

Como primera buena **Buena Práctica de Comunicación**, se presenta el **SPOT Publicitario** denominado **“Ceuta avanza con Europa**, llevada a cabo por la Ciudad Autónoma.

En dicho Spot Publicitario se pone de manifiesto los logros alcanzados con los Fondos Europeos en la Ciudad de Ceuta durante el período 2007-2013. El Spot está estructurado por Fondos (FEDER, FSE, Fondo de Cohesión) y por programas y/o iniciativas concretas, como es el caso del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores, o la Iniciativa Urbana.

Además, se ilustra cada intervención con proyectos concretos, donde se pone de manifiesto el diseño de una estrategia única e integradora con importantes sinergias entre Fondos, mejora del medio ambiente y puesta en valor del patrimonio natural y cultural, impulso de sectores estratégicos para el desarrollo económico de la ciudad, actuaciones concretas para la orientación e integración laboral, etc.

Asimismo, se han elaborado varias versiones en función del público objetivo y del canal de comunicación empleado. Así se ha realizado una versión de 23 minutos, una resumida de 7 minutos y otras específicas por Fondos o por proyectos.



**Se considera una buena práctica por:**

En la presentación del empleo de los Fondos Europeos en Ceuta, así como los logros alcanzados con las inversiones acometidas durante los años 2007-2013

se han utilizado *recursos innovadores en su presentación, organización y/o desarrollo* al elaborar un vídeo muy ilustrativo del empleo de los Fondos y sus consecuencias, haciendo varias versiones en función del lugar a presentar y del público objetivo al que va destinado.

Los objetivos que se persiguen con este Spot es el proporcionar información sobre el contenido de los Programas Operativos e Intervenciones comunitarias y su grado de avance, así como resaltar el hecho europeo como una seña de identidad que ayuda a incrementar la fortaleza de Ceuta y de sus habitantes, *adecuándose, por tanto, sus contenidos a los objetivos perseguidos* de dar a conocer el grado de apoyo proporcionado por la Unión Europea.

Además, la información y comunicación elaborada y puesta de manifiesto *incorpora criterios de Igualdad de Oportunidades* por los mensajes y medios de difusión elegidos, utilizando un lenguaje inclusivo y no sexista para poder llegar a todo el público y, en especial, a la población femenina y mediante la selección de medios de difusión que permiten el acceso a cualquier persona interesada, sin ningún tipo de distinción o discriminación.

El contenido del Spot hace referencia a los Fondos Europeos que ha percibido Ceuta durante el 2007-2013 y en qué se han invertido, así como el beneficio que ha aportado a la Ciudad y a sus habitantes, concienciación a la ciudadanía en general del importante papel que desarrolla la Unión Europea en la Ciudad Autónoma de Ceuta y transparencia de todas las acciones emprendidas, *adecuándose correctamente con el objetivo general de difusión de los fondos estructurales* y el importante papel de los mismos en el desarrollo socioeconómico, con un crecimiento sostenible de la ciudad y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

También, se ha logrado un *alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción*, la versión larga se ha proyectado en la Federación de Asociaciones de Vecinos de Ceuta, con una asistencia de unas 90 personas, además, se ha remitido a cada Asociación de Vecinos de la Ciudad una copia en DVD. Por otra parte, se ha emitido en las televisiones locales durante varios días.

Por lo que respecta a la versión corta, se ha estado emitiendo en las televisiones locales durante un mes cuatro veces al día, se estima que ha podido ser visto por unos 30.000 telespectadores. Esta versión también ha sido proyectada en FITUR durante los días que duró la Feria de Turismo y en reuniones temáticas.

Asimismo, no hay que obviar que fueron entrevistados beneficiarios de ayudas del FEDER y del FSE para la realización del Spot, incluyéndose sus opiniones en el mismo, haciendo partícipes a los ciudadanos en las tareas de comunicación del importante papel que tiene la Unión Europea en el desarrollo de la Ciudad Autónoma de Ceuta.

Igualmente es de destacar la *evidencia de un alto grado de calidad* en sus formatos, diseño, canales de comunicación empleados, involucrando a gestores y ciudadanía, en definitiva, haciendo responsables de la comunicación a la ciudad en su conjunto.

Por último, destacar el *uso de las nuevas tecnologías de la información*, puesto que además de utilizar canales de comunicación convencionales para un Spot Publicitario como puede ser la televisión, ha sido insertado en la página web de PROCESA (<http://www.procesa.es>), se ha subido a You Tube.

