



Fondo Europeo de Desarrollo Regional 2007-2013

**Cooperación Territorial
España-Francia-Andorra 2007-2013**

PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD



PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

ÍNDICE

1. Introducción
2. OBJETIVOS del Plan de Comunicación y de Publicidad del Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013
3. Orientaciones estratégicas del Plan de Comunicación y de Publicidad
4. Las diferentes etapas del Plan de Comunicación y de Publicidad; estrategia y contenido de las acciones
5. Medios disponibles para la puesta en marcha del Plan de Comunicación y de Publicidad
6. Entidades responsables: servicios administrativos encargados de la realización de las acciones de información y publicidad.
7. Fuentes de información

ANEXO 1: Fichas de las acciones

1. Introducción

El Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra tiene por OBJETIVO promover las estrategias conjuntas de desarrollo territorial sostenible.

El Programa Operativo (Programa Operativo) 2007-2013 constituye la cuarta generación de ayuda financiera comunitaria destinada a reforzar la integración económica y social de la zona transfronteriza entre España y Francia.

El Programa Operativo se destina a:

Eje prioritario 1: Reforzar la integración transfronteriza valorizando la complementariedad de las actividades económicas, de la innovación y del capital humano.

Eje prioritario 2: Valorizar los territorios y el patrimonio natural y cultural dentro de una lógica de sostenibilidad. Proteger y gestionar los recursos ambientales.

Eje prioritario 3: Mejorar la calidad de vida de la población a través de estrategias comunes de estructuración territorial y de desarrollo sostenible.

Las acciones de comunicación se rigen, en el marco de los fondos estructurales, por el reglamento CE 1083/2006 del Consejo, de 11 de julio de 2006.

El Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra aprobado por la Comisión Europea por decisión C20076309 (2007) del 18.12.2007, incluye la redacción de un plan de comunicación y de publicación, conforme al citado Reglamento CE 1083/2006 Consejo, de 11 de julio de 2006.

Este documento, elaborado por la Autoridad de Gestión del Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra especifica las modalidades y fases de realización necesarias para alcanzar los objetivos de información y de comunicación del programa.

2. Objetivos del Plan de Comunicación y de Publicidad del Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013

Con el fin de asegurar la puesta en marcha real del Programa, es necesario garantizar la publicidad de las intervenciones realizadas en el marco del objetivo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013.

Para ello es imprescindible una coordinación transfronteriza y regional.

En relación con el objetivo global del Programa de favorecer la integración de las zonas NUTS III fronterizas y de valorizar los recursos de la zona implicada en bajo una perspectiva de desarrollo sostenible, el Plan de Comunicación pretende dotar al programa de una dimensión transfronteriza de los socios (partenarial) importante y homogénea, con el fin de transmitir al público una visión clara e institucional de las intervenciones previstas.

Los dos grandes objetivos de la comunicación son los siguientes:

- Asegurar la transparencia del programa, es decir, informar ampliamente a los beneficiarios potenciales acerca de los fondos, y hacer accesibles los procedimientos y las reglas de funcionamiento de éste.
- Garantizar la visibilidad de la aportación de la UE al gran público en el marco de las operaciones financiadas.

La comunicación de los socios del Programa Operativo (partenariado) debe por tanto basarse en dos dimensiones esenciales: la pedagogía para explicar a los beneficiarios las modalidades de acceso a los fondos, y la imagen para aclarar a los ciudadanos el rol y el impacto de las intervenciones de Europa en la vida cotidiana de los habitantes de la zona elegible.

3. Orientaciones estratégicas del Plan de Comunicación y de Publicidad

El objetivo será desarrollar las sinergias de las acciones entre los diferentes socios. Cada socio velará igualmente por identificar todas las oportunidades para poner de relieve Europa y el Programa, en los diferentes eventos que se organicen. Las páginas web de los socios reservarán un espacio dedicado al Programa.

Las orientaciones estratégicas del Plan se recogen en los siguientes apartados:

- Comunicación interna
- Comunicación externa: público objetivo al que va dirigido el Plan de Comunicación y Publicidad
- Evaluación y seguimiento

3.1 La comunicación interna

Una buena comunicación interna es indispensable para alcanzar los objetivos comunes de las actividades del programa.

En esta óptica, deben introducirse diversas herramientas con el fin de optimizar los flujos de comunicación interna, entre las cuales se deben destacar:

- Reuniones periódicas de coordinación entre los socios del Programa
- Mailing a los socios sobre cualquier tipo de acción de comunicación.
- Boletín o Newsletter del Programa.
- Sistema informático común de gestión y de información.
- Página web: definición de los diferentes niveles de usuario y sus entornos (información, lectura, acceso restringido...)

En el marco de las actividades de comunicación interna, la actividad de coordinación entre la Autoridad de Gestión del Programa y el resto del partenariado, tiene una importancia primordial.

3.2 La comunicación externa: Orientaciones según el público objetivo

Entre los diferentes públicos objetivo, se tratará de priorizar los beneficiarios potenciales y el gran público. Igualmente se añaden los medios de comunicación, que tienen un importante papel en la difusión del Programa.

Las acciones de comunicación pueden dirigirse a tres tipos de público:

3.2.1 Los beneficiarios potenciales, es decir, todas las personas jurídicas elegibles para la cofinanciación en el marco del programa de cooperación transfronteriza España-Francia-Andorra 2007-2013. Este público es prioritario: la comunicación debe ayudar al beneficiario potencial a determinar rápidamente si su proyecto es elegible o no, y si es el caso, dirigirle a los interlocutores competentes. Este público objetivo es el siguiente:

- Organismos públicos y estructuras equivalentes: comunidades autónomas, ayuntamientos, comarcas, sociedades públicas, y otro tipo de administraciones públicas.
- Organizaciones profesionales: sindicatos, asociaciones de empresas o de empresarios.
- Actores económicos: PYMEs, GEIE, organismos consulares, sociedades de economía mixta, GECT y Consorcios.
- Centros de formación, universidades, institutos de investigación...
- Otros actores: asociaciones sin ánimo de lucro, ONG, fundaciones...

En este marco, las orientaciones estratégicas del Plan de Comunicación y Publicidad, se enfocan hacia:

- La adaptación en función de los centros de interés de los diferentes actores.

- El carácter pedagógico de las modalidades de acceso a los fondos, especialmente recurriendo a testimonios de proyectos ejemplares (buenas prácticas) ya financiados.

3.2.2 Público en su sentido amplio, es decir, todos los actores implicados por el programa, incluyendo aquellos que no se benefician directamente por fondos.

- Agentes económicos y sociales.
- Parados.
- Estudiantes.
- Población local en general.

En efecto, tomar conciencia del papel de Europa en la vida cotidiana de los habitantes del territorio, debe constituir un desafío para el Programa 2007-2013. Con este fin, se tratará de:

- Multiplicar los momentos clave de la comunicación para obtener una presencia importante y regular del gran público.
- Crear sinergias con los soportes y acontecimientos existentes de cada territorio y con cada socio.
- Organizar un seguimiento riguroso de las obligaciones que deben cumplir los beneficiarios en contrapartida a los fondos recibidos.

3.2.3 Los medios de comunicación

Para este público objetivo, las orientaciones estratégicas del Plan de Comunicación y Publicidad se dirigirán a:

- Construir asociaciones (partenariado) duraderas y que incorporen una dimensión publicitaria.
- Crear y organizar acontecimientos de interés local y regional susceptibles de estar bien cubiertos por los diferentes medios de comunicación.
- Informar regularmente con notas de prensa a los medios de comunicación, mass media, profesionales del periodismo y responsables de comunicación en instituciones y administraciones públicas.

3.2.4 Políticos locales e instituciones

Políticos e instituciones estarán informados del desarrollo de las acciones del programa a través de los Comités y las jornadas de información.

La mayoría de las acciones llevadas a cabo, son acciones dirigidas a varios tipos de públicos objetivo (acciones “multipúblico”), y se dirigirán al público en su sentido más amplio.

3.3 Evaluación y seguimiento

La realización de un plan de comunicación eficaz, no puede ir desligada de actividades de evaluación y seguimiento, basadas en las siguientes características:

- diseño de la comunicación como función estratégica
- modalidades de reparto de tareas entre todos los que intervienen
- verificaciones *in itinere*

El planteamiento de los indicadores generales para medir la eficacia del plan de comunicación queda resumido en la tabla siguiente:

Eficacia	Indicadores de impacto	Transparencia	% de proyectos publicados en los medios % de proyectos que difunden información al público objetivo, y donde se indica la cofinanciación FEDER
		Impacto en el público	% de proyectos que dan a conocer la cofinanciación FEDER % de proyectos que cumplen con las obligaciones en materia de publicidad % de proyectos que incorporan los logos correspondientes al programa
	Indicadores de resultado	Visibilidad	Campañas de publicidad en la región sobre programas de cooperación territorial. Número de señales y paneles colocados.
		Difusión	Número de folletos publicados Número de descargas de los documentos de la web Número de apariciones en prensa y radio Número de medios de comunicación utilizados Publicación de documentos descriptivos del programa
	Indicadores de mejora	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento del número de actividades desarrolladas por la Autoridad de Gestión 2. Porcentaje de jefes de proyecto que han incrementado sus actividades de publicidad y formación 3. Número de jefes de proyecto que afirman haber notado un aumento de la participación en el proyecto gracias a las acciones de publicidad 	
	Indicadores presupuesto	Presupuesto de publicidad ejecutado en relación con el presupuesto inicialmente previsto	
Calidad	Calidad	Facilidad de acceso al logo del programa Número de visitas a la web	
	Atractivo visual	Equilibrio entre texto e imagen	
	Medios interactivos	Creación de la página web y accesibilidad de la información en la web alimentada diferentes fuentes	

Estos indicadores son completados por indicadores que figuran en anexo del presente documento.

4. Las diferentes etapas del Plan de Comunicación y Publicidad; estrategia y contenido de las acciones

El Plan de Comunicación y Publicidad se divide en tres etapas:

- Fase de lanzamiento del Programa
- Fase de desarrollo y seguimiento
- Fase de clausura y cierre del Programa

Estas fases incluyen diferentes tipos de acciones. En documento anexo se presenta el desarrollo de las acciones y su presupuesto previsional, con formato de una ficha para cada acción.

Se han previsto a lo largo del Plan dos acciones transversales. Se trata de la creación de una página web, y de la comunicación a través de los medios de comunicación. Estas acciones aparecen en las tres fases.

En el marco del Plan de Comunicación y Publicidad, la Autoridad de Gestión ha tenido en cuenta durante las diferentes fases y acciones los requerimientos de la Comisión, y en concreto:

- Un Seminario de Presentación que coincide con el lanzamiento de la primera convocatoria de proyecto.
- Una gran acción de información por año.
- Bandera de la UE, se colocó el 9 de mayo de 2007 en la sede de la Autoridad de Gestión.
- Publicación en el sitio www.poctefa.eu de la lista de los beneficiarios del Programa Operativo, el nombre del proyecto y el montante de la financiación pública atribuido a las operaciones.

En la Autoridad de Gestión la persona de contacto es Michel Setuáin (m.setuain@ctp.org), y en el Secretariado Técnico Conjunto, Pilar Maza (p.maza@ctp.org) y Ludovic Lareynie (l.lareynie@ctp.org).

4.1 Fase de lanzamiento

4.1.1 Seminario de presentación y jornadas de información OT

(ref ficha de acción 3, p.24)

La realización del Seminario de presentación y de jornadas de información, se dirigirá a los beneficiarios potenciales, y se dedicará a la información sobre el programa. También servirá para mostrar ejemplos de la participación a las convocatorias de proyectos y como punto de encuentro de los socios. Los inscritos podrán enviar fichas de proyectos que se pondrán a disposición de todos para favorecer nuevos proyectos transfronterizos.

Se prevén cuatro acciones de presentación: por un lado, el Seminario de presentación del programa, organizado por la Autoridad de Gestión con la asistencia del Secretariado Técnico Conjunto con el apoyo de la Región Languedoc-Roussillon y entre 3 a 6 jornadas de información destinadas a los beneficiarios potenciales, que se organizarán desde los Organismos Territoriales Oeste, Centro y Este, del Programa, en colaboración con el Secretariado Técnico Conjunto.

En el marco de estas jornadas, la Autoridad de Gestión invitará a promotores de proyectos “ejemplares” de la anterior generación 2000-2006, con el fin de capitalizar la experiencia pasada. Esto permitirá una mejor difusión de la información a los potenciales promotores de proyectos de la zona elegible. Además, a través de la acción de los Organismos Territoriales, cada territorio podrá organizar actividades en el marco de este Plan de Comunicación y Publicidad (organización de reuniones, actividades de información dirigidas a potenciales promotores y socios de proyectos...).

Se organizará una encuesta de satisfacción para medir el impacto del seminario sobre el público objetivo. Tratará de los siguientes temas:

- Satisfacción general del seminario
- Calidad de los contenidos y las presentaciones
- Utilidad de los documentos proporcionados
- Organización y logística
- Puntos de mejora

Los resultados de esta encuesta serán utilizados para la organización de los otros seminarios.

4.1.2 Creación de una página web del Programa: www.poctefa.eu

(ref ficha de acción 1, p.17)

Se elaborará una página web para la presentación del Programa y para dar información relativa a sus actividades. La documentación necesaria para la presentación de propuestas de proyectos, estará disponible en este sitio (formulario de candidatura, guía práctica...), así como una “bolsa de proyectos” o “bolsa de socios”.

Las páginas webs de regiones, departamentos y CCAA fronterizos y socios del Programa, deberán prever enlaces directos a este sitio.

4.1.3 Identidad corporativa

(ref ficha de acción 4, p.25)

Se creará un logo y una imagen del Programa, para su uso en todas las actividades de comunicación interna y externa realizadas por los socios.

Se elaborará un Manual de Identidad Corporativa, y una presentación común del Programa y del montaje de proyectos transfronterizos, para uso del SCT y de los Organismos Territoriales, y para cualquier otra entidad que quiera hacer uso del mismo.

4.1.4 Comunicación oficial a promotores y socios potenciales de proyectos

(ref ficha de acción 5, p.26)

Se elaborará una guía práctica del promotor, dirigida a promotores y socios potenciales de proyectos, así como un folleto que contenga información básica del programa que contenga al menos;

- La explicación detallada de las orientaciones estratégicas, OBJETIVOS y funcionamiento del Programa.
- Las direcciones de las entidades responsables del Programa.
- Un mapa de la zona elegible.
- La descripción del circuito administrativo desde la instrucción a la certificación de los proyectos.
- Una metodología para la elaboración de un proyecto de cooperación
- La normativa comunitaria aplicable, concerniente a los promotores y socios de proyectos.

Estas herramientas se difundirán a través de mailing, descargas en la página web, y distribución en el Seminario y jornadas de información.

Estos materiales estarán disponibles a lo largo de la duración del Programa. Se establecerán “Puntos de Contacto” en el marco del principio de subsidiaridad y servir de apoyo local a STC y a los OT en la información del PO, de acuerdo con el Plan de Comunicación.

4.1.5 Comunicación y difusión a los medios de comunicación

(ref ficha de acción 2, p.21)

Herramientas: Comunicados de prensa, conferencias de prensa y difusión de la información a través de los medios de comunicación (radio, TV, prensa escrita, páginas web, etc...).

Estas acciones se desarrollarán durante el Programa, y son transversales en el Plan de Comunicación y Publicidad.

4.2 Fase de desarrollo y seguimiento

4.2.1 Seguimiento interno del Plan de Comunicación y Publicidad

(ref ficha de acción 6, p.27)

La Autoridad de Gestión informará al Comité de Seguimiento de la situación de la puesta en marcha del Plan de Comunicación y Publicidad: acciones realizadas y medios utilizados para alcanzar los objetivos fijados.

El informe anual de ejecución se difundirá conforme al artículo 67 del Reglamento 1083/2006 y el artículo 4 del Reglamento 1080/2006.

Las acciones se realizarán en un marco de socios lo más amplio posible, lo que permitirá una circulación fluida de la información entre los actores del programa.

4.2.2 Información y comunicación para la gestión de los proyectos programados y puntos de contacto regionales

(ref ficha de acción 7, p.28)

Tras la aprobación de los proyectos por el Comité de Programación, los Organismos Territoriales y el Secretariado Técnico Conjunto organizarán unas reuniones de asistencia técnica para la gestión de los proyectos programados.

En esa lógica, se elaborará un vademécum de ayuda a la elaboración del informe de ejecución del proyecto y de la certificación de los gastos, con el objeto de facilitar el trabajo de los promotores y socios de proyectos. Esta herramienta se difundirá a través de mailing, descargas en la página web, y distribución en las reuniones de asistencia técnica.

Si se da el caso, la organización regular de Comités técnicos de acompañamiento, permitirá un seguimiento de los proyectos sobre el terreno. Estos Comités reunirán a los socios del proyecto, un representante del Secretariado Técnico Conjunto, un representante del Organismos Territoriales implicado, y un técnico especialista del tema objeto de la operación. Estos Comités se podrán organizar durante el desarrollo de la operación, en función de las necesidades.

Se establecerán puntos de contacto en el marco del principio de subsidiariedad y para servir de apoyo local al STC y a los OT en la información del PO conforme al Plan de comunicación y publicidad.

4.2.3 Organización de seminarios intermedios

(ref ficha de acción 8, p.29)

Se organizará una gran acción de comunicación, en la que se presentará a los medios de comunicación y actores del programa, los primeros resultados y realizaciones, incluyendo, si se diera el caso, los grandes proyectos (ver art.7 del Reglamento 1828/2006): seminario, encuentros entre promotores de proyectos, conferencias de prensa. Esta acción se podrá apoyar sobre los trabajos de evaluación *in itinere* del Programa (evaluación intermedia).

4.2.4 Puesta al día de la página web

(ref ficha de acción 1, p.17)

Se trata de una acción transversal que tiene lugar a lo largo de las diferentes fases del programa.

Se tratará de una página bilingüe español-francés, con la posibilidad de descargar los documentos de referencia del programa.

El sitio web del programa se actualizará regularmente con la puesta en marcha de un foro y la introducción regular de fichas sobre las operaciones programadas. Las cuestiones más frecuentes (FAQ) sobre el Programa, también estarán incluidas.

4.2.5 Realización de un boletín (Newsletter)

(ref ficha de acción 9, p.30)

Se elaborará un boletín periódico, que incluirá aspectos de información y comunicación cuatrimestral, se podrá descargar en la página web, o enviarse por correo electrónico en formato pdf previa solicitud, a las personas interesadas, y a los promotores y socios de proyectos, así como entidades públicas implicadas y los socios (partenariado) del Programa Operativo.

4.2.6 Realización de un catálogo

(ref ficha de acción 10, p.31)

Se elaborará un catálogo que contendrá muestras de proyectos y buenas prácticas. El catálogo presentará cada proyecto del Programa Operativo, su marco de intervención y su impacto en relación a los OBJETIVOS previstos. Este catálogo se irá actualizando durante el programa.

