

GUIA DE COMUNICACIÓN PARA EL BENEFICIARIO EN MATERIA DE VISIBILIDAD, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN DEL FONDO EUROPEO MARÍTIMO, DE PESCA Y DE ACUICULTURA (FEMPA)

DIRECCIÓN GENERAL DE PESCA, ACUICULTURA Y ECONOMÍA AZUL (DGPAAE)
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL



EL VALOR DE COMUNICAR EN EL MARCO 2021-2027

La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, en su carta a los diputados al Parlamento Europeo de 31 de agosto de 2020 afirmaba que ***“es preciso comunicar adecuadamente una financiación ambiciosa y una acción política decidida en la senda de la recuperación y maximizar la visibilidad como respuesta europea”*** y que, además, ***“la Comisión vigilará atentamente la manera en que los Estados miembros y otros beneficiarios de la financiación de la UE comunican y aumentan la visibilidad de la Unión y cómo informan de la ejecución de la financiación recibida”***.

La absorción de los fondos se posiciona como uno de los objetivos principales de la Comisión y la visibilidad de dicha financiación como requisito fundamental.

La actuación de la UE debe comunicarse de manera eficaz sobre el terreno, tratándose de una responsabilidad compartida entre la Comisión Europea y los beneficiarios de la financiación de la UE. La comunicación de los proyectos, en el marco de 2021-2027, no solo es una cuestión de normativa, se trata de una oportunidad esencial para mostrar el impacto de los proyectos y sus resultados en la ciudadanía. El principio de transparencia establecido en el artículo 15 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), manifiesta que la ciudadanía debe saber dónde y con qué fines se gastan los fondos de la Unión.

La tarea de comunicación se convierte en uno de los pilares fundamentales en la gestión de fondos europeos, que tiene como fin último difundir la misión de la Unión Europea en el desarrollo y crecimiento de la región andaluza.



El presente documento se elabora para dar orientaciones sobre la identidad visual del FEMPA en Andalucía, para ofrecer así unas pautas coherentes que sirvan de marco visual a cada actuación.

Esta Guía de Comunicación del FEMPA en Andalucía, tiene como objetivo establecer criterios claros para homogeneizar la imagen de todas las actuaciones cofinanciadas por la Unión Europea mediante este fondo europeo en el marco 2021-2027 en Andalucía, con la intención de ser instrumento accesible y de utilidad para los distintos gestores y beneficiarios del fondo.



Las obligaciones del beneficiario en materia de visibilidad, transparencia y comunicación se establecen en el artículo 50 del Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de junio de 2021.

NOVEDADES DEL PERIODO 2021-2027

- Todas las actuaciones financiadas con FEMPA son susceptibles de ser difundidas.
- El emblema de la UE deberá aparecer junto a la fórmula "Cofinanciado por la Unión Europea" sin abreviar y sin hacer referencia específica al fondo.
- Realizar actos de comunicación en operaciones cuyo coste total sea superior a 10M€.
- Se realizarán correcciones financieras al beneficiario que no cumpla las obligaciones de visibilidad de hasta un 3 % de la ayuda recibida.
- El presupuesto estimado por las Autoridades del Programa para las actuaciones de comunicación y visibilidad tendrá como objetivo alcanzar aproximadamente un 0,3% del importe total del programa.

ÍNDICE

- ▶ 1. OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE VISIBILIDAD, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN
- ▶ 2. RECURSOS TIPOGRÁFICOS
- ▶ 3. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN
- ▶ 4. NORMATIVA Y MANUALES DE REFERENCIA

1.OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE VISIBILIDAD, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN

¿QUIÉNES ESTÁN SUJETOS A ESTAS OBLIGACIONES?:

Los beneficiarios que realicen operaciones subvencionadas por el FEMPA.

¿CÓMO?:

Informando al público del apoyo de los fondos obtenidos tan pronto como comience la ejecución de la operación y hasta la finalización de la obligación del mantenimiento de la inversión subvencionada.

En todo caso se realizará a través de páginas web y las redes sociales de las que el beneficiario disponga, haciendo una pequeña descripción de la operación apoyada y utilizando los hashtags que se indican en esta guía.

El beneficiario deberá exhibir vallas publicitarias resistentes en un lugar bien visible para el público, tan pronto como comience la ejecución física de operaciones que impliquen inversiones físicas o se instalen los equipos que se hayan adquirido y el coste total de la inversión sea superior a los 100.000€(*).

Una vez concluida la operación, y en un plazo no superior a tres meses, se sustituirá la valla publicitaria, por una placa explicativa permanente. No obstante, en aquellos casos donde sea viable mantener la valla publicitaria, esta podrá adquirir carácter permanente sin necesidad de sustituirlo por una placa informativa, siempre que recoja el contenido mínimo obligatorio de esta, esto es: título, objetivo e inversión.

