

**FONDO EUROPEO AGRÍCOLA DE DESARROLLO RURAL :
EUROPA INVIERTE EN LAS ZONAS RURALES**



**PLAN DE COMUNICACIÓN DEL
PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL
FEADER DE EXTREMADURA 2007-
2013**



FEADER



**Junta de Extremadura
Consejería de Administración Pública y Hacienda**



ÍNDICE

ÍNDICE DE CONTENIDOS	II
1. PRESENTACIÓN	3
2. INTRODUCCIÓN	5
3. CONTENIDO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL FEADER 2007-2013 DE EXTREMADURA.....	7
3.1. Los objetivos estratégicos y los grupos destinatarios del Plan de Comunicación	7
3.2. Definición de la estrategia	9
3.3. Contenido de las Medidas de Información y Publicidad.....	11
3.3.1. <i>Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas al público en general</i>	<i>11</i>
3.3.2. <i>Contenido de las medidas información y publicidad de destinadas a los Beneficiarios Potenciales</i>	<i>13</i>
3.3.3. <i>Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los Beneficiarios.....</i>	<i>14</i>
3.3.4. <i>Actuaciones a desarrollar por parte de los Beneficiarios</i>	<i>16</i>
3.4. Medios y herramientas de comunicación.....	17
3.5. Presupuesto indicativo del Plan.....	19
3.6. Calendario indicativo de Actuaciones	20
3.6.1. <i>Actuaciones a desarrollar en la fase inicial de Lanzamiento y Puesta en marcha.</i>	<i>20</i>
3.6.2. <i>Actuaciones a ejecutar en la fase de desarrollo.....</i>	<i>21</i>
3.6.3. <i>Actuaciones a desarrollar en la fase de Cierre de la programación.....</i>	<i>22</i>
3.7. Organismos responsables en materia de información y publicidad.....	23
4. EL SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.....	24
5. EL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	25



1. PRESENTACIÓN

El Reglamento (CE) 1698/2005 del Consejo, de 20 de septiembre de 2005, contempla la política de desarrollo rural para el nuevo periodo 2007-2013 como complemento de la política agrícola común, la política de cohesión y la política pesquera común, y establece como medio de financiación de la misma el **FEADER**. No obstante, pese a dejar de ser instrumento de la política de cohesión, el desarrollo rural debe contribuir a los objetivos de cohesión económica y social, así como a las prioridades políticas recogidas en las conclusiones de los Consejos Europeos de Lisboa y Gotemburgo, relativas a la competitividad y el desarrollo sostenible.

Dicha política de desarrollo rural se articula a nivel regional en el Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2007-2013 sobre las bases de las Directrices Estratégicas Comunitarias y el Plan Estratégico Nacional, y se centra en tres ámbitos fundamentales:

- El aumento de la competitividad del sector agrícola y forestal
- El medio ambiente
- La economía y la población rurales en sentido amplio.

En aras de garantizar la transparencia de la ayuda, y con el fin de ofrecer información y publicidad sobre las actividades de desarrollo rural subvencionables por el FEADER, el artículo 76 del Reglamento (CE) 1698/2005 determina que el Estado miembro será el encargado de la información y publicidad del Programa de Desarrollo Rural y el artículo 58 de su Reglamento de aplicación (CE) 1974/2006 establece que incluirá un Plan de Comunicación.

Para dar cumplimiento a las obligaciones establecidas por la normativa comunitaria, se ha elaborado este Plan de Comunicación para el Programa de Desarrollo Rural. Dicho Plan pretende desarrollar las medidas de información y publicidad necesarias para dar una mayor notoriedad y transparencia a la actuación comunitaria, también para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la gestión del Programa.



Este Plan de Comunicación se elabora en respuesta a las exigencias de los Reglamentos (CE) N° 1698/2005 y N° 1974/2006 relativos a la ayuda al Desarrollo Rural a través del FEADER. Incluye la estrategia y las medidas de Información y Publicidad a desarrollar en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura 2007-2013, así como su organización e implementación operativa.



2. INTRODUCCIÓN

Los objetivos del Plan de Comunicación están orientados a acercar todo lo posible el Programa de Desarrollo Rural al conjunto de la ciudadanía de la Comunidad Autónoma, y garantizar la transparencia a los beneficiarios, de modo que mejore la visibilidad de la actuación de la Unión Europea haciéndoles llegar las posibilidades que ofrece la actuación conjunta de la UE, el Estado y la Junta de Extremadura.

Para conseguir estos objetivos los criterios a utilizar serán: claridad de la información, sencillez de la comunicación, y originalidad y atractivo de la publicidad a emplear.

El Reglamento de aplicación (CE) 1974/2006 determina la inclusión del Plan de Comunicación en el Programa de Desarrollo Rural e indica que dicho Plan debe tener en cuenta:

- los objetivos y grupos destinatarios,
- el contenido y la estrategia de las medidas de comunicación e información,
- el presupuesto indicativo,
- los departamentos administrativos u otros organismos responsables de la ejecución y
- los criterios que se emplearán para evaluar los efectos de las medidas informativas y publicitarias en términos de transparencia, conocimiento de los programas de desarrollo rural y papel desempeñado por la Comunidad.

La Autoridad de Gestión, será la encargada de la publicidad del Programa de Desarrollo Rural, según establece el artículo 76 del Reglamento (CE) 1698/2005, e informará:

- a los beneficiarios potenciales, las organizaciones profesionales, los agentes económicos y sociales, los organismos dedicados a la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y las organizaciones no gubernamentales interesadas, incluidas las de carácter medioambiental, de las posibilidades ofrecidas por el programa y las normas relativas al acceso a la financiación del programa
- informará a los beneficiarios de la ayuda comunitaria



- informará al público en general del papel desempeñado por la Comunidad en los programas y los resultados de éstos.

La información teniendo en cuenta los destinatarios de la misma y el objetivo a conseguir tiene dos enfoques: enfoque publicitario y enfoque informativo.

En el enfoque publicitario, la información irá dirigida al público general y orientada al objetivo de mejorar la visibilidad de la actuación europea, haciendo llegar la política europea a los ciudadanos como una herramienta que favorece sus intereses y su calidad de vida.

En el enfoque informativo, la información irá dirigida a los beneficiarios potenciales, y a los beneficiarios, con el objetivo de garantizar la transparencia, de modo que perciban las posibilidades que ofrece la programación y aumentar así el nivel de concurrencia, y con el fin de informar del modo más transparente y eficaz para facilitar el cumplimiento de las exigencias normativas.

La óptima elección de los medios y herramientas de comunicación a utilizar, es esencial para la eficacia comunicativa del Plan, por ello se ha considerado conveniente incluir una gran variedad de herramientas divididas en dos categorías,

- las relativas a la publicidad, mediante la colocación de vallas, placas publicaciones y carteles
- las relativas a información a través de acceso a páginas Web, elaboración de informes, manuales, guías etc.

Estos medios y herramientas de publicidad deben incorporar los elementos que determina el anexo VI del Reglamento (CE) 1974/2006, donde se indica las características técnicas de los mismos como son: la bandera europea, de acuerdo con unas normas gráficas preestablecidas, el lema: “Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales”, el logotipo del Leader en las actividades financiadas por este eje, etc.

En definitiva este Plan de Comunicación está orientado a la consecución de una ejecución transparente de las intervenciones, así como a desarrollar unos sistemas de información y publicidad que favorezcan los objetivos del FEADER, y así hacer posible una cooperación eficaz y la promoción de la acción comunitaria.



3. CONTENIDO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL FEADER 2007-2013 DE EXTREMADURA.

3.1. Los objetivos estratégicos y los grupos destinatarios del Plan de Comunicación

El presente Plan de Comunicación establece dos Objetivos Estratégicos que se identifican y relacionan con los grupos destinatarios tal y como se recoge en la tabla que se acompaña:

OBJETIVOS ESTRTEGICOS		GRUPOS DESTINATARIOS
OE1	Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión europea	<ul style="list-style-type: none"> • Público en general
OE2	Garantizar la transparencia a los beneficiarios, haciéndoles llegar las posibilidades que ofrece la actuación conjunta de la UE, Estado y Junta de Extremadura.	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios Potenciales • Órganos Gestores de Regímenes de Ayudas • Beneficiarios

El adecuado desarrollo de los PDR depende, en parte, de que toda la información relacionada con ellos se dirija, no solamente a los beneficiarios y beneficiarios potenciales de las correspondientes intervenciones, sino también a la población en general afectada por las actuaciones desarrolladas.

