



GENERALITAT
VALENCIANA

AGÈNCIA VALENCIANA DE FOMENT
I GARANTIA AGRÀRIA



Unión Europea

**Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural**

Europa invierte en las zonas rurales

ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

del

***Programa de Desarrollo Rural de la
Comunitat Valenciana 2014-2020***

Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria
Autoridad de gestión del PDR-CV 2014-2020



AGÈNCIA VALENCIANA DE FOMENT
I GARANTIA AGRÀRIA



Unión Europea

**Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural**

Europa invierte en las zonas rurales



Índice

1.	Introducción.....	5
2.	Los objetivos de la estrategia.....	6
3.	Los grupos destinatarios de la estrategia.....	7
4.	El contenido de las actividades de información y publicidad.....	7
5.	El presupuesto indicativo de la estrategia.....	10
6.	Los organismos administrativos responsables de las actividades de información y publicidad.....	10
7.	El papel desempeñado por la Red Rural Nacional.....	11
8.	La forma de evaluación las actividades de información y publicidad.....	12
9.	La actualización anual: actividades de información y publicidad para el año siguiente.....	13
10.	Normativa.....	14



AGÈNCIA VALENCIANA DE FOMENT
I GARANTIA AGRÀRIA



Unión Europea

**Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural**

Europa invierte en las zonas rurales



1. INTRODUCCIÓN

Los fondos europeos son un recurso clave para el desarrollo social, económico y medioambiental del territorio. Dar a conocer al público general y a los beneficiarios sus objetivos, medidas y alcance es una prioridad en el periodo 2014-2020.

El objeto de esta Estrategia de Información y Publicidad es contribuir a mejorar el uso del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), en el contexto de la financiación europea, de cara a reforzar e incrementar el efecto positivo sobre la economía y el empleo, así como a concienciar a la población de la repercusión de éste en su territorio.

La información y la publicidad tienen como finalidad asegurar el conocimiento a los destinatarios finales potenciales y a la opinión pública en general, del destino de los fondos Feader, así como informarles de la utilización de los mismos y de sus resultados, garantizando la transparencia en su ejecución. En este sentido, se trata de una herramienta fundamental para hacer llegar la información al mayor número de beneficiarios potenciales, informar a los posibles beneficiarios sobre las oportunidades de financiación y las normas para acceder a las ayudas y divulgar los resultados de las inversiones al conjunto de la ciudadanía.

Por consiguiente, la información y la comunicación de los objetivos, de las oportunidades de financiación y de los resultados de los programas y proyectos cofinanciados por los fondos comunitarios son una tarea crucial para las autoridades de gestión y los beneficiarios de los Fondos EIE y, por tanto, del Feader.

El **Reglamento de ejecución (UE) Nº 808/2014** de la Comisión, de 17 de julio de 2014, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), establece en su artículo 13 que:

“la autoridad de gestión deberá presentar una estrategia de información y publicidad, así como las eventuales modificaciones de esta, al comité de seguimiento, con fines informativos. La estrategia deberá presentarse dentro del plazo de seis meses desde la aprobación del programa de desarrollo rural. La autoridad de gestión informará al comité de seguimiento por lo menos una vez al año sobre los avances en la aplicación de la estrategia de información y publicidad y sobre su análisis de los resultados, así como sobre las actividades de información y publicidad que se prevean llevar a cabo el año siguiente”.

Por otra parte, el Anexo III del mencionado reglamento de ejecución también establece que:

“la autoridad de gestión se asegurará de que las actividades de información y publicidad se llevan a cabo de conformidad con su estrategia de información y publicidad, que cubrirá al menos los aspectos siguientes:



- a) los objetivos de la estrategia y sus grupos destinatarios.
- b) una descripción del contenido de las actividades de información y publicidad.
- c) el presupuesto indicativo de la estrategia.
- d) una descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las actividades de información y publicidad.
- e) una descripción del papel desempeñado por la RRN y de cómo su plan de comunicación contemplado en el artículo 54, apartado 3, inciso vi), del Reglamento (UE) nº 1305/2013 va a contribuir a la aplicación de la estrategia.
- f) una indicación de cómo se va a evaluar las actividades de información y publicidad por lo que respecta a la visibilidad y difusión del marco, de los programas y de las operaciones, así como al papel desempeñado por el Feader y la Unión.
- g) una actualización anual en la que se expongan las actividades de información y publicidad que se vayan a llevar a cabo en el año siguiente”.

De acuerdo con todo ello, a continuación se desarrollan cada uno de los puntos de la estrategia de información y publicidad siguiendo el esquema establecido en el mencionado Anexo III.

2. LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA

La estrategia de información y publicidad debe atender a cuatro objetivos básicos:

- a) divulgar entre la población de la Comunitat Valenciana la adopción y los objetivos del PDR, así como de sus principales resultados.
- b) informar a los potenciales beneficiarios de las posibilidades de financiación que ofrece el programa.
- c) destacar las contribuciones de las administraciones cofinanciadoras al programa y, en particular, el papel que desempeña la Unión Europea.
- d) mejorar la transparencia del programa de cara a los beneficiarios.



3. LOS GRUPOS DESTINATARIOS DE LA ESTRATEGIA

Los grupos destinatarios de la estrategia son, fundamentalmente, tres:

- a) Beneficiarios. Por beneficiarios entendemos a personas físicas o jurídicas, Grupos de Acción Local, organizaciones profesionales, agentes económicos y sociales, autoridades locales, ONG interesadas, organismos para igualdad entre hombres y mujeres que perciben ayudas financiadas por el PDR-CV.
- b) Beneficiarios potenciales. Son todas aquellas personas físicas o jurídicas o colectivos que puedan estar interesados en las ayudas financiadas por el PDR-CV.
- c) Público en general. Se refiere a toda la población de la Comunitat Valenciana, tengan relación o no con el PDR-CV.

4. EL CONTENIDO DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

Las actuaciones de información y publicidad se pueden diferenciar en función al grupo al que van destinadas:

1. actividades dirigidas al público en general.
2. actividades dirigidas a los beneficiarios.
3. actividades dirigidas a los beneficiarios potenciales.

Las medidas a implementar por la estrategia de información y publicidad consistirán en las siguientes actuaciones:

- a) Actuaciones administrativas:
 - creación de una web específica de la AVFGA, que contenga toda la información relacionada con el PDR y sus ayudas, legislación aplicable, pagos realizados, etc.
 - publicación de las licitaciones, las bases reguladoras y las órdenes de ayuda, los convenios en los diarios oficiales correspondientes. En su caso, si se considera conveniente, se podrían insertar anuncios en la prensa regional o en las ediciones regionales de la prensa nacional.
 - menciones expresas de las administraciones financiadoras de las ayudas en las comunicaciones a los beneficiarios.
 - si se considera necesario se elaborará de una guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas.



b) Actividades y actos públicos:

- actos de presentación del PDR.
- actos informativos anuales de los resultados relevantes del PDR.
- jornadas, seminarios, conferencias, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas...

A este respecto, cabe mencionar las numerosas reuniones que ha mantenido a lo largo de 2014 y 2015 personal cualificado de las direcciones generales de Agricultura, Ganadería y Pesca y de Desarrollo Rural y Política Agrícola Común con representantes del sector. Son sesiones de formación e información en las que, entre otros asuntos relacionados con la PAC, se explican las principales novedades del PDR-CV 2014-2020.

Por otra parte, la Subdirección General de Desarrollo Rural, Calidad Alimentaria y Producción Ecológica ha colaborado en unos casos, y organizado en otros, en un ciclo de jornadas de sobre "Participación y cooperación en el medio rural valenciano", con el objetivo de difundir el PDR-CV 2014-2020, con especial incidencia en la iniciativa Leader y la convocatoria de selección de los Grupos de Acción Local.

c) Publicaciones editadas en soporte papel o electrónico, con la finalidad de dar a conocer el PDR o alguna de sus actuaciones concretas:

- libros
- folletos
- revistas
- CD/DVD
- videos

A título de ejemplo, sirva la edición del tríptico informativo "PAC 2015 - Nuevo modelo y nuevos derechos de ayuda", del que la Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria ha impreso en febrero de 2015 veinte mil ejemplares para repartir en el sector agroalimentario. No obstante, conviene precisar que como en el mismo se hace referencia tanto a ayudas financiadas por FEADER como por FEAGA, el coste de este folleto se ha satisfecho con fondos propios de la Generalitat, se pueden utilizar entre otros:



d) Información a través de cualquier tipo de soporte, utilizados con fines publicitarios, con el objeto de dar a conocer el PDR o alguna de sus actuaciones concretas, pudiéndose utilizar:

- pósters
- carteles
- placas
- expositores
- stands
- vallas

Estas actuaciones de información y publicidad pueden agruparse en función de los grupos destinatarios, a saber:

1. Beneficiarios.

- creación de una web específica de la AVFGA.
- publicación de las licitaciones, las bases reguladoras y las órdenes de ayudas.
- menciones expresas de las administraciones financiadoras de las ayudas en las comunicaciones a los beneficiarios.
- elaboración de una guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas.

