



GUÍA DE COMUNICACIÓN PARA BENEFICIARIOS DE FEDER 2021-2027 EN PROYECTOS CDTI

Programa Plurirregional de España 2021-2027



OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN FEDER 2021-2027



Versión 1.1 (DICIEMBRE 2024)



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. LÍNEAS DE AYUDAS CDTI - FEDER 2021-2027	5
3. NORMATIVA SOBRE COMUNICACIÓN FEDER 2021-2027	6
4. IDENTIDAD VISUAL FEDER 2021-2027	7
LOGOTIPO Y EMBLEMA DE LA UE:	8
• Emblema de la UE:	8
• Logotipo Fondos Europeos:	9
LEMA FONDOS EUROPEOS:	10
COLOR Y TIPOGRAFÍA:	10
• Color:	10
• Tipografía:	11
ESTILOS GRÁFICOS Y EJEMPLOS DE APLICACIONES:	13
• Pictograma FEDER:	13
• Fractales Generales:	13
• Iconos FEDER:	14
• Aplicaciones:	14
5. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS FEDER 2021-2027 EN PROYECTOS DEL CDTI	15
5.1 ELEMENTOS GRÁFICOS OBLIGATORIOS	15
CONVIVENCIAS:	16



- Opción 1 línea:.....17
- Opción 2 líneas:.....18
- 5.2 PORTAL WEB19**
- ¿CUÁL ES LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA QUE SE DEBE INCLUIR EN EL SITIO WEB DEL PROYECTO?19**
- 5.3 REDES SOCIALES.....21**
- 5.4 PLACA INFORMATIVA DE LA COFINANCIACIÓN FEDER22**
- Banco de Imágenes del CDTI:23**
- Cuestionario sobre los datos de envío para las placas:24**
- 5.5 OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN25**
- Actos públicos de divulgación, información o similar:26**
- Actuaciones en medios de comunicación:28**
- Publicaciones digitales o impresas:.....29**
- Contenido audiovisual:.....30**
- Material promocional:.....31**
- 6. OPERACIONES DE IMPORTANCIA ESTRATÉGICA.....33**
- 7. ENLACES Y RECURSOS36**
- 8. MODELO PLACA INFORMATIVA FEDER – CDTI (tamaño mínimo A3).....37**

1. INTRODUCCIÓN

Las entidades beneficiarias de las ayudas del CDTI Innovación con cofinanciación del **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER 2021-2027)**, adquieren una serie de obligaciones en materia de información, comunicación, visibilidad y transparencia, derivadas del marco normativo de los Fondos Europeos.

Este documento tiene como objetivo proporcionar a estas entidades una **guía práctica** que permita cumplir de una forma sencilla y eficaz, con estas obligaciones adquiridas, que deberán ser informadas durante la fase de justificación del proyecto cofinanciado, a través de la **sede electrónica del CDTI**.

Además de lo anterior, la idea con la que nace este manual es presentar la obligatoriedad de la comunicación desde un enfoque más didáctico y operativo, para que las empresas integren estas medidas en su día a día y para ayudar a sistematizar y ordenar la información que se debe reportar al CDTI. Con este enfoque, no solo se pretende mejorar las actuaciones de comunicación de los Fondos Europeos, sino que también se busca aportar ideas que fomenten una mejora de la comunicación de los proyectos cofinanciados y un aumento de su visibilidad.

“

Es necesario que las entidades beneficiarias de ayudas **FEDER** sean conscientes de la obligatoriedad de dar visibilidad a esta ayuda **SIEMPRE**: para cada actuación, operación, escrito, anuncio, noticia en prensa, servicio, publicación, imagen, soporte promocional, ... EN CUALQUIER ACCIÓN, de cualquier índole, en la que se hable del proyecto cofinanciado, se deberá mencionar la cofinanciación europea e incluir los elementos distintivos de la marca **FONDOS EUROPEOS**.”



Asimismo, cualquier solicitud de información o aclaración de dudas, la pueden dirigir a la siguiente dirección de correo electrónico: comunicacion.fondoseuropeos@cdti.es

2. LÍNEAS DE AYUDAS CDTI - FEDER 2021-2027

En CDTI Innovación gestionamos fondos FEDER orientados al estímulo de la I+D+i empresarial dentro del Programa Plurirregional de España 2021-2027.

Estos fondos se destinan a financiar el **Objetivo Político 1. Una Europa más competitiva e inteligente**, a través del cual, se promueve una **transformación económica innovadora e inteligente** mediante el desarrollo y la mejora de las capacidades de investigación e innovación y la implantación de tecnologías avanzadas.

A continuación, indicamos los [programas y las líneas de ayuda del CDTI](#) que incluyen cofinanciación FEDER 2021-2027:

A. Ayudas Parcialmente Reembolsables:

- a. [Proyectos I+D](#)
 - i. Individuales
 - ii. Cooperación Nacional
 - iii. Cooperación Internacional y/o Transnacional
- b. [Proyectos de Innovación](#)
 - i. [Línea Directa de Innovación \(LIC\)](#)
 - ii. [Línea Directa de Expansión \(LICA\)](#)
- c. [Proyectos de I+D de Transferencia Tecnológica Cervera](#)



B. [Compra Pública de Innovación](#)

El período de elegibilidad de las actuaciones cofinanciadas con el Programa Plurirregional de España 2021-2027 abarca el período comprendido entre el 01/01/2021 hasta el 31/12/2027.



3. NORMATIVA SOBRE COMUNICACIÓN FEDER 2021-2027

La **normativa europea** en la que se establecen los requisitos mínimos, en materia de visibilidad, transparencia y comunicación, para que los beneficiarios de ayudas reconozcan el apoyo procedente de los fondos europeos en todos sus materiales de comunicación, durante el período de programación **2021-2027**, es la siguiente:

- [REGLAMENTO \(UE\) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 24 de junio de 2021](#) por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), al Fondo Social Europeo Plus (FSE+), al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura (FEMPA), así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración (FAMI), el Fondo de Seguridad Interior (FSI) y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados (IGFV). Las disposiciones relativas a la visibilidad y comunicación se recogen en los **Artículos 46-50** y en el **Anexo IX**.

A este respecto, las obligaciones de los beneficiarios se encuentran recogidas en el **artículo 50** del citado reglamento, mencionando la obligatoriedