

Guía orientativa para el cumplimiento de las obligaciones de información y comunicación

Enero 2023

Plan de Apoyo a la Implementación de la Normativa de Residuos.
Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).
Fondos de la Unión Europea «NextGenerationEU».

A) Generalidades

Publicidad y difusión de las ayudas del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia

La comunicación y la visibilidad son una parte importante de todos los programas impulsados y financiados por la UE, que busca crear un sentimiento de pertenencia entre la población europea y que los ciudadanos conozcan el papel de la Unión y los pasos que da para mejorar su calidad de vida, la sostenibilidad económica y medioambiental y el futuro.

Todas las acciones de comunicación referida al Mecanismo de Recuperación y Resiliencia y, concretamente, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en adelante PRTR), son de obligado cumplimiento, recogidas en los diferentes instrumentos jurídicos de carácter europeo y nacional, razón por la cual todas las Entidades Beneficiarias de los fondos del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR) deben asumir la responsabilidad de publicitar, comunicar y difundir los proyectos cofinanciados con cargo al mismo, en aras de garantizar la transparencia en la gestión de los fondos y visibilizar el papel determinante de la Unión Europea en el proceso de reactivación y transformación de la economía tras la pandemia de la Covid-19.

Se hace latente la necesidad de elaborar este manual que sirva de referencia para el conjunto de todas las Entidades beneficiarias, para ayudar al personal encargado de la gestión del Plan, a garantizar el cumplimiento de las obligaciones de comunicación por parte de todos los actores implicados, y garantizar la correcta gestión y visibilidad de todos los proyectos y acciones vinculadas a los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Es importante señalar que el presente Manual de ayuda tiene carácter orientativo y se elabora con el único objeto de facilitar a los interesados una recopilación de la principal normativa en la materia vigente en el momento actual, sin carácter exhaustivo, y sin perjuicio de cuantas nuevas normas sean dictadas por las Administraciones competentes.



B) Normativa Aplicable

Los distintos actos jurídicos de los programas de financiación de la UE contienen normas de comunicación y visibilidad de la UE. La obligación de acusar recibo de la financiación de la UE y mejorar la visibilidad de la UE está establecida desde hace tiempo en el Reglamento Financiero. Sin embargo, por primera vez, en un enfoque coherente y horizontal en el nuevo presupuesto a largo plazo 2021-2027 el Marco Financiero Plurianual y NextGenerationEU, cada programa de financiación contiene una cláusula corporativa estándar sobre comunicación y visibilidad y disposiciones de comunicación y visibilidad en la base jurídica y en los acuerdos de financiación aplicables.

A continuación, se presentan las referencias pertinentes y extractos de los textos legales que afectan, de manera concreta, al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Las obligaciones de comunicación se encuentran recogidas en:

a) Artículo 34 del Reglamento (UE) 2021/241 de 12 de febrero por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia:

1. La Comisión podrá emprender actividades de comunicación para garantizar la visibilidad de la financiación de la Unión para la ayuda financiera prevista en el correspondiente plan de recuperación y resiliencia, por ejemplo, mediante actividades de comunicación conjuntas con las autoridades nacionales de que se trate. La Comisión podrá garantizar, en su caso, que la ayuda prestada en el marco del Mecanismo se comunique y conste en una declaración de financiación.

2. Los perceptores de fondos de la Unión harán mención del origen de esta financiación y velarán por darle visibilidad, incluido, cuando proceda, mediante el emblema de la Unión y una declaración de financiación adecuada que indique «Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU», en particular cuando promuevan las acciones y sus resultados, facilitando información coherente, efectiva y proporcionada dirigida a múltiples destinatarios, incluidos los medios de comunicación y el público.

3. La Comisión llevará a cabo acciones de información y comunicación en relación con el Mecanismo, con las acciones tomadas en virtud del Mecanismo y con los resultados obtenidos. Cuando proceda, la Comisión informará a las oficinas de representación del Parlamento Europeo de sus acciones y hará que participen en ellas. Los recursos financieros asignados al Mecanismo también contribuirán a la comunicación institucional de las prioridades políticas de la Unión, en la medida en que estén relacionadas con los objetivos mencionados en el artículo 4.”

Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 34 del Reglamento del Mecanismo, la información, la comunicación y la publicidad de los Estados miembros también se registrará por:

b) Acuerdo de Financiación entre España y la Comisión Europea. Artículo 10. Publicación de información, visibilidad de la financiación de la Unión y derecho de uso .

https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2021-12/ES_RRF_Financing_Agreement.pdf

c) Real Decreto-ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia . CAPÍTULO III. Instrumentos de gestión pública. Artículo 23.

