

EDUSI

 L'ALFÀS DEL PI
TERRITORIO SALUDABLE

PLAN DE COMUNICACIÓN Y
MANUAL DE MARCA

ÍNDICE

1- INTRODUCCIÓN P. 3 - 4

2- EDUSI L'ALFÀS P. 5

3- OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN P. 6

4- ÁMBITO DE ACTUACIÓN P. 7

5- DESTINATARIOS P. 8

6- ESTRATEGIA P. 9

6.1 Estilo de Comunicación

7- MENSAJE P. 10 - 12

7.1 Aspectos racionales

7.2 Aspectos emocionales

7.3 Posicionamiento

7.4 Claim

8- ESTRATEGIA CREATIVA P. 13

9- PLAN DE MEDIOS P. 14 - 19

9.1 Dirección de comunicación

9.2 Comunicación corporativa

9.3 Comunicación interna

9.4 Comunicación externa

9.4.1 Redes Sociales

9.4.1.1 Instagram

9.4.1.2 FanpageFacebook.

9.4.2 Página Web

9.5 Relaciones públicas y gabinete

10 - DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA P. 20 - 25

10.1 Documentación administrativa interna

10.2 Documentación administrativa externa

11 - ACTUACIONES, PROYECTOS Y ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN P. 26 - 34

11.1 Proyectos y actuaciones de la estrategia EDUSI L'ALFÀS

11.2 Elementos de la campaña comunicativa

11.3 Material promocional

11.4 Eventos

11.5 Actuaciones BUENAS PRÁCTICAS

12- EVALUACIÓN P. 35

13 - MANUAL DE MARCA EDUSI P. 36- 90

1- INTRODUCCIÓN

El Ayuntamiento de L'Alfàs del Pi inició en 2015 un proceso de planificación estratégica basado en la integración de todos los planes sectoriales existentes y en la participación ciudadana que dio como resultado la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) "L'Alfàs del Pi Territorio Saludable". Dicha estrategia se presentó como candidata a la obtención de fondos europeos para su desarrollo y resultó adjudicataria en 2018.

En una sociedad en la que todo se comunica, no gestionar adecuadamente la comunicación supone un riesgo para cualquier organización. Un plan de comunicación pretende ser el manual y la guía estratégica que marque las líneas generales de comunicación del proyecto y su estrategia, señalando de forma clara y concisa qué contar y cómo contarlo.

Por ello, cabe destacar **tres aspectos** clave para diseñarlo:

01

Identificar el público objetivo y cuál es el perfil de las personas a las que queremos comunicar nuestro mensaje o mensajes.

02

Desarrollar un concepto para la campaña de comunicación del proyecto basado en un valor específico que nos distinga y diseñar un plan de medios y de acciones de comunicación específicas.

03

Evaluar y medir el impacto y trascendencia de la comunicación

La importancia de la comunicación para la Unión Europea

Contextualizando la comunicación en el ámbito de los proyectos europeos, hoy en día, la comunicación se convierte en una herramienta clave para dar a conocer y tangibilizar los resultados de un proyecto. Desde la Unión Europea, además, se presta cada vez más atención a las actuaciones llevadas a cabo para difundir las acciones de los proyectos, poniendo especial énfasis en dar a conocer el origen de los fondos y en trasladar a la ciudadanía las actuaciones que desde la Unión Europea están siendo apoyadas.

Surge de este modo la necesidad de desarrollar un plan de comunicación que cumpla con la obligatoriedad de difundir el origen de los fondos y el imperativo de dar a conocer a la sociedad en general las actuaciones llevadas a cabo en este proyecto.

Obligaciones en materia de información y publicidad en proyectos y operaciones relacionadas con la Edusi

Todo lo referido a la Comunicación de los Fondos de la Política de Cohesión Europea viene adquiriendo cada vez una mayor relevancia, debido a la necesidad, de una parte, de incrementar la transparencia y, de otra, de informar a la ciudadanía de cuál es el papel que la Unión Europea juega en la mejora de su calidad de vida, para aumentar así el conocimiento y la afección con Europa.

La información y publicidad ha alcanzado en este periodo 2014-2020 un papel más relevante que en otros periodos de programación. Esto se refleja de manera señalada en los Reglamentos (UE) nº1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, así como el nº821/2014 de la Comisión de 28 de julio de 2014, en los que se establece cuál es la mejor manera para dar a conocer el papel que desempeña la Unión Europea y su intervención a través de los Fondos Estructurales de la Política Regional.

Hay que señalar que el hilo conductor en el actual periodo de programación es el de dar a conocer las mejores actuaciones cofinanciadas con los Fondos Europeos en España y sus regiones y que, por lo tanto, las actuaciones y herramientas de comunicación que se van a poner en marcha tienen como objetivo el de dar a conocer estas actuaciones, pero también, y muy especialmente, el valor añadido de los Fondos Europeos en las mismas.

2- EDUSI L'ALFÀS

L'Alfàs del Pi ha recibido una ayuda FEDER de **5 millones de euros**, enmarcada en el Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020, para implementar su Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado "L'Alfàs del Pi Territorio Saludable".

El Ministerio de Hacienda asignó en **Tercera Convocatoria** la mencionada ayuda FEDER al Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi para la ejecución de su Estrategia EDUSI.

Con esta ayuda, el Ayuntamiento de l'Alfàs tiene previsto realizar una serie de proyectos dirigidos a conseguir una mayor calidad de vida para toda la ciudadanía, promoviendo el impulso de las nuevas tecnologías, la mejora de la movilidad, la protección del medio ambiente y del patrimonio cultural, la reducción de la contaminación y la regeneración de las zonas más desfavorecidas de la ciudad.

El Plan EDUSI de l'Alfàs del Pi establece el futuro desarrollo del municipio hasta 2023 y será cofinanciado con Fondos Europeos. La Estrategia pivota en torno a dos grandes ejes: saludable y sostenible, estructurándose en tres grandes líneas de acción -nuevas tecnologías, sostenibilidad e integración- siendo la salud su eje vertebrador.

01

En concreto, bajo el eje de Ciudad Inteligente, se contemplan una serie de proyectos destinados a aprovechar las tecnologías de la información y el análisis de datos para hacer un uso eficiente de los servicios públicos y lanzar nuevos bienes y servicios de alto valor añadido.

02

Bajo el eje de Ciudad Sostenible se engloban las actuaciones dirigidas a preservar el patrimonio natural y a potenciar la conexión entre los dos núcleos urbanos más importantes del municipio: centro administrativo de l'Alfàs y núcleo turístico de l'Albir. Para ello, se propone la mejora de la red viaria y peatonal, se fomenta la ciclomovilidad con la ejecución de carriles bici y se impulsan los corredores verdes y la eficiencia energética.

03

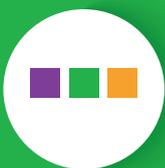
Por último, bajo el eje de Ciudad Integradora se incluyen proyectos dirigidos, de un lado, a la eliminación de barreras y a favorecer la accesibilidad, tanto urbana como en el domicilio y, de otro, a la regeneración física, económica y social de áreas urbanas desfavorecidas.

3- OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

La valorización y difusión de la estrategia EDUSI y del Fondo Europeo que lo cofinancia es el objetivo general del plan de comunicación.

Para su máxima difusión y pleno conocimiento del esfuerzo del Ayuntamiento y los Fondos Europeos, principalmente con la mejora de la vida de los pueblos y ciudades del territorio continental, pasamos a definir los siguientes aspectos técnicos:

Aspectos técnicos:



Definir la imagen de EDUSI L'ALFÀS, diseñar las líneas gráficas de utilización de la marca y todos sus resortes estéticos y garantizar con ello la homogeneidad en la utilización de la identidad corporativa en todo tipo de soportes



Diseñar un mensaje común, claro, directo, simple y atractivo para la comunicación del proyecto, adaptable según el canal, público objetivo y ámbito de actuación.



