



# Crea Business Idea

## PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Julio 2009



## INDICE

1. Introducción .....	3
2. Objetivos .....	4
3. Mensajes.....	5
4. Destinatarios .....	6
5. Estrategia y Actividades.....	7
5.1 Comunicación Interna .....	8
5.2 Imagen, Comunicación Externa y Difusión .....	9
5.3 Responsable de Comunicación del Proyecto .....	10
6. Herramientas .....	11
7. Presupuesto .....	13
8. Cronograma .....	14
9. Seguimiento y Evaluación – Resultados esperados .....	15
10. Requerimientos del FEDER y Programa SUDOE.....	16
10.1 Reglamento y Logotipo FEDER .....	18
10.2 Logotipo Programa SUDOE .....	18
10.3 Logotipo CREA-BUSINESS-IDEA .....	18

# 1. Introducción

El éxito y el impacto de un proyecto innovador de cooperación transnacional dependen en gran medida de las actividades de comunicación y difusión.

Para garantizar desde el principio una planificación estratégica y una gestión eficaz de las actividades y herramientas de comunicación y difusión se elabora y pone a disposición de los socios de CREA-BUSINESS-IDEA este PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN.

Asimismo, la co-financiación del proyecto por parte del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa de Cooperación Territorial de INTERREG SUDOE IVB obligan a considerar y respetar la normativa vigente de los Fondos Europeos en concreto del FEDER, así como a utilizar correctamente el emblema europea y de la imagen corporativa del SUDOE Interreg IVB.

Como requerimientos del FEDER y del programa INTERREG SUDOE destacan especialmente:

- Cualquier acción elaborada en el marco del programa debe mencionar que la operación realizada ha sido seleccionada en el marco del PO SUDOE cofinanciado por el FEDER conforme a lo establecido en el Reglamento (CE) nº 1828/2006 del 8 de diciembre de 2006 y en particular en los artículos 8 y 9.
- Esta publicidad deberá llevar insertado obligatoriamente los logotipos del Programa SUDOE y el emblema europeo (bandera azul con estrellas).
- La marca SUDOE ® deberá ser utilizada de acuerdo a lo establecido en el “Manual de Identidad Corporativa”. El emblema europeo deberá respetar así mismo, las normas gráficas establecidas en el anexo 1 del Reglamento 1828/2006.
- Se recomienda incluir siempre los logotipos de las instituciones socias que aporten las contrapartidas nacionales.

Este Plan de Comunicación y Difusión está compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios.
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad
- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas.

- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión.
- Requerimientos formales y obligaciones legales del FEDER y del SUDOE.

## 2. Objetivos

Los **objetivos generales** del Plan de Comunicación y Difusión del Proyecto CREA-BUSINESS-IDEA son los siguientes:

- Optimizar el flujo de la información entre los socios del proyecto y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones participantes en el proyecto.
- Dar a conocer el proyecto a los potenciales actores involucrados y a los principales beneficiarios.
- Informar y comunicar los resultados del mismo a organismos y entidades públicas y privadas de otras regiones europeas y de las instituciones nacionales y europeas que podrían estar interesadas en el proyecto.

Los **objetivos específicos de la comunicación interna** son:

- C1. Sistematizar la comunicación entre los socios, especialmente entre los socios y el socio líder, ya que de ella dependerá la correcta gestión y ejecución del proyecto.
- C2. Mantener informados a los socios sobre las acciones comunes y las obligaciones administrativas, financieras así como de seguimiento y evaluación.

Los **objetivos específicos de las actividades de difusión y comunicación externa** son:

- D1. Poner en conocimiento del público objetivo el Proyecto Crea Business Idea: en qué consiste; sus objetivos; motivo de su creación; conformación del partenariado; sus resultados; etc.
- D2. Divulgar los avances realizados y los resultados obtenidos en el transcurso del proyecto.
- D3. Proporcionar una base documental y material de referencia para la realización de futuros trabajos o estudios – instituciones públicas y organismos de apoyo a la creación y al crecimiento de empresas.

- D4. Difundir nuevos conocimientos o material de referencia para decisores políticos a nivel local regional, nacional y europeo.
- D5. Incentivar a emprendedores y empresarios a crear nuevas empresas o a lanzar actividades empresariales, a innovar, a crecer o a adoptar técnicas y prácticas más innovadores, creativas o eficaces.
- D6. Realizar una comunicación eficaz y transparente y entendible a toda la sociedad, sobre los temas del proyecto: creación de empresas, creatividad, innovación, negocios, emprendeduría/espíritu empresarial.

### 3. Mensajes

Los mensajes del proyecto resumen la “esencia” del proyecto. Siendo simples y concretos, suponen la base para todas las actividades de difusión y deben ser relevantes para los públicos objetivo. Los mensajes recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor añadido y los beneficios que el proyecto aportará.

Como mensajes clave para las acciones de difusión y comunicación externa se han desarrollado los siguientes.

Aspecto a difundir	Mensaje	Ejemplo de actividad o resultado concreto
Proyecto europeo a favor de la creación de empresas y de la innovación	“La Comisión Europea cofinancia un proyecto de cooperación europea para potenciar la innovación y la creación de empresas”	Mensaje en Nota de Prensa sobre la Firma del acuerdo y el Lanzamiento del proyecto
Cooperación transnacional ayuda a las empresas a través de un cluster virtual	“Socios de tres países europeos unen sus fuerzas y acuerdan crear un cluster transnacional de apoyo a las empresas”	Mensaje en el primer folleto general
La creatividad como base de la innovación y de la competitividad	“Creatividad e Imaginación son la base de la innovación en nuestra sociedad /empresas”	Mensaje para las jornadas de difusión de la guía de buenas prácticas
Las ideas y la creatividad son esenciales para el crecimiento económico	“Nuevas ideas para seguir creciendo – la creatividad crea empleo y riqueza”	Mensaje para el Informe Final, la Conferencia final y la Página web
Intercambio de experiencias en el ámbito de la creatividad empresarial	“Ser creativo, ser emprendedor, ser innovador – aprender creando en compañía”	Mensaje para invitación a y el material promocional de los talleres de creatividad

## 4. Destinatarios

Las actividades de comunicación y difusión del proyecto CREA-BUSINESS-IDEA tienen como objetivo transmitir una serie de mensajes e informaciones a unos grupos de destinatarios claramente identificados. Se trata de los siguientes grupos:

### Destinatarios directos internos:

- Los socios (el partenariado).
- Responsables de la gestión y coordinación del Programa SUDOE INTERREG IVB.

### Destinatarios directos externos:

- Pequeñas y medianas empresas de las regiones participantes, especialmente
  - PYMEs con necesidades de innovación.
  - PYMEs de sectores maduros con necesidad de innovar o diversificar.
  - Empresas jóvenes innovadoras y/o de base tecnológica.
- Emprendedores con proyectos empresariales en fase de pre incubación, incubación o creación de empresa.
- Potenciales emprendedores de base: alumnos de últimos años de carreras tecnológicas, alumnos de doctorado, alumnos de Formación Profesional y otras personas con iniciativa o ideas de negocio.
- Organismos intermedios, como centros tecnológicos, universidades, etc. y entidades de apoyo a la creación de empresas y Empresas especializadas de soporte a la innovación.

### Destinatarios generales:

- Organismos y entidades públicas de otras regiones del SUDOE y otras regiones europeas no pertenecientes al SUDOE.
- Decisores políticos a nivel local, regional, nacional y europeo.
- Los medios de comunicación y los agentes económicos y sociales, entre otros grupos de interés.
- La sociedad en general.

## 5. Estrategia y Actividades

Con el fin de responder de manera específica a los diversos grupos destinatarios, las diversas acciones y materiales elaborados para su difusión se agruparán en tres ejes de actuación:



1. Comunicación Interna: Entre los socios del proyecto. Incluye la difusión de los informes de evaluación intermedia y final del proyecto.
2. Comunicación Externa: Con los destinatarios directos y los potenciales beneficiarios de los resultados del proyecto.
3. Difusión General: Se informará a los *stakeholder* políticos y a la sociedad en general a través de la publicación en prensa de información relativa al proyecto.