<https://www.boe.es/boe/dias/2020/12/31/pdfs/BOE-A-2020-17340.pdf>





d) Artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

<https://www.boe.es/boe/dias/2021/09/30/pdfs/BOE-A-2021-15860.pdf>

Por ello, será de estricto cumplimiento las acciones de información y comunicación adoptadas por la Comisión en este Reglamento (UE) 2021/241 a través de sus normas y manuales de desarrollo. De este modo, las entidades beneficiarias de las ayudas harán mención del origen de esta financiación y velarán por darle visibilidad, incluyendo el emblema de la Unión y una declaración de financiación adecuada que indique «Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU», en particular dicha publicidad, se incluirá en todos los materiales y acciones financiadas, cuando promuevan las acciones y sus resultados, facilitando información coherente, efectiva y proporcionada dirigida a múltiples destinatarios, incluidos los medios de comunicación y el público.

Asimismo, las entidades beneficiarias deberán cumplir con las indicaciones acerca del diseño gráfico que se indica en los apartados de información y publicidad, según lo dispuesto en :

e) Decreto 218/2020 de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y la Administración de la Junta de Andalucía.

<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2021/502/1>.

En este Decreto se aprueba el nuevo Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y la Administración de la Junta de Andalucía, conforme a lo dispuesto en el artículo 4 del Decreto 96/2017, de 27 de junio, por el que se regula la coordinación de la estrategia de imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía. Dicho artículo define el Manual como aquel que recoge las normas y características de reproducción que deberán tenerse en cuenta para la adecuada identificación de los órganos y entidades incluidas en su ámbito de aplicación, ya sea en comunicación, publicaciones, papelería o señalización, con la finalidad de que los elementos básicos de identidad corporativa se realicen de una forma eficaz y homogénea en su utilización por el Gobierno, la Administración de la Junta de Andalucía y la Administración Institucional.

El Anexo I de este Decreto corresponde al Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, al que se puede acceder a través del siguiente enlace:

<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>

C) Elementos Obligatorios de Comunicación. Emblemas / Logos / Marca

1. Emblema de la Unión Europea

Los beneficiarios de fondos de la Unión harán mención del origen de esta financiación y velarán por darle visibilidad, mediante el uso del emblema de la Unión y de una declaración de financiación que indique “Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”.





El emblema de dichos Fondos de conformidad con el siguiente:



Descargar la Guía para el uso del emblema europeo en el contexto de los programas de la UE 20210-02027:
<https://cdn.mitma.gob.es/portal-web-drupal/prtr/documentos/Uso-emblema-UE.pdf>

2. El emblema del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España

Es obligatorio incorporar el logo oficial del Plan de Recuperación del Reino de España en las iniciativas de comunicación y divulgación de las actuaciones y proyectos financiados con cargo al MRR. Este debe ser del mismo tamaño que el emblema de la Unión Europea y debe ir separado del mismo. Si se quiere añadir el emblema de la organización, municipio o CCAA beneficiaria de las ayudas, éste también debe ubicarse en la esquina contraria a la de la UE, tener una tipografía y colores distintos y ser más pequeño o, como mucho, del mismo tamaño que el emblema europeo. El objetivo es evitar que se interprete que la organización tiene alguna vinculación con la UE.



Para directrices concretas y diferentes opciones de color, consultar:

Manual de Marca del PRTR:

https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2021-12/Manual_marca_logos_Plan_de_Recuperacion.pdf

Para mantener cierta homogeneidad visual, se recomienda que los emblemas vayan agrupados en la parte superior o inferior de los documentos relacionados con la ejecución de los proyectos o subproyectos, incluyendo los siguientes logos:

1. Gobierno de España + Ministerio de para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
2. Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
3. Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU.