Para el resto de las operaciones, exhibirán en un lugar bien visible para el público al menos un cartel de tamaño mínimo A3 o una pantalla electrónica equivalente con información sobre la operación donde se destaque la ayuda de los Fondos.

Para ello, se utilizarán los logos y emblemas que conforman la identidad visual de Fondos Europeos y se definen en el Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27.

Todos los documentos y materiales de comunicación relacionados con la ejecución de la operación deben incluir junto al emblema y sin abreviar la declaración "Cofinanciado por la Unión Europea", destacando la ayuda de la Unión conforme al manual de identidad visual anteriormente referido.

PARTICULARIDADES

- En el caso de construcción de barcos, la valla publicitaria se exhibirá durante la construcción del mismo en un lugar visible del astillero, sustituyéndola una vez concluida la construcción, por una placa permanente que deberá ir en el propio barco.
- En el caso de inversiones a bordo, se colocará una placa permanente en un área accesible y claramente identificable, como la cubierta principal del barco o cerca de la entrada principal, desde el inicio de la operación y hasta la finalización de la obligación del mantenimiento de la inversión, que contenga como mínimo, título abreviado de la actuación, objeto de la ayuda y la inversión aprobada.

(*) El «coste total de una operación» debe entenderse como el importe de la inversión total subvencionable de la operación aprobada en el documento en el que se establecen las condiciones de la ayuda.

1.OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE VISIBILIDAD, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN

¿DURANTE CUÁNTO TIEMPO?

Desde el inicio de la ejecución de la operación hasta la finalización de la obligación de mantenimiento de la inversión.

Se deberá conservar el registro documental y gráfico que avale el cumplimiento de todas las obligaciones de comunicación durante un plazo de cinco años a partir del 31 de diciembre del año en que la autoridad de gestión efectúe el último pago al beneficiario.

OBLIGACIONES ADICIONALES

A. ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES Y GALPA:

Además de las obligaciones anteriormente recogidas para todo tipo de beneficiarios, tanto OPP como GALPA deberán recoger en su página web de uso profesional y redes sociales de forma continuada una breve descripción de la operación de manera proporcionada al nivel de ayuda, con los objetivos y resultados, destacando la ayuda financiera de la Unión y utilizando los hashtags **#UE_ANDALUCIA** y **#FondoFempaAndalucia** **#OPPFempaAndalucia** **#GALPAFempaAndalucia**

Para todos los elementos de comunicación realizados por estos colectivos, se deberá incluir cuando sea posible, además de los logos obligatorios identificados en el Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27, el logo propio de la entidad beneficiaria.

B. OPERACIONES DESTACADAS:

Son aquellas actuaciones con potencial de comunicación por el interés que pueden generar en la ciudadanía, por ser innovadoras, por el impacto en la economía regional o local, por el número de beneficiarios finales afectados o por el importe de la inversión destinada a la actuación. En este caso, el beneficiario, además de las obligaciones generales en materia de visibilidad, transparencia y comunicación reflejadas en esta guía, previa petición de la DGPAEA, estará obligado a:

- Proporcionar los datos necesarios para la grabación de los campos exigidos en materia de visibilidad, transparencia y comunicación de estos expedientes comunicables en la aplicación APLIFEMPA.
- Realizar una ficha de comunicación que enviará a la siguiente dirección de correo electrónico: oig.dgpa.capadr@juntadeandalucia.es, debiendo indicar en el asunto "Ficha de comunicación Beneficiario_Nº de expediente" y contendrá al menos:

Foto del proyecto

Enlace web con información del proyecto o web propia del proyecto.

1.OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE VISIBILIDAD, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN

C. OPERACIONES DE COSTE TOTAL SUPERIOR A 10 M€.

El beneficiario deberá, además de cumplir con las obligaciones en materia de visibilidad, transparencia y comunicación reflejadas anteriormente en esta guía para operaciones superiores a los 100.000€ y para operaciones destacadas, **REALIZAR UN EVENTO O ACTO DE COMUNICACIÓN** en el que deberán participar la Comisión, la Autoridad de Gestión, la Dirección General de Fondos Europeos de Andalucía y la DGPAEA como Organismo Intermedio de Gestión.

D. JORNADAS, REUNIONES, CERTÁMENES, ASISTENCIA A FERIAS: El material divulgativo y publicitario editado, así como cualquier otro producto tangible y digital en relación con las acciones ejecutadas y subvencionadas por el fondo FEMPA para la organización y participación en jornadas, reuniones, certámenes y ferias deberán cumplir los requisitos sobre visibilidad, transparencia y comunicación que se establecen en el artículo 50 del RDC., recogidos en los elementos de comunicación del Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27.