Pueden identificarse tres grupos bien diferenciados, cada uno de los cuales con sus propias características e intereses y, por consiguiente, con diferentes necesidades de información y conocimiento.

El éxito de la estrategia de comunicación diseñada reside, en gran medida, en el mantenimiento de un adecuado flujo de información con todos estos grupos o niveles de destinatarios, sobre los objetivos estratégicos y las acciones que lo integran, su desarrollo y los resultados obtenidos.

El Reglamento 1794/2006 establece la diferenciación entre beneficiario, beneficiario potencial y público en general en su articulado relativo a Planes de comunicación. No obstante, podemos considerar los siguientes grupos específicos de destinatarios del Plan de Comunicación:



- **Beneficiarios.** Tal y como establece el artículo 2., del Reglamento 1698/2005, se entiende por beneficiario: “un agente económico, organismo o empresa, público o privado, responsable de la ejecución de las operaciones o destinatario de la ayuda”. En el ámbito de los regímenes de ayuda a que se refiere el artículo 87 del Tratado, se entenderá por beneficiario toda empresa pública o privada que lleve a cabo un proyecto particular y reciba ayuda pública”. Se consideran tres subgrupos en función del procedimiento utilizado para la aplicación de los recursos financieros de la programación:
- Beneficiarios que tengan la consideración de Órganos gestores en el ámbito de la Administración General de la Comunidad Autónoma y sus Organismos Autónomos.
 - Los Órganos Gestores de los regímenes de ayuda a que se refiere el artículo 87 del Tratado. Son operadores que, en el ámbito de la gestión de los regímenes de ayuda, sin ser propiamente beneficiarios en tanto que no son los perceptores de las ayudas, ejercen un papel destacado en la promoción, valoración, aprobación, concesión de pago y control de las mismas.
 - Beneficiarios públicos o privados que no tengan la consideración de Órganos gestores de la Administración General o de sus Organismos Autónomos.
- **Beneficiarios potenciales.** No se establece una definición reglamentaria de Beneficiario Potencial de manera explícita si bien el término, como ya se ha indicado, aparece recogido en el Reglamento 1794/2006. El significado del mismo se desprende del propio contexto en el que es empleado. Este grupo de destinatarios incluye a todos aquellos que pueden estar interesados en el acceso a la financiación de la programación bajo cualquiera de sus modalidades. Entre ellos, se considera conveniente distinguir a los que, por su estructura y función, presentan mayor capacidad de difusión de la información tales como los que se ubican en el ámbito administrativo, asociativo y representativo con mayor capacidad de interlocución económica y social.
- **Público en general.** La sociedad en su conjunto.



3.2. Definición de la estrategia

La amplitud y variedad de las acciones incluidas en la programación hace imprescindible la articulación de una estrategia sólida de comunicación que afirme y asegure la visibilidad de la Política desarrollo rural de la U.E.

La estrategia del Plan de Comunicación del Programa de Desarrollo Rural de Extremadura para el período 2007-2013 toma en consideración una serie de referentes fundamentales que se configuran como los elementos sobre los cuales deben sostenerse los “objetivos de comunicación”, que se sintetizan en:

- Contribuir a una ejecución transparente de las intervenciones.
- Configurar unos sistemas de información y publicidad que favorezcan los objetivos del FEADER.

Se pretende, en definitiva, que el Plan se convierta en un instrumento esencial que coordine la estrategia de información y comunicación a seguir, con el fin de acercar todo lo posible el PDR al conjunto de la ciudadanía de la Comunidad Autónoma. Desde esta perspectiva, el Plan de Comunicación toma, como vectores clave para la definición de unos objetivos orientados a mejorar la eficacia y la eficiencia en la utilización de los fondos, los siguientes criterios, enfoques y principios:

a) Principios directores.

- **Claridad de la información**, es decir, del “mensaje” o “contenido” que se transmite, que debe ser de una gran concreción y definición.
- **Sencillez de la Comunicación**, que consiste en el logro de una clara identificación de los distintos elementos que configuran las diversas actuaciones cofinanciadas. Esta identificación contribuye a adecuar la comunicación con los ciudadanos.
- **Originalidad y atractivo de la publicidad a emplear**, para captar la atención de la sociedad en su conjunto.