4. Otras administraciones/entidades: comunidad autónoma, ayuntamiento, etc.

3. Logotipo del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico



Para la descarga del logotipo:

[https://soportesgffee.zendesk.com/hc/es/articles/5221643005073-Logotipos-de-los-diferentes-departamentos-ministeriales.](https://soportesgffee.zendesk.com/hc/es/articles/5221643005073-Logotipos-de-los-diferentes-departamentos-ministeriales)

4. Marca Genérica / Símbolo de la Junta de Andalucía

Su reproducción se limita al ámbito de la Junta de Andalucía y se realizará siempre en las proporciones conforme al Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. Tanto la versión más actualizada del manual como los documentos y archivos necesarios para su aplicación están disponibles en el espacio digital dedicado a nuestra identidad corporativa: <https://www.juntadeandalucia.es/identidad>



Cuando las proporciones o el tamaño de reproducción así lo aconsejen, se optará por la versión horizontal para potenciar la legibilidad de la marca.





Para mayor información se adjuntan enlaces del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía:

<https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/JdA-Manual-IC-NormasUsoMarcaGenerica.pdf>

https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-09/Manual-IC-JdA_23-9-22.pdf

5. Convivencia de emblemas / marcas genéricas / logotipos

Según lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>), la convivencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía con otras marcas debe basarse en tres criterios que guían a su vez toda la identidad corporativa:

- Representatividad: La marca se representará en su versión positiva a todo color siempre que sea posible, y en todo caso respetando la composición y áreas de respeto descritas en la construcción de la marca.
- Visibilidad: Se elegirá siempre la opción más visible para cada aplicación, utilizando el máximo espacio disponible.
- Adaptabilidad: Existen diversas versiones de color y disposición para que la marca pueda adaptarse al entorno en el que se ubica. Se elegirá la opción más visible y cercana a la versión principal que admitan los tamaños y sistemas de reproducción en cada caso.

La marca se ubicará en el lugar preferente y en su versión principal siempre que sea posible, manteniendo como mínimo el área de respeto marcada en la construcción de la marca. Podrán utilizarse las versiones de color previstas siempre que el entorno de reproducción así lo aconseje.

Si se incluye el logotipo del beneficiario, la distribución de los logotipos será como se muestra a continuación. Ante cualquier duda acerca de esta distribución, se debe contactar con el órgano gestor y/o con el gabinete de Comunicación Institucional de la Junta de Andalucía :



6. Recomendaciones para aplicar las obligaciones de comunicación

El acuerdo de financiación del MRR estipula que los Estados miembros deberán, en su caso, exponer correctamente y de forma destacada en todas las actividades de comunicación, a nivel de proyecto y de Estado miembro, el emblema de la UE con una declaración de financiación adecuada que diga (traducida a las lenguas locales cuando proceda) "Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU". Los Estados miembros garantizarán también que los receptores finales de la financiación de la UE en el marco del MRR reconozcan el origen y garanticen la visibilidad de la financiación de la UE. Cuando se muestre en asociación con otro logotipo el emblema de la UE deberá figurar como mínimo de forma tan destacada y visible como los demás logotipos.





El emblema debe ser distinto y separado y no puede modificarse añadiendo otras marcas visuales, marcas o texto. Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual o logotipo para destacar el apoyo de la UE. Todas las medidas incluidas en los planes de recuperación y resiliencia deben reconocer el origen y garantizar la visibilidad de la financiación de la Unión. No existe un umbral mínimo, pero las medidas de comunicación y visibilidad deben ser proporcionales a la operación.

A continuación, se facilitan algunos ejemplos de aplicación de las obligaciones de comunicación según tipo de actividad u objeto de la subvención o contrato.

A) Carteles

Los carteles, vallas o lonas para publicitar las actuaciones o proyectos que han recibido financiación de los fondos europeos de recuperación, se recomienda utilizarlos principalmente en operaciones que consistan en la compra de un objeto físico, la financiación de una infraestructura o trabajos de construcción o rehabilitación.

Las Orientaciones para los Estados miembros publicadas en noviembre de 2021 establecen que, en el marco del MRR, cuando los beneficiarios sean personas físicas y la ejecución se realice en edificios y fincas privadas, se sugiere utilizar carteles más pequeños (A4 o A5) que muestren el emblema de la UE y la declaración en la que se reconoce el origen de la financiación de la UE, siempre y cuando se cumplan, en particular, las disposiciones antes mencionadas del acuerdo de financiación (por ejemplo, sobre el tamaño del emblema de la UE en relación con otros logotipos, etc.).