Estos tres ejes de actuación que forman los pilares de la estrategia de comunicación y difusión prevén la adecuación coherente de las actividades y herramientas de comunicación a los diferentes objetivos y grupos destinatarios. La relación entre objetivos, grupos destinatarios y actividades/herramientas es, por lo tanto, la siguiente:

Objetivos	Destinatarios directos internos (Socios, Programa SUDOE)	Destinatarios directos externos (PYMES, emprendedores)	Destinatarios generales		
			Decisores Políticos	Medios de Comunicación	Sociedad
<b>C1. Comunicación sistematizada</b>	Página Web Herramientas Web Informes de Actividad				
<b>C2. Información fluida</b>	Reuniones Herramientas de telecomunicación				
<b>D1. Divulgar el proyecto</b>		Página Web Folletos	Página Web Folletos	Página Web Folletos	Página Web Folletos
<b>D2. Dar a conocer resultados</b>		Página Web Folletos	Página Web Folletos	Página Web Folletos	Página Web Folletos
<b>D3. Material de referencia de trabajo</b>		Publicaciones Seminarios Mesas Talleres	Publicaciones Página Web Eventos		
<b>D4. Nuevos conocimiento como base para decisión política</b>			Publicaciones Página Web Eventos		
<b>D5. Promover la creatividad y la innovación</b>		Publicaciones Seminarios Mesas Talleres			Publicaciones Página Web Folletos
<b>D6. Comunicación transparente sobre tema innovación y creatividad</b>				Notas Prensa	Notas Prensa Eventos

La estrategia general se divide, según los grupos destinatarios y objetivos de la comunicación y difusión en tres bloques:

### 5.1 Comunicación Interna

La estrategia de la Comunicación interna tiene como objetivo la sistematización y estructuración de la información de forma que garantice una gestión eficaz y transparente del proyecto, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los directamente involucrados, es decir, los socios del proyecto y el Secretariado Técnico del Programa del SUDOE. Esto se pretende alcanzar mediante el uso de las siguientes herramientas:

- Elaborar conjuntamente y compartir los Informes de Actividad
- Intranet habilitada en la página Web del proyecto con las siguientes herramientas de gestión y de intercambio de información:
  - Acceso habilitado y seguro para cada socio
  - Archivo compartido de documentos – posible la subida y descarga de documentos
  - Acceso a documentos actualizados de planificación y gestión (Plan de Trabajo, Distribución Tareas, Acuerdo de Colaboración, Plantillas de Informes, Modelos de Notas de Prensa, Modelos de Cuestionarios de Satisfacción, Manual de Imagen Corporativa)
  - Biblioteca con documentos y enlaces útiles para el trabajo de los socios.
- Reuniones periódicas de Gestión.
- Herramientas de telecomunicación (teléfono, correo electrónico, fax, videoconferencia, mensajería).

## 5.2 Imagen, Comunicación Externa y Difusión

La estrategia de la comunicación externa y difusión incluye tanto la difusión y comunicación a los potenciales beneficiarios directos como a los grupos de destinatarios indirectos (decisores, otras regiones europeas, medios de comunicación y sociedad).

La estrategia que se dirige a los beneficiarios directos y a otros destinatarios generales abarca las siguientes líneas de actuación y herramientas de difusión:

- Imagen Corporativa
  - Creación de un Logotipo y una Imagen Corporativa
- Web y Tecnologías de la Información
  - Página Web Propia del proyecto
  - Páginas a cerca de CREA-BUSINESS IDEA en los Sites de cada socio
  - Participación en Redes sociales
- Material Promocional:
  - Folletos con Información general del proyecto y divulgando información sobre actividades y publicaciones específicas

- Papelería y material promocional para seminarios, ruedas de prensa, reuniones, talleres, mesas y conferencia final
- Cartas de presentación e invitaciones a empresarios y emprendedores
- Trabajo con Medios de comunicación:
  - Notas de prensa
  - Artículos
  - Introducción de noticias en la página web del proyecto
- Actos y Eventos:
  - Jornadas de sensibilización (1 en cada región)
  - Talleres de creatividad (3 en cada región)
  - Mesas de encuentro (2 en cada región)
  - Conferencia Final del proyecto (1 en Logroño)
- Publicaciones y Material de Referencia:
  - Guía de Buenas Prácticas
  - Manual de Creatividad y creación de empresas

En el siguiente capítulo se presentan con más detalle las herramientas clave en las estrategias de comunicación y difusión.

