

Instrucciones en materia de información y comunicación
Programa de Extensión de la banda ancha de Nueva Generación (PEBA NGA)

**Programa Operativo Plurirregional de España (POPE)
FEDER 2014-2020**



Una manera de hacer Europa

ABRIL 2020



Contenido

1. Introducción	3
2. Aspectos relevantes relacionados con las medidas de información y publicidad	3
2.1. Medidas de publicidad según la normativa europea	4
2.2. Medidas de publicidad adicionales según la Estrategia de Comunicación.	5
2.3. Características técnicas para la exhibición del emblema de la Unión Europea, referencia al FEDER y el lema	7
3. Buenas prácticas.....	7
4. Datos de Contacto	8
ANEXO: Ejemplos	9



1. Introducción

Las ayudas concedidas en el Programa de Extensión de la Banda Ancha de Nueva Generación (PEBA NGA) son cofinanciadas con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), concretamente a través del Programa Operativo Plurirregional de España (POPE). Esta circunstancia implica una serie de obligaciones adicionales a las ya establecidas en la normativa nacional de aplicación en materia de subvenciones, entre las que se encuentra la información y la comunicación.

Entre la normativa de referencia se encuentra el [Reglamento \(UE\) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo](#)¹ así como en el [Reglamento de ejecución nº 821/2014 de la Comisión](#)². En ellos, se establece cuál es la mejor manera para dar a conocer el papel que desempeña la Unión Europea y su intervención a través de los Fondos Estructurales de la Política Regional.

A nivel nacional, se ha aprobado la [Estrategia de Comunicación del POPE](#), que establece las principales medidas de información y comunicación que deben llevar a cabo los diferentes autores que participan en la gestión del FEDER, y se ha elaborado un [Breve Manual Recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de Comunicación 2014-2020](#).

Es necesario poder garantizar una buena difusión e información acerca de las obligaciones y responsabilidades de los beneficiarios de estas ayudas, pero también es imprescindible que la ciudadanía esté bien informada de cuál es el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida, para aumentar así el conocimiento y la afección con Europa. Para ello se presentan estas instrucciones, que no tienen el afán de ser exhaustivas, sino que tratan de recoger, de una manera clara, aquellos aspectos más relevantes de las acciones de comunicación relacionadas con la ejecución de los proyectos del PEBA-NGA. En el Anexo, presentamos ejemplos de cómo llevar a cabo las acciones propuestas.

2. Aspectos relevantes relacionados con las medidas de información y publicidad

Se señalan en primer lugar las características de las medidas de información y publicidad que se exigen en los proyectos del PEBA-NGA, así como los elementos que deberían de aparecer en las acciones de comunicación que adicionalmente puedan llevar a cabo los beneficiarios que así lo deseen. Posteriormente, se presentan unas instrucciones sobre las características técnicas del emblema de la Unión Europea y la referencia al Fondo.

¹ En el Capítulo II del Título III, de la Tercera Parte sobre “Disposiciones generales aplicables al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), al Fondo Social Europeo (FSE) y al Fondo de Cohesión” y en su Anexo XII.

² En concreto en el Capítulo II y en su Anexo II, en el que se recogen las características técnicas de las medidas de información y comunicación y del emblema de la Unión Europea



2.1. Medidas de publicidad según la normativa europea

A) Página web

Durante la realización de un proyecto, el beneficiario debe informar al público del apoyo recibido del FEDER en su sitio de internet. Las características serán las siguientes:

- El emblema (logo) de la Unión Europea deberá figurar en color, con una proporción y tamaño adecuados a la propia web.
- La referencia al FEDER deberá figurar de forma visible en el mismo sitio web.
- El lema del FEDER debe ser **“Una manera de hacer Europa”**.
- La referencia al Fondo y el lema, **deben colocarse separados de los logotipos de la Unión Europea y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital**.
- Tanto el emblema como la referencia a la Unión serán visibles al llegar a dicho sitio web, en la superficie de visión de un dispositivo digital, sin que el usuario tenga que desplegar toda la página.
- Se debe de realizar una breve descripción del proyecto con sus objetivos y resultados.

Si existen logos institucionales más allá del de la propia Unión Europea, la referencia al Fondo y el lema, **deben colocarse separados de los mismos**, los propios y el de la Unión Europea.

Ver Ejemplos 1 y 2 del Anexo.

B) Placas fijas y carteles temporales o permanentes para proyectos con ayudas superiores a 500.000 euros.

En estos proyectos, el beneficiario colocará un cartel temporal durante la ejecución de toda la operación y una placa fija o cartel permanente, en un plazo de tres meses a partir de la finalización del proyecto.