Con respecto a otras medidas, la Comisión Europea considera que no habría objeción general al uso de carteles de un tamaño razonable y proporcionado. Como siempre, animan a utilizar las sinergias entre otras financiaciones de la UE y el MRR, en la medida de lo posible, sobre todo porque los requisitos de comunicación y visibilidad son similares. En este sentido, para las operaciones que impliquen infraestructura física o compra de equipamiento recomiendan considerar el uso de vallas y placas que proporcionen un elemento duradero para comunicar el apoyo de la UE para asegurar la proporcionalidad de los esfuerzos de comunicación, en línea con lo previsto en el REGLAMENTO (UE) 2021/1060.

En el caso que nos ocupa, la normativa del MRR no especifica un tamaño de cartelería ni un contenido mínimo, más allá de lo mencionado anteriormente, pero la Comisión aclaró que se considerarían válidas las especificaciones técnicas recogidas en el Anexo IX de la REGULATION (EU) 2021/1060 OF THE EUROPEAN.

PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32021R1060&from=EN#d1e37-479-1>

1) Carteles de obras

Criterios generales:

Durante la ejecución de un proyecto financiado que consista en obras de infraestructuras o de construcción donde la contribución pública sea superior a 500.000 euros es obligatorio la colocación de un cartel de obra durante la realización de las mismas, con estas características:

- Se compondrán sobre paneles con una proporción de 5x4 módulos. Pudiendo ser de diferentes tamaños dependiendo de la distancia de visualizado. Por ejemplo: a pie de calle, en zona peatonal serán más





pequeños, mientras que en carretera serán algo mayores y en el caso del interior de parcelas podrán ir a mayor tamaño, ya que serán leídas desde mucho más lejos.

- Los paneles irán elevados a 1,5 m como mínimo, pudiendo ser más elevados dependiendo del posicionamiento de las vallas, para ser siempre lo más legibles posibles.

- Sujeciones: La cantidad de patas, material y anclajes irán según recomendación de producción en cada caso.

- Se seguirán las indicaciones de diseños, modelos, materiales, convivencia de logos y demás instrucciones señaladas tanto en el apartado 6.4 del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>), así como el resto de directrices que se exponen en el presente Manual.

Descripción:

a) El beneficiario/a colocará, durante la ejecución de la actuación, un cartel en el enclave de las operaciones. En el caso de operaciones que cuenten con una ayuda pública total superior a 500.000 euros, y consistan en la financiación de obras de infraestructura o en trabajos de construcción, se deberá colocar un cartel temporal de 3 m² en un lugar bien visible para el público, con información sobre el proyecto, en el que se deberán de incorporar, al menos, los siguientes elementos:

- El nombre del proyecto / Título de la Actuación.

- El objetivo principal de dicho proyecto.

- La ayuda financiera aportada por la Unión.

- El emblema de la Unión, junto con una referencia a la Unión: «Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU».

- El emblema del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia.

- La Marca Genérica de la Junta de Andalucía.

b) Deberán permanecer instalados, según lo indicado, desde el inicio de las inversiones o recepción de la resolución individual de concesión y hasta la finalización del período de mantenimiento de la actividad y de la inversión.

c) Estos elementos ocuparán al menos el 25% del cartel.

d) Una vez concluida la operación/inversión se procederá:

- i. Si la actuación subvencionada consiste en la compra de un objeto físico, en obras de infraestructura o en trabajos de construcción y la subvención concedida es superior a 500.000 €, la entidad beneficiaria colocará, en un lugar bien visible para el público, un cartel o placa explicativa permanente de 3 m² en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de la inversión subvencionada.

- e) Se recomienda que los materiales del cartel de obra sean lamas de aluminio sobre estructura de acero. Siempre que el cartel se sitúe en carreteras, la lámina de aplicación gráfica deberá ser reflectante.

- f) El logotipo de la Unión Europea, la marca de la Junta de Andalucía deben tener las mismas dimensiones, alineados en horizontal o vertical.





g) Para el resto de actuaciones, la entidad beneficiaria colocará al menos un cartel con información sobre la misma, acorde a lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>), en el Manual de Imagen de la Marca PRTR (Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia), y demás Instrumentos de información y publicidad señalados en este documento, en el que se mencionará además la ayuda financiera de la Unión a través de los fondos de la Unión Europea – NextGenerationEU, en un lugar bien visible para el público.

2) Carteles temporales

a) Durante el periodo de ejecución de toda la operación, el beneficiario deberá colocar un cartel temporal de tamaño significativo en el mismo enclave de las actuaciones y en un lugar bien visible para el público.

b) Los carteles que se coloquen en las obras deberán tener un tamaño de 3 m².