Destacar el concepto de movilidad y el enfoque de mejorar la calidad de vida de la ciudadanía y enfocar la sostenibilidad como un valor del proyecto.



Incorporar la dimensión de la comunicación en el día a día del proyecto, entendiendo no sólo las obligaciones reglamentarias, sino asumiendo la comunicación como una forma de completar el proyecto.



Generar el diálogo e intercambio de opiniones entre la ciudadanía y los proyectos, a través de la captación de esos mensajes y su público objetivo como evaluación y cuantificación de las acciones y proyectos.

4. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El municipio de L'Alfàs del Pi:

L'Alfàs del Pi es un municipio situado en la parte suroriental de la comarca de la Marina Baja. Perteneciente a la provincia de Alicante, en la Comunidad Valenciana en España. Cuenta con 20. 053 habitantes (INE 2018), de los cuales aproximadamente el 56% es de nacionalidad extranjera.

En plena costa mediterránea, L'Alfàs del Pi limita con los municipios de Altea, La Nucía y Benidorm. El núcleo urbano se encuentra unos 3 km al interior, en las faldas de la Sierra Helada, pero el término municipal cuenta con 4 km de costa, destacando la playa del Albir. La localidad se encuentra a 49 km de Alicante, la capital de la provincia, y a 142 km de Valencia, capital de la Comunidad Valenciana.



5. DESTINATARIOS

El **público prioritario** identificado para EDUSI L'ALFÀS será el siguiente:

- Ciudadanía de L'Alfàs, esto es, habitantes destinatarios de las políticas públicas: toda la población. Cualquier franja de edad es susceptible de ser informada. Se hará especial hincapié en los jóvenes. En ellos es más necesario cultivar el mensaje de la utilidad de las políticas europeas y el buen uso de los fondos con el fin de progresar y mejorar en la calidad de vida y medioambiental del ser humano.

Además, las actuaciones contarán siempre con la intención de implicar al máximo a la sociedad civil, por ejemplo:

Agentes público-privados implicados: asociaciones civiles, Fundaciones, ONGs, Sociedades Mercantiles públicas y/o privadas, entidades financieras, centros de investigación y desarrollo

Otras concejalías municipales y departamentos: Urbanismo, Servicios Sociales Autonómicos y Municipales, Medio Ambiente, Educación, Cultura y Turismo...

Visitantes de la ciudad (turistas).

También identificaremos como público objetivo secundario a los siguientes perfiles:

Administraciones Públicas Territoriales: Diputación, Generalitat y Municipios de la comarca.

La Representación Permanente de la Comisión Europea en España.

Los medios de comunicación del entorno inmediato: agencias, periódicos, revistas, radio, televisión y medios en internet (periódicos online, blogs,...).

6. ESTRATEGIA

Una estrategia de comunicación hace referencia a la manera en que se deben llevar a cabo las acciones de divulgación concebidas en el presente Plan y como consecuencia del mismo.

La estrategia diseñada para L'Alfàs del Pi se define como activa y permanente, abarcando todo el ciclo de ejecución del proyecto, desde su fase de lanzamiento hasta su cierre y presentación de resultados.

Se elaborará una estrategia coordinada y cohesionada bajo unos principios rectores comunes, donde las líneas divulgativas a implementar estarán íntimamente ligadas a las acciones del proyecto. Se desarrollará, por tanto, una estrategia de comunicación conjunta y coordinada bajo la clara premisa de optimización de recursos y esfuerzos a fin de aportar eficacia y eficiencia en la gestión de los recursos aportados a este capítulo de comunicación del proyecto.

En este sentido, la estrategia estará orientada desde un **enfoque mixto de medios:**

- 01 por un lado, **centrada en lo digital**, haciendo énfasis en el desarrollo de las redes sociales, web, y demás contenido digital.
- 02 **publicidad** en medios convencionales u otro tipo de acciones que se reservarán para determinadas acciones concretas y que tienen como finalidad un enfoque de campaña masiva o global (anuncio en prensa escrita, cuñas de radio, vallas de carretera...)
- 03 por otro lado, soportada sobre todo en las relaciones **con los medios de comunicación** y público destinatario en general, a través de la **organización de eventos** (generar ruedas de prensa o presentaciones/inauguraciones, que sean lo suficientemente interesantes para ocupar espacio en prensa informativa)

Se trata, por tanto, de una estrategia que toca todos los ámbitos posibles para darse a conocer. Sólo en el caso de compra de más espacio en medios online u offline, se podría mejorar la cantidad de impactos.

Asimismo, el enfoque estratégico de la comunicación se apoyará en los 3 ejes que resumen el proyecto: inteligente, sostenible e integrador.

6.1 Estilo de Comunicación

La comunicación que se va a llevar a cabo empleará un estilo próximo, cuidado, preciso y directo. Se buscará la **simplicidad que facilite la comprensión**.

En las comunicaciones directamente orientadas al público alfasino, y teniendo en cuenta la idiosincrasia del territorio, se utilizará el castellano y en algunas ocasiones el inglés, pudiendo usarse el valenciano en cualquier momento que precise la dirección del plan. La comunicación a través de RRSS se gestionará también en castellano.

7. MENSAJE

La **estrategia de comunicación** juega un papel fundamental a la hora de garantizar el éxito de todo el proceso por el que va a pasar la ciudad: antes, durante y al final del proyecto global.

Primero será un proceso administrativo complejo, después vendrá un desarrollo que implicará la ejecución de cada proyecto concreto en colaboración con empresas privadas, además, a esto le seguirá la transformación visible de parte de la ciudad y consiguiente disfrute de la ciudadanía, y por tanto, la autoría y responsabilidad de todo EDUSI L'ALFÀS, en unión a los FONDOS EUROPEOS, deberá ser por todos participada y reconocida mediante una política de comunicación y estrategias perfectamente planificadas.

Para elaborar el mensaje, se parte de la importancia de contextualizar el proyecto de manera que cobre mayor relevancia, notoriedad y efectividad. La campaña está orientada a dar a conocer y poner en valor las actuaciones que se llevarán a cabo en el marco del proyecto EDUSI L'ALFÀS, haciendo hincapié en el objetivo de mejorar la calidad urbana y la calidad de vida de los alfasinos, a la vez que se logra favorecer la organización y funcionalidad del sistema urbano de la ciudad, proyectos que serán cofinanciados con Fondos FEDER.

Considerando los parámetros de comunicación ya definidos para la presente estrategia, esto es, objetivos, públicos y ámbitos de actuación, el siguiente de los pasos a dar en la elaboración del Plan de comunicación de EDUSI L'ALFÀS es diseñar un mensaje que conecte con el público al que va dirigido.

En este sentido, en el proceso de diseño del "mensaje" de EDUSI L'ALFÀS resulta fundamental entender cuál es el valor que éste representa para los destinatarios.

De esta forma, se identifican los siguientes aspectos:

7.1 Aspectos racionales

Son los valores que en sí aporta la estrategia de desarrollo urbano, basados en las características racionales. Hablamos en este caso de las propuestas y acciones que potencian los modos de desplazamiento más sostenible, uso de las TIC, fomento del empleo, protección de la calidad ambiental...así como el acceso a las herramientas y/o recursos que lo faciliten.

7.2 Aspectos emocionales

Hacen referencia a los aspectos subjetivos que cada persona valora y busca encontrar en el proyecto.

Mejora de la calidad urbana.

Mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y ciudadanas.

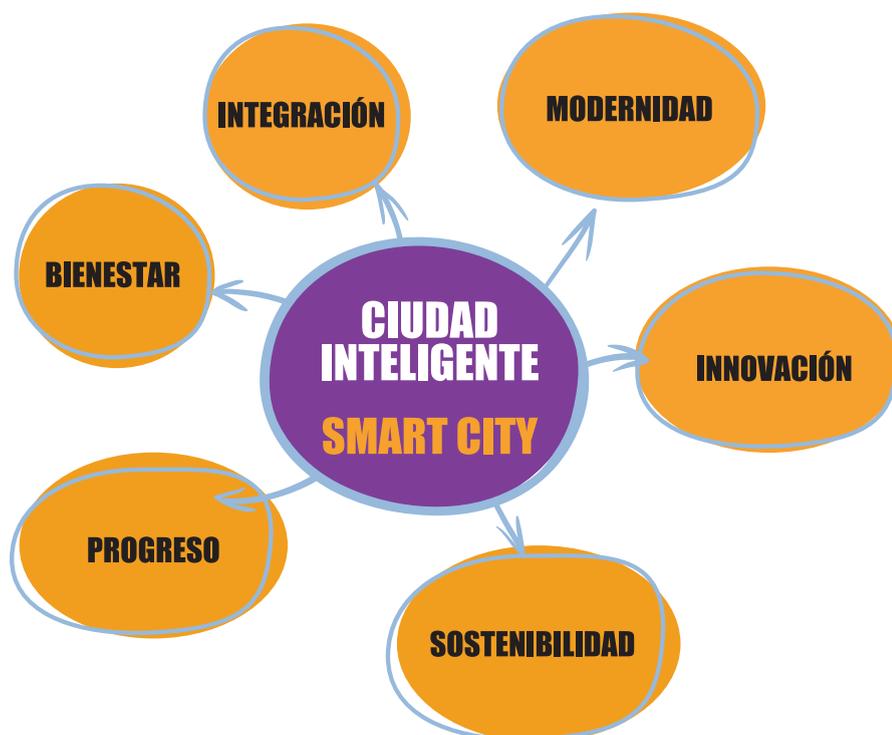
La proximidad como elemento de acercamiento y cohesión ciudadana.

Necesidad de hacer un uso eficiente de los recursos naturales.

Necesidad de impulsar la innovación y uso de las TIC.

Necesidad de ser un municipio amable socialmente y medioambientalmente.

Es precisamente sobre estos aspectos sobre los que construimos los “valores de marca” con los que conectar con el público objetivo. De modo que, en base a lo previamente expuesto, a la EDUSI l'ALFÀS se asociarán los siguientes valores principales:



Los valores de marca se asociarán a todas las actuaciones que se vayan a llevar a cabo en el marco de EDUSI l'ALFÀS, pensando siempre en ellos a la hora de escoger los medios, diseños y, en definitiva, el cuidado y detalle en todas las actuaciones divulgativas que se van a desarrollar.

7.3 Posicionamiento

De acuerdo con el siguiente esquema propuesto, podemos posicionar la EDUSI L'ALFÀS del siguiente modo:

EDUSI L'ALFÀS	un proyecto liderado por el Ayuntamiento de l'Alfàs y cofinanciado por los fondos FEDER que busca definir el futuro de la ciudad de forma participativa
QUÉ OFRECE	mejorar la calidad urbana y la calidad de vida de los alfasiños/as y a la vez mejorar la funcionalidad y la organización del sistema urbano de la ciudad, apoyándose en el desarrollo de la proximidad
DEBIDO A	la necesidad de crear una ciudad más sostenible, inteligente e integradora
PARA	resolver el problema de la movilidad y el espacio público, promoviendo la cercanía como un valor para reconstruir la convivencia.

7.4 Claim

Con la intención de asumir un mensaje que refleje las actuaciones que se llevarán a cabo en el proyecto, que definan hacia dónde nos estamos dirigiendo al final del trayecto iniciado, y que considere los valores y el posicionamiento de EDUSI L'ALFÀS,

Se propone la siguiente frase:

“TERRITORIO SALUDABLE”

Este mensaje debe desarrollarse asociado al logo en todas las acciones de comunicación que se lleven a cabo.

EDUSI L'ALFÀS no pretende usar un segundo mensaje y queremos dar protagonismo por tanto al lema que desde Europa se nos insta a que permanezca en todos los soportes donde comuniquemos nuestras acciones:

Una manera de hacer Europa

Este claim que nos viene de Europa es muy apropiado para granjearse querencias en l'Alfàs por su importante población originaria de otros países europeos y que en ellos implica cohesión y sentimiento de pertenencia a un proyecto territorial común.

8. ESTRATEGIA CREATIVA

La estrategia creativa define el aspecto visual del proyecto. A continuación se presenta el diseño de la identidad corporativa realizado para EDUSI L'ALFÀS:

L'ALFÀS DEL PI TERRITORI SALUDABLE



CIUDAD INTEGRADORA



CIUDAD SOSTENIBLE



CIUDAD INTELIGENTE



9. PLAN DE MEDIOS

El plan de acciones de EDUSI L'ALFÀS recoge las medidas de información y publicidad que se pondrán en marcha durante el ámbito temporal del proyecto para dar a conocer las actividades del mismo y contribuir a los objetivos de comunicación.

Cada una de estas actuaciones está diseñada teniendo en cuenta el presupuesto global disponible para realizar las acciones de comunicación. A continuación se presentan estas actuaciones organizadas en torno a las cinco dimensiones globales de la comunicación que son:

Dirección de comunicación

Comunicación corporativa

Comunicación interna

Comunicación externa

Relaciones públicas y gabinete

9.1 Dirección de comunicación

La primera de las acciones a poner en marcha se engloba en esta labor de dirección de comunicación, que precisamente abarca la planificación y definición del Plan de Comunicación. Entre las labores a desarrollar dentro de esta dimensión se encuentran:

- 01 La revisión del plan de comunicación vigente, redefiniendo su contenido y cronograma para adaptarlo al momento de la ejecución.
- 02 La planificación estratégica y creatividad.
- 03 El seguimiento de acciones definidas en el plan.
- 04 La evaluación de los resultados.

9.2 Comunicación corporativa

Bajo la comunicación corporativa se asume la labor de branding o creación de marca. Como primera medida de definición de la identidad del proyecto se ha diseñado el logo del proyecto, que permite desarrollar una imagen única y representativa de EDUSI L'ALFÀS y que servirá de guía para todo el diseño gráfico posterior.

Tras la definición de la identidad se ha elaborado el "Manual de identidad visual corporativa", siguiendo la imagen y normas de comunicación del proyecto. Esto se verá más adelante, actuación por actuación, a modo de ejemplo se adelantan los siguientes:



El **video promocional** del proyecto servirá para mostrar las características de la EDUSI L'ALFÀS y principales objetivos, así como el proceso de implementación y la descripción de sus resultados. Estos aspectos deben ir acompañados de una perspectiva audiovisual encaminada no solo a explicar el proyecto, sino a atraer a nuestro principal público objetivo.



A partir del vídeo principal se crearán **4 micro-píldoras audiovisuales** que permitirán contar con nuevos elementos comunicativos para desarrollar la narración del proyecto en redes sociales y/o en la web del proyecto. Estos vídeos responderán a los cuatro objetivos temáticos de la estrategia:



Se realizará una tirada final de **10 micro-vídeos de las Buenas Prácticas**. Se pretende que en ellos los protagonistas sea los ciudadanos y ciudadanas de L'Alfàs que contarán en primera persona los aspectos positivos de las diferentes acciones llevadas a cabo en el proyecto. Este formato vivencial dará autenticidad y cercanía a la comunicación del proyecto, además de contribuir a sus objetivos.