### ***5.3 Responsable de Comunicación del Proyecto***

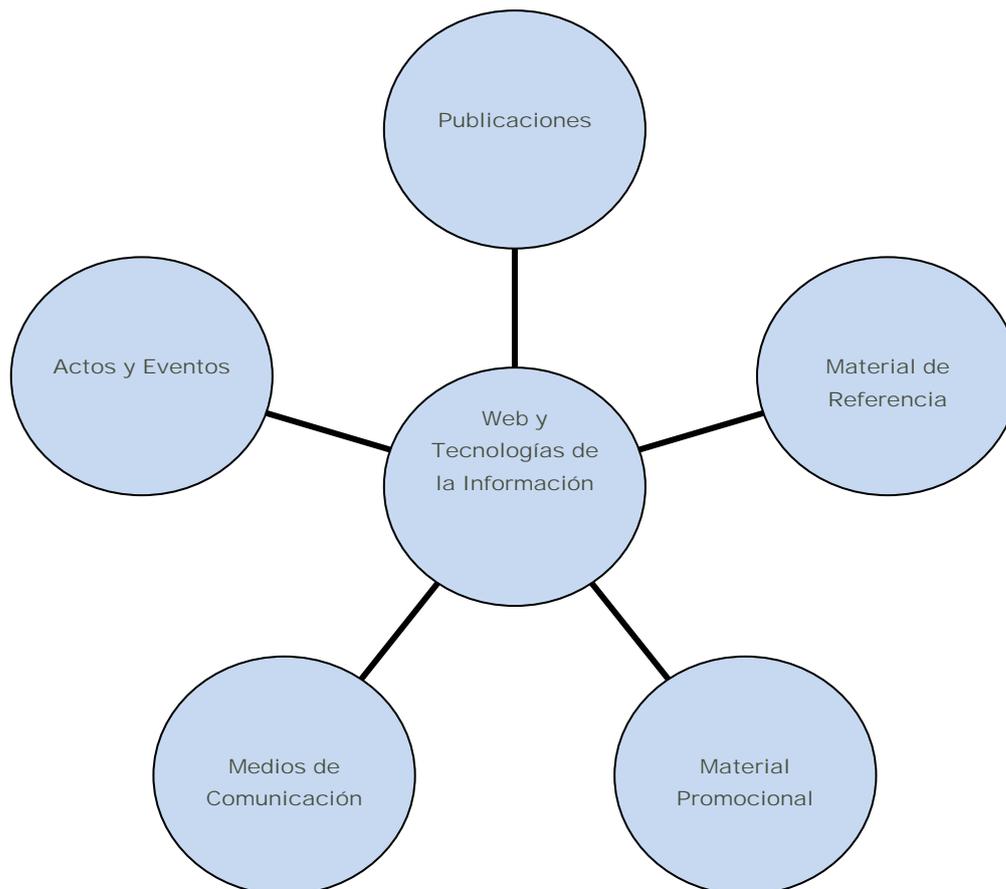
El Proyecto CREA-BUSINESS-IDEA nombra como **Responsable de Comunicación** del Proyecto a

Francisca Pérez Herrera – Jefe de Fila: ADER (La Rioja).

Como responsable de comunicación ella debe velar por el buen desarrollo de este Plan, controlar que todas las actividades que están incluidas en el formulario del proyecto se lleven a cabo de forma exitosa y que las actividades de comunicación de cada beneficiario sean coherentes entre sí. Ella ayudará a coordinar las diferentes actividades de comunicación del partenariado.

## 6. Herramientas

Las herramientas y elementos clave de difusión y comunicación son las siguientes:



La **Página web del proyecto** será un elemento central que sirve no sólo para ofrecer información directa, sino también como herramienta de difusión y envío de otros materiales, como por ejemplo, el material de referencia, las publicaciones, los folletos, el logotipo. Asimismo, se podrá utilizar la página web para invitar a actos y eventos, así como para crear un acceso específico para la prensa y los medios de comunicación que facilitara el trabajo con este grupo destinatario. En segundo lugar, pero no menos importante, cumple – a través de una intranet segura de acceso restringido a los socios del proyecto – la función de comunicación interna entre los socios. La creación de la página web es responsabilidad del socio líder (ADER), que se encargará de su gestión y actualización, ubicándola en los servidores de la entidad. Asimismo, los socios del proyecto también se comprometen a

utilizar el link de acceso a la web del proyecto en otras iniciativas que se desarrollen en sus regiones.