E. RADIO, PRENSA Y TELEVISION: toda la publicidad realizada en televisión, radio, prensa, sitio web del beneficiario, redes sociales, etc., debe cumplir los requisitos que se definen en esta guía y en el Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27.

Los beneficiarios que no cumplan las obligaciones de visibilidad se enfrentarán a correcciones financieras de hasta un 3 % de la ayuda recibida.

2. RECURSOS TIPOGRAFICOS

LOGOTIPOS. CONVIVENCIA CON OTROS LOGOS

En el [Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27](#) se definen los tres elementos clave que conforman la identidad visual de Fondos Europeos:

1. Emblema de la Unión Europea
2. Emblema de la Autoridad de Gestión + logotipo de Fondos Europeos
3. Junta de Andalucía



COMUNICACIÓN EN ANDALUCÍA PERIODO 2021-2027

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN 2021-2027

- [Plantillas para placas](#)
- [Plantillas para vallas](#)

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL DE FONDOS EUROPEOS DE ANDALUCÍA 21-27

- [Descarga de logos](#)
- [Convivencia con otros logos](#)



3. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

3.1. VALLA PUBLICITARIA

CONTENIDO Y DISPOSICIÓN

El contenido obligatorio que debe incorporar el diseño de la placa sería el siguiente:

1. Título abreviado de la actuación
2. Inversión total de la actuación
3. Emblema de la Unión Europea
4. La referencia al Ministerio asociado
5. Marca ' Fondos Europeos'
6. Posible entidad colaboradora

Una vez concluida la operación, y en un plazo no superior a tres meses, se sustituirá la valla publicitaria por una placa, situada en un lugar visible para el público.



DIMENSIONES

Medidas en entorno urbano:

A	B	h
180	225	MIN. 230
240	300	MIN. 230
360	450	MIN. 230

Cotas en cms.

Para mayor información del tratamiento Gráfico y dimensiones consultar el apartado 2.1 del [Manual de Identidad Visual](#).

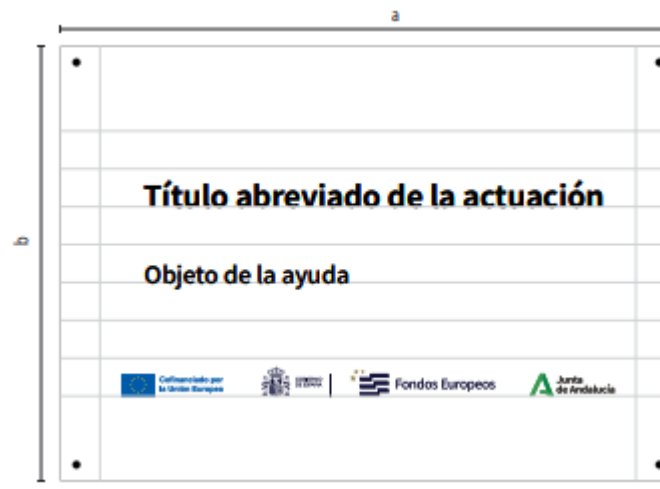
3.2. PLACA , CARTEL O PANTALLA ELECTRÓNICA

CONTENIDO Y DISPOSICIÓN

El contenido obligatorio que debe incorporar el diseño de la placa sería el siguiente:

1. Título abreviado de la actuación
2. Objeto de la ayuda
3. Emblema de la Unión Europea
4. La referencia al Ministerio asociado
5. Marca ' Fondos Europeos'
6. Marca ' Junta de Andalucía'

En los casos en los que el beneficiario sea una persona física, asegurará la disponibilidad de información adecuada donde se destaque la ayuda de los Fondos, en un lugar visible para el público o mediante una pantalla electrónica.



DIMENSIONES

	m1		m2	
	a	b	a	b
P3	42	29,7	64	36

Cotas en cms.

(*) El bloque sombreado se corresponde con la medida mínima exigida

Para mayor información del tratamiento Gráfico y dimensiones consultar el apartado 2.2 [Manual de Identidad Visual.pdf](#)

3.3. PÁGINA WEB

El beneficiario publicará en su sitio web de **uso profesional**, siempre que exista tal sitio y tenga relación con la ayuda recibida, una breve descripción de la operación en concreto y de sus efectos, en proporción al nivel de la ayuda, destacando la ayuda de la Unión. Dicha publicación deberá contener al menos:

- ▶ Breve descripción del proyecto
- ▶ Objetivos del Proyecto
- ▶ Lugar de ejecución del proyecto
- ▶ Plazo de ejecución del proyecto
- ▶ Presupuesto del proyecto
- ▶ Emblema y declaración Unión Europea
- ▶ Logos de la Junta de Andalucía y del Ministerio asociado.
- ▶ "Cofinanciado Junta de Andalucía y FEMPA"