Estos criterios favorecen la obtención del máximo rendimiento de todos los soportes comunicacionales de que se dispone, ayudando a la construcción de una imagen activa y positiva de la PAC para el conjunto de los ciudadanos.

b) Los enfoques en función de los objetivos.

- El objetivo 1 (Mejorar la visibilidad de la actuación de la Unión Europea), se dirige al público en general. En consecuencia, las medidas y herramientas que se proponen tienen un enfoque esencialmente publicitario.

- El objetivo 2 (Garantizar la transparencia a los beneficiarios, haciéndoles llegar las posibilidades que ofrece la actuación conjunta de la UE, el Estado y la Junta de Extremadura en el PDR), se dirige a los beneficiarios, Órganos Gestores de los regímenes de ayuda y beneficiarios potenciales, presentan un doble enfoque: por un lado el de publicitar las posibilidades que ofrece la programación potenciando con ello el nivel de concurrencia y de participación de modo que la elevada competencia entre proyectos permita incrementar en todo lo posible el nivel de exigencia y con ello, la eficiencia en el uso de los fondos; y por otro, el de informar del modo más transparente y eficaz posible de cara a garantizar y facilitar el cumplimiento de las exigencias normativas y de los criterios establecidos para el desarrollo de los Programas.

b.1) El enfoque publicitario.

Tal y como expresa el propio enunciado del objetivo 1, se trata de garantizar la visibilidad de la Unión Europea, de su Política y del esfuerzo financiero llevado a cabo en este ámbito. Se trata de mostrar la programación como un producto de dicha Política y como una herramienta que favorece los intereses de los ciudadanos y su calidad de vida.

En tanto en cuanto el destinatario es el público en general, surge la necesidad de sintetizar y simplificar el mensaje. *La normalización de los diversos elementos visuales* constituye una de las claves de la estrategia de comunicación. El tratamiento normalizado y sistemático de los elementos



visuales, y en particular el emblema de la UE, juega un papel determinante en el proceso de comunicación.

b.2) El enfoque informativo.

Manteniendo los mismos elementos visuales del enfoque publicitario así como el criterio de claridad y facilidad de comprensión del mensaje, este enfoque profundiza en los contenidos. El fácil acceso a la documentación en todos los niveles del desarrollo de la programación, así como la ayuda para su correcta comprensión, son las claves del proceso de comunicación en este nivel.

En el caso de los Beneficiarios que tengan la consideración de Órganos gestores en el ámbito de la Administración General de la Comunidad Autónoma y sus Organismos Autónomos y de los Órganos Gestores de regímenes de ayuda, es preciso asegurar un rigor y una precisión que recomiendan la utilización preferente de herramientas de carácter esencialmente técnico tales como Guías, Manuales, etc. En el caso de los propios beneficiarios de los regímenes de ayuda, se requieren elementos más accesibles y atractivos que capten la atención de los interesados incidiendo en las ideas esenciales: promoción de la participación y del emprendedurismo, posibilidades de financiación, prioridades, exigencias, etc.

3.3. Contenido de las Medidas de Información y Publicidad.

Atendiendo a los objetivos, criterios y enfoques descritos, las medidas de comunicación adoptadas finalmente han sido las que se describen a continuación.

3.3.1. Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas al público en general

⇒ Acto de publicidad del lanzamiento del Programa

- Acto de presentación formal del Programa de Desarrollo Rural.

⇒ Izamiento de la bandera de la UE una semana a partir del día 9 de mayo, día de Europa

- Frente a las dependencias de las Autoridades de Gestión, durante una semana y a partir del 9 de Mayo de cada año, en la conmemoración del día de Europa, se procederá al acto de izamiento de la bandera de la UE.



⇒ **Publicación y distribución del Programa y de sus actualizaciones**

- Publicación del Programa de Desarrollo Rural en la página Web de la Autoridad de gestión, la Dirección General de Financiación Autonómica y Fondos Europeos (DGFAFE) de la Junta de Extremadura.
- Disposición del Programa Operativo en soporte electrónico en la sede de la DGFAFE de la Junta de Extremadura.