El **Material Promocional** se compone de folletos de difusión y otro material como papelería, banners a usar durante eventos y actos oficiales. En cuanto a los folletos, se trata de una ficha que recoge una breve presentación para los agentes potencialmente interesados. Su realización será coordinada por el líder que recibirá las opiniones y sugerencias del resto de socios. Concretamente está previsto realizar 4 folletos a lo largo del proyecto:

- 1 folleto general con información sobre el proyecto.
- 3 para cada una de las actividades experimentales (Talleres creatividad, Mesas encuentro, Incubadora virtual).

De manera general, los folletos incluirán, al menos: Logo del proyecto, logo del SUDOE, logo UE logos de los socios; una visión general del proyecto, de sus objetivos y socios; Destacar la importancia de los temas tratados; resultados e impactos esperados del proyecto o de la actividad; detalle de actividades diseñadas; Posibilidad de contactar y/o participar las organizaciones personas interesadas, en especial las PYMEs, emprendedores, etc.

El trabajo con los **medios de comunicación** es otro elemento importante. Las notas de prensa y los artículos que se difunden deben estar adaptadas al lenguaje de los medios de comunicación, utilizando titulares, subtítulos, organizando la información según su importancia, utilizando herramientas visuales (gráficos, fotografías, etc.) y ofreciendo datos para tratar de atraer la atención. El lenguaje ha de ser claro y directo. Frases cortas que ofrezcan información relevante y comprensible. Si es posible, se recomienda hablar directamente con el periodista para asegurar que efectivamente la nota va a aparecer en los medios de comunicación. La celebración de reuniones, grupos de trabajo, talleres o seminarios son buenas oportunidades para realizar rueda de prensa o una presentación pública del proyecto en los medios de comunicación. Se recomienda siempre indicar la página web del proyecto y una persona y dirección de contacto. Es primordial señalar también que se trata de un proyecto financiado por la UE (FEDER) y el Programa SUDOE.

En cuanto a los **Actos y Eventos**, están previstos seminarios de sensibilización, talleres, mesas de encuentro y una conferencia final.

- Seminarios de sensibilización: Esta prevista una jornada en cada una de las regiones participantes del proyecto, para presentar tanto CREA BUSINESS IDEA como la Guía de Buenas Prácticas.
- Talleres de Creatividad. Previstos tres en cada región. Aunque tendrán un contenido específico, servirán para transmitir los trabajos realizados a lo largo del proyecto
- Mesas de encuentro. Están previstos dos en cada región. Dirigidas al intercambio de experiencias entre los actores regionales y la generación de nuevas ideas.

- Conferencia Final. Está previsto celebrarse en La Rioja hacia el final de proyecto como una de las actividades más importantes de difusión de los resultados del proyecto. Estarán presentes todos los socios del proyecto, otros expertos y, de manera explícita, se invitarán a los actores involucrados en actividades concretas del proyecto, a los beneficiarios reales y potenciales y a los medios de comunicación.

El **Material de Referencia** incluye, por un lado, las **Publicaciones** que tendrán una divulgación direccionada y de edición mayor, y otro tipo de materiales de referencia accesibles (formato electrónico o PDF) que, aunque no publicados, podrán servir como base documental o material de trabajo a determinados colectivos interesados (decisores políticos, organismos y entidades de promoción económica y de la innovación en otras regiones, académicos, etc.). Las Publicaciones y el material de referencia

## 7. Presupuesto

En el proyecto está previsto el siguiente presupuesto para actividades de comunicación y difusión, presentado a continuación por actividad y socio (en EUR):

