

7 Comunicación y visibilidad.

Referencia: Artículo 22(3)(j) del RDC. (4.500)

Según lo expuesto en el RDC es necesaria la puesta en marcha de diferentes acciones de comunicación por lo que la autoridad de gestión del FSI se ha fijado los siguientes objetivos estratégicos a fin de lograr difundir los proyectos y los logros alcanzados por dicho Fondo.

- Transparencia de las actuaciones garantizando el acceso de la información a los beneficiarios
- Difusión de los proyectos a la población en general
- Fácil intercambio de información entre autoridades, beneficiarios y el resto de entidades

7.1 Información sobre opciones de financiación dirigidas a los beneficiarios potenciales

De acuerdo con el principio de igualdad y oportunidades en el acceso a la información se proporcionará transparencia sobre el apoyo financiero de la UE y se garantizará que su contenido esté a disposición de los potenciales beneficiarios. Para ello, se utilizarán herramientas de publicidad que actualizarán la información sobre el apoyo financiero de los proyectos concedidos y el resultado de las evaluaciones.

7.1.1 Publicación convocatorias en la BDNS conforme normativa nacional

7.1.2 Publicación extracto de la convocatoria en el BOE, con indicación del BDNS

7.1.3 Elaboración estrategia según reglamento del FSI

7.1.4 Creación de identidad visual

7.1.5 Creación sitio web que recogerá información sobre su naturaleza y campo de actuación, autoridades competentes y normativa

7.1.6 Creación RRSS @FondosUEseg -Instagram, Twitter y Facebook-

7.1.7 Difusión de notas de prensa

7.1.8 Eventos/jornadas informativas/seminarios para solventar dudas e informar de los proyectos más importantes y cierre/apertura de cuentas anuales

7.2 Requisitos de visibilidad sobre financiación de la UE para proyectos seleccionados

Todos los beneficiarios de este instrumento de financiación deberán reconocer la ayuda de los Fondos y serán informados de las obligaciones de comunicación que aparecen en el Capítulo III Visibilidad, Transparencia y Comunicación del RDC. Así mismo, se establecerán instrucciones y mecanismos de control adecuados en el acuerdo de subvención para garantizar que, todos los beneficiarios, cumplan las normas sobre publicidad y difusión, así como el uso correcto del emblema de la UE según el mismo capítulo del RDC.

7.3 Visibilidad y difusión del programa y proyectos financiados dirigidos al público en general

Las acciones de visibilidad estarán destinadas al total de los ciudadanos europeos con el objetivo de transmitir el compromiso de la UE con la progresión y mejora de la seguridad interior de los EM. Los proyectos serán difundidos a la población en general, mediante los medios online y offline anteriormente citados, respetando los requisitos sobre visibilidad y comunicación impuestos por la Comisión Europea y la accesibilidad a personas con capacidades diferentes.

7.4 Facilitar el intercambio de información ente autoridades, beneficiarios y otras entidades y administraciones

Para facilitar el intercambio de información entre las autoridades, beneficiarios y el resto de entidades y fomentar la creación de estructuras de comunicación, que aumenten el valor añadido de los diferentes fondos de la Unión Europea, se ha creado la red GERIP formada por un coordinador nacional y un responsable de comunicación por cada programa. Esta red intercambiará información sobre visibilidad, transparencia y comunicación y actualizará un sitio web único de los fondos del RDC que enlazará con las páginas web del resto de autoridades de gestión. Las diferentes web serán actualizadas con las listas de operaciones, los documentos de los programas, los datos de contacto de la autoridad de gestión y el seguimiento de los proyectos cofinanciados.

7.5 Presupuesto e Indicadores

El presupuesto reservado para las acciones de visibilidad del FSI será de un máximo del 0,25% de 79 512 839 euros -presupuesto total asignado a España-, concretamente se destinará a las labores de comunicación un máximo de 198 782,09 euros.

El conjunto de herramientas/indicadores para la evaluación de las actividades de comunicación

- N° visitas de la web
- N° de impactos, publicaciones y alcance en las diferentes RRSS
- N° de notas prensa, ruedas de prensa, eventos
- N° de acciones publicitarias de los beneficiarios –cartelería, publicaciones web y RRSS-.