⇒ **Facilitar el acceso general a la información derivada de la gestión, seguimiento, evaluación y control de la programación**

- Creación y mantenimiento del Sitio Internet de la Autoridad de Gestión.
- Difusión de la celebración de los Comités Anuales de Seguimiento en la página Web de la Autoridad de gestión.
- Publicación en la página Web de la Autoridad de gestión los documentos de ejecución y evaluación, según establezca el Comité de seguimiento, anualmente.
- Creación y mantenimiento de enlaces desde el sitio Internet de la Autoridad de Gestión con los sitios de ámbito regional, nacional o europeo que faciliten información sobre política y desarrollo rural

⇒ **Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo, así como del cierre del Programa**

- Publicación en la página Web de la Autoridad de gestión las principales realizaciones financiadas durante la programación, así como del cierre del Programa.

⇒ **Identificación y visualización de la actuación comunitaria**

- Los materiales, herramientas e instrumentos de comunicación y difusión utilizados, incorporarán los elementos recogidos en el punto 3, del anexo VI, del Reglamento 1974/2006.

⇒ **Publicación de la lista de beneficiarios, denominación de las operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general**

- Publicar anualmente, a partir de la anualidad 2008, en la página Web de la Autoridad de Gestión, la lista de beneficiarios de ayudas, de las denominaciones de las operaciones y las importes de las ayudas públicas asignadas a tales operaciones.



3.3.2. Contenido de las medidas información y publicidad de destinadas a los Beneficiarios Potenciales

⇒ Publicación y distribución del Programa de Desarrollo Rural aprobado

- Publicación del Programa en la página Web de la DGFAFE de la Junta de Extremadura.
- Disposición del Programa en soporte electrónico en la sede de la DGFAFE de la Junta de Extremadura para todos aquellos solicitantes interesados.

⇒ Difundir y divulgar información sobre descripción de procedimientos, exigencias, requisitos y condiciones que han de cumplirse para acceder a la financiación de operaciones elegibles

- Creación y mantenimiento del Sitio Internet de la Autoridad de Gestión.
- Publicaciones en las páginas Web del de los Órganos Gestores de Regímenes de Ayuda.
- En las convocatorias de ayudas.
- Creación y mantenimiento de enlaces desde el sitio Internet de la Autoridad de Gestión con los sitios de ámbito local, regional, nacional o europeo que faciliten información sobre el FEADER.

⇒ Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas

- Mediante publicación en las páginas Web de los Órganos Gestores de Regímenes de Ayuda.
- En aquellas convocatorias de ayudas de ámbito Autonómico que por las características de los proyectos, por el importe de los recursos movilizados o por el número de beneficiarios al que vayan dirigidas así lo justifique, también se podrán publicar en los medios de comunicación social: notas de prensa, cuñas publicitarias en radio y/o espacios publicitarios en televisión.

⇒ Publicación de la lista de beneficiarios, denominación de las operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general



- En las convocatorias de Ayuda que se tenga previsto cofinanciar con el FEADER debe constar que si es aceptada la propuesta realizada por el Beneficiario Potencial éste va a figurar en la lista pública prevista en el punto 2.1, del anexo VI, del Reglamento (CE) 1974/2006. Se incluirá el párrafo siguiente (u otro de similar contenido): “Si finalmente es aceptada su propuesta va a aparecer en la lista pública prevista en el punto 2.1 , del anexo VI, del Reglamento (CE) 1974/2006 ”.
- Publicar anualmente, a partir de la anualidad 2008, en la página Web de la Autoridad de Gestión, la lista de beneficiarios de ayudas, de las denominaciones de las operaciones y las importes de las ayudas públicas asignadas a tales operaciones.

3.3.3. Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los Beneficiarios

⇒ Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de las operaciones financiadas con cargo a la programación, así como de las obligaciones y compromisos adquiridos

- Publicaciones en las páginas Web de la DGFAFE y de los Órganos Gestores de Regímenes de Ayuda y Órganos de Contratación.
- En las Resoluciones de Ayuda y operaciones de contratación.

⇒ Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación.

- En las notificaciones de las resoluciones de ayudas y en las operaciones de contratación se incluirá información sobre la medida y eje correspondiente del Programa de Desarrollo Rural, así como del porcentaje de ayuda que se financia con cargo al FEADER.

⇒ Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas

- En las notificaciones de las resoluciones aprobatorias de concesión de ayudas y en operaciones de contratación.