2. Beneficiarios potenciales.

- creación de una web específica de la AVFGA.
- publicación de las licitaciones, las bases reguladoras y las órdenes de ayudas.
- elaboración de una guía sobre procedimientos a seguir para acceder a las ayudas.
- actos de presentación del PDR.
- actos informativos anuales de los resultados relevantes del PDR.
- jornadas, seminarios, conferencias, actos de presentación o inauguración de operaciones cofinanciadas...

3. Público en general

- creación de una web específica de la AVFGA.
- actos de presentación del PDR.
- notas de prensa
- folletos
- pósters
- carteles
- placas
- expositores
- stands
- vallas



5. EL PRESUPUESTO INDICATIVO DE LA ESTRATEGIA

El presupuesto de la estrategia de información y publicidad, a determinar por la Autoridad de gestión del PDR, puede estimarse inicialmente en torno a 500.000 euros.

No obstante la limitación de la cuantía consignada no debemos olvidar que, tanto la Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria como la Secretaría Autonómica de Agricultura y Desarrollo Rural llevan a cabo otras actividades de información y publicidad que son financiadas con fondos propios de la Generalitat, ya que dicha publicidad no es exclusiva de Feader, sin perjuicio de que lo incluya.

La parte proporcional de los presupuestos de estas acciones, correspondiente a las actividades financiadas por el Feader, podría considerarse indirectamente como un componente más del presupuesto esta estrategia.

Por otra parte, determinados elementos publicitarios (como las vallas y otros carteles que los beneficiarios están obligados a instalar en determinados supuestos) podemos considerarlos como parte de la estrategia de información y publicidad, si bien su financiación no se computará en este presupuesto, dado que estará incluida en los correspondientes proyectos.

6. LOS ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS RESPONSABLES DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La estrategia de información y publicidad del PDR CV 2014-2020 será implementada por la Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria, como Autoridad de Gestión del PDR, mediante sus recursos presupuestarios, administrativos y personales.

No obstante, y dado que la Agencia tiene delegadas las competencias de la gestión de las ayudas en determinadas direcciones generales de la Generalitat Valenciana, podrá contar con el asesoramiento, la colaboración y los medios materiales y personales de estos entes gestores para llevar adelante la estrategia de información y publicidad.

Los entes gestores de las líneas de ayudas financiadas por el PDR, todos ellos pertenecientes a la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural, son los siguientes:

- Dirección General de Agricultura, Ganadería y Pesca
 - Subdirección General de Estructuras Agrarias y Cooperativismo

- Dirección General de Desarrollo Rural y Política Agraria Común
 - Subdirección General de Política Agraria Común y Competitividad
 - Subdirección General de Desarrollo Rural, Calidad Alimentaria y Producción Ecológica



- Dirección General de Medio Natural y Evaluación Ambiental
 - Subdirección General del Medio Natural

- Dirección General de Prevención de Incendios Forestales

7. EL PAPEL DESEMPEÑADO POR LA RED RURAL NACIONAL

La Red Rural Nacional (RRN) es una plataforma integrada por los principales representantes del medio rural destinada a fortalecer alianzas, divulgar experiencias y conformar un escenario común con todos los actores implicados en el desarrollo sostenible del medio rural español. La RNN pretende configurar una política de Estado de desarrollo rural, en sintonía y aprovechando las sinergias con la programación europea de desarrollo rural. Está formada por las Administraciones estatal, autonómica y local, junto a organizaciones y asociaciones varias (profesionales, de mujeres rurales, ecologistas, etc.) y redes de desarrollo rural.

La Secretaría Autonómica de Agricultura y Desarrollo Rural y la Agencia Valenciana de Fomento y Garantía Agraria, como autoridad de gestión del PDR, representan a la Generalitat Valenciana en la Red Rural Nacional. Asisten a sus reuniones técnicas y participan en sus decisiones y en el resto de sus actividades. La RNN asesora a las autoridades de gestión y establece metodologías comunes de trabajo. Tiene previsto implementar una web con aplicaciones específicamente destinadas a las autoridades de gestión.

La Autoridad de gestión del PDR-CV 2014-2020 tiene previsto remitir periódicamente a la Red Rural Nacional la información derivada de la ejecución del programa, así como información de sobre las actuaciones en materia de desarrollo rural en la Comunitat Valenciana, con la finalidad de que se incluya en su web y contribuya a dar difusión y publicidad a los objetivos y logros del PDR-CV 2014-2020.

A este respecto cabe mencionar el boletín mensual de noticias de la RNN. Este boletín digital pretende difundir las actividades, actuaciones y experiencias desarrolladas tanto de la propia RRN como por sus miembros, los Grupos de Acción Local y la Red Europea de Desarrollo Rural. Su finalidad es dar publicidad a estas actuaciones para que puedan llegar a todas las personas, organizaciones e instituciones implicadas e interesadas en el desarrollo rural sostenible.