9.3 Comunicación interna

La gestión de la comunicación interna es una variable importante de cara a asegurar la homogeneidad y el correcto desarrollo de la estrategia de comunicación en las diferentes zonas de actuación del proyecto. De este modo, se articulará la comunicación a través de:



- Reuniones presenciales, debidamente coordinadas y documentadas posteriormente a través de actas.
- Asistencia técnica y colaborativa al resto de empresas implicadas en el desarrollo y ejecución de los proyectos y sus obligaciones en materia de comunicación.

9.4 Comunicación externa

La gestión de la comunicación externa es una variable importante de cara a asegurar la homogeneidad y el correcto desarrollo de la estrategia de comunicación en las diferentes zonas de actuación del proyecto. De este modo, se articulará la comunicación a través de:

9.4.1 REDES SOCIALES

Con la finalidad de estar cerca del público objetivo y de ofrecer información a través de nuevos canales de comunicación, entre las acciones divulgativas diseñadas se desarrollará una estrategia a través de internet y redes sociales en las siguientes plataformas:

 Página web

  Redes sociales: Facebook | Instagram |

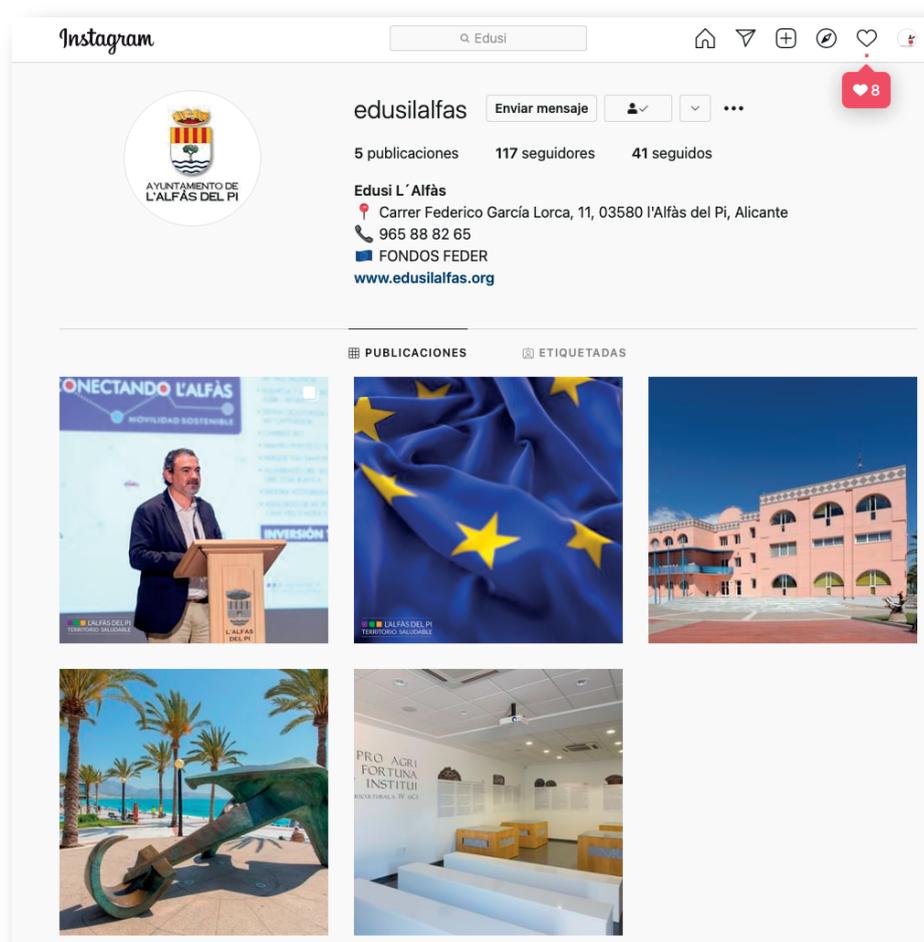
9.4.1.1 Instagram

Instagram es una comunidad que comparte contenidos visuales. En la actualidad es la red que más crece en número de usuarios, dato que revela el análisis de la estrategia en redes sociales de las marcas de gran consumo en España.

La creación de un perfil de Instagram donde colgar las fotografías o vídeos de actuaciones, jornadas u otro material promocional, permitirá que el proyecto alcance un mayor número de usuarios.

Actualizaciones periódicas, al menos 2 a la semana, vídeo, imagen, ilustración o cartel sobre las actividades que estamos desarrollando o promocionando.

Fomentar la interacción con los demás usuarios de la aplicación por medio de comentarios u otras herramientas que permita esta red social.



9.4.1.2 Fan Page Facebook

Se creará una página que se actualizará dos veces por semana como mínimo. Las actualizaciones semanales podrán seguir el siguiente esquema:

Se irá dando información de EDUSI L'ALFÀS en pequeñas dosis, acompañando y alimentando la red de otro tipo de contenidos, noticias, imágenes, vídeos, entrevistas, casos de proyectos relacionados y sus beneficios para la ciudadanía...

Asimismo, se buscará dinamizar la participación de los usuarios y su colaboración y a partir de ahí se irá profundizando en los contenidos en función de la red de contactos.

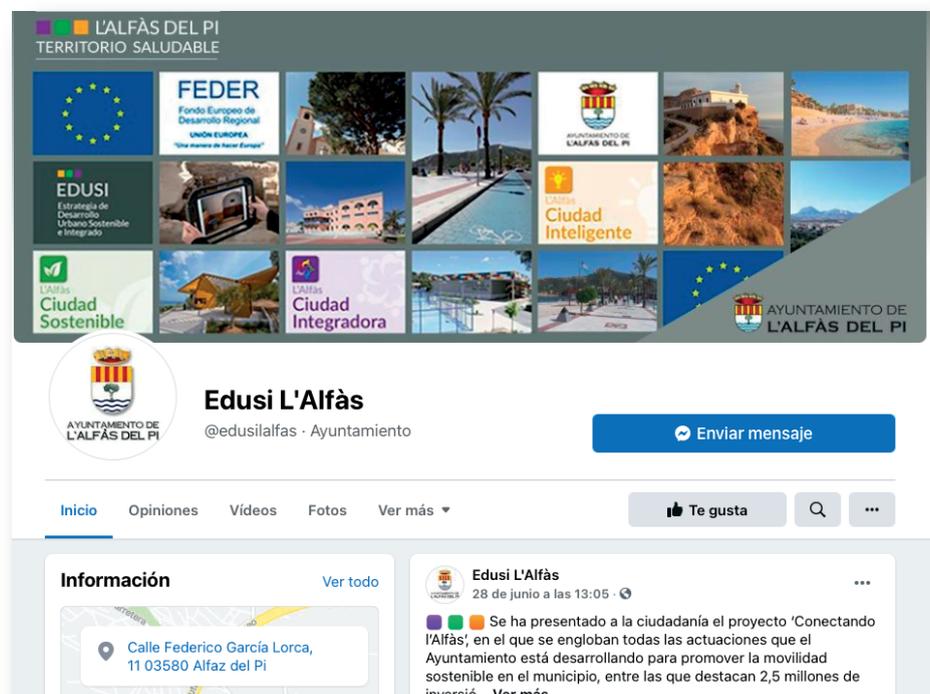
En cuanto a la fan page del proyecto trabajará de la siguiente forma:

Las actualizaciones aparecerán de forma automática en el stream de todos los usuarios que le hayan dado al "me gusta".

Los usuarios pueden comentar las publicaciones de la página y escribir en su muro.

Se deberá prestar atención a los covers o cabeceras de imagen de la Red Social, de modo que se actualicen con cierta periodicidad, **pudiendo utilizarse el recurso vídeo para esta zona de presentación del proyecto.**

Del mismo modo, la gestión del espacio en Facebook deberá contar con la inclusión de publicidad para animar a la captación de "me gustas", y conseguir amplitud y notoriedad del proyecto entre la comunidad de Facebook.



9.4.2 PÁGINA WEB

- ✓ La página web es la herramienta de difusión de la EDUSI l'ALFÀS y del instrumento que lo cofinancia (con enlaces a la página web de éste), con descripción detallada y actualizada del programa de acciones y su desarrollo, localizaciones de las actividades, etc.
- ✓ Este espacio online actúa como punto de comunicación con los diferentes públicos definidos en los anteriores apartados. Desde este site se puede acceder a toda la información disponible en la red acerca del proyecto, que estará permanentemente actualizada.
- ✓ La web cuenta con diferentes apartados, organizados bajo los epígrafes de Programación-Gestión-Evaluación-Comunicación, donde se publica todo lo relacionado con las operaciones incluidas en la EDUSI de l'Alfàs del Pi, apoyadas a través de los Fondos Europeos. También facilita un formulario de contacto para que la ciudadanía pueda realizar consultas.
- ✓ Como guías para el desarrollo de este site, se potencia el color corporativo, se implementarán recursos audiovisuales y se enfocará a un aspecto muy visual que sea de atractivo para la ciudadanía.



9.5 Relaciones públicas y gabinete

El gabinete de comunicación municipal hará las veces de gabinete de medios sobre todos los temas EDUSI.

Su labor se basará principalmente en la elaboración de notas de prensa según el avance del proyecto o las necesidades del mismo y la coordinación de toda la comunicación relativa al desarrollo de los proyectos que engloba EDUSI l'ALFÀS.

10. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

Toda la documentación administrativa que se genere y todas las medidas de publicidad que se lleven a cabo **deberán obligatoriamente incluir:**

1. El emblema de la Unión Europea: logo UE con el texto 'Unión Europea' sin abreviar.

El emblema tendrá como mínimo el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los otros logotipos que se incorporen al documento/soporte publicitario.

2. Referencia a los Fondos Europeos.

Se deberá incluir el nombre del Fondo a través del cual se recibe la ayuda europea, con su nombre entero y las siglas. No se utilizará la cursiva ni el subrayado ni otros efectos. L'Alfàs recibe ayuda del **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), mediante el Programa Operativo Plurri-regional de España (POPE) 2014 - 2020.**

3. Lema: 'Una manera de hacer Europa'.

Es obligado para todas las operaciones llevadas a cabo por las Entidades Locales. Debe ir separado del emblema de la Unión Europea y presentarse de forma destacada.

Ejemplo de encabezado:



Una manera de hacer Europa

FEDER

Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNIÓN EUROPEA

10.1. Documentación administrativa interna

Todos los expedientes cofinanciados deberán incluir mención a la financiación de la Unión Europea, con referencia al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) 2014 - 2020, así como la convocatoria y la resolución.

Convocatoria: La Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado (EDUSI) 'L'Alfàs del Pi Territorio Saludable' fue aprobada por el Pleno del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi en fecha 21 de noviembre de 2017, siendo remitida al Ministerio de Economía y Función Pública, mediante resolución de 4 de mayo de 2018, de la Secretaría de Estado de Presupuesto y Gastos, de la tercera convocatoria de la orden HFP/888/2017.

Resolución: Con fecha 18 de diciembre de 2018 se publicó en el BOE nº304 la Resolución de 10 de diciembre de 2018 de la Secretaría de Estado de Presupuesto y Gastos por la que se resuelve la concesión definitiva de ayudas de la tercera convocatoria para la selección de Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado que serán cofinanciadas mediante el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de Crecimiento Sostenible 2014-2020, donde el proyecto 'L'Alfàs del Pi Territorio Saludable' presentado por el Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi fue seleccionado, concediéndole una asignación de 10.000.000€ financiados al 50% por Fondos FEDER.

Esta obligación se refiere, entre otros, a:

Convocatorias de ayudas.

Formularios de solicitudes de ayudas.

Notificaciones de concesión.

Anuncios de licitación.

Pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas.

Contratos administrativos.

Informes.

Providencias.

Propuestas.

Actas de recepción.

Convenios de colaboración.

A) Órdenes de convocatorias y modelos de solicitud y resolución de ayudas

Las órdenes de convocatorias de ayudas cofinanciadas y los modelos de solicitud que las acompañan deberán contener los siguientes elementos:

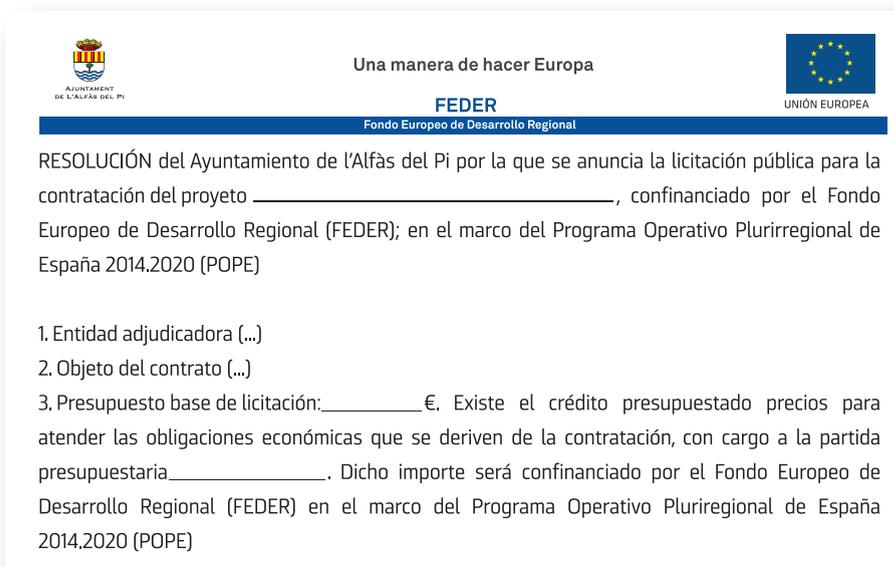
- En la exposición de motivos deberá reseñarse la justificación de la financiación FEDER.
- En el articulado o texto se reseñará la cofinanciación: *'Este proyecto se tiene previsto cofinanciar por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), a través del Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) 2014 - 2020'*.
- En el articulado o texto se indicará la normativa comunitaria que regula las obligaciones del beneficiario con respecto a las normas de información y publicidad: *'Si finalmente es aceptada su propuesta, va a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013'*.

B) Procedimientos de contratación pública

Tanto los anuncios de licitación de los contratos como en los pliegos de cláusulas administrativas y de prescripciones técnicas deberán incluirse una mención a la participación de la UE y el Fondo que cofinancia: **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), mediante el Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) 2014 - 2020**. Se recomienda que se haga constar en el título.

Si en el anuncio de licitación figura el emblema del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi, también se incluirá el de la Unión Europea con las letras 'UNIÓN EUROPEA' y el Fondo que cofinancia: **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), mediante el Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) 2014 - 2020**.

B.1. Ejemplo anuncio de licitación:



Una manera de hacer Europa

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

UNIÓN EUROPEA

RESOLUCIÓN del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi por la que se anuncia la licitación pública para la contratación del proyecto _____, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER); en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014.2020 (POPE)

1. Entidad adjudicadora (...)
2. Objeto del contrato (...)
3. Presupuesto base de licitación: _____ €. Existe el crédito presupuestado para atender las obligaciones económicas que se deriven de la contratación, con cargo a la partida presupuestaria _____. Dicho importe será financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del Programa Operativo Plurirregional de España 2014.2020 (POPE)

Entre las obligaciones del contratista figurarán expresamente las relativas a la información y publicidad comunitaria.

