



# PLAN DE COMUNICACIÓN

SEPTIEMBRE 2011





# 1. Introducción.

e-AIRE es un proyecto de carácter europeo, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo a través del Programa de Cooperación Internacional, INTERREG SUDOE.

Uno de los aspectos más importantes de dichos proyectos, es la difusión y comunicación de sus objetivos, logros, actividades,...

El presente plan de comunicación, trata de resumir y contemplar las acciones de comunicación y difusión desde una planificación estratégica a través de diferentes acciones y herramientas de comunicación.

Al estar englobados en el Programa INTERREG SUDOE, hay que cumplir una serie de requisitos en todas las acciones de comunicación, respetar la normativa vigente para los fondos europeos, en concreto del FEDER y cumplir los requerimientos para la comunicación de los mismos y de la imagen corporativa del SUDOE Interreg IVB, entre los que destacan significativamente los siguientes:

- Cualquier acción elaborada en el marco del programa debe mencionar que la operación realizada ha sido seleccionada en el marco del PO SUDOE, cofinanciado por el FEDER conforme a lo establecido en el reglamento (CE) nº 1828/2006
- Cualquier elemento publicitario o de comunicación, debe llevar insertado de manera obligatoria el logotipo del Programa SUDOE y el emblema europeo (Bandera azul con estrellas)
- La marca SUDOE® debe ser utilizada de acuerdo a lo establecido en el "Manual de Identidad Corporativa". El Emblema Europeo debe respetar por su parte las normas gráficas establecidas en el anexo 1 del reglamento.
- Se recomienda incluir siempre que sea posible, los logotipos de las instituciones socias que aporten las contrapartidas nacionales.

[Escribir texto]





El Plan de Comunicación y Difusión del proyecto e-AIRE está compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos del proyecto y públicos destinatarios
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad.
- Presupuesto Indicativo de aplicación de las medidas previstas.
- Indicación de los resultados esperados de las acciones de comunicación.
- Requerimientos y obligaciones legales del FEDER y del SUDOE

## 2.- Objetivos

Los objetivos generales del Plan de Comunicación del Proyecto e-AIRE son los siguientes.

- Articular sistemas de comunicación eficaces entre los diferentes socios del proyecto.
- Dar a conocer el proyecto a los potenciales actores involucrados.
- Informar y comunicar los resultados del proyecto a todos los organismos y entidades públicas o privadas de otras regiones europeas y de las instituciones nacionales y europeas que puedan tener relación y estar interesadas en el proyecto.

[Escribir texto]





Los objetivos específicos de la comunicación interna son:

- Sistematizar la comunicación entre socios, especialmente entre el socio líder y el resto.
- Mantener informados a los socios sobre las acciones comunes y las obligaciones administrativas y financieras así como de seguimiento y evaluación.

Los objetivos específicos de las actividades de difusión y comunicación externa son:

- Poner en conocimiento del público objetivo el proyecto e-AIRE, qué es, quién lo forma, qué objetivos tiene,...
- Divulgar los avances realizados y los resultados obtenidos, aportando información cualificada y contrastada sobre calidad del aire que además pueda servir como base documental para futuros estudios sobre la materia.
- Sensibilizar al público objetivo sobre contaminación atmosférica y sus consecuencias sobre la salud, el cambio climático,...
- Difundir y transmitir políticas y actuaciones para mejorar la calidad del aire,.
- Incentivar a distintos públicos a adoptar determinadas prácticas respetuosas con el medio ambiente, directamente relacionadas con el proyecto.
- Realizar una comunicación eficaz y transparente.

[Escribir texto]





### 3. Mensajes

Los mensajes que se emitan en los diferentes soportes de comunicación en las diferentes actividades de difusión del proyecto deben ser simples y concisos, deben ser relevantes para el público al que va dirigido, poniendo especial énfasis en los beneficios que el proyecto aporta.

Consideramos una serie de mensajes fundamentales para las acciones de comunicación externa:

| Aspecto a difundir                                | Mensaje   | Ejemplo de actividad o resultado concreto                    |
|---|---|--|
| Proyecto europeo para mejorar la calidad del aire | "La Comisión europea cofinancia un proyecto de cooperación europea para analizar y mejorar la calidad del aire" | Mensaje en nota de prensa sobre el lanzamiento del proyecto. |
| Consecuencias de la contaminación atmosférica     | "La calidad del aire afecta directamente a la salud y contribuye directamente al cambio climático"              | Mensaje en folleto general                                   |
| Medidas eficientes                                | "la medidas de ahorro energético contribuyen a mejorar la calidad ambiental"                                    | Mensaje en guía de buenas prácticas                          |
| Promoción medios de transporte sostenible         | "Caminar, ir en bici y utilizar el transporte público reduce la contaminación y el gasto energético"            | Mensaje en guía de buenas prácticas                          |