- Publicaciones en las páginas Web de los Órganos Gestores.
- ➔ **Comunicar las obligaciones que adquieren los Beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas**
- En las notificaciones de las resoluciones de ayuda deberá incluirse que la resolución supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el apartado 2.1, del anexo VI, del reglamento 1974/2006. Así mismo, también deberá informarse de las garantías y derechos que asisten al beneficiario en relación con la publicación de la información anterior. Se incluirá el párrafo siguiente (u otro de similar contenido): “ Esta resolución supone su aceptación a ser incluido en la lista pública que se recoge en el apartado 2.1, del anexo VI, del reglamento 1974/2006”.



3.3.4. Actuaciones a desarrollar por parte de los Beneficiarios

Los Beneficiarios desempeñan un papel fundamental para el logro de los objetivos del Plan, al ser las entidades más próximas a la ejecución material de los proyectos.

En concreto, su papel adquiere una gran trascendencia, ya que pueden proporcionar la prueba de que el FEADER, no solamente existe, sino que tiene resultados.

Los beneficiarios deben de cumplir todas las exigencias que se derivan de la aplicación del apartado 2.2, del anexo VI, del reglamento 1794/2006. En concreto están obligados a:

- ◆ La inclusión del emblema europeo y la referencia a la UE en todos los objetos promocionales.

- ◆ La inclusión de la declaración de la contribución de los Fondos en la documentación de referencia de los proyecto cofinanciados.

- ◆ Cuando una operación dé lugar a una inversión cuyo coste total supere los 50.000 euros, el beneficiario colocará una placa explicativa.

- ◆ Se instalará una valla publicitaria en las infraestructuras cuyo coste total supere los 500.000 euros.

- ◆ También se colocará una placa explicativa en las instalaciones de los grupos de acción local financiados por el eje 4.

- ◆ En las vallas publicitarias y placas figurará una descripción del proyecto o de la operación, así como la bandera europea y una explicación del papel desempeñado por la Comunidad a través del siguiente lema: «Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales». En el caso de las actividades y medidas financiadas por el eje Leader, también se utilizará el logotipo de Leader. Esta información ocupará como mínimo el 25 % de la valla publicitaria o placa.

Los beneficiarios colaborarán, en todo caso, con la Autoridad de Gestión y con los Órganos Gestores, proporcionando la información necesaria, sometiéndose a su verificación previa a la certificación de gastos y comunicando cualquier



incidencia relativa a la difusión, divulgación o publicidad de las actuaciones que desarrollen para aprovechar las sinergias de las actuaciones de publicidad.

Al igual, facilitarán los trabajos de seguimiento y evaluación, aportando la información que se les solicite y aclarando cuantas cuestiones pudieran suscitarse con relación a las actividades de información y publicidad que hayan puesto en práctica.

3.4. Medios y herramientas de comunicación.

La estrategia de comunicación se ha determinado en función de los objetivos que se pretenden alcanzar. A su vez, las medidas de difusión y publicidad diseñadas, de forma coherente con dicha estrategia, disponen el contenido de la información a transmitir. Para ello, la selección de los instrumentos de comunicación óptimos es esencial, pues de ellos depende en gran medida la eficacia comunicativa del Plan.

En este sentido, se ha considerado la conveniencia de incluir una amplia variedad de herramientas de cara a emplear la que mejor se ajusta en función de la naturaleza del mensaje que se quiere transmitir o de las características de los destinatarios a los que se pretende llegar. En concreto, esta diversidad de herramientas, que contempla el Plan, puede clasificarse en dos grandes categorías:

- Las relativas a la **publicidad y promoción de proyectos**, mediante la colocación de vallas, placas, publicaciones (tales como folletos, prospectos, boletines, etc.) y carteles, entre otros.
- Las correspondientes a la **información y comunicación**, a través del acceso a páginas Web, la elaboración de informes anuales, manuales, guías, etc.

Esta tipología de herramientas de comunicación permite desplegar extensos canales de información y publicidad. De hecho, con ellas se garantiza la visibilidad de los Fondos a gran escala, tanto de las intervenciones en particular, como de la UE en general:

- De la intervención, porque los instrumentos que van a servir de soporte llaman la atención sobre la realización y la finalidad de los proyectos.
- De la UE, porque destacan la contribución comunitaria y la idea de acción conjunta.

Ello se debe a que los instrumentos que sostienen la ejecución de las Medidas que integran el Plan de Comunicación se han diseñado teniendo en cuenta los objetivos que se pretenden y los destinatarios a los que van dirigidas. Así, las vías de comunicación que el presente Plan abre resultan de una adecuada amplitud, gracias a que combinan diversos instrumentos, cada uno de ellos adecuado, tanto al mensaje que procura transmitir, como al colectivo de destinatarios al que se dirige.