B.2. Ejemplo pliego de cláusulas administrativas particulares:

Obligaciones de Información y Publicidad que deben incluirse en el pliego:

La entidad adjudicataria estará obligada a cumplir las obligaciones de información y publicidad establecidas en el anexo XII, sección 2.2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

B.3. Ejemplo Pliego de prescripciones técnicas:

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS xxxxxxxxxxxx INTEGRADO EN LA EDUSI 'L'ALFÀS DEL PI TERRITORI SALUDABLE', COFINANCIADO EN UN 50% POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER), EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE ESPAÑA 2014- 2020.

Obligaciones de Información y Publicidad que deben incluirse en el pliego:

La entidad adjudicataria estará obligada a cumplir las obligaciones de información y publicidad establecidas en el anexo XII, sección 2.2 del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, y, especialmente las siguientes:

a) en los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, aparecerá de forma visible y destacada el emblema de la UE, haciendo referencia expresa a la Unión Europea y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

b) En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas en el contrato, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, etc.), se deberán incluir de modo destacado los siguientes elementos: emblema de la Unión Europea de conformidad con las normas gráficas establecidas, así como la referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, incluyendo el lema 'Una manera de hacer Europa'.

B.4. Ejemplo de contratos administrativos:

	<p>Una manera de hacer Europa</p> <p>FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional</p>	
En l'Alfàs del Pi _____		
REUNIDOS		
De una parte _____		
De otra parte _____		
ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS		
Primero (...)		
Cuarto.- Este proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa Plurirregional de España 2014-2020 (POPE).		
CLÁUSULA DEL CONTRATO		
Primera.- D/Dña _____ en nombre y representación de _____ se compromete a llevar a cabo la ejecución de este contrato titulado _____ cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.		
Quinta.- La entidad adjudicataria estará obligada a cumplir las obligaciones de información y publicidad establecidas en el apartado 22 del Anexo XII del Reglamento		

B.5. Ejemplo convenios de colaboración

En los convenios de colaboración figurará referencia expresa a la participación de la Unión Europea y al Fondo que interviene.

Entre las obligaciones de la institución con la que se convenia, figurarán expresamente las relativas a la información y publicidad comunitaria establecidas en el Reglamento (UE) nº1303/2013.

	<p>Una manera de hacer Europa</p> <p>FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional</p>	
Convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi y la entidad _____ para _____ (objeto a desarrollar).		
Partes		
De una parte, D. XXX en representación de _____		
De otra, D. XXX en representación de _____		
Antecedentes		
...		
...		
Cláusulas		
Tercera. Las obligaciones de la Entidad XXX son las siguientes:		
- (...)		
- Asumir la responsabilidad de informar que la actividad ejecutada ha sido seleccionada en el marco del Programa de Desarrollo Regional (FEDER) y hacer publicidad, de acuerdo con el anexo II del Reglamento (UE) nº 1303/2013 y el Reglamento de ejecución (UE) nº 821/2014 de la Comisión, de las características técnicas de las medidas de información y publicidad.		
- Hacer constar en las memorias justificadas que se redacte, así como en los trabajos, actividades, publicaciones, documentos o actos públicos relacionados con la		

10.2. Documentación administrativa externa

Todos los expedientes cofinanciados deberán incluir mención a la financiación de la Unión Europea, con referencia al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Programa Operativo Plurirregional de España (POPE) 2014 - 2020, así como la convocatoria y la resolución.

Esta obligación se refiere, entre otros, a:

- Trabajos presentados por el contratista como estudios, informes, encuestas o facturas, entre otros.

En la presentación de facturas para la justificación de proyectos cofinanciados en el marco de la EDUSI de l'Alfàs del Pi, deberá incluirse la mención a la cofinanciación de los Fondos FEDER, figurando en la descripción de la factura lo siguiente:

(Nombre del proyecto/servicio/contrato)+ "COFINANCIADO POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL (FEDER) EN UN 50% EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE ESPAÑA 2014-2020"+Nº de expediente/s. Y hay que añadir el siguiente sello, en tamaño aproximado de 10x5cm.



SÍNTESIS SOBRE NORMATIVA DE LA UE EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

- Reglamento (UE) n.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013
- Reglamento de Ejecución (UE) N.º 821/2014 de la Comisión de 28 de julio de 2014

11. ACTUACIONES, PROYECTOS Y ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

La campaña de comunicación de la Edusi l'Alfàs del Pi se compone de diferentes actuaciones y proyectos.

Todos los elementos de comunicación cumplirán con la normativa de comunicación e imagen de los Fondos FEDER, con su correspondiente emblema, logo y menciones de los fondos FEDER, tal como se indica en el Reglamento (UE) nº 1302/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, así como el nº 821/2014 de la Comisión de 28 de Julio de 2014 y como a su vez indica el manual de marca del presente Plan de comunicación

11.1 Proyectos y actuaciones de la Estrategia Edusi l'Alfàs

La estrategia de comunicación comprende 11 proyectos de las diferentes líneas de actuación y 10 actuaciones consideradas objeto de Buenas Prácticas, que son las siguientes:

LÍNEA DE Actuación	Objetivo Temático	PROYECTO	ACTUACIÓN BUENAS PRÁCTICAS
LA 01	OT2 . PROMOVER LAS TICs PARA HACER FRENTE A LOS RETOS URBANOS	Instalación configuración y puesta en marcha de centro de proceso de datos para la cobertura global de las necesidades de la administración electrónica y la estrategia smart cities del Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi.	Actuación 1: nuevos equipos informáticos que permitirán una mejor relación con la ciudadanía.
LA 02	OT4 APOYAR LA TRANSICIÓN A UNA ECONOMÍA BAJA EN CARBONO EN TODOS LOS SECTORES.	Mejora de la movilidad urbana entre el centro urbano y la playa del Albir a través de la reordenación del tráfico rodado y la fase de permeabilidad peatonal y cicloturista FASE 1.	Actuación 2: Rehabilitación del carril bici existente entre el apeadero del TRAM de Camí de Sarandó y el Camí la Mar y nueva construcción de carril bici desde Camí la Mar hasta la Avda. Constitución
		Mejora de la movilidad urbana entre el centro urbano y la playa del Albir a través de la reordenación del tráfico rodado y la fase de permeabilidad peatonal y cicloturista FASE 1.	Actuación 3: Mejoras de accesibilidad y del entorno urbano en el apeadero del TRAM, en el Camí de Sarandó.Constitución
		Mejora de la movilidad urbana entre el centro urbano y la playa del Albir a través de la reordenación del tráfico rodado y la fase de permeabilidad peatonal y cicloturística- FASE II	
LA 03	OT4 APOYAR LA TRANSICIÓN A UNA ECONOMÍA BAJA EN CARBONO EN TODOS LOS SECTORES.	Mejora de la eficiencia en la infraestructura y equipamientos municipales. Renovación de las instalaciones de alumbrado exterior municipal del Ayuntamiento de l' Alfàs del Pi - Urbanización Foia Blanca.	Actuación 4: Cambio de luces existentes por luces LED en la urbanización "Foia Blanca"