Para mayor información 2.3 [Manual de Identidad Visual.pdf](#)

3.4. REDES SOCIALES

Cuando la difusión de las operaciones financiadas se realice a través de las redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook, etc.) los entidades beneficiarios deben hacer referencia a:

- ▶ La(co)financiación de la Unión Europea insertando en el mensaje que se publique el hashtag #UE_ANDALUCIA.
- ▶ Los fondos europeos o el programa que (co)financia, mediante los hashtags: #UE_ANDALUCIA y #FondoFempaAndalucia #OPPFempaAndalucia #GALPAFempaAndalucia.
- ▶ Y colocando en la parte inferior de las imágenes los siguientes logos:



- ▶ A su vez se deberá incorporar el título abreviado de la actuación.

Para mayor información 2.3 [Manual de Identidad Visual.pdf](#)

3.5. NOTAS DE PRENSA

Cualquier publicación que el beneficiario realice sobre la operación en concreto o de sus efectos deberá incorporar de manera clara la referencia a la cofinanciación del fondo correspondiente. Preferiblemente, esta referencia debe incluirse junto a la inversión de la actuación.

Se recomienda hacer mención a la Autoridad de Gestión, indicando el ministerio correspondiente.

Ejemplo: "Esta actuación cuenta con una dotación de xxx euros cofinanciados por el programa español del Fondo Europeo Marítimo, de la Pesca y la Acuicultura (FEMPA) 2021-2027, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Junta de Andalucía"

3.6. CUÑAS DE RADIO

Las cuñas de radio se cerrarán con el siguiente texto: 'Unión Europea. Junta de Andalucía'. La referencia al fondo podrá ir en el cierre de la cuña o a lo largo de la locución del texto.

3.7. MATERIAL AUDIOVISUAL

El cierre del audiovisual deberá incorporar los logos durante unos segundos adicionales para reforzar la presencia de los fondos. Los logotipos deberán ocupar la parte central de la pantalla y no deberán estar distorsionados en su posición.

Para mayor información en los apartados 2.5, 2.10 y 2.12 2.10. del siguiente enlace [Manual de Identidad Visual.pdf](#).

3.8. FOLLETOS, CARTELERIA Y DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

Los folletos, cartelería y documentación administrativa que se diseñe para atender a este requisito deberán contener, al menos, los siguientes elementos: 1. Título abreviado de la actuación 2. Emblema de la Unión Europea 3. La referencia al Ministerio asociado 4. Marca 'Fondos Europeos' 5. Marca 'Junta de Andalucía'



3.9. DOCUMENTOS, LIBROS E INFORMES

CONTENIDO MINIMO: La portada debe contener al menos, los siguientes elementos: Título abreviado de la actuación, Emblema de la Unión Europea, la referencia al Ministerio asociado, Marca 'Fondos Europeos' y Marca 'Junta de Andalucía'.

3.10. MERCHAN

- ▶ Los materiales que se diseñen para atender a este requisito deberán contener, al menos, los siguientes elementos: 1. Emblema de la Unión Europea 2. La referencia al Ministerio asociado 3. Marca 'Fondos Europeos' 4. Marca 'Junta de Andalucía'
- ▶ Se recomienda que estos elementos estén colocados en un lugar preferente.



Para mayor información en los apartados 2.6, 2.8 y 2.9 2.10. del siguiente enlace [Manual de Identidad Visual.pdf](#) y en el [Manual de Identidad corporativa de la Junta de Andalucía](#)

EJEMPLOS DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

EJEMPLO DE VALLA PUBLICITARIA: INVERSIÓN ACTIVOS DE MÁS
DE 100.000€



EJEMPLO DE PLACA



EJEMPLOS DE PUBLICIDAD

EJEMPLO DE PUBLICIDAD EN PÁGINA WEB



EJEMPLO DE PUBLICIDAD EN FOLLETO



EJEMPLO DE PUBLICIDAD EN OTROS ACTIVOS



EJEMPLO DE PUBLICIDAD EN RED SOCIAL



4. NORMATIVA Y MANUALES DE REFERENCIA

- ▶ Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de junio de 2021, por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos.
- ▶ REGLAMENTO (UE) 2021/1139 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 7 de julio de 2021 por el que se establece el Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2017/1004 .
- ▶ El uso del emblema europeo en el contexto de los programas de la UE 2021- 2027. Orientaciones operativas para los beneficiarios de financiación de la UE
- ▶ Manual de comunicación de la política de cohesión en el periodo 2021-2027.
- ▶ Manual de identidad visual de Fondos Europeos de Andalucía 21-27.
- ▶ Elementos de comunicación 2021-2027