

Otra Buena Práctica también del Ayuntamiento de Vélez Málaga es **La Identificación de Ruedas de Prensa y Actos Públicos**

Durante el año 2012, el proyecto cofinanciado con fondos FEDER Iniciativa Urbana “De toda la Villa” ha desarrollado más de setenta convocatorias de prensa o actos públicos en los que se ha informado y se han materializado las diferentes acciones programadas y ejecutadas por el programa europeo, que persigue la promoción económica y social de los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta de Vélez-Málaga.

En todos estos actos, se ha identificado el proyecto Iniciativa Urbana mediante la colocación de un *rollup* o cartelón alusivo al programa, en el que se recogen las doce áreas que integran el mismo.



El contenido de estos eventos, tanto las convocatorias de prensa como los diferentes actos públicos (jornadas, exposiciones, concursos, talleres o cursos) se difunden en notas de prensa en las que se incluyen los logos del proyecto y una mención expresa a la cofinanciación del mismo con fondos europeos.

Esta identificación de las ruedas de prensa y los actos públicos se considera una buena práctica de comunicación por cumplir los requisitos establecidos:

Uso de recursos innovadores en la presentación, organización y/o desarrollo: El uso del *rollup* y de un documento tipo para las notas de prensa supone un recurso importante a la hora de identificar el proyecto y sus acciones y aumentar la publicidad sobre ellas entre los vecinos de la zona de actuación y las personas que visiten los barrios de la Villa, Arroyo de San Sebastián y la Molineta. Estos elementos resultan fácilmente visibles e identificables y ayudan a acercar al público potencial la idea de la cofinanciación con fondos FEDER.

Adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: Tanto en el caso del *rollup* como de las notas de prensa se ha buscado un diseño claro, que identifique claramente al proyecto que ejecuta las actividades, obras o programas que se están presentando o difundiendo a través de esos medios. En ellos se hace referencia a la cofinanciación a través del logotipo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Estos elementos incluyen también los logos del proyecto Iniciativa Urbana “De toda la Villa” y el del Ayuntamiento de Vélez-Málaga.



Incorporación de criterios de igualdad de oportunidades: Los mecanismos y los canales que se han buscado para realizar la comunicación de esta iniciativa garantizan que todos los ciudadanos han tenido la oportunidad de conocer estas ayudas ofertadas por el programa europeo y siempre se ha garantizado el uso de un lenguaje no sexista..

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos: Toda la comunicación identificativa de las ruedas de prensa y los actos públicos contribuye al objetivo general de difundir la importancia que tienen los fondos europeos en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: Las convocatorias de prensa realizadas por el proyecto Iniciativa Urbana son seguidas por los medios de comunicación locales, a los que también se envían las notas de prensa, lo que garantiza que los mensajes y las comunicaciones llegan de forma clara a los vecinos de los barrios de actuación.



Evidencia de un alto grado de calidad: La buena acogida que han tenido todas estas actuaciones tanto por el público como por los medios de comunicación evidencian la alta calidad de las mismas.

Uso de las nuevas tecnologías de la información: Las notas de prensa y comunicaciones del proyecto se incluyen también en la página web del programa, www.detodalavilla.es, y para su difusión, se emplean también las redes sociales, lo que universaliza aún más cualquier acción comunicativa del programa europeo.