LÍNEA DE Actuación	Objetivo Temático	PROYECTO	ACTUACIÓN BUENAS PRÁCTICAS
LA 05	OT6 PRESERVAR Y PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE Y PROMOVER LA EFICIENCIA DE LOS RECURSOS.	Creación y puesta en valor del patrimonio natural y cultural de l'Alfàs del Pi, mediante su promoción como activo turístico.	Actuación 6: Rehabilitación y equipamiento del edificio municipal ubicado en la avenida Óscar Esplà (Playa Albir) para su uso como Oficina de Turismo, Información Turística e Interpretación del Patrimonio Cultural.
LA 06	OT6 PRESERVAR Y PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE Y PROMOVER LA EFICIENCIA DE LOS RECURSOS.	Rehabilitación de espacios urbanos y zonas verdes.	Actuación 5: Rehabilitación de la parcela degradada y abandonada junto al pabellón Pau Gasol para crear una zona verde urbana
LA 07	OT9 PROMOVER LA INCLUSIÓN SOCIAL, LUCHAR CONTRA LA POBREZA Y CUALQUIER TIPO DE DISCRIMINACIÓN.	Creación de un nuevo centro de formación y empleo	Actuación 7: Construcción de un edificio en una parcela municipal degradada en la calle Gregal para su uso como centro de formación y fomento de empleo.
		Creación de espacio polivalente para la integración de colectivos	Actuación 8: Rehabilitación y equipamiento de un edificio municipal degradado en la calle la Ferrería para su uso como centro de atención a residentes extranjeros y a distintas nacionalidades.
		Rehabilitación del hogar del pensionista para uso como Centro de Envejecimiento Activo para mayores en l'Alfàs del Pi	Actuación 9 : Rehabilitación y equipamiento del edificio municipal " Hogar del Pensionista " para convertirlo en un nuevo Centro de Envejecimiento Activo
LA 0	OT99 COMUNICACIÓN GENERAL DE LA EDUSI	Elementos de campaña comunicativa GENERALES	Actuación 10 : Creación de un parque bio saludable y de ocio en los jardines del nuevo Centro de Envejecimiento Activo.

11.2 Elementos de la campaña comunicativa

La campaña de comunicación constará de los siguiente elementos

Placa permanente

Se trata de placa conmemorativa . Tamaño de 40x30 centímetros. Placa de metacrilato de 10 mm de grosor. Con 4 agujeros en esquinas para instalar con tornillos y sus cuatro embeceladores

Placa permanente exterior

Incluye Peana para instalar la placa permanente en el exterior, de hormigón prefabricado o madera para exterior con base fija, altura aproximada de 1,50 cm e incluye la placa permanente anteriormente descrita de tamaño 40*30 cm

En caso de placa permanente exterior con luz, se podrá instalar con foco led solar que será adaptado en la peana.

Valla de Obra

La valla de obra tendrá un tamaño de 4 x 3, aunque existe la posibilidad de personalizar el tamaño. Se realiza con base de placas de aluminio y perfil de color exterior, vigas (2 o 4) para la sujeción en el suelo. La impresión de la gráfica se realiza con papel o con vinilo impreso. Se coloca a pie de obra o localizada en lugar permitido y adecuado.

Cuña de radio

Cuña para emisión en radios locales, comerciales o provinciales. Se aconseja que no tengan más de 30 segundos de duración y que acabe con la información corporativa y datos de interés.

Microvídeo y creatividad campañas redes sociales

Se trata de Microspot de duración aproximada 30-45 segundos para difundir de manera rápida o eficaz una idea. Se puede localizar mediante la grabación de imágenes reales, mediante técnica animada de motion graphic o un mixto de ambas opciones, incluyendo testimonios.

Compra espacios en redes sociales

Para la promoción de la marca o de las campañas se compran espacio en las principales redes sociales, Instagram, Facebook y GOOGLE ADS con pago por visión o clic.

Dípticos

Impresión de dípticos plegados tamaño 21x 21 cm cuatricomía 2 caras en papel mate de 135 gramos, o dípticos plegados A4, cuatricomía 2 caras en papel mate de 135 gramos. En dos idiomas

Folletos

Impresión de papel impreso con un máximo de doce hojas . Contiene textos, imágenes, diagramas o gráficos para exponer una campaña de comunicación o campaña publicitaria .

Carteles

Impresión en A3. Puede contener textos, imágenes, diagramas o gráficos para divulgar una campaña de comunicación o un evento. Impresión será en papel mate a todo color de 135 gramos.

Vídeo con subtítulos en inglés

Grabación de imágenes reales montadas en producción con voz en off y con posibilidad de subtítulos en idiomas sobreimpresos. Cortinillas corporativas a principio y fin de cada pieza.

Todos los vídeos llevarán un seguimiento del desarrollo de la actuación e incluir testimonios de la ciudadanía mencionando los Fondos FEDER.

Emisión de vídeo

Se trata del elemento para contratar la emisión de vídeo en espacios de TV, en los que se podrán emitir los vídeos promocionales.

Anuncio en prensa

Elemento contratado en prensa tradicional escrita o digital, existen varios tamaños, según formato y medio contratado para la ocasión.

El anuncio en prensa puede ser en medio local, comarcal, regional, nacional o en prensa extranjera. Anuncio para prensa extranjera en papel -revistas o periódicos- con traducción de textos al idioma concreto.

Anuncio en TV provincial o regional

Los anuncios emitidos en televisiones provinciales o regionales tendrán el formato requerido y adecuado por la propia cadena emisora.

Se aconseja una duración de 20 a 30 segundos.

MUPIS - Campañas en marquesinas.

Contratación del espacio o marquesina con la impresión de MUPI que son los carteles de formato 1,20 x 1,80 aprox. Impresos en papel.

Material Promocional/ Merchandising

El material promocional de todos los proyectos de la EDUSI, están impresos con el logo de los Fondos Europeos, aprobado en el Breve Manual de comunicación.

Eventos comunicación Edusi

Los Eventos de la EDUSI tratan de eventos en la calle con la ciudadanía.

Los eventos se organizan según su público, proyecto y gastos elegibles según normativa de los Fondos Europeos.

Exposición presentación de resultados

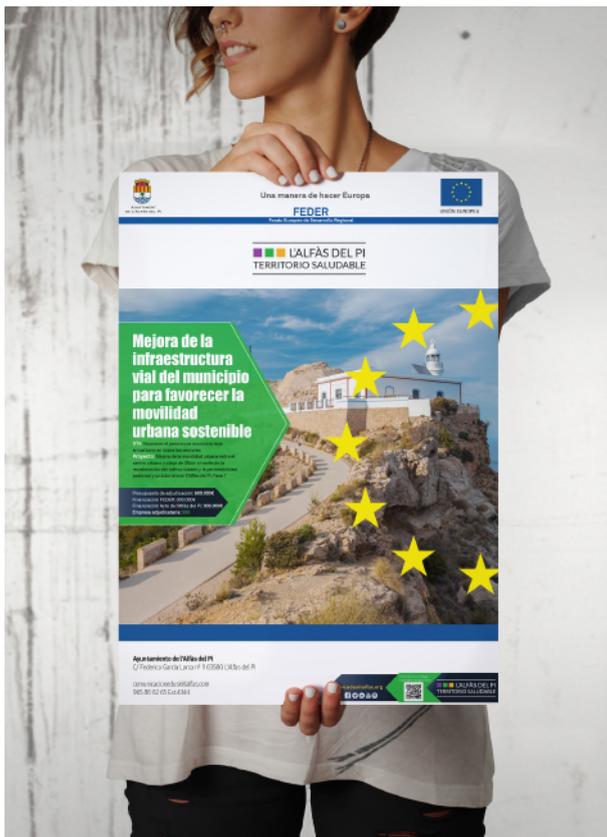
La exposición trata de 2 paneles por cada proyecto de la EDUSI.

Los proyectos totales son 12 por lo que la exposición comprenderá 24 paneles, con imágenes del antes, durante y después de las distintas actuaciones y proyectos de la EDUSI.