A medio camino del programa, se creará una cartografía con un sistema de gestión geográfico donde se encontrará la siguiente información: localización de los proyectos, sectores de actividad implicados, distribución de los montantes financieros de las operaciones.

Este documento tendrá formato electrónico y se podrá descargar de la página web, también se imprimirán 1.000 ejemplares al finalizar el Programa Operativo.

4.2.7 Realización de un stand de información sobre el programa

(ref ficha de acción 11, p.32)

Se pondrá a disposición de los socios (partenariado) del Programa Operativo, un stand en el que se explicará el programa, y que servirá para poderse exponer en seminarios, encuentros del Secretariado Técnico Conjunto y los Organismos Territoriales.

4.2.8 Organización de un encuentro temático entre responsables de proyectos

(ref ficha de acción 12, p.33)

El encuentro de promotores y socios de proyectos de diferentes temas del Programa, en el marco de ferias organizadas por el Secretariado Técnico Conjunto y los Organismos Territoriales, favorecerá el encuentro de socios y la posible aparición de nuevas operaciones.

4.3 Fase de clausura

4.3.1 Acontecimientos de carácter regional

(ref ficha de acción 13, p.34)

Esta acción consistirá en la participación en acontecimientos transregionales y transnacionales (al menos 3; conferencias, seminarios, talleres...) en relación con el desarrollo regional y la cooperación transfronteriza, con la presencia de stands y exposiciones de material promocional (boletines de información) y representación en Bruselas (en seminarios,...)

4.3.2 Organización de un seminario final

(ref ficha de acción 14, p.35)

Se organizará un seminario final para la presentación de los principales resultados producidos en el Programa. Las buenas prácticas se recogerán en el catálogo, con el fin de asegurar la mejor difusión posible de los resultados.

5. Medios disponibles para la puesta en marcha del Plan de Comunicación y Publicidad

5.1 Estimación presupuestaria

ACCIONES 2007 - 2013	Presupuesto estimado
1. Página web del Programa www.poctefa.eu	50.000,00 €
2. Comunicación y difusión en medios de comunicación	30.000,00 €
3. Seminario de Presentación y jornadas de información en OT	236.000,00 €
4. Identidad corporativa	10.000,00 €
5. Comunicación oficial a los beneficiarios potenciales	120.000,00 €
6. Seguimiento interno del Plan de Comunicación y Pub.	30.000,00 €
7. Información y comunicación para la gestión de los proyectos aprobados y puntos de contacto regional	300.000,00 €
8. Jornadas y seminarios intermedios	160.000,00 €
9. Creación de un boletín (Newsletter)	30.000,00 €
10. Realización de un catálogo	18.000,00 €
11. Realización de un stand de información sobre el Programa Operativo	15.000,00 €
12. Encuentro temático entre promotores y socios de proyectos	30.000,00 €
13. Asistencia a acontecimientos de carácter trans-regional	20.000,00 €
14. Organización de un seminario final	200.000,00 €
TOTALES	1.249.000,00 €

5.2 Recursos humanos

Se dispondrá al menos un puesto a media jornada, sea del personal ya existente, o bien la selección de un responsable de comunicación.

La Autoridad de Gestión designará una persona de contacto responsable de la comunicación. Su nombre deberá comunicarse a la Comisión (ver art. 10 del Reglamento 1828/2006).

6. Entidades responsables: servicios administrativos encargados de la realización de las acciones de información y de publicidad

La Autoridad de Gestión es responsable de las actividades del Plan de Comunicación y Publicidad. Ella vigilará que las acciones de información se desarrollen conforme al Plan de Comunicación y Publicidad, asegurando la mayor cobertura mediática posible. Esto se hará con los medios y métodos apropiados al nivel territorial (ver art. 7 del Reglamento 1828/2006).

El Comité de Seguimiento dará las indicaciones a la Autoridad de Gestión para la elaboración del Plan de Comunicación y Publicidad.

Las acciones de comunicación y de información y los medios para la puesta en marcha del Plan, serán propuestos por la Autoridad de Gestión al Comité de Seguimiento, quien los aprobará efectuando las tareas de control y seguimiento para la realización efectiva de las acciones.

La Autoridad de Gestión realizará las funciones de coordinación ejecutiva a través del Secretariado Técnico Conjunto, en estrecha colaboración con los Organismos Territoriales, y los miembros del partenariado transfronterizo (socios del Programa Operativo).

7. Fuentes de información

Documentos de referencia para las actividades de comunicación:

- Reglamento (CE) No 1083/2006 del Consejo de 11 de julio de 2006 sobre las disposiciones generales sobre el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, el Fondo Social Europeo y el Fondo de Cohesión, y en sustitución al Reglamento (CE) no 1260/1999
- Reglamento (CE) No 1080/2006 del Parlamento Europeo y del consejo de 5 de julio de 2006, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional y en sustitución al Reglamento (CE) no 1783/1999
- Reglamento (CE) N° 1828/2006 de la Comisión del 8 de diciembre de 2006, que establece las modalidades de ejecución del Reglamento (CE) n° 1083/2006 sobre las disposiciones generales sobre el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, el Fondo Social Europeo y el Fondo de Cohesión, y del , Reglamento (CE) n° 1080/2006 del Parlamento Europeo y del consejo de 5 de julio de 2006, relativo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
- Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013.
- Convocatorias de proyectos de cooperación.
- Guía de gestión del Programa Operativo.
- Guía y formularios para la presentación de proyectos.
- Informes anuales de ejecución. Informes de evaluación. Documentación de difusión (estudios, trabajos de investigación, documentos presentados en las conferencias)

ANEXO 1: Fichas de las acciones

FICHAS DE CADA ACCIÓN

Plan de Comunicación y Publicidad del Programa Operativo	ACCIONES
ACCIONES TRANSVERSALES durante todo el Plan	1. Página web del Programa
	2. Comunicación a los medios de com.
FASE DE LANZAMIENTO	3. Seminario Pr y jornadas de información OT
	4. Identidad corporativa del Programa
	5. Comunicación oficial a los potenciales promotores y socios de proyectos
FASE DE DESARROLLO Y SEGUIMIENTO	6. Seguimiento interno del Plan de Comunicación y Publicidad
	7. Info y com. para la gestión de los programas aprobados y puntos contac reg
	8. Jornadas y seminario intermedios
	9. Realización de un boletín (Newsletter)
	10. Realización de un catálogo
	11. Realización de un stand de información sobre el programa
	12. Organización de un encuentro temático entre promotores y socios de proyectos
	13. Asistencia a acontecimientos de carácter trans-regional
	FASE DE CLAUSURA