Actividad	ADER	IAT	IMADE	CIEBI	Un. Algarve	CCI GERS	FUNDECYT	TOTAL
Folleto divulgativos	400,00	400,00	400,00	200,00	400,00	400,00	400,00	<b>2.600,00</b>
Anuncios en medios com.	1.250,00	2.000,00	2.000,00	500,00	1.000,00	2.000,00	2.000,00	<b>10.750,00</b>
Anuncios en Sitios web	225,00	225,00	225,00	225,00	325,00	225,00	225,00	<b>1.675,00</b>
Página Web Proyecto	15.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>15.500,00</b>
Edición Guía Buenas Prácticas	4.250,00	4.250,00	4.250,00	1.020,00	1.250,00	4.250,00	4.250,00	<b>23.520,00</b>
Edición Manual de Creatividad	4.250,00	4.250,00	4.250,00	1.020,00	1.250,00	4.250,00	4.250,00	<b>23.520,00</b>
Seminario Difusión	1.200,00	1.200,00	1.200,00	800,00	550,00	1.200,00	1.200,00	<b>7.350,00</b>
Talleres Creatividad	2.100,00	2.100,00	2.700,00	1.800,00	1.200,00	2.700,00	2.700,00	<b>15.300,00</b>
Mesas de Encuentro	3.000,00	3.000,00	4.600,00	2.900,00	1.650,00	4.600,00	4.600,00	<b>24.350,00</b>
Papelería y Material Eventos	10.000,00	10.000,00	10.000,00	3.522,75	8.075,00	17.332,50	10.000,00	<b>68.930,25</b>
Conferencia Final	29.100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>29.100,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>71.275,00</b>	<b>27.425,00</b>	<b>29.625,00</b>	<b>11.987,75</b>	<b>15.700,00</b>	<b>36.957,50</b>	<b>29.625,00</b>	<b>222.595,25</b>

La distribución del presupuesto de cada socio por las distintas actividades puede variar según las preferencias de los socios. Sin embargo, se prevé mantener el gasto total de cada socio para las actividades de comunicación y difusión.

## 8. Cronograma

Las actividades de comunicación y difusión a prior se realizarán según el siguiente calendario:

Actividad	2009												2010											
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Com+Difu																								
Plan Comunicación																								
Folletos divulgativos																								
Anuncios en medios com.																								
Anuncios en Sitios web																								
Página Web Proyecto																								
Edición Guía Buenas Prácticas																								
Edición Manual de Creatividad																								
Seminarios Difusión																								
Talleres Creatividad																								
Mesas de Encuentro																								
Papelería y Material Eventos																								
Conferencia Final																								

## 9. Seguimiento y Evaluación – Resultados esperados

Para garantizar la realización de las medidas previstas en materia de comunicación y difusión, y para facilitar una gestión eficaz y transparente del proyecto en general, se incluyen los objetivos cuantitativos y los resultados esperados de las actividades de difusión y comunicación, definidas al inicio del proyecto.

Tipo de indicador	Indicador	Valor Objetivo CADA SOCIO	Valor Objetivo TOTAL Proyecto
Realización	Seminarios de sensibilización celebrados	1	7
	Copias de la Guía de Buenas Prácticas distribuidas	50	350
	Sites donde se ubica el formato electrónico de la Guía de Buenas Prácticas	1	7
	Manuales de Creatividad y de Creación de Empresas distribuidas (copias)	50	350
	Potenciales emprendedores contactados	51	360
	Potenciales mujeres emprendedoras contactadas	25	180
	Organismos intermedios y empresas de servicios avanzados contactadas	10	70
	Empresas contactadas	38	270
	Talleres de creatividad realizados	3	21
	Mesas de encuentro organizadas	2	14
	Folletos elaborados (copias)	100	700
	Artículos y notas de prensa publicadas	10	70
	Conferencia Final	--	1
Resultado	Redes de cooperación transnacional en innovación creadas	--	1
	Presencia de la Guía en x medios de comunicación	4	28
	Asistentes a los seminarios	19	135
	Asistentes mujeres a los seminarios	9	67

La identificación de indicadores de seguimiento y la cuantificación de los objetivos es un elemento fundamental para la realización de actividades de seguimiento y evaluación.

La tabla y los indicadores incluidos en este Plan de Comunicación y Difusión servirán como punto de partida y como criterio de valoración en las evaluaciones de proyecto que se realizarán a lo largo del proyecto.

Especialmente en la evaluación intermedia, la revisión de los indicadores y evaluación de las actividades hace posible la detección de problemas internos y su corrección a tiempo, de modo que se consiga una gestión y coordinación más eficaz y eficiente.

## 10. Requerimientos del FEDER y Programa SUDOE

Todos los beneficiarios de un proyecto se comprometen a que toda documentación y material elaborados en el marco del Programa deberá mencionar que se han realizado gracias a la cofinanciación de la Unión Europea y más concretamente del Programa de Cooperación Territorial del Espacio Sudoeste Europeo SUDOE.

