

Estrategia de información y publicidad

**Del Programa de Desarrollo Rural 2014-2020
de la Comunidad Autónoma de Aragón.**



Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales



INDICE DE CONTENIDOS

1. PRESENTACIÓN
2. OBJETIVOS Y ENFOQUE DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE ARAGÓN 2014-2020
 - 2.1. Los objetivos estratégicos y los grupos destinatarios.
 - 2.2. Definición del enfoque adoptado.
3. MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD
 - 3.1. Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas al público en general.
 - 3.2. Contenido de las medidas de información y publicidad de destinadas beneficiarios/as potenciales.
 - 3.3. Contenido de las medidas de información y publicidad destinadas a los beneficiarios/as.
 - 3.4. Medios y herramientas de comunicación.
4. PREPUESTO INDICATIVO DE LA ESTRATEGIA.
5. ENTES RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.
6. PAPEL DESEMPEÑADO POR LA RED RURAL NACIONAL
7. EL SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.
8. SISTEMA DE ACTUALIZACIÓN.
9. OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS O ENTIDADES BENEFICIARIAS.
10. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD.

1. PRESENTACIÓN

El Reglamento (CE) 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, contempla la ayuda al desarrollo rural para el nuevo periodo 2014-2020.

El desarrollo rural debe contribuir a los objetivos de cohesión económica y social, así como a las prioridades políticas recogidas la estrategia “Europa 2020”. Dicha política de desarrollo rural se articula a nivel regional en el Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2014-2020, aprobado por decisión de la Comisión de 26 de mayo de 2015. Dicho programa se centra en tres temas transversales (Medio Ambiente, Mitigación y adaptación al cambio climático e innovación) articulándose a la vez en 6 prioridades temáticas:

- Fomentar la transferencia de conocimientos y las innovaciones en la agricultura, la silvicultura y las zonas rurales,
- Mejorar la viabilidad de las explotaciones y la competitividad de todos los tipos de agricultura en todas las regiones y promover las tecnologías agrícolas innovadoras y la gestión sostenibles de los bosques
- Fomentar la organización de la cadena de distribución de alimentos, en particular la transformación, comercialización de los productos agrícolas, el bienestar animal y la gestión de riesgos en el sector agrícola
- Restaurar, preservar y mejorar los ecosistemas relacionados con la agricultura y silvicultura,
- Promover la eficiencia de los recursos y alentar el paso a una economía hipocarbónica y capaz de adaptarse a los cambios climáticos en los sectores agrícola alimentario y silvícola y,
- Fomentar la inclusión social, la reducción de la pobreza y el desarrollo económico en las zonas rurales.

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 66.1.i) El Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y por el que se deroga el Reglamento (CE) nº 1698/2005 del Consejo, establece que, la Autoridad de Gestión dará publicidad al programa informando a las personas o entidades beneficiarias, a los beneficiarios/as potenciales y al público en general, en particular a través de la Red Rural Nacional (en adelante RRN).

El artículo 13 del Reglamento de Ejecución (UE) nº 808/2014 de la Comisión de 17 de julio de 2014, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) establece que la Autoridad de Gestión deberá presentar una Estrategia de información y publicidad, así como las eventuales modificaciones de ésta, al Comité de Seguimiento, con fines informativos.

El Anexo III del mismo Reglamento recoge las normas detalladas relativas a las responsabilidades de la Autoridad de Gestión y de los beneficiarios en materia de información y publicidad.

La Estrategia, pretende desarrollar las medidas de información y publicidad necesarias para dar una mayor notoriedad y transparencia a la actuación comunitaria, autonómica y estatal y también para determinar las responsabilidades y funciones que han de desempeñar las diferentes partes implicadas en la gestión del Programa, y dar cumplimiento a las obligaciones establecidas por la normativa comunitaria y a la ley de Transparencia autonómica, Ley 8/2015 de 25 de marzo.

2. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA Y SUS GRUPOS DE DESTINATARIOS/AS

2.1. Los objetivos estratégicos y los grupos destinatarios

La presente Estrategia 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 estratégicos	Grupos destinatarios
OE 1	Mejorar la difusión de las actuaciones de la Unión Europea, Gobierno de Aragón y MAGRAMA	- Público en general
OE 2	Garantizar la transparencia a los beneficiarios/as, haciéndoles llegar las posibilidades que ofrece la actuación conjunta de la UE, Gobierno de Aragón Y Estado. Así como informar de las obligaciones de información y publicidad.	- Beneficiarios/as potenciales - Beneficiarios/as - Los agentes difusores - Organizaciones profesionales - Asociaciones empresariales - Organizaciones no gubernamentales interesadas

2.2. Definición del enfoque adoptado

La información, teniendo en cuenta las personas o entidades destinatarias de la misma y el objetivo a conseguir, tiene dos enfoques: informativo y publicitario.