ACCIÓN TRANVERSAL DURANTE TODO EL PLAN
ACCIÓN 1
Creación de la página web del Programa: www.poctefa.eu
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de una página web dedicada al Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013. • Asegurar la publicidad del programa desde el principio. • Garantizar la difusión eficaz de los documentos de información.
PÚBLICO OBJETIVO
<p>Socios (partenariado) del Programa Operativo</p> <p>Promotores y socios de proyectos programados y potenciales promotores y socios</p> <p>Gran público</p>
CONTENIDO
<p>La página web propuesta será dinámica, y estará relacionada con el sistema de gestión informática del Programa.</p> <p>Accesible a cualquier usuario, se podrá consultar la información relativa al Programa Operativo, así como aquellas introducidas a medida que se desarrolla el Sistema de gestión informática del Programa.</p> <p>Al menos figurará, de forma accesible para cualquier usuario, la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información genérica del Programa: áreas de actividad, ejes y temas prioritarios, tipos de indicadores, organismos territoriales, órganos de decisión y de gestión. • Novedades. • Calendario de convocatorias y acontecimientos. • Enlaces útiles (por ejemplo, reglamentos importantes) • Documentos para descargar. • Estadísticas: proyectos presentados, proyectos aprobados, clasificados por ejes-territorios-NUTS II... • Información de las convocatorias. • Tipología de los proyectos. • Beneficiarios elegibles. • Contribuciones financieras. • Condiciones de la financiación. • Criterios de selección. • Documentación asociada para descargar (formularios de candidatura, guía del promotor, convenios...) • Envío de solicitudes y de la documentación asociada. El usuario se podrá registrar e identificarse en la página. • Consulta del estado de un expediente asociado a un proyecto, esta opción estará disponible para los jefes de fila, socios y miembros del partenariado transfronterizo. Para acceder a este apartado, habrá una identificación. La información no se podrá modificar. • Preguntas más frecuentes (FAQ), clasificadas por temas.

- Página de acogida.
- Búsqueda de proyectos, ofrecer la posibilidad de efectuar las búsquedas por diferentes entradas: proyectos aprobados, proyectos por eje y medida, por socio, por territorio...
- Repertorio de usuarios
- Guía de uso de la página.

Con el fin de facilitar el uso, la página tendrá otras herramientas complementarias. El usuario se inscribirá e identificará en la página para poder acceder.

- Información sobre las convocatorias: seminario temáticos con todos los actores del Programa.
- Espacio de trabajo para intercambiar información. Para motivar la participación en el Programa Operativo, se podrán consultar en la página web las fechas y temas de seminarios, conferencias, encuentros, vídeos de presentaciones... (en formato podcast).
- Espacio de ideas, organizada gracias a una base de datos, para nuevos proyectos descritos en un formulario tipo. Este espacio se concibe para facilitar el encuentro y la búsqueda de socios.
- Localización de los proyectos.

CALENDARIO DE REALIZACIÓN

1er semestre de 2008 para la fase de lanzamiento y la creación de la página

ENTIDADES RESPONSABLES

Autoridad de Gestión: lanzamiento de la convocatoria por el Gobierno de Navarra para la creación de la página.

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

Número de páginas

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

Nombre de visitas

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO

Grado de utilización y accesibilidad de la página web

PRESUPUESTO ESTIMADO

12.000,00 Euros

ACCIÓN TRANSVERSAL DURANTE TODO EL PLAN
ACCIÓN 1 (continua)
Mantenimiento de la página web
OBJETIVOS
Tener informados a los participantes en el Programa de su evolución y progreso. Actualizar las herramientas del Programa. Actualizar y tener al día la información sobre las acciones.
PÚBLICO OBJETIVO
Socios (partenariado) del Programa Operativo Promotores y socios de proyectos programados y potenciales promotores y socios Gran público
CONTENIDO
La página web del programa se actualizará con regularidad, con la puesta en marcha de un foro y la introducción actualizada de fichas sobre los programas en realización. Las preguntas más frecuentes sobre el Programa se incluirán en un apartado de FAQ. Se creará un espacio de noticias de actualidad, con el fin de difundir la información actualizada, entre la que figurara la parte “medios de comunicación”.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Duración del Programa Operativo
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de actualizaciones realizadas
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Evolución del número de usuarios de la página
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Grado de satisfacción de los usuarios
PRESUPUESTO ESTIMADO
32.000,00 Euros

ACCIÓN TRANVERSAL DURANTE TODO EL PLAN
ACCIÓN 1 (continua)
Actualización final de la página web
OBJETIVOS
Comunicar las acciones realizadas y los resultados del Programa Operativo Dar la mayor difusión posible a través de la red Internet.
PÚBLICO OBJETIVO
Socios (partenariado) del Programa Operativo Promotores y socios de proyectos programados y potenciales promotores y socios Gran público Medios de comunicación
CONTENIDO
Difusión del balance final de la programación. Añadir los artículos aparecidos en prensa.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Finalización del Programa Operativo.
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de actualizaciones realizadas
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Evolución del número de usuarios de la página
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Grado de satisfacción de los usuarios
PRESUPUESTO ESTIMADO
6.000,00 euros

ACCIÓN TRANVERSAL DURANTE TODO EL PLAN
ACCIÓN 2
Comunicación a los medios de comunicación
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> - Asegurar la mejor difusión posible del lanzamiento del Programa, ante los diferentes medios de comunicación del territorio. - Construir asociaciones duraderas que incorporen una dimensión publicitaria.
PÚBLICO OBJETIVO
Prensa escrita, radio, TV, agencias de prensa
CONTENIDO
Comunicados de prensa, conferencias de prensa, y difusión de la información a través de los diferentes medios de comunicación del territorio, incluyendo la prensa institucional.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Duración del Programa Operativo: de enero a junio 2008 para la fase de lanzamiento
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Organismos Territoriales
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de conferencias y comunicados de prensa
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de medios de comunicación que hayan contribuido a dar a conocer el Programa Operativo
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Número de beneficiarios potenciales que ha podido conocer el Programa Operativo por los medios de comunicación.
PRESUPUESTO ESTIMADO
5.000,00 Euros

ACCIÓN TRANVERSAL DURANTE TODO EL PLAN
ACCIÓN 2 (continua)
Comunicación a los medios de comunicación
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> - Cubrir los acontecimientos de interés local y regional relacionados con el Programa Operativo, por los diferentes tipos de medios de comunicación y sobre su público o audiencia objetivos. - Ofrecer regularmente información a la prensa mass media, prensa profesional y entidades públicas. -Asegurar la mejor difusión posible del Programa, ante los diferentes medios de comunicación del territorio.
PÚBLICO OBJETIVO
Prensa escrita, radio, TV, agencias de prensa
CONTENIDO
Comunicados de prensa, conferencias de prensa, y difusión de la información a través de los diferentes medios de comunicación del territorio, incluyendo la prensa institucional.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Duración del Programa Operativo
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Organismos Territoriales
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de conferencias y comunicados de prensa
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número y origen geográfico de los medios de comunicación que han dado a conocer el programa
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Número y origen geográfico de los beneficiarios potenciales informados por los medios de comunicación
PRESUPUESTO ESTIMADO
20.000,00 euros

ACCIÓN TRANVERSAL DURANTE TODO EL PLAN
ACCIÓN 2 (continua)
Comunicación a los medios de comunicación
OBJETIVOS
- Comunicar y difundir los resultados y realizaciones del Programa Operativo a los medios de comunicación del territorio.
PÚBLICO OBJETIVO
Prensa escrita, radio, TV, agencias de prensa
CONTENIDO
Comunicados de prensa, conferencias de prensa, y difusión de la información a través de los diferentes medios de comunicación del territorio, incluyendo la prensa institucional.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Última etapa del Programa Operativo
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Organismos Territoriales
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de conferencias y comunicados de prensa
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de medios de comunicación que hayan contribuido a dar a conocer el Programa Operativo
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Número de beneficiarios potenciales que ha podido conocer el Programa Operativo por los medios de comunicación.
PRESUPUESTO ESTIMADO
5.000,00 euros

FASE DE LANZAMIENTO

ACCIÓN 3

Seminario de Presentación y jornadas de información en OT

OBJETIVOS

- Presentar oficialmente el Programa Operativo de Cooperación Territorial 2007-2013 y sus objetivos.
- Garantizar una comunicación de calidad sobre el Programa Operativo.
- Identificar a los potenciales interlocutores (promotores y socios) de proyectos.
- Permitir al gran público identificar claramente la contribución europea.

PÚBLICO OBJETIVO

Socios CTP (partenariado) del Programa Operativo. Promotores y socios (potenciales) de proyectos. Políticos, instituciones, medios de comunicación, gran público.

CONTENIDO

La realización del Seminario de presentación y de jornadas de información, se dirigirá a los beneficiarios potenciales, y se dedicará a la información sobre el programa. También servirá para mostrar ejemplos de la participación a las convocatorias de proyectos y como punto de encuentro de los socios. Los inscritos podrán enviar fichas de proyectos que se pondrán a disposición de todos para favorecer nuevos proyectos transfronterizos.

Se prevén cuatro acciones de presentación: por un lado, el Seminario de lanzamiento del programa, organizado por la Autoridad de Gestión y el Secretariado Técnico Conjunto con el apoyo de la Región Languedoc-Roussillon y entre 3 a 6 jornadas de información destinadas a los beneficiarios potenciales, que se organizarán desde los Organismos Territoriales Oeste, Centro y Este, del Programa, en colaboración con el Secretariado Técnico Conjunto.

En el marco de estas jornadas, la Autoridad de Gestión invitará a promotores de proyectos "ejemplares" de la anterior generación 2000-2006, con el fin de capitalizar la experiencia pasada. Esto permitirá una mejor difusión de la información a los potenciales promotores de proyectos de la zona elegible. Además, a través de la acción de los Organismos Territoriales, cada territorio podrá organizar actividades en el marco de este Plan de Comunicación y Publicidad (organización de reuniones, actividades de información dirigidas a potenciales promotores y socios de proyectos...).

Se organizará una encuesta de satisfacción para medir el impacto del seminario sobre el público objetivo. Tratará de los siguientes temas:

- Satisfacción general del seminario
- Calidad de los contenidos y las presentaciones
- Utilidad de los documentos proporcionados
- Organización y logística
- Puntos de mejora

Los resultados de esta encuesta serán utilizados para la organización de los otros seminarios.

CALENDARIO DE REALIZACIÓN

Abril 2008, seminario de presentación del programa, tres jornadas prácticas de información en las zonas de los Organismos Territoriales

ENTIDADES RESPONSABLES

Autoridad de Gestión, Socios CTP (partenariado), Secretariado Técnico Conjunto, OT

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

4 acciones principales: 1 seminario y 3 jornadas prácticas de información

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

400 participantes en el seminario / 100 participantes en cada jornada organizada por los OT

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO

Origen geográfico de los participantes

PRESUPUESTO ESTIMADO

236.000,00 Euros

FASE DE LANZAMIENTO
ACCIÓN 4
Imagen corporativa
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Favorecer la identificación del Programa Operativo de Cooperación Territorial 2007-2013. • Asegurar una publicidad de calidad. • Permitir al gran público la identificación clara de la contribución europea.
PÚBLICO OBJETIVO
<p>Gran público</p> <p>Potenciales promotores y socios de proyectos</p> <p>Socios (partenariado) del Programa Operativo</p>
CONTENIDO
<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de un logotipo para el Programa Operativo. - Diseño de imágenes y mensajes sobre el Programa Operativo. - Manual de identidad corporativa. <p>Estos elementos se utilizarán en todas las actividades de comunicación interna y externa llevadas a cabo por todos los que intervienen en el Programa Operativo.</p> <p>Desarrollo de una presentación del propio Programa Operativo y del montaje de proyectos transfronterizos que pueda ser utilizada por todos.</p>
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
1er semestre 2008
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Logo, Manual de identidad corporativa
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de documentos oficiales en los que figura el logo
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Cuestionarios a los beneficiarios para medir el impacto de la imagen corporativa.
PRESUPUESTO ESTIMADO
10.000,00 €