3) Carteles permanentes o placas

a) La entidad beneficiaria deberá colocar un panel informativo sobre la operación (tamaño mínimo A3) donde se destaque la ayuda financiera recibida de la Unión, en un lugar visible para el público, como por ejemplo, la entrada del edificio. La marca genérica, fondo, textos, tipografía, lema y logotipos irán conforme se especifica en los respectivos manuales indicados en el presente documento.

i. Las placas han de ser de un material duradero (por su relación calidad precio, se recomienda, por ejemplo, metacrilato) y ser fabricadas conforme a las características que se indican en los manuales correspondientes, con una medida mínima A3 o 42 cm x 29,7 cm, y máxima de 64 cm x 36 cm.

ii. Todos los costes de diseño, elaboración y colocación de la placa explicativa serán soportadas por la entidad o persona beneficiaria.

b) La placa explicativa deberá estar situada en lugar visible, preferiblemente en fachada o entrada del local.

c) Los carteles o placas indicarán el nombre y el objetivo principal de la actuación o título del proyecto: Se trata de un texto libre, que resuma brevemente el contenido del proyecto objeto de la subvención.

d) Una vez finalizada la obra se colocará un cartel permanente de 3 m² (formato placa o similar) donde se tendrá que reflejar la procedencia de la financiación y el emblema de la UE + texto “Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”.

La placa explicativa deberá estar colocada a la finalización del proyecto y antes que la justificación del mismo esté presentada, para así poder realizar la correspondiente visita por parte del órgano competente y levantar el Acta de finalización de Inversión del Proyecto, paso previo a la certificación de gastos y pago del expediente.

e) Los emblemas institucionales se colocarán con preferencia en la parte alta o baja del cartel, si solo hay dos, en las esquinas. El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del cartel. En este caso se recomienda aplicar las indicaciones visuales que se incluyen en el documento de Identidad Visual de aplicación del PRTR de la Secretaría de Estado de Comunicación:

<https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual>.





f) En cuanto al periodo de tiempo, debe estar instalada en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de la operación y, por un periodo de, al menos, 4 años.

4) Contenido mínimo de los carteles.

- Nombre del beneficiario (persona jurídica).
- Nombre del proyecto/operación.
- Objetivo principal de la operación*.
- Plazo (optativo).
- Presupuesto (optativo).
- Ubicación (optativo).
- Mención a la ayuda financiera europea.
- Emblema de la Unión Europea, referencia a la UE y al origen del fondo, en este caso NextGenerationEU.
- Emblema del ministerio gestor y del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- Marca Genérica de la Junta de Andalucía.
- Logo o emblema del beneficiario (municipios, consorcios, mancomunidades) siempre y cuando sea del mismo o menor tamaño que los otros tres emblemas y los colores se diferencien claramente (optativo).

* El objetivo de la operación dependerá del eje y de la componente del PRTR a la que se asocie la actuación subvencionada. El Plan que gestiona la Dirección General de Sostenibilidad Ambiental y Cambio Climático, corresponden a la inversión Plan de apoyo a la implementación de la normativa de residuos y al fomento de la economía circular (C12.I3).

B) Publicaciones impresas y electrónicas

Cualquier tipo de publicación que se edite (libros, estudios, informes, folletos, trípticos, entre otros) sobre las actuaciones financiadas por el Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, deberá reservar un espacio en la portada para destacar la participación de la Unión Europea, que contendrá, también, la información señalada en el apartado de “Elementos Obligatorios de Comunicación” y las indicaciones señaladas en el apartado 3 del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>).

Asimismo, cualquier material en papel que se distribuya deberá incluir tanto la marca como el resto de los emblemas y logotipos referidos anteriormente en el encabezado o, en pie de página, siendo obligatoria dicha inclusión sólo en las cubiertas.

Siguiendo las indicaciones señaladas en el apartado 3 del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>), las publicaciones, ya sean digitales o en papel, son una de las principales vías de comunicación y expresión de la identidad de la Junta de Andalucía. Su uso en infinidad de medios, canales y formatos aconseja regulación de estas aplicaciones a partir de criterios flexibles y aplicables, que al mismo tiempo mantengan la coherencia de la identidad a partir de los elementos que la definen.





Por normativa general, en casos de publicaciones editadas en colaboración con otras entidades, en las que no es preceptivo el uso del faldón corporativo, se opta por la aplicación de la marca en su versión principal siempre que sea posible. Debe usarse en la ubicación prevista para las publicaciones periódicas y respetando las normas descritas para la convivencia de la marca genérica con marcas de otras entidades. Estas se describen en el capítulo 1, Elementos Corporativos, de dicho Manual, (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>), y regulan tanto la proporción de las marcas como su zona de seguridad.