- **En el enfoque informativo**, la información irá dirigida a beneficiarios/as potenciales, y a los beneficiarios/as, 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 facilitar el cumplimiento de las exigencias normativas.

- **En el enfoque publicitario**, la información irá dirigida al **público general** y orientada al objetivo de mejorar la difusión de las actuaciones del programa, haciendo llegar la política de desarrollo rural a la ciudadanía como una herramienta que favorece sus intereses y su calidad de vida.

3. CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Atendiendo a los objetivos y enfoques descritos, las medidas de comunicación según las personas o entidades destinatarias, han sido las siguientes:

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

- **Publicación del Programa y de sus modificaciones (medida nº 1)**
 - o Publicación del Programa de Desarrollo Rural en la página Web de la Autoridad de gestión. Cuyo enlace es:

http://www.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Departamentos/DesarrolloRuralSostenibilidad/AreasTematicas/DesarrolloRural/PROGRAMACION_DESARROLLO_RURAL?channelSelected=dc6bc8548b73a210VgnVCM100000450a15acRCRD
- **Facilitar el acceso general a la información derivada de la gestión, seguimiento y evaluación de la programación (medida nº 2)**
 - o Mantenimiento de la página Web de la Autoridad de Gestión, donde se publicarán:
 - Los principales resultados alcanzados en la ejecución del programa, y la contribución de ellos a la realización de las prioridades del desarrollo rural.
 - Los resultados de la evaluación según el plan de evaluación del programa.
 - o Difusión de la celebración de los Comités Anuales de Seguimiento en el boletín electrónico del Departamento de Desarrollo Rural.
 - o 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.
- **Se harán notas informativas (medida nº 3)**

- **Publicación de la lista de beneficiarios/as, denominación de las operaciones y fondos públicos asignados a cada operación para conocimiento general (medida nº 4)**
 - o Publicar anualmente, en la página Web del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA), la lista de beneficiarios/as (personas jurídicas) y los importes de las ayudas públicas concedidas.
- **Publicaciones (medida nº 5)**
 - o Se realizarán diversas publicaciones de carácter divulgativo sobre la programación y los resultados en la relación con la consecución de los objetivos.
- **Divulgación de los resultados de los proyectos innovadores en el marco de la Asociación Europea de Innovación (medida nº 6).**
 - o A través de la página Web de la Autoridad de gestión
 - o A través de la página Web del EIP-AGRI

3.2. Contenido de las medidas información y publicidad destinadas a los beneficiarios potenciales

- **Publicación del Programa de Desarrollo Rural aprobado (medida nº 2)**
 - o Publicación del Programa de Desarrollo Rural en la página Web de la Autoridad de gestión.
- **Difundir y divulgar información sobre la descripción de procedimientos, criterios de elegibilidad que han de cumplirse y los criterios de selección para acceder a la financiación de operaciones (medida nº 7)**
 - o Publicación de los criterios de selección de operación en la página Web de la Autoridad de Gestión.
 - o Publicación de los criterios de selección y de los criterios de elegibilidad en las páginas Web de los Grupos de Acción Local.
 - o Publicación en el BOA de las órdenes de bases reguladoras y las órdenes de las convocatorias de ayudas.
 - o Acceso en la Web de la Autoridad de Gestión al marco normativo aplicable al desarrollo rural
- **Facilitar el acceso de los beneficiarios/as potenciales a las convocatorias de ayudas (medida nº 8)**
 - o Mediante publicación de las órdenes de bases reguladoras y de convocatoria en el Boletín Oficial de Aragón (BOA)

- En aquellas convocatorias de ayudas 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 y a través de las redes sociales.
- **Celebrar, al menos anualmente, una reunión del comité de Seguimiento (medida nº 9).**
- **Información a través del personal técnico de las Oficinas Comarcales del Departamento (medida nº 10).**

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

- **Difundir y divulgar los criterios de elegibilidad, criterios de selección y compromisos exigidos en las operaciones financiadas con cargo a la programación (medida nº 11)**
 - Publicaciones de las órdenes de bases reguladoras y de convocatoria el BOA.
 - Publicación de los criterios de elegibilidad y de selección de operaciones en las páginas Web de los Grupos de Acción Local (GAL).
 - Cumplimiento de la normativa de aplicación en los procedimientos de licitación pública, en concreto en materia de publicidad.
- **Poner en conocimiento de los beneficiarios/as las obligaciones y compromisos adquiridos tras la concesión de la ayuda (medida nº 12)**
 - En las Resoluciones de concesión y pago de las Ayuda y operaciones de contratación.
- **Facilitar el cumplimiento de sus obligaciones de información y publicidad (medida nº 13)**
 - La Autoridad de Gestión facilitará los modelos de las vallas y carteles informativos, en los casos que estén obligados a utilizarlos
- **Identificar el origen de los recursos procedentes de la programación (medida nº 14)**
 - En las notificaciones de las resoluciones de ayudas y en las operaciones de contratación se incluirá información:
 - Sobre la medida y objetivos temáticos a los que contribuye.
 - Así como del porcentaje de ayuda que se financia con cargo al FEADER, el Gobierno de Aragón y el MAGRAMA.