El cartel o placa debe ser visible para el público y de tamaño significativo, y debe hacer constar, de manera obligatoria:

- El **nombre de la operación** y el principal **objetivo** de ésta:

Nombre del Proyecto y número de expediente, por ejemplo: “Proyecto de Extensión de cobertura de Banda Ancha de alta velocidad del Programa PEBA-NGA, TSI.... “

Objetivo Temático del Programa Operativo. En este caso, sería: OT 2. “Mejorar el uso y la calidad de las tecnologías de la información y de las comunicaciones y el acceso a las mismas”

- El logotipo del **Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital**.
- El **emblema de la Unión Europea**, es decir, la bandera europea.



- La **referencia a la Unión Europea**, con las palabras “UNIÓN EUROPEA”.
- La **referencia al FEDER**.
- El **lema del Fondo “Una manera de hacer Europa”**.

Esta información obligatoria referida a la participación de la Unión Europea debe ocupar, como mínimo, el 25% de la superficie del cartel.

Los emblemas (logos) de la Unión Europea y del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital se colocarán con preferencia en las esquinas de la parte alta o baja del cartel o placa y en las esquinas. Las características técnicas para la exhibición del emblema de la UE, se han recogido en el apartado 2.3. y en el anexo se puede ver un ejemplo de cartel.

Ver Ejemplo 3 del Anexo.

C) Carteles para proyectos con ayudas iguales o inferiores a 500.000 euros.

Durante la realización del proyecto el beneficiario debe de realizar un cartel con información sobre el proyecto que debe de ser de un tamaño mínimo A3 y ser colocado en un lugar bien visible para el público, por ejemplo, a la entrada de un edificio. Debe contener los elementos expuestos en el punto anterior.

Ver Ejemplo 3 del Anexo.

2.2. Medidas de publicidad adicionales según la Estrategia de Comunicación.

A) Material de difusión, merchandising, serigrafiado de equipos y artículos promocionales de pequeño tamaño

La edición de publicaciones relacionadas con los proyectos del PEBA NGA deben llevar una indicación visible de la participación del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, de la Unión Europea y del FEDER, incorporando el emblema (logo) y el lema “**Una manera de hacer Europa**” procurando que el espacio destinado a ello sea suficientemente visible.

Ver Ejemplo 4 del Anexo.

B) Información electrónica o audiovisual

El material audiovisual que se realice sobre los proyectos del PEBA NGA, debe reservar un espacio destinado para destacar la participación del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, de la Unión Europea y del FEDER, siguiendo las instrucciones de esta Guía.

Toda esta información deberá aparecer en la carátula del disco DVD/CD/vídeo, en su interior, así como en el propio anuncio o película.



C) Actividades informativas y formativas

En la organización de actividades informativas (conferencias, seminarios, exposiciones, jornadas, etc.) se debería colocar la bandera de la Unión Europea en la sala donde tuvieran lugar las reuniones o eventos programados.

Asimismo, tanto en el cartel/trasera de dicha actividad informativa, si lo hubiese, como en el programa y demás material informativo, se debe hacer constar de forma clara la participación del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y de la Unión Europea.

Los folletos, artículos de información y promoción y otras publicaciones divulgativas, que se distribuyan en dichas jornadas o actividades, deben contener los requisitos de publicidad mencionados en el apartado del material de difusión.

D) Anuncios, notas de prensa y acciones de difusión en medios de comunicación

Los anuncios y notas de prensa deberán incluir el logotipo del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, el emblema de la Unión Europea, la referencia al FEDER y el lema correspondiente, **“Una manera de hacer Europa”**, además de sus elementos habituales (título, imagen, cuerpo de texto, etc.).

Las acciones de difusión en cualquier medio de comunicación (cuñas de radio, TV, noticias en Internet, banner...) tanto los de forma individual como los que formen parte de una campaña, deben recoger claramente la participación del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, de la Unión Europea y del FEDER, siguiendo estas instrucciones.

En redes sociales, se deberá incluir el hashtag **#FEDER**, para el Fondo Regional de Desarrollo Europeo. En caso de no poder incluir el hashtag, deberá integrarse el emblema de la Unión Europea y la referencia al Fondo en la imagen que acompañe al post o en su defecto etiquetar la imagen.

Ver Ejemplo 5 del Anexo.

E) Etiquetado de equipos y material inventariable

Los equipos y demás material inventariable deberán etiquetarse con el logotipo del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, el emblema de la Unión Europea, la referencia al FEDER y el lema correspondiente, **“Una manera de hacer Europa”**, además de sus elementos habituales.



2.3. Características técnicas para la exhibición del emblema de la Unión Europea, referencia al FEDER y el lema

A) Emblema (Logo)

El emblema de la Unión Europea deberá figurar en color en los sitios web. En todos los demás medios de comunicación, el color se utilizará siempre que sea posible.

El emblema de la Unión será siempre claramente visible y ocupará un lugar destacado. Su posición y tamaño serán los adecuados a la escala del material o documento utilizados. El nombre «**UNIÓN EUROPEA**» siempre aparecerá sin abreviar y **debajo del emblema**. No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos. En relación con el emblema de la Unión, el texto se compondrá de manera que no interfiera en modo alguno con dicho emblema. El cuerpo del tipo utilizado deberá ser proporcional al tamaño del emblema. El color del tipo será azul réflex, negro o blanco, en función del contexto.