Para publicaciones con convivencia de la marca genérica de la Junta de Andalucía con el resto de emblemas y logos, es de obligatorio cumplimiento seguir las instrucciones señaladas en el apartado 3.6 del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, (<https://www.juntadeandalucia.es/identidad>).

Así mismo, Las entidades beneficiarias, deben seguir las indicaciones de la Guía de Publicidad y difusión de las ayudas del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, ([beneficiarios-publicidad-prtr_v3.pdf](https://mitma.gob.es/beneficiarios-publicidad-prtr_v3.pdf) mitma.gob.es).

C) Campañas de Comunicación

- Las campañas audiovisuales relacionadas con el PRTR deberán mostrar, al menos, los logos del “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia” y “Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU”.

- En el locutado, se deberá incluir el siguiente mensaje: “Campaña financiada por la Unión Europea Next Generation – Plan de Recuperación- Ministerio competente- Gobierno de España” o una opción más corta eliminando de la locución el nombre del ministerio correspondiente.

- Las cuñas radiofónicas deberán contener el mensaje de la administración que gestiona la campaña acompañado de la siguiente frase “Campaña financiada por la Unión Europea - Next Generation - Plan de Recuperación- Ministerio competente- Gobierno de España”.

Ejemplo: Campaña financiada por la Unión Europea - Next Generation. Plan de Recuperación + Ministerio para la Transición ecológica y el Reto Demográfico (opcional) + Gobierno de España.

- Se debe hacer mención a la Junta de Andalucía. Para las cuñas de radio, se normaliza el uso de un cierre con una voz en off que simplemente articule “Junta de Andalucía” a modo de cierre de cualquier tipo de anuncio.

En la opción corta, se puede eliminar el nombre del ministerio.

D) Seminarios y Actividades

- En el programa, material de cartelería que se genere sobre el acto en cuestión (enaras o sistema *roll up*, pósteres, etc.) y presentaciones que se proyecten, aparecerá el emblema del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, de la Unión Europea, la referencia a: «Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU», y la marca genérica de la Junta de Andalucía.

- Se procurará también colocar la bandera de la Unión Europea en la sala donde tengan lugar las jornadas, para dejar constancia de la participación comunitaria, junto con España y la Comunidad Autónoma que las alberga.





- En los seminarios o actividades públicas financiadas con los fondos del PRTR se ha de incluir el emblema más la declaración de financiación.
- Se recomienda el uso de photocalls, roll ups o elementos que sirvan para identificar la fuente de la financiación y la actividad asociada durante la celebración del evento.
- El material audiovisual que se realice deberá incluir los logos al principio, en la parte de financiación y cofinanciación.
- Las actividades de comunicación de los beneficiarios relacionadas con la acción (incluidas las relaciones con los medios de comunicación, las conferencias, los seminarios, el material informativo, como folletos, prospectos, carteles, imanes, cubos domésticos, presentaciones, etc., en formato electrónico, a través de los medios de comunicación tradicionales o sociales, etc.) y las actividades de difusión deberán reconocer el apoyo de la UE y mostrar la bandera europea (emblema) y la declaración de financiación.

E) Páginas Web

El emblema europeo, junto con la declaración de financiación, así como el logo del Plan de Recuperación, debe exhibirse en un lugar destacado en todos los productos digitales, sitios web y sus versiones móviles destinados al público o a participantes.

F) Medios de Comunicación

- Nota de prensa, atención a medios, ruedas de prensa, entrevistas: los documentos deberán contener en su cuerpo de desarrollo una referencia expresa a: “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia” y “Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”.
- Redes sociales: es recomendable que todos los mensajes que se publiquen en las redes sociales relacionados con proyectos de PRTR incluyan la etiqueta #PlandeRecuperación y, en la medida de lo posible, el del #NextGenerationEU. Las cartelas, infografías, GIF o vídeos asociados deben incorporar, al menos, los emblemas de la UE, con la declaración de financiación. Se recomienda añadir el logo del PRTR.
- Los beneficiarios pueden optar por organizar un evento anual para dar a conocer el proyecto financiado o cofinanciado con cargo al Mecanismo de Recuperación y Resiliencia. Hay varios hitos reseñables como la recepción de los fondos, la puesta en marcha del proyecto, la finalización del mismo o algún avance significativo.
- Los anuncios en televisión tendrán un cierre en el que aparecerán sobre impresión el emblema del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, el emblema comunitario y la marca genérica de la Junta de Andalucía. Al igual, constará la referencia a la Unión Europea: «Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU».
- Los anuncios de prensa, además de sus elementos habituales (título, imagen, cuerpo del texto y otros) deberán incluir, necesariamente, todos los emblemas y marca incluidos en el apartado de “Elementos Obligatorios de Comunicación”.