Los paneles podrán incluir textos, imágenes, logos, etc. Paneles tamaño aproximado 1,50 x 1,50.



Ejemplo de placa permanente



Ejemplo de cartel tamaño A3



Ejemplo de valla indicadora tamaño 4x3

11.3 Material Promocional

El material promocional elegido para los elementos de comunicación de material promocional o merchandising, son los siguientes :

Gorra microfibra con impresión y ajuste trasero	Set juegos / adulto
Bidón-Garrafa. Accesorio enfriador Tamaño aproximado: 600 ml	Bolsas de compra. Poliéster Tamaño aproximado: 37,5x41cm
Mochila Poliéster con impresión Logos de comunicación Fondos FEDER. Tamaño aproximado: 34 x 42	Bandolera Poliéster Tamaño aproximado:10 x 15,5 x 8
Sombrero Tamaño aproximado; infantil y/o adulto	Imán bloc hojas tamaño aprox: 6x 14,6cm
Kids fun Fidgeer Spinner Metal	Parasol aluminio. 1 cara. Tamaño aproximado 130x60cm
Juegos habilidad / yoyo Unidades mínimo: 300ud	Toalla Absorbente. Microfibra Tamaño aproximado 30x45cm
Nevera - aluminio (Bolsa refrigeradora) Tamaño aproximado:21x15x15cm	Brazalete Reflectante
Muñequera Microfibra. Con cremallera para llaves Tamaño aproximado: 10x 9cm	Podómetro
Llaveros con moneda carro	Luz de seguridad
Abanicos	Linterna

11.4 Eventos

Un evento es una gran herramienta de comunicación estratégica. El plan de comunicación de la EDUSI "l'Alfàs del Pi Territorio Saludable" contempla la organización de 6 eventos en la calle con la ciudadanía. Se trata de aunar la vertiente informativa, de sensibilización ciudadana, didáctica y lúdica con un doble objetivo: de un lado, reforzar la comunicación institucional del proyecto europeo EDUSI y mejorar su posicionamiento y visibilidad ante la sociedad en general y, de otro lado, los eventos deben servir especialmente para acercar Europa a la ciudadanía.

Los 6 eventos que se han programado en la EDUSI de l'Alfàs del Pi son:

EVENTO	COMUNICACIÓN	BUENAS PRÁCTICAS
Evento 1	comunica la BBPP 2	Actuación 2: Rehabilitación del carril bici existente entre el apeadero del TRAM de Camí de Sarandó y el Camí la Mar y nueva construcción de carril bici desde Camí la Mar hasta la Avda. Constitución
Evento 2	comunica la BBPP 5	Actuación 5: Rehabilitación de la parcela degradada y abandonada junto al pabellón Pau Gasol para crear una zona verde urbana
Evento 3	comunica la BBPP 6	Actuación 6: Rehabilitación y equipamiento del edificio municipal ubicado en la Avenida Óscar Esplà (Playa Albir) para su uso como Oficina de Turismo, Información Turística e Interpretación del Patrimonio Cultural
Evento 4	comunica la BBPP 7	Actuación 7: Construcción de un edificio en una parcela municipal degradada en la calle Gregal para su uso como centro de formación y fomento de empleo
Evento 5	comunica la BBPP 9	Actuación 9: Rehabilitación y equipamiento del edificio municipal " Hogar del Pensionista " para convertirlo en un nuevo Centro de Envejecimiento Activo
Evento 6	Comunica Día Europa	Celebración del Día de Europa

11.5 Actuaciones Buenas Prácticas

La detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye el eje fundamental de todas las Estrategias de Comunicación y una herramienta esencial para la gestión pública y para el avance en la consecución de los objetivos de la Política Regional Comunitaria.

Los criterios para la identificación y selección de Buenas Prácticas de actuaciones cofinanciadas son los acordados por la red GERIP de Responsables de Información y Publicidad. Estos criterios son los siguientes:

- La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios/as, beneficiarios/as potenciales y el público en general.
- La actuación incorpora elementos innovadores.
- Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.
- Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución.
- Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida.
- Consideración de los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.
- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública.

El Ayuntamiento de l'Alfàs del Pi plantea 10 Buenas Prácticas ligadas a su Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado 'L'Alfàs del Pi Territorio Saludable'.

LAS 10 BUENAS PRÁCTICAS QUE PRESENTARÁ LA EDUSI 'L'ALFÀS DEL PI TERRITORI SALUDABLE' SON:

- 01 Nuevos equipos informáticos que permitan una mejor relación con la ciudadanía.
- 02 Rehabilitación del carril bici existente entre el apeadero del TRAM de camí del Sarandó y el camí de la Mar y nueva construcción de carril bici desde camí de la Mar hasta la avenida Constitución.
- 03 Mejoras de accesibilidad y del entorno urbano en el apeadero del TRAM, en el Camí del Sarandó.
- 04 Cambio de las luces existentes por luces LED en la urbanización Foia Blanca.
- 05 Rehabilitación de parcela degradada y abandonada junto al Pabellón Pau Gasol para crear una zona verde urbana.
- 06 Rehabilitación y equipamiento de edificio municipal ubicado en la avenida Oscar Esplà (Playa Albir) para su uso como Oficina de Turismo, Información Turística e Interpretación del Patrimonio Cultural.
- 07 Construcción de un edificio en una parcela municipal degradada en la calle Gregal para su uso como centro de formación y fomento de empleo.
- 08 Rehabilitación y equipamiento de un edificio municipal degradado en la calle La Ferrería para su uso como centro de atención a residentes extranjeros y a distintas asociaciones.
- 09 Rehabilitación y equipamiento del edificio municipal 'Hogar del Pensionista' para convertirlo en un nuevo Centro de Envejecimiento Activo.
- 10 Creación de un parque biosaludable y de ocio en los jardines del nuevo Centro de Envejecimiento Activo.

12. EVALUACIÓN

Se realizará en el marco del Plan de Comunicación una evaluación final de la estrategia implementada en este proyecto para el período 2020-2023. Los resultados se recogerán y presentarán en un informe en el que deben constar, por lo menos, el grado de visibilidad y concienciación de EDUSI l'ALFÀS, así como el papel desempeñado por la UE.

La evaluación pretende medir el éxito de la ejecución y la eficiencia en la consecución de los objetivos definidos, y posibilitará identificar mejoras sobre la estrategia.

El grado de visibilidad y concienciación del proyecto EDUSI l'ALFÀS en los destinatarios, será evaluado a través de las siguientes acciones:

- ✓ Estadísticas de visita y uso de la página web.
- ✓ Cuantificación de los indicadores de comunicación establecidos en rrss.
- ✓ Asistencia a actos y eventos.
- ✓ Valoración mediante impactos y audiencias de medios de comunicación convencionales donde se haya insertado publicidad.
- ✓ Estimación de impactos en publicidad exterior local.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE REALIZACIÓN Y RESULTADO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

TIPOS DE INDICADORES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADOS
1. Actividades y actos públicos	(Nº) Eventos realizados	(Nº) Asistentes
2. Difusión en medios de comunicación	(Nº) Actos difusión	
3. Publicaciones realizadas	(Nº) Publicaciones externas	(%) Publicaciones distribuidas/editadas
4. Información a través de página web	(Nº) Páginas web	(Nº) Visitas
5. Información a través de cualquier tipo de cartelería	(Nº) Soportes publicitarios	
6. Instrucciones emitidas hacia los participantes en los programas operativos	(Nº) Documentación interna distribuida	(Nº) Organismos cubiertos
	(Nº) Redes	(Nº) Reuniones (Nº) Asistentes