[Escribir texto]





## 4.- Públicos objetivos

Todas las acciones de comunicación y difusión del proyecto e-AIRE tienen como objetivo trasladar información a unos grupos de destinatarios que podemos dividir en varios grupos:

### Públicos directos internos

- Los socios del proyecto
- Responsables de SUDOE INTERREG responsables del proyecto

### Públicos directos externos

- Empresas de sectores relacionados con el consumo de combustibles fósiles.
  - o Empresas suministradoras de carburantes.
  - o Empresas de transporte
- Organismos públicos o privados relacionados con la industria, con el transporte, universidades,...
- Ciudadanos en general (en lo relativo a las buenas prácticas)

### Públicos generales

- Organismos y entidades públicas o privadas de otras regiones europeas.
- Decisores políticos a nivel local, regional, nacional y europeo.
- Medios de comunicación y líderes de opinión
- Sociedad en general.

[Escribir texto]





## 5. Estrategia y actividades

Para llegar directamente a estos públicos objetivos, diferenciaremos tres ejes diferentes en la estrategia de comunicación:

- Comunicación interna, incluye a los socios del proyecto y a los responsables de SUDOE.
- Comunicación externa, dirigida concretamente a los público objetivos directos.
- Difusión general, para la sociedad en general y los líderes de opinión políticos.

Estos ejes se verán reflejados en los diferentes mensajes, y se aplicarán cada uno con diferentes herramientas de comunicación, que pueden incluir uno o varios de los grupos diana. La relación será la siguiente:

| Públicos/<br>Objetivos                                    | Públicos<br>directos<br>internos         | Públicos<br>directos<br>externos<br>(empresas,<br>organismos) | Públicos<br>directos<br>externos<br>(ciudadanos,<br>familias) | Decisores<br>políticos    | Medios de<br>comunicación |
|---|--|---|---|---------------------------|---------------------------|
| Comunicación<br>sistematizada                             | Página web<br>Informes<br>Redes sociales |   |   |                           |                           |
| Divulgación<br>proyecto                                   | Reuniones<br>Página web                  |   |   |                           |                           |
| Divulgación<br>resultados                                 |  | Página web<br>Boletines                                       | Página web<br>Boletines                                       | Página web<br>Boletines   | Página web<br>Boletines   |
| Material de<br>trabajo                                    |  | Página web<br>Boletines                                       | Página web<br>Boletines                                       | Página web<br>Boletines   | Página web<br>Boletines   |
| Nuevos<br>conocimientos                                   |  | Publicaciones<br>Reuniones con<br>grupos de<br>trabajo        | Publicaciones<br>Página web<br>Eventos                        |                           |                           |
| Promoción de<br>buenas<br>prácticas                       |  |   | Guía buenas<br>prácticas<br>Página web<br>Eventos             |                           |                           |
| Comunicación<br>transparente<br>sobre calidad<br>del aire |  | Boletines<br>Página web                                       | Boletines<br>Página web                                       | Boletines<br>Notas prensa | Boletines<br>Notas prensa |

[Escribir texto]





## 5.1. Comunicación interna

Tiene como objetivo la sistematización de la comunicación entre los diferentes socios del proyecto, incluyendo también a los responsables de SUDOE y prestando especial atención a la relación entre el líder del proyecto y el resto de actores, ya que es el nexo de unión entre los diferentes partners.

Utilizaremos las siguientes herramientas:

- Elaborar y compartir informes de Actividad
- Intranet en la página web para intercambiar información:
  - o Acceso habilitado y seguro para cada socio
  - o Documentos compartidos (se pueden subir y bajar archivos)
  - o Acceso a documentos actualizados de planificación y gestión. (Planes de trabajo, distribución de tareas, acuerdos de colaboración, plantillas, informes, notas de prensa, cuestionarios de satisfacción, manual de identidad corporativa,...)
  - o Biblioteca con documentos y enlaces útiles para el trabajo de los socios.
- Reuniones periódicas de gestión.
- Teléfono, correo electrónico, videoconferencia, redes sociales,...

## 5.2 Imagen, Comunicación externa y Difusión

La estrategia de comunicación externa incluye la difusión y comunicación a los agentes sociales directamente implicados en el proyecto y a todos los públicos objetivos indirectos del mismo.