G) Convocatorias, licitaciones, convenios y documentos jurídicos



En el artículo 9.3 b) de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, se señala que “...todas las convocatorias, licitaciones, convenios y resto de instrumentos jurídicos, que se desarrollen en este ámbito, deberán contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU».

En este caso es preciso aclarar que cuando se refiere a la siguiente referencia «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU» no se trata de colocar el logotipo o emblema, sino que se hace referencia a formato texto. No obstante, se recomienda también utilizar los logotipos en la portada o cabecera de los respectivos documentos. Asimismo, deberá incluir la marca genérica de la Junta de Andalucía.

Se aplicaría a documentos como anuncios de licitaciones, pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas, contratos administrativos o trabajos presentados por el contratista (estudios, informes).

7. Control, seguimiento y revisión

La Dirección General de Sostenibilidad Ambiental y Cambio Climático, podrá realizar los controles aleatorios oportunos para comprobar la correcta identificación y publicidad de cofinanciación de los proyectos y su permanencia en el tiempo.

Todas las actuaciones de difusión y publicidad serán debidamente registradas y compiladas, y formarán parte de la memoria de actividades de la Dirección General de Sostenibilidad Ambiental y Cambio Climático.

Las medidas que figuran en este documento pueden o podrán ser revisadas y/o ampliadas en cualquier momento del desarrollo del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, ya sea por iniciativa de la Dirección General de Sostenibilidad Ambiental y Cambio Climático, o por modificación de la normativa de aplicación por indicación de cualquiera de las administraciones implicadas en las ayudas de la Unión Europea NextGeneration.

En caso de modificación y/o ampliación la Dirección General de Sostenibilidad Ambiental y Cambio Climático, podrá realizar controles aleatorios para comprobar el cumplimiento de los requisitos de difusión y publicidad en los proyectos financiados por la Unión Europea – NextGenerationEU, dentro del Plan de Apoyo a la Implementación de la Normativa de Residuos en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.





8. Ejemplos Publicidad

- Folleto:



- Cartel:

Recogida Puerta a Puerta





- Contenedor:



- Cubo aireado:





- Marquesina / valla publicitaria:





- Camiones:

Ejemplo 1



Ejemplo 2





9. Enlaces / links de interés

En la página del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico: <https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/recuperacion-transformacion-resiliencia/comunicacion/>

Se encuentra:

1. MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA GESTORES Y BENEFICIARIOS DE LOS FONDOS DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA: [Microsoft Word - Manual de comunicación para los gestores del PlanV4 junio 2022 OK .docx \(hacienda.gob.es\)](#)
2. Guía de obligaciones de comunicación, publicidad y difusión de las ayudas del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, versión 9 del 06 de julio de 2022: [220706_beneficiarios-publicidad-prtr_con_formato_v9.2.pdf \(mitma.gob.es\)](#)
3. Identidad visual: <https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual>
4. Publicidad y difusión: https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/paginabasica/recursos/beneficiarios-publicidad-prtr_v3.pdf
5. Communication and visibility rules. European Union. Funding programmes 2021-27. Guidance for Member States: https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgpmrr/es-es/Documents/guidance_member_states.pdf.
6. Logotipos de los diferentes departamentos ministeriales: <https://soportesgffee.zendesk.com/hc/es/articles/5221643005073-Logotipos-de-los-diferentes-departamentos-ministeriales>
7. FAQ. ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO: https://www.miteco.gob.es/es/ministerio/recuperacion-transformacion-resiliencia/comunicacion/faqaccionesdecomunicaciondeobligadocumplimiento_tcm30-537958.pdf
8. Manual de marca Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia: https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2021-12/Manual_marca_logos_Plan_de_Recuperacion.pdf
9. Descarga del logo del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia: <https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual>.
10. Descargar emblema de la Unión Europea + Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU: https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en.

