece el artículo 4.2 del Reglamento (CE) nº 1828/2006.

ANEXO DE INDICADORES

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN DE MELILLA

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN		INDICADORES DE RESULTADOS	
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	<u>(Nº) EVENTOS REALIZADOS</u>	149	(Nº) ASISTENTES	8.155
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<u>(Nº) ACTOS DIFUSIÓN</u>	335		
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	<u>(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS</u>	73	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/EDITADAS	88
			(Nº) PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN	32
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS PÁGINAS WEB	<u>(Nº) PÁGINAS WEB</u>	3	(Nº) PROMEDIO ANUAL VISITAS	140.000
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERA	<u>(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS</u>	175		
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	<u>(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA</u>	38	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS	100
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.	<u>(Nº) REDES</u>	2	(Nº) REUNIONES	37
			(Nº) ASISTENTES	91

NOTA METODOLÓGICA SOBRE LOS INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

1. Actividades y actos públicos

Se recogen el número de actos de lanzamiento del/los Programas Operativos para los que se elabora el Plan de Comunicación, los actos informativos importantes anuales, actos en torno del Día de Europa y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del Plan o transmitir información acerca de la política comunitaria en España.

2. Difusión en medios de comunicación

En este epígrafe se recogen distintos tipos de acciones de difusión realizadas en los medios (spots en TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, “banner” en Internet, notas de prensa en teletipos...) utilizados de forma individual o formando parte de una campaña publicitaria con motivo de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas, o la política regional europea, entre la ciudadanía.

3. Publicaciones realizadas

Se recogen cualquier tipo de publicaciones editadas (en soporte papel o electrónico: libros, folletos, revistas, CD, DVD, videos...) dirigidos a la ciudadanía con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas. Así como aquellas relacionadas con la política regional europea.

4. Información a través de páginas web

Contabiliza las principales web utilizadas para la transmisión de información sobre el PO o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la política regional europea. En el caso de los Programas Regionales se contabilizan sólo las relativas a la/as autoridades de gestión y la/as de los Organismos Intermedios regionales responsables de la gestión de los Fondos en las distintas Administraciones regionales

5. Información a través de cualquier tipo de cartelera

Se recogen los distintos soportes (pósteres, carteles, placas, expositores, stands y/o vallas) utilizados con fines publicitarios, con la finalidad de dar a conocer el Programa Operativo o alguna de sus actuaciones concretas entre la ciudadanía.

6. Instrucciones emitidas hacia los participantes de los programas operativos

Se incluye toda la documentación distribuida desde las autoridades de gestión y/o los Organismos intermedios a los Organismos Gestores de los Programas Operativos y/o potenciales beneficiarios/ beneficiarios de los Fondos Europeos aplicados a través de los distintos Programas Operativos, (guías metodológicas, instrucciones, informes...).

Se trata de garantizar la transparencia de las actuaciones para conseguir la mayor excelencia en las actuaciones a cofinanciar a través de los fondos europeos y facilitar el cumplimiento de la normativa comunitaria

7. Redes de información y publicidad

Se recogen las redes de Comunicación establecidas para poner en marcha y llevar a la práctica la estrategia de comunicación plasmada en los distintos Planes de Comunicación

En la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de buenas prácticas y el intercambio de experiencias en materia de información y publicidad

En todo caso, hay que señalar que los indicadores propuestos se han diseñado respetando el criterio de proporcionalidad y la coherencia con el conjunto de las actuaciones recogidas en los distintos Programas Operativos.

Asimismo, se ha tratado de garantizar la transparencia en las actuaciones, para conseguir las mejores actuaciones posibles a cofinanciar a través de los fondos europeos y de concienciar a la ciudadanía del papel que la Unión Europea juega en el incremento de su calidad de vida, resaltando el papel que en ello pueden tener actuaciones concretas recogidas en los distintos Programas Operativos. Para ello se ha tenido muy en cuenta, en los casos que se ha visto necesario, aquellas actuaciones más novedosas y/o destacadas en el período de programación 2007-2013, como puedan ser las relacionadas con la I+D+i, las relativas al Jeremi, al nuevo Fondo para las Regiones Ultraperiféricas....

ANEXO I