[Escribir texto]







Utilizaremos las siguientes herramientas:

- Imagen corporativa
  - o Creación de logotipo e imagen corporativa del proyecto.
- Web y redes sociales
  - o Página web propia del proyecto
  - o Información del proyecto en las páginas web propias de cada socio
  - o Creación de página en redes sociales y participación en las mismas
- Material promocional
  - o Folleto con información específica del proyecto
  - o Papelería y material promocional para reuniones, cursos, encuentros, ruedas de prensa,...
  - o Cartas de presentación e invitaciones a agentes implicados, organismos relacionados, empresas y agrupaciones sectoriales,...
  - o Boletín periódico (tres-cuatro meses) con actualidad de los diferentes socios...
- Trabajo con Medios de comunicación
  - o Notas de prensa
  - o Publicación de noticias en página web del proyecto,
  - o Publicación de noticias relevantes en los medios propios de cada socio (webs, publicaciones,...)
- Actos y eventos
  - o Jornadas de sensibilización
  - o Mesa de encuentro con agentes implicados
  - o Presentaciones de las guías de buenas prácticas (colegios primaria)
- Publicaciones y material de referencia
  - o Guía de buenas prácticas
    - Para familias (distribución en colegios)
    - Para empresas relacionadas.
  - o Memoria de resultados

[Escribir texto]





### 5.3. Responsable de Comunicación del proyecto

Se nombrará un responsable de comunicación del proyecto cuya función será la de velar por el desarrollo de este Plan, así como supervisar las actividades de comunicación de los diferentes socios, coordinar las herramientas que son comunes a todos y velar por la coherencia en todos los mensajes emitidos.

## 6. Herramientas

Vamos a desglosar las principales herramientas de difusión y comunicación que presentan la siguiente estructura:



[Escribir texto]





La **Página Web** del proyecto va a ser el elemento central de la comunicación del proyecto. Sirve como herramienta de información directa para cualquier tipo de público, pero además nos va a servir como medio de comunicación interno a través de su intranet, y como soporte de otros muchos elementos de comunicación, ya que va a permitir la inclusión de otros elementos tales como documentos digitales, publicaciones, logotipos. También nos permitirá utilizar la página para señalar los actos y eventos y además invitar a los mismos. La creación de la página web es responsabilidad del socio líder, (Dirección General de Medio Ambiente del Gobierno de Cantabria) que se encargará de su gestión y actualización. Los otros socios se comprometen a incluir el enlace a la web en todas sus comunicaciones y medios de comunicación.

El **Material Promocional** se compone de folletos de difusión, boletines y otro material como papelería, banners a usar durante eventos y actos oficiales.

En cuanto a los folletos, se trata de una ficha que recoge una breve presentación para todos los actores potencialmente interesados. Su realización será coordinada por el líder que recibirá las opiniones y sugerencias del resto de socios.

También se realizarán unos boletines periódicos, (trimestrales o cuatrimestrales) con información actualizada sobre el proyecto, las actividades y estudios que se están llevando a cabo, noticias de interés,....

De manera general, los folletos incluirán, al menos: Logo del proyecto, logo del SUDOE, logo UE, logos de los socios; una visión general del proyecto, de sus objetivos y socios...

Destacar la importancia de los temas tratados; resultados e impactos esperados del proyecto o de la actividad; detalle de actividades diseñadas; Posibilidad de contactar y/o participar las organizaciones, personas interesadas, ...

El trabajo con los **medios de comunicación** es otro elemento importante. Las notas de prensa y los artículos que se difunden deben estar adaptadas al lenguaje de los medios de comunicación, utilizando titulares, subtítulos, organizando la información según su importancia, utilizando herramientas visuales (gráficos, fotografías, etc.) y ofreciendo datos para tratar de atraer la atención. El lenguaje ha de ser claro y directo. Frases cortas que ofrezcan información relevante y comprensible. Si es posible, se recomienda hablar directamente con el periodista para asegurar que efectivamente la nota va a

[Escribir texto]





aparecer en los medios de comunicación. La celebración de reuniones, grupos de trabajo, talleres o seminarios son buenas oportunidades para realizar rueda de prensa o una presentación pública del proyecto en los medios de comunicación. Se recomienda siempre indicar la página web del proyecto y una persona y dirección de contacto. Es primordial señalar también que se trata de un proyecto financiado por la UE (FEDER) y el Programa SUDOE.

En cuanto a los **Actos y Eventos**, están previstos seminarios de sensibilización, encuentro sectoriales y una conferencia final.

- Seminarios de sensibilización: Esta prevista una jornada en cada una de las regiones participantes del proyecto, para presentar tanto e-AIRE como la Guía de Buenas Prácticas.
- Encuentro sectoriales. Tendrán un contenido específico, servirán para transmitir los objetivos e implicar a los diferentes actores regionales relacionados y generar sinergias
- Conferencia Final. Está previsto celebrarse en Cantabria hacia el final de proyecto como una de las actividades más importantes de difusión de los resultados del proyecto. Estarán presentes todos los socios del proyecto, otros expertos y, de manera explícita, se invitarán a los actores involucrados en actividades concretas del proyecto, a los beneficiarios reales y potenciales y a los medios de comunicación.

