

ANEXO 2. PUBLICIDAD E INFORMACIÓN EN GENERAL

2.1. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS PARA LA EXHIBICIÓN DEL EMBLEMA DE LA UNIÓN EUROPEA, REFERENCIA AL FONDO QUE DA APOYO A LA OPERACIÓN Y EL LEMA.

A. EMBLEMA (LOGO)

El emblema de la Unión Europea a que se hace referencia en el anexo XII, sección 2.2, punto 1, letra a), del Reglamento (UE) 1303/2013 deberá figurar en color en los sitios web. En todos los demás medios de comunicación, el color se utilizará siempre que sea posible; podrá utilizarse una versión monocroma únicamente en casos justificados.

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

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

B. REFERENCIA AL FONDO

Se deberá incluir el nombre del Fondo a través del cual se recibe la ayuda europea, con su nombre entero y/o las siglas. Se recomienda ambas cosas. No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos.

C. LEMA

El elegido con carácter general en el caso del FEDER es **“Una manera de hacer Europa”**. Es el obligado para todas las operaciones llevadas a cabo por la Administración General del Estado o las Entidades Locales. Este lema, al igual que la referencia al Fondo, excepto en el caso de pequeños artículos promocionales deberá ir separado del emblema de la Unión Europea (logo) y al tratarse del “slogan” de referencia a la Política Regional Europea, deberá presentarse de forma destacada, utilizando para ella, el tipo de letra, color,... que haga posible que ello sea así.

2.2. MEDIDAS DE PUBLICIDAD

A. CARTELES TEMPORALES (obras de infraestructuras o construcción que se beneficie de una ayuda superior a 500.000 euros)

El beneficiario/a colocará un cartel temporal en el enclave durante la ejecución de toda la operación.

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

- El nombre de la operación y el principal objetivo de ésta.

Nombre, por ejemplo: Construcción del Centro de Investigación X.

Objetivo, dependerá del objetivo temático al que pertenezca la actuación.

- T 2. “Garantizar un mejor uso de las tecnologías de información”;
- T 4. “Conseguir una economía más limpia y sostenible”;
- T 6. “Contribuir a la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural”;
- T 9. “Promover la igualdad, la salud y la inclusión social”;
- El emblema de la Unión Europea, es decir, la bandera europea.
- La referencia a la Unión Europea, con las palabras “UNIÓN EUROPEA”.
- La referencia al Fondo que cofinancia, es decir “FEDER”.
- El lema del Fondo. (Ver apartado 3.2.C)

Esta información referida a la participación de la Unión Europea debe ocupar, como mínimo, el 25% de la superficie del cartel. Cualquier otra información contenida en el cartel se presentará dentro del 75% restante de la superficie del mismo.

Los emblemas (logos) institucionales se colocarán con preferencia en la parte alta o baja del cartel, si sólo 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.

B. PLACAS o CARTELES PERMANENTES (cuando la contribución pública total a la operación supere los 500.000 euros, la operación consista en la compra de un objeto físico, la financiación de una infraestructura o en trabajos de construcción).

El beneficiario/a colocará una placa o cartel permanente, visible para el público y de tamaño significativo, en un plazo de tres meses a partir de la conclusión de una operación.

Al igual que los carteles, las placas deben contener:

- El nombre de la operación y el principal objetivo de la actividad apoyada por aquella (lo ya recogido en los carteles temporales).
- El emblema de la Unión Europea, es decir, la bandera europea.
- La referencia a la Unión Europea, con las palabras “UNIÓN EUROPEA”.
- La referencia al Fondo que cofinancia, es decir “FEDER”.
- El lema del Fondo. (Ver apartado 3.2.C)

La información referida a la participación de la Unión Europea debe ocupar, como mínimo, el 25% de la superficie de la placa, pudiendo ser el conjunto de toda la placa.

El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del cartel.

C. PARA EL RESTO DE OPERACIONES NO CONTEMPLADAS EN LOS PUNTOS A Y B

El beneficiario/a informará al público del apoyo obtenido de los Fondos, al menos, a través de su página web, y colocando un cartel con información sobre el proyecto de un tamaño mínimo A3 y en un lugar bien visible para el público, por ejemplo el portal de su edificio, en el que se mencionará la ayuda financiera de la Unión atendiendo a los elementos anteriormente expuestos. Se recomienda ver la estrategia de comunicación, en el caso de beneficiarios/as privados para los que estas dos cuestiones sean de difícil cumplimiento.

D. MATERIAL DE DIFUSIÓN; MERCHANDISING Y ARTÍCULOS PROMOCIONALES DE PEQUEÑO TAMAÑO

La edición de publicaciones relacionadas con los Programas Operativos o las operaciones que cofinancian llevarán una indicación visible de la participación de la Unión Europea y el Fondo, incorporando el emblema Europeo, y el lema del Fondo, en general “Una manera de hacer Europa”.

En el caso de merchandising y artículos promocionales de pequeño tamaño, se recomienda incluir esta misma información, procurando que el espacio destinado a ello sea suficientemente visible.

Para este tipo de artículos servirá algo similar a:



E. INFORMACIÓN ELECTRÓNICA O AUDIOVISUAL

El material audiovisual que se realice sobre los Programas o las operaciones cofinanciadas deberá reservar un espacio destinado para destacar la participación de la Unión Europea y el Fondo correspondiente, que contendrá la información indicada anteriormente, además del lema.

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

F. ACTIVIDADES INFORMATIVAS Y FORMATIVAS

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

Asimismo, tanto en el cartel/trasera de dicha actividad informativa, si lo hubiese, como en el programa y demás material informativo, se debe hacer constar de forma clara la participación de la Unión Europea, y, en concreto, los mismos requisitos mencionados con anterioridad: emblema de la UE, referencia a la UE, y al Fondo FEDER y el lema.

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



FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL

Una manera de hacer Europa



El tipo de letra y la colocación de todo lo obligatorio será la que mejor convenga al resto del diseño particular del cartel/trasera, programa o resto de material divulgativo.

G. ANUNCIOS DE PRENSA

Los anuncios de prensa, además de sus elementos habituales (título, imagen, cuerpo de texto, etc.) deberán incluir el emblema de la Unión Europea, la referencia al Fondo en cuestión y el lema correspondiente, como regla general "Una manera de Hacer Europa".