Con relación a otros logotipos, el emblema de la Unión Europea tendrá como mínimo el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los demás logotipos.

Ver Ejemplo 1 y 2 del Anexo.

B) Referencia al FEDER

Se recomienda incluir el nombre entero del **Fondo Europeo de Desarrollo Regional** y las siglas (**FEDER**). No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos.

C) Lema

El lema elegido en el caso del FEDER es **“Una manera de hacer Europa”**. Este lema, al igual que la referencia al FEDER, excepto en el caso de pequeños artículos promocionales, **deberá ir separado del emblema de la Unión Europea (logo)** y al tratarse del eslogan de referencia, deberá presentarse de forma destacada, utilizando para ella, el tipo de letra, color, que haga posible que ello sea así.

Ver Ejemplo 2 del Anexo.

3. Buenas prácticas

Los beneficiarios deben colaborar con el Organismo que gestiona las ayudas en la identificación de casos de buenas prácticas de las actuaciones cofinanciadas. Los proyectos seleccionados formarán parte del listado de buenas prácticas de la Dirección General de Fondos Europeos, y serán objeto de difusión por parte de las autoridades nacionales y comunitarias.

El órgano gestor recopilará las buenas prácticas al menos una vez al año, y enviará las seleccionadas a la autoridad de gestión para su evaluación.



Para que un proyecto pueda ser considerado una buena práctica es necesario haber difundido convenientemente el proyecto entre el público mediante la realización, al menos, de actuaciones de comunicación, además de las que obligatorias por (difusión en la página web y la colocación de carteles/placas en las infraestructuras) y disponer de evidencias gráficas o documentales de dichas medidas.

Otros criterios para considerar un proyecto como buena práctica son la incorporación de elementos innovadores; la adecuación de los resultados a los objetivos establecidos; la contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución; el alto grado de cobertura de la población a la que va dirigida; y la consideración de los criterios de igualdad de oportunidades y no discriminación, responsabilidad social, sostenibilidad ambiental o sinergias con otras políticas públicas.

Por otra parte, como todas las medidas de comunicación y publicidad se reflejan en unos indicadores de seguimiento, se solicitará también a todos los beneficiarios información sobre las actuaciones de comunicación que hayan realizado en las que se anuncie de forma manifiesta la cofinanciación del FEDER, al menos una vez al año, siendo obligatorio conservar un registro gráfico y documental de las medidas de información y publicidad que hayan llevado a cabo.

4. Datos de Contacto

En caso de dudas acerca de las instrucciones en materia de comunicación, pueden contactar a través de la siguiente dirección de correo electrónico:

peba_nga_comunicacion@economia.gob.es



ANEXO: Ejemplos

1. Ejemplo del emblema de la Unión Europea para página web:



UNIÓN EUROPEA

2. Ejemplo del emblema de la Unión Europea con el logo del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, la mención al FEDER y el lema:



Proyecto de Extensión de la Banda Ancha de Nueva Generación (PEBA-NGA) en el municipio de xxx (TSI-061...-201x-00xx)

Cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

“Una manera de hacer Europa”

3. Ejemplo de cartel/placa (25% de su contenido):

Nombre del proyecto

Referencia (nº TSI)

Este proyecto ha sido cofinanciado por el **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)** con el objetivo de mejorar el uso y la calidad de las tecnologías de la información y de las comunicaciones y el acceso a las mismas



“Una manera de hacer Europa”



4. Ejemplo de Material de difusión, merchandising, serigrafiado de equipos y artículos promocionales de pequeño tamaño (y sólo para este tipo de artículos)



Sólo para este tipo de artículos servirá algo similar al ejemplo que se propone a continuación:



5. Ejemplo de tuit:

Los hogares y empresas de los municipios de xxxx cuentan ya con servicios de fibra óptica, gracias al Operador....dentro del Plan de Extensión de Banda Ancha de Nueva Generación puesto en marcha por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, en su convocatoria de 2019. Cuenta además con el apoyo financiero de la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (#FEDER).

«Una manera de hacer Europa»



6. Ejemplos de mala utilización. Se presentan imágenes de ejemplos incorrectos de exhibición del emblema de la UE y la mención al Fondo, con y sin lema:



Imagen a) con el emblema de la Unión Europea con la mención al Fondo y el lema a la derecha



Imagen b) con el emblema de la Unión Europea con la mención al Fondo a la derecha (sólo válido para artículos de pequeño tamaño) y sin lema



MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TELECOMUNICACIONES
E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES
DIRECCIÓN GENERAL
DE TELECOMUNICACIONES
Y ORDENACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



UNIÓN EUROPEA



Imagen c) con el emblema de la Unión Europea con la mención al Fondo y el lema, debajo del logo



Imagen d), con el emblema de la Unión Europea incorrecto y la mención al Fondo a la derecha, en color azul claro y sin lema