El **Material de Referencia** incluye, por un lado, las **Publicaciones** que tendrán una divulgación direccionada y de edición mayor, y otro tipo de materiales de referencia accesibles (formato electrónico o PDF) que, aunque no publicados, podrán servir como base documental o material de trabajo a determinados colectivos interesados (decisores políticos, organismos y entidades relacionadas con la calidad del aire en otras regiones, académicos, etc.).

## 7. Presupuesto

Se determinará un presupuesto de comunicación y difusión, con los montantes de las diferentes partidas y la repercusión de los costes para cada socio.

[Escribir texto]





## 8. Cronograma

Una vez cerradas las acciones de comunicación, se establecerá un cronograma para planificar las diferentes acciones a lo largo del tiempo.

## 9. Evaluación de resultados

Hay que preparar una tabla de objetivos mínimos de cumplimiento de los objetivos de comunicación, en función de las distintas acciones, las generales y las llevadas a cabo de manera independiente por cada socio.

## 10. Requerimientos del FEDER y Programa SUDOE

Todos los beneficiarios de un proyecto se comprometen a que toda documentación y material elaborados en el marco del Programa deberá mencionar que se han realizado gracias a la cofinanciación de la Unión Europea y más concretamente del Programa de Cooperación Territorial del Espacio Sudoeste Europeo SUDOE.

La información concreta está disponible en la página web del Programa SUDOE INTERREG IVB <http://www.interreg-sudoe.eu/> siguiendo los enlaces: ☐ Comunicación, ☐ Logotipos.

La documentación del proyecto CREA-BUSINESS-IDEA deberá llevar insertada obligatoriamente en todos sus soportes producidos en formato papel (informes, boletines, folletos...) o en formato electrónico (CD/DVD-ROM, presentaciones Power-Point, página Web...) los siguientes logotipos con el objetivo de informar a la opinión pública general de las acciones llevadas a cabo por la Unión Europea:

- El logotipo del Programa SUDOE ®: este logotipo deberá ser utilizado de acuerdo a lo establecido en su Manual de uso. En la página web del SUDOE es posible bajarse el logotipo en el enlace: [Logotipo del Programa \(SUDOE\\_LOGO.zip\)](#)
- El emblema europeo. Éste deberá respetar así mismo las especificaciones gráficas establecidas por la Comisión. Bajo el emblema de la Unión Europea hay que indicar «Unión Europea» y el Fondo que financia el proyecto, FEDER.

[Escribir texto]





En su utilización se recomienda que ambos logotipos figuren al mismo tamaño en la primera página de los documentos que se realicen.



El incumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad podrá dar lugar a la no elegibilidad de los gastos inherentes a los documentos/material de difusión producidos así como a las correcciones financieras establecidas en el Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión Europea.

Errores frecuentes en el uso de los logotipos y emblemas que se deben evitar son:

- A distinta altura y tamaño.
- Ausencia de la mención relativa a la Unión Europea y al Fondo.
- Superposición parcial de un logo por otro.
- Logotipo del Programa SUDOE incorrecto.
- Inserción incorrecta de la mención relativa a la Unión Europea y al Fondo.
- Ausencia del emblema europeo o del logotipo del SUDOE.

[Escribir texto]





En las **páginas webs** de los proyectos los logotipos antes mencionados deben figurar al menos en la página principal. Es recomendable además incluir enlaces a la página del Programa SUDOE, a otras páginas webs de la Comisión Europea y a las webs de las instituciones beneficiarias. El enlace a la web del Programa SUDOE puede ser realizado sobre el propio logo SUDOE o a través de la inclusión en la página web del proyecto del siguiente banner.



## 10.1 Reglamento y Logotipo FEDER

Es aconsejable la lectura tanto de la normativa vigente (Artículos 2 a 9 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión y anexo I y Capítulo 8.9 del Programa Operativo SUDOE) como de los manuales de utilización de los logotipos antes de su uso, a fin de conocer los ejemplos de buen uso, las posibilidades de reducción o ampliación, las versiones cromáticas, etc. Existe un Manual de utilización del emblema europeo que puede ser consultado en la [página Web de la Comisión Europea \(http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1\\_es.htm\)](http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_es.htm), en la cual se indica que preferentemente el emblema europeo se pondrá sobre fondo blanco.

## 10.2 Logotipo Programa SUDOE

Asimismo existe un Manual de identidad corporativa y de utilización gráfica del logotipo del Programa SUDOE, disponible en la página web del SUDOE bajo el nombre de [Manual de identidad corporativa](#) y donde se especifican los detalles en cuanto al logotipo, a la marca, la tipografía y el color corporativo y los usos incorrectos.

[Escribir texto]







### 10.3 Logotipo e-AIRE

Por iniciativa del socio líder del proyecto e-AIRE, la Dirección general de Medio Ambiente del Gobierno de Cantabria, el proyecto dispone ya de un logotipo propio y un manual de uso de la imagen corporativa.



[Escribir texto]