Información concreta está disponible en la página web del Programa SUDOE INTERREG IVB <http://www.interreg-sudoe.eu/> siguiendo los enlaces: → Comunicación, → Logotipos.

La documentación del proyecto CREA-BUSINESS-IDEA deberá llevar insertada obligatoriamente en todos sus soportes producidos en formato papel (informes, boletines, folletos...) o en formato electrónico (CD/DVD-ROM, presentaciones Power-Point, página Web...) los siguientes logotipos con el objetivo de informar a la opinión pública general de las acciones llevadas a cabo por la Unión Europea:

- El logotipo del Programa SUDOE ®: este logotipo deberá ser utilizado de acuerdo a lo establecido en su Manual de uso. En la página web del SUDOE es posible bajarse el logotipo en el siguiente enlace: [Logotipo del Programa \(SUDOE\\_LOGO.zip\)](#)
- El emblema europeo. Éste deberá respetar así mismo las especificaciones gráficas establecidas por la Comisión. Bajo el emblema de la Unión Europea hay que indicar «Unión Europea» y el Fondo que financia el proyecto, FEDER.

En su utilización se recomienda que ambos logotipos figuren al mismo tamaño en la primera página de los documentos que se realicen.

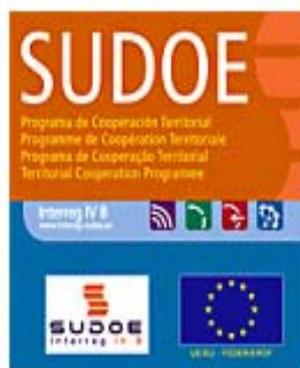


El incumplimiento de la normativa en materia de información y publicidad podrá dar lugar a la no elegibilidad de los gastos inherentes a los documentos/material de difusión producidos así como a las correcciones financieras establecidas en el Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión Europea.

Errores frecuentes en el uso de los logotipos y emblemas que se deben evitar son:

- A distinta altura y tamaño.
- Ausencia de la mención relativa a la Unión Europea y al Fondo.
- Superposición parcial de un logo por otro.
- Logotipo del Programa SUDOE incorrecto.
- Inserción incorrecta de la mención relativa a la Unión Europea y al Fondo.
- Ausencia del emblema europeo o del logotipo del SUDOE.

En las **páginas webs** de los proyectos los logotipos antes mencionados deben figurar al menos en la página principal. Es recomendable además incluir enlaces a la página del Programa SUDOE, a otras páginas webs de la Comisión Europea y a las webs de las instituciones beneficiarias. El enlace a la web del Programa SUDOE puede ser realizado sobre el propio logo SUDOE o a través de la inclusión en la página web del proyecto del siguiente banner.



## 10.1 Reglamento y Logotipo FEDER

Es aconsejable la lectura tanto de la normativa vigente (Artículos 2 a 9 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006 de la Comisión y anexo I y Capítulo 8.9 del Programa Operativo SUDOE) como de los manuales de utilización de los logotipos antes de su uso, a fin de conocer los ejemplos de buen uso, las posibilidades de reducción o ampliación, las versiones cromáticas, etc.

Existe un Manual de utilización del emblema europeo que puede ser consultado en la [página Web de la Comisión Europea](http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_es.htm) ( [http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1\\_es.htm](http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_es.htm) ), en la cual se indica que preferentemente el emblema europeo se pondrá sobre fondo blanco.

## 10.2 Logotipo Programa SUDOE

Asimismo existe un Manual de identidad corporativa y de utilización gráfica del logotipo del Programa SUDOE, disponible en la página web del SUDOE bajo el nombre de [Manual de identidad corporativa](#) y donde se especifican los detalles en cuanto al logotipo, a la marca, la tipografía y el color corporativo y los usos incorrectos.

## 10.3 Logotipo CREA-BUSINESS-IDEA

Por iniciativa de un socio del proyecto CREA-BUSINESS-IDEA, el CRIA de la Universidad do Algarve, el proyecto dispone ya de un logotipo propio y un manual de uso de la imagen corporativa.



Los socios están invitados a utilizar este logotipo y las plantillas de informes y boletines en sus actividades y en la elaboración de documentos y materiales de difusión en relación al proyecto CREA-BUSINESS-IDEA.