Todas las medidas de Información y Publicidad dirigidas a los Beneficiarios Potenciales, Beneficiarios y al Público en General a través de las herramientas de comunicación tienen incluirán los elementos recogidos en el apartado 3., del anexo VI, del Reglamento 1974/2006.

Esquema 1. Los instrumentos de información del Plan de Información y Publicidad del PDR FEADER 2007-2013 de Extremadura





3.5. Presupuesto indicativo del Plan

El presupuesto indicativo del presente Plan de Información y Publicidad procede del Eje de Asistencia Técnica del Programa y de los propios fondos destinados a las actuaciones a desarrollar por los Beneficiarios y los Órganos gestores de regímenes de ayuda del Programa.

En concreto, se estima que el gasto correspondiente a las acciones del Plan financiadas con cargo a la Asistencia Técnica del PDR alcance, los 100.000 euros para todo el periodo 2007-2013.

No obstante, como ya se ha indicado, es necesario considerar que los Beneficiarios y los Órganos gestores de regímenes de ayuda del PDR dedicarán una parte proporcional de las ayudas concedidas a este tipo de actividades, al margen del coste aproximado señalado de las actuaciones con cargo a la Asistencia Técnica.



3.6. Calendario indicativo de Actuaciones

El calendario de ejecución de las acciones contenidas en el Plan contempla las principales etapas de desarrollo de las actividades cofinanciadas, desde la fase de programación hasta la finalización de los proyectos:

- **Etapas de Inicial de Lanzamiento y de puesta en marcha:** Comprende los dos primeros años (2007-2008) de la programación y su objetivo es la difusión del contenido, prioridades, exigencias y oportunidades del Programa Operativo.
- **Etapas de Desarrollo:** Comprende los años intermedios de la programación (2009-2013) y su objetivo es la difusión de la ejecución, seguimiento y reajuste de la intervención.
- **Etapas de cierre de la programación:** Comprende los dos últimos años (2013-2015) de la programación y su objetivo es la difusión del impacto final de los Fondos y de los logros conseguidos gracias a las inversiones realizadas a través de la programación.

3.6.1. Actuaciones a desarrollar en la fase inicial de Lanzamiento y Puesta en marcha.

- Actos de publicidad de lanzamiento del Programa
- Publicación y distribución del Programa y de sus actualizaciones
- Facilitar el acceso general a la documentación de la programación, tanto de su diseño como de su seguimiento y evaluación
- Identificación y visualización de la actuación comunitaria
- Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y condiciones que han de cumplirse para acceder a la financiación de operaciones elegibles.
- Publicaciones oficiales destinadas los beneficiarios potenciales
- Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas
- Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de operaciones financiadas con cargo a la



programación así como de las obligaciones y compromisos adquiridos

- Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación
- Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciables

3.6.2. Actuaciones a ejecutar en la fase de desarrollo.

- Facilitar el acceso general a la documentación de la programación, tanto de su diseño como de su seguimiento y evaluación
- Publicación de la lista de beneficiarios, denominación de las operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general
- Difusión y divulgación de la información derivada de la gestión, seguimiento, evaluación y control de la programación
- Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo
- Identificación y visualización de la actuación comunitaria
- Colocación de vallas durante la ejecución en los enclaves de determinadas operaciones de infraestructura
- Colocación de placas explicativas permanentemente, visibles y de gran tamaño tras la conclusión de determinadas operaciones
- Difundir y divulgar las exigencias, requisitos y criterios de selección de operaciones financiadas con cargo a la programación
- Publicaciones oficiales destinadas los beneficiarios potenciales
- Facilitar el acceso de los beneficiarios potenciales a las convocatorias de ayudas
- Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación
- Difundir las obligaciones en relación con la identificación visual sobre el terreno de determinadas operaciones cofinanciadas



- Comunicar las obligaciones que adquieran los Beneficiarios en relación con las operaciones cofinanciadas

3.6.3. Actuaciones a desarrollar en la fase de Cierre de la programación.

- Facilitar el acceso general a la documentación de la programación, tanto de su diseño como de su seguimiento y evaluación
- Publicación de la lista de beneficiarios, la denominación de las operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general
- Difusión y divulgación de la información derivada de la gestión, seguimiento, evaluación y control de la programación
- Dar a conocer y difundir las operaciones más relevantes llevadas a cabo, así como del cierre del programa
- Colocación de placas explicativas permanentemente, visibles y de gran tamaño tras la conclusión de determinadas operaciones
- Identificar el origen comunitario de los recursos procedentes de la programación.