3.4. Medios y herramientas de comunicación

3.4.1 Medios de comunicación:

- Internet y redes sociales
- Charlas.
- Foros.
- Documentación.

3.4.2. Las herramientas serán:

- Página Web Autoridad de Gestión.
- Boletín oficial de Aragón.
- Red Rural Nacional.
- Páginas Web de los Grupos de Acción Local y de la Red Aragonesa de Desarrollo Rural y sus perfiles en redes sociales así como revistas electrónicas, incluidos la metodología e identificación de buenas prácticas y proyectos demostrativos o innovadores y un protocolo de comunicación de los grupos. .
- Comité de Seguimiento.
- Publicaciones.
- Folletos divulgativos.
- Cuñas de prensa.
- Carteles.
- Vallas y carteles informativos.
- Informes anuales de ejecución.
- Informes específicos de evaluación.

4. PRESUPUESTO INDICATIVO DE LA ESTRATEGIA

El presupuesto de las actuaciones previstas para el periodo 2014-2020, asciende a:

- Eventos e instrumentos publicitarios: 300.000 €
- Comité de Seguimiento: 100.000 €
- Publicaciones: 100.000 €

El importe total son 500.000 €. La financiación se hará con cargo a la asistencia técnica del Programa.

5. ENTES RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

- Coordinación: la Autoridad de Gestión del PDR, representada por la Dirección General de Desarrollo rural del Gobierno de Aragón.
- Ejecución:
 - o La Autoridad de Gestión del PDR, directamente o a través de convocatorias de ayudas.
 - o Los Órganos gestores de las diferentes líneas de ayuda.

- Los Grupos Operativos de la Asociación Europea de Innovación, los Grupos de Acción Local y la Red Aragonesa de Desarrollo Rural y los beneficiarios/as, por exigencia reglamentaria.

6. PAPEL DESEMPEÑADO POR LA RED RURAL NACIONAL

La RRN como plataforma de difusión y herramienta de contacto entre los distintos actores involucrados en el desarrollo rural puede facilitar la difusión, comunicación e información sobre los PDR y la Política de Desarrollo Rural en general:

- ✓ Ofrece una vía adicional de acceso a la información sobre el PDR regional (publicación de convocatorias y gestión de las ayudas, buenas prácticas, resultados del seguimiento y la evaluación).
- ✓ La difusión de resultados, hitos y logros alcanzados llega a un público más amplio que el regional: nacional e internacional.
- ✓ Facilita el intercambio de información entre CCAA para mejorar la gestión.
- ✓ Facilita el intercambio de información con las Redes Europeas de Desarrollo Rural

La página en Internet de la RRN, dispondrá de una sección específica para los PDR, en la que las Autoridades de Gestión de cada PDR podrán difundir la información que consideren pertinente.

La Autoridad de Gestión cooperará con la RRN en las acciones necesarias para garantizar la correcta información y publicidad del programa

7. EL SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

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 y de encuestas realizadas.

7.1. Indicadores

Parámetro	Indicador	
Eventos	IE1	Nº de eventos
	IE2	Nº de asistentes
Publicaciones	IE3	Nº de publicaciones
Notas de prensa	IE4	Nº de notas de prensa
Cuñas publicitarias	IE5	Nº de cuñas publicitarias
Páginas Web	IE6	Nº de visitas
	IE7	Nº de descargas
Obligaciones beneficiarios/as	IE8	Nº de vallas colocadas
	IE9	Nº de placas colocadas

7.2. Encuestas

A partir del año 2017, se realizarán diferentes encuestas a los beneficiarios/as y al público en general, para evaluar la eficacia de las actividades de publicidad e información en relación a los objetivos establecidos en esta estrategia.

8. SISTEMA DE ACTUALIZACIÓN

Se llevará a cabo una actualización anual de esta estrategia que incluya las actividades de información y publicidad que se llevarán a cabo durante el año siguiente. Las acciones previstas para los años 2015 y 2016 son las siguientes:

- Año 2015.
 - Actualización de la página Web
 - Publicación del programa en la Web.
 - Celebración del Comité de seguimiento.
 - Publicación de los criterios de selección de operaciones.
 - Publicación del marco normativo del desarrollo rural.
 - Publicación de las primeras órdenes de bases reguladoras y de convocatorias de ayuda.
 - Publicación de la estrategia de información y publicidad.
 - Publicación de un cuadro resumen con las líneas de actuación y sus respectivos órganos gestores

- Año 2016
 - Informe anual.
 - Publicaciones divulgativas.
 - Completar la página Web.
 - Publicación de las órdenes de bases reguladoras y de convocatoria que se aprueben.
 - Participación de la Autoridad de Gestión en eventos relacionados con el programa.
 - Informe anual de seguimiento.
 - Celebración del Comité de seguimiento.

9. OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS/AS

Según lo establecido en el anexo nº III del Reglamento de ejecución del Reglamento (UE) nº 1305/2013 las responsabilidades de los beneficiarios/as en materia de información y publicidad, son las siguientes:

1. En todas las actividades de información y comunicación que lleve a cabo, el beneficiario deberá reconocer el apoyo del FEADER a la operación mostrando:
 - a) el emblema de la Unión;
 - b) una referencia a la ayuda del FEADER

Cuando una actividad de información o de publicidad esté relacionada con una o varias operaciones cofinanciadas por varios Fondos, la referencia prevista en la letra b) podrá sustituirse por una referencia a los Fondos EIE.

2. Durante la realización de una operación, el beneficiario/a informará al público de la ayuda obtenida del FEADER, de la siguiente manera:
 - a) presentando en el sitio Web del beneficiario/a para uso profesional, en caso de que exista tal sitio, una breve descripción de la operación cuando pueda establecerse un vínculo entre el objeto del sitio Web y la ayuda prestada a la operación, en proporción al nivel de ayuda, con sus objetivos y resultados, y destacando la ayuda financiera de la Unión;
 - b) en el caso de operaciones no comprendidas en la letra c) que reciban una ayuda pública total superior a 10 000 EUR, y en función de la operación financiada (por ejemplo, en el caso de operaciones contempladas en el artículo 20, en relación con operaciones de renovación de poblaciones o de operaciones LEADER), colocando al menos un panel con información acerca de la operación (de un tamaño mínimo A3), donde se destaque la ayuda financiera recibida de la Unión, en un lugar bien visible para el público, como la entrada de un edificio; Cuando una operación en el marco de un PDR dé lugar a una inversión (por ejemplo, en una explotación o una empresa alimentaria) que reciba una ayuda pública total superior a 50 000 EUR, el beneficiario colocará una placa explicativa con información sobre el proyecto, en la que se destacará la ayuda financiera de la Unión; también se colocará una placa explicativa en las instalaciones de los grupos de acción local financiados por LEADER;
 - c) colocando en un lugar bien visible para el público un cartel temporal de tamaño significativo relativo a cada operación que consista en la financiación de obras de infraestructura o construcción que se beneficien de una ayuda pública total superior a 500 000 EUR.

La persona o entidad beneficiaria colocará, en un lugar bien visible para el público, un cartel o placa permanente de tamaño significativo en el plazo de tres meses a partir de la conclusión de una operación que reúna las características siguientes:

- i) la ayuda pública total a la operación supera los 500 000 EUR;
- ii) la operación consiste en la compra de un objeto físico, en la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción. Este cartel indicará el nombre y el principal objetivo de la operación y destacará la ayuda financiera aportada por la Unión. Los carteles, paneles, placas y sitios Web llevarán una descripción del proyecto o de la operación, y los elementos a los que se refiere el punto 1 de la parte 2. Esta información ocupará como mínimo el 25 % del cartel, placa o página Web.
- iii) La placa, panel o cartel informativo deberá permanecer visible durante 5 años, contados a partir del pago final al beneficiario

10. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

a) logotipo y lema

Todas las actividades de información y publicidad incorporarán los siguientes elementos:

- El emblema de la Unión, de acuerdo con las normas gráficas en la página http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_en.htm junto con una explicación en papel de la Unión por medio de la declaración siguiente:

Fondo Europea Agrícola de Desarrollo Rural: Europa invierte en las zonas rurales

- Para las actividades y medidas financiadas por el Leader, el logotipo del Leader:
+ +Logotipo de LEADER+ +

b) Material de información y comunicación

Las publicaciones (tales como folletos, prospectos y boletines) y los paneles que versen sobre las medidas y actividades cofinanciadas por el FEADER indicarán claramente en la página de portada la participación de la Unión e incorporarán el emblema de esta en caso de que también se utilice algún emblema nacional o regional. Las publicaciones incluirán referencias al organizamos responsable del contenido y a la autoridad de gestión encargada de la aplicación de la ayuda del FEADER y/o nacional correspondiente.

En caso de que la información se ofrezca por medios electrónicos (como sitios Web o bases de datos para los posibles beneficiarios/as) o como material audiovisual, el párrafo primero se aplicará por analogía.

Los sitios Web relacionados con el FEADER deberán:

- Mencionar la contribución del FEADER al menos en la página de portada
Incluir un hiperenlace al sitio Web de la Comisión dedicado al FEADER