FASE DE LANZAMIENTO
ACCIÓN 5
Comunicación oficial a los potenciales promotores y socios de proyectos
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la información básica del Programa Operativo • Ayudar a la preparación de los proyectos. • Presentar a los interlocutores principales del Programa Operativo. • Difundir la guía del promotor de proyectos. • Garantizar la publicidad de calidad en lo que concierne a los fondos FEDER.
PÚBLICO OBJETIVO
Potenciales promotores y socios de proyectos
CONTENIDO
<p>Elaboración de manuales y guías de información sobre el Programa Operativo y de ayuda a la preparación de los proyectos.</p> <p>Realización de un folleto o cuadernillo que contenga la información básica del Programa Operativo, ayuda para la preparación de los proyectos, así como los datos de las entidades responsables del Programa Operativo.</p> <p>Estas herramientas se difundirán de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mailing y descarga de la página web de las guías y folletos. • Distribución del folleto o cuadernillo en las jornadas de presentación
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Abril-Mayo 2008
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión, Organismos Territoriales y socios institucionales del Programa (partenariado). Los trabajos de diseño de folletos y cuadernillos se externalizarán. El Secretariado Técnico Conjunto elaborará los contenidos en colaboración con los socios (partenariado) del Programa Operativo.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de guías del promotor, folletos y cuadernillos impresos y descargados en la página web.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de documentos distribuidos a los potenciales promotores y socios de proyectos.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Grado de utilización de los documentos por los potenciales promotores y socios de proyectos.
PRESUPUESTO ESTIMADO
120.000,00 Euros

FASE DE LANZAMIENTO

ACCIÓN 6

Seguimiento interno del Plan de Comunicación y Publicidad

OBJETIVOS

Garantizar la información regular de los socios (partenariado) del Programa Operativo, sobre el estado de desarrollo del Plan de Comunicación y Publicidad.

Poner en marcha las acciones del Plan de Comunicación y Publicidad de forma coordinada eficaz con los socios (partenariado) del Programa Operativo.

PÚBLICO OBJETIVO

Socios (partenariado) del Programa Operativo

CONTENIDO

Información regular de la Autoridad de Gestión al Comité de Seguimiento, sobre el desarrollo de la puesta en marcha del Plan de Comunicación y de Publicidad, de las acciones de información y de publicidad llevadas a cabo, y de los medios utilizados.

Los informes anuales de ejecución se difundirán conforme al artículo 67 del Reglamento 1083/2006 y del art 4 del Reglamento 1080/2006.

Las acciones se conducirán en el marco de colaboración con los socios (partenariado) del Programa Operativo lo más amplio posible, lo que permitirá una circulación fluida de la información entre los actores del Programa.

CALENDARIO DE REALIZACIÓN

Duración del programa

ENTIDADES RESPONSABLES

Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

Número de reuniones de socios relativas al Plan de Comunicación y Publicidad

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

Número de acciones de los socios del PO de comunicación y publicidad

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO

Número de beneficiarios de estas acciones.

PRESUPUESTO ESTIMADO

30.000,00 euros, asumidos por la Autoridad de Gestión y el Secretariado Técnico Conjunto, en el marco de sus atribuciones.

FASE DE REALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

ACCIÓN 7

Información y comunicación para la gestión de los proyectos aprobados y puntos de contacto regional

OBJETIVOS

- Asegurarse de que los promotores y socios de los proyectos van a cumplir sus obligaciones en materia de publicidad y comunicación.
- Aportar una información práctica sobre el territorio implicado en materia de gestión de los proyectos.
- Crear un estrecho vínculo entre los interlocutores del programa y los promotores de los proyectos.

PÚBLICO OBJETIVO

Promotores de los proyectos aprobados.

CONTENIDO

Tras la aprobación de los proyectos por el Comité de Programación, los Organismos Territoriales y le Secretariado Técnico Conjunto organizarán reuniones de asistencia técnica para la gestión de los proyectos programados. Estas reuniones tienen por objeto formar e informar a los promotores y socios de proyectos aprobados, tanto en la parte de gestión global como, especialmente, en la parte de comunicación y publicidad de las operaciones financiadas.

En relación a las obligaciones en materia de comunicación, se hará especial atención a lo relativo a informar al público de las aportaciones financieras del FEDER, placa explicativa permanente, y emblema de la UE en todos los documentos relativos al proyecto.

Organización de Comités Técnicos de acompañamiento en función de las necesidades y destinados a los promotores de proyectos. Estarán formados por los siguientes miembros: 1 representante del STC, 1 representante de los Organismos Territoriales (del OT implicado territorialmente), socios del proyecto, y 1 Técnico especialista en el tema objeto del proyecto.

Se establecerán “Puntos de Contacto” en el marco del principio de subsidiariedad y para servir de apoyo local al STC y a los OT en la información del PO, conforme al Plan de Comunicación.

CALENDARIO DE REALIZACIÓN

Duración del Programa Operativo

ENTIDADES RESPONSABLES

Secretariado Técnico Conjunto, Organismos Territoriales

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

Número de sesiones de trabajo

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

Número de participantes

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Calidad de la gestión de los proyectos
PRESUPUESTO PREVISIONAL
300.000,00€
REFERENCIAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN
Ref Art 8 y 9 del Reglamento 1828/2006 de la Comisión

FASE DE REALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

ACCIÓN 8

Jornada y Seminario Intermedio

OBJETIVOS

Garantizar una difusión de la información sobre el Programa Operativo, lo más amplia posible.

Promover el encuentro entre promotores de proyectos y el intercambio de buenas prácticas.

Presentar los primeros resultados del Programa, en una fase intermedia.

PÚBLICO OBJETIVO

Promotores y socios de proyectos

Medios de comunicación

Políticos e instituciones implicadas

CONTENIDO

Organización de al menos una jornada

Organización de al menos un seminario intermedio.

CALENDARIO DE RÉALISATION

1 seminario y 1 encuentro entre 2009 y 2010.