3.7. Organismos responsables en materia de información y publicidad

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 PDR, representada por la Dirección General de Financiación Autonómica y Fondos Europeos de la Consejería de Administración Pública y Hacienda de la Junta de Extremadura.
- Los Órganos gestores de regímenes de ayuda
- Los beneficiarios.

Datos del representante de la autoridad de Gestión:

D. Manuel García-Monge de Castro

Jefe de Servicio de Fondos Comunitarios

DG de Financiación Autonómica y Fondos Europeos

Tfno. 924.00.54.39

Email: manuel.garciamonge@juntaextremadura.net



4. EL SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

El artículo 77 del Reglamento (CE) 1698/2005 establece la obligatoriedad de crear un Comité de seguimiento para cada Programa de desarrollo rural, al que se le asigna la responsabilidad de comprobar la eficacia de la aplicación del mismo. En lo que respecta a las medidas de Información y Publicidad, el artículo 59 del Reglamento (CE) 1974/2006 determina que el Presidente del Comité expondrá los avances que registren dichas medidas y presentará a los miembros del Comité ejemplos de las mismas.

Además la Autoridad de Gestión, según establece el artículo 82 del Reglamento (CE) 1698/2005, debe enviar cada año un Informe intermedio anual a la Comisión sobre la aplicación del programa. Este Informe en lo referente a Información y Publicidad debe incluir

- las disposiciones adoptadas para dar publicidad al programa y
- descripciones sucintas de las medidas de carácter informativo y publicitario adoptadas para informar del Programa de desarrollo rural.

El Comité de Seguimiento examinará y aprobará dicho Informe intermedio anual, así como el último informe intermedio antes de enviarlos a la Comisión.



5. EL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

En cuanto a la evaluación, el Reglamento (CE) 1698/2008 dispone que el Programa de Desarrollo Rural se someterá a evaluaciones a priori, a medio plazo y a posteriori.

Las realizadas a medio plazo y a posteriori, se enmarcarán dentro de un sistema de evaluación continua y se llevarán a cabo en 2010 y 2015 respectivamente, adoptando la forma de informe de evaluación intermedia e informe de evaluación a posteriori.

Estas evaluaciones serán llevadas a cabo por evaluadores independientes.

Las evaluaciones tienen como objetivo mejorar la calidad y aumentar la eficiencia y la eficacia de aplicación de los programas y, en consecuencia, de los planes de comunicación en ellos incluidos. El avance, la eficiencia y la eficacia se medirán por medio de indicadores relativos a la situación inicial, los resultados y las repercusiones de los programas.

5.1 Indicadores de Información y Publicidad.

Tipos de actividades	Indicadores de Realización	Previsto 2010	Previsto 2013	Indicadores de Resultado	Previsto 2010	Previsto 2013
1. Actividades	(nº) Eventos celebrados	12	25	(nº) Asistentes	450	870
2. Publicaciones	(nº) Publicaciones realizadas	22	39	(%) Ejemplares distribuidos/Ejemplares producidos	70%	85%
3. Información a través de Páginas web	(nº) Páginas Web	12	16	(nº) Visitas	170.800	344.000
4. Información a través de vallas y placas	(nº) Vallas y placas colocadas	3.843	8.561			

NOTA METODOLÓGICA SOBRE LOS INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

1. Actividades

Se recogen los actos informativos importantes anuales, actos en torno del Día de Europa, seminarios, jornadas y cualquier otro evento contemplado para desarrollar las medidas del Plan o transmitir información acerca de la política comunitaria en España, dirigidos al público en general.

2. Publicaciones

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 PDR o alguna de sus actuaciones concretas, así como aquellas relacionadas con la política regional europea.

3. Información a través de páginas web

Contabiliza las principales web utilizadas para la transmisión de información sobre el PDR o algunas actuaciones en concreto, así como la relacionada con la política regional europea.

4. Información a través de Vallas y Placas

Se recogen los distintos tipos de vallas y placas, colocadas por operación.