El boletín mensual de noticias de la RNN está accesible en: <http://eepurl.com/bcQynP>

8. LA FORMA DE EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD

La principal herramienta para el seguimiento y evaluación de las actividades de información y publicidad debe ser el diseño de un sistema de indicadores adecuado. Dicho sistema estará compuesto por tres tipos de indicadores: de realización, de resultado (a corto plazo) y de impacto (a medio y largo plazo).

Entre los indicadores de realización, cabe contemplar los siguientes:

- número de actos públicos realizados.
- número de publicaciones realizadas.
- número de soportes publicitarios utilizados.
- número de solicitudes de ayuda tramitadas.

Entre los indicadores de resultados, entre otros:

- número de asistentes a los actos públicos (para el cálculo de este indicador se puede solicitar a los organizadores de cada acto una estimación objetiva del número de asistentes).
- número de puntos de distribución de las publicaciones.
- número de visitas a la página web.
- número de solicitudes de ayuda resueltas.

Los indicadores de impacto deben medir los efectos a medio y largo plazo de la estrategia de información y publicidad y si estos efectos se pueden considerar consecuencia directa de las actividades de información y publicidad.

Entre los indicadores de impacto, en los que se debe recabar la opinión de todos los colectivos y actores implicados en la gestión del PDR-CV, se pueden considerar:

- grado/tasa de conocimiento de las obligaciones existentes en el programa en cuanto a información y publicidad.
- grado/tasa de satisfacción de la información facilitada sobre el PDR.
- grado/tasa de utilidad de las actuaciones de información y publicidad.



Por otra parte, otros indicadores de impacto dirigidos al público en general, pueden ser:

- grado/tasa de conocimientos del FEADER.
- grado/tasa de conocimiento del papel desempeñado por la Unión Europea.

La recogida de datos para la elaboración de los indicadores se debe llevar a cabo mediante entrevistas o encuestas. Una vez recopilada toda la información, la autoridad de gestión elaborará un informe de evaluación con carácter anual. Dicho informe deberá contemplar la metodología empleada para la recogida de información, el análisis de las medidas de información y publicidad implementadas durante el periodo, el análisis del sistema de indicadores y, finalmente, las conclusiones y recomendaciones de medidas a adoptar. También, en su caso, se pueden incluir propuestas de "buenas prácticas" en materia de información y publicidad.

Para llevar a cabo las entrevistas o encuestas necesarias para la elaboración de los indicadores la autoridad de gestión recurrirá, en su caso, a la contratación de los servicios de una empresa consultora especializada en la realización de estudios de mercado y de encuestas de opinión pública.

9. LA ACTUALIZACIÓN ANUAL: ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL AÑO SIGUIENTE

La Autoridad de gestión establecerá un calendario anual de aplicación de la estrategia de información y publicidad. Además de las actividades a desarrollar durante el año en curso, el calendario incluirá las actividades de información y publicidad que se vayan a llevar a cabo al año siguiente. Esta previsión anual se debe llevar a cabo en el último trimestre del año y se podrá realizar a partir del análisis de los resultados del año en curso.

El calendario de vigencia del PDR constará de las siguientes fases:

- Fase I: 2016/2017. Publicidad de la adopción del PDR-CV 2014-2020, sus medidas y sus objetivos.
- Fase II: 2017/2019. Difusión de las primeras valoraciones de la ejecución de las medidas. Consolidación de la información sobre la existencia y las distintas posibilidades de financiación que ofrece el PDR.
- Fase III: 2020/2021. Publicación de la ejecución general del PDR y de la valoración final de la consecución de los objetivos del PDR.



En todas las fases se deberá hacer especial hincapié en los siguientes conceptos:

- el papel del PDR-CV 2014-2020 como eje vertebrador de la política de desarrollo rural en la Comunitat Valenciana.
- la importancia de la cofinanciación del Feader.
- la búsqueda, en el desarrollo rural, del equilibrio entre la competitividad y el necesario respeto y protección del medio ambiente.
- la gestión de los recursos naturales de forma sostenible y la adopción de medidas para hacer frente al cambio climático.
- la relevancia de la Unión Europea en el desarrollo y mejora en el nivel de vida de las zonas rurales, preservando su cultura y su patrimonio.

10. NORMATIVA

- Reglamento de ejecución (UE) Nº 808/2014 de la Comisión, de 17 de julio de 2014, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader).
- Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader).
- Programa Desarrollo Rural de la Comunitat Valenciana 2014-2020.