



Cofinanciado por
la Unión Europea

MANUAL DE INSTRUCCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL FSE+

Programas de financiación de la Unión Europea para 2021-2027

Orientaciones entidades beneficiarias de ayudas

INTRODUCCIÓN

Se ha elaborado esta guía con el objetivo de facilitar a los beneficiarios FSE+ el cumplimiento de la normativa en materia de comunicación, así como el seguimiento de las medidas marcadas en la **Estrategia de comunicación del FSE+ (Art. 46, 47, 48, 49 y 50 del Reglamento UE nº 2021/1060)**

Los beneficiarios FSE+ están **obligados a dar publicidad** de la cofinanciación por el FSE+ y a **difundir los proyectos** de acuerdo con las directrices de información y publicidad establecidas en el Reglamento UE nº 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de junio de 2021. En particular, se deberán respetar los siguientes puntos Art.50:

- En el **sitio web oficial del beneficiario**, cuando dicho sitio web exista, y en sus cuentas en las **redes sociales** harán una breve descripción de la operación con sus objetivos y resultados, y destacarán la **cofinanciación de la Unión Europea en el marco del Programa de Inclusión Social, Garantía Infantil y Lucha contra la Pobreza**.
- Proporcionarán una declaración que destaque la ayuda de la Unión de manera visible en **documentos y materiales de comunicación** relacionados con la ejecución de la operación, destinados al público o a los participantes (operación cofinanciada por la UE en el marco del Programa de Inclusión Social, Garantía Infantil y Lucha contra la Pobreza).
- Para las **operaciones que no superen los 100.000 EUR**: 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**.

MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La definición de las medidas de información y comunicación deberá atender al cumplimiento de los objetivos establecidos y tienen que ser diseñadas en función del público objetivo:

- Las medidas deberán estar **adaptadas** al público destinatario, para que éste reciba la información en función de sus necesidades de forma clara, completa y coherente.
- Las medidas deberán ser **accesibles**, utilizando los canales de comunicación y soportes más adecuados para cada grupo destinatario, haciendo hincapié en las medidas de accesibilidad para las personas con discapacidad, y debiendo estar la información disponible cuando el destinatario la necesite.
- Los **logotipos del FSE+ y de Fundación ONCE** deberán incorporarse de forma visible, tanto en las sedes de las entidades ejecutoras (puertas de las aulas, en la entrada de la sede, etc.) como en todo el material que se elabore y utilice durante la ejecución de las operaciones.
- **Los logotipos serán siempre los oficiales y no podrán ser modificados** (el de Fundación ONCE y el que exige el reglamento como logo único “**Cofinanciado por la UE**”)

- **Los canales de comunicación** en los que podrá darse publicidad al proyecto cofinanciado por el FSE+ podrán ser:
 - Internet.
 - Páginas web.
 - Medios de comunicación tradicionales.
 - Ruedas de prensa.
 - Redes sociales.
 - Otros.

Los beneficiarios FSE+ reflejarán todas las medidas adoptadas en materia de **información y publicidad**, debiendo incluir imágenes que ilustren alguna de estas medidas en la **memoria social final**.

A modo de ejemplo:

- Foto del aula en el cual se vean los logos, fotos del material utilizado con los logos, fotos de las actuaciones, etc.
- Si se han realizado campañas en medios de comunicación, se adjuntarán las notas de prensa, artículos, noticias, enlaces, etc.
- Si se ha informado en medios digitales, se adjuntará “captura de pantalla” de la noticia, publicidad, links, etc.

TERMINOLOGÍA Y PROCEDIMIENTO

REDES SOCIALES

Redes sociales: X/Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, Telegram, y TikTok.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medios de comunicación: radio, televisión, prensa, internet (incluido YouTube), publicaciones en papel y cartelería (cuya elaboración no responda a una obligación reglamentaria), etc. **Tipos de actuaciones en medios:** noticias, videos, entrevistas, reportajes, publirreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, notas de prensa, newsletters, etc.

EVENTOS CELEBRADOS

Actuaciones de comunicación sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con la operación /proyecto llevado a cabo a través de eventos públicos, tanto en formato presencial como online. **Actuaciones de comunicación:** eventos de lanzamiento del proyecto, actos de presentación o inauguración del proyecto, clausura, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, etc.

MATERIAL FÍSICO Y VIRTUAL

Relacionados con la ejecución de la operación, destinados al público o a los participantes (temarios, diplomas, fichas de registro, cuestionarios, encuestas de satisfacción, mochilas, ropa de trabajo de los participantes, etc..)