ENTIDADES RESPONSABLES

Autoridad de Gestión, Secretariado Técnico Conjunto y Organismos Territoriales, apoyados en los socios (partenariado) del Programa Operativo

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

1 seminario intermedio y 1 jornada

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

Número de participantes

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO

Grado de satisfacción de los participantes

PRESUPUESTO ESTIMADO

160.000,00 Euros

REFERENCIAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Ref art.7 del Reglamento 1828/2006

FASE DE REALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO
ACCIÓN 9
Realización de un boletín (Newsletter)
OBJETIVOS
Garantizar una información continua y actualizada sobre el Programa Operativo
Reforzar la comunicación
Favorecer el intercambio de buenas prácticas
Motivar a los promotores/socios y potenciales promotores/socios de proyectos
PÚBLICO OBJETIVO
Promotores y socios de proyectos
Gran público
CONTENIDO
El boletín será bilingüe y periódico (incluyendo aspectos de información y de comunicación cuatrimestral). Se podrá descargar de la página web, o solicitar su envío por correo electrónico. Se elaborará en formato pdf. Los contenidos se elaborarán en el STC, y el diseño gráfico se realizará de forma externa.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Tres boletines por año
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de páginas de cada boletín
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de descargas o de envíos del boletín por cuatrimestre y su evolución
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Evolución del número de propuestas de proyectos y seminarios temáticos tras la lectura de la Newsletter
PRESUPUESTO ESTIMADO
30.000,00 Euros

FASE DE REALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO
ACCIÓN 10
Realización de un catálogo
OBJETIVOS
Dar a conocer al gran público los proyectos financiados por el programa, sus realizaciones y sus resultados. Favorecer la aparición de nuevos proyectos y el encuentro de socios.
PÚBLICO OBJETIVO
Actores del programa Gran público Promotores y socios de proyectos (y potenciales promotores y socios de proyectos)
CONTENIDO
Elaboración de un catálogo que contenga muestras de proyectos. En formato electrónico (formato pdf) y papel (1.000 ejemplares, al finalizar el Programa Operativo). Presentará cada proyecto en relación al programa, su marco de intervención y su impacto en relación a los objetivos previstos. A medio camino del programa, se creará una cartografía con un sistema de gestión geográfico donde se encontrará la siguiente información: localización de los proyectos, sectores de actividad implicados, distribución de los montantes financieros de las operaciones. Este catálogo se irá actualizando durante el Programa Operativo.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Comienza su elaboración en 2009, y hasta 2013
ENTIDADES RESPONSABLES
Secretariado Técnico Conjunto y Autoridad de Gestión en colaboración con los Organismos Territoriales
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de ejemplares del catálogo
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de actores del Programa que tienen acceso a este catálogo.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Número de nuevos socios y asociaciones, y proyectos que se generan a partir del catálogo
PRESUPUESTO ESTIMADO
18.000,00 Euros

FASE DE REALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO
ACCIÓN 11
Realización de un stand de información sobre el programa
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar una amplia difusión de la información lo más próxima de los públicos objetivos planteados • Tener una herramienta práctica y eficaz para la comunicación e información “sobre el terreno”.
PÚBLICO OBJETIVO
Potenciales promotores y socios de proyectos. Gran público
CONTENIDO
Creación y puesta a disposición de los socios (partenariado) del PO, de un stand en el que se explicará el Programa Operativo, y que podrá exponerse en seminarios y encuentros.
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
2º semestre 2008
ENTIDADES RESPONSABLES
Socios (partenariado) del Programa Operativo Socios transfronterizos que se beneficien de los fondos vinculados a la asistencia técnica del programa (Secretariado Técnico Conjunto + Organismos Territoriales Participación puntual de las instituciones públicas locales situadas en la zona elegible.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de paneles de información del Programa (en el stand)
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de promotores del proyecto, o potenciales promotores, que se han informado en el stand.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Mejora de la calidad de los proyectos Evolución del número de solicitudes aceptadas sin reservas Evolución del número de proyectos con temáticas innovadoras
PRESUPUESTO ESTIMADO
15.000,00 euros

FASE DE REALIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

ACCIÓN 12

Organización de un encuentro temático entre promotores de proyectos

OBJETIVOS

Favorecer el intercambio de buenas prácticas entre operadores del Programa Operativo.

Promover la aparición de nuevos proyectos y asociaciones.

PÚBLICO OBJETIVO

Promotores de proyectos, en curso y potenciales.

CONTENIDO

Organización de encuentros de promotores de proyectos

CALENDARIO DE REALIZACIÓN

Año 2010 y siguientes

ENTIDADES RESPONSABLES

Autoridad de Gestión, Secretariado Técnico Conjunto y Organismos Territoriales, con el apoyo de los socios (partenariado) del Programa Operativo

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

1 encuentro temático entre promotores de proyectos

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

Número de nuevas asociaciones generadas gracias a esta acción.

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO

Número de nuevos proyectos generados gracias a esta acción.

PRESUPUESTO ESTIMADO

30.000,00 euros

FASE DE CLAUSURA

ACCIÓN 13



Asistencia a acontecimientos de carácter trans-regional
OBJETIVOS
Intercambiar buenas prácticas con otros programas trans-regionales. Comunicar y difundir las herramientas de gestión, métodos innovadores, aspectos relevantes y éxitos del programa.
PÚBLICO OBJETIVO
Instituciones responsables de otros programas trans-regionales europeos. Promotores de proyectos de otros programas.
CONTENIDO
Participación en, al menos, 1 acontecimiento de carácter trans-regional y transnacional (conferencias, seminarios, talleres, etc...) en relación con el desarrollo regional y la cooperación transfronteriza, con la presencia de stands-exposiciones de material promocional (boletín de información...), y representación en Bruselas (en seminarios...)
CALENDARIO DE REALIZACIÓN
Año 2010 y siguientes
ENTIDADES RESPONSABLES
Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto
EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN
Número de participaciones en estos eventos.
EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO
Número de buenas prácticas intercambiadas
EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO
Grado de utilización de las herramientas prácticas de otros programas de cooperación territorial
PRESUPUESTO ESTIMADO
20.000,00 euros

FASE DE CLAUSURA

ACCIÓN 14

Organización de un Seminario final

OBJETIVOS

Comunicar entre los diferentes públicos las realizaciones y resultados del Programa.
Presentar un balance de la programación 2007-2013

PÚBLICO OBJETIVO

Socios (partenariado) del Programa Operativo
Promotores y socios de proyectos
Medios de comunicación
Políticos e instituciones
Gran público

CONTENIDO

Organización de un seminario final para la presentación de los principales resultados del programa. La Autoridad de Gestión se basará en los trabajos de evaluación intermedia (in itinere).
Las buenas prácticas quedarán recogidas en el catálogo, con el fin de asegurar la mejor difusión posible de los resultados.

CALENDARIO DE REALIZACIÓN

2º semestre 2013

ENTIDADES RESPONSABLES

Autoridad de Gestión y Secretariado Técnico Conjunto

EVALUACIÓN: INDICADORES DE REALIZACIÓN

1 seminario final del Programa

EVALUACIÓN: INDICADORES DE RESULTADO

Número de participantes en el Seminario

EVALUACIÓN: INDICADORES DE IMPACTO

Evolución del número de proyectos para la próxima generación del programa

PRESUPUESTO ESTIMADO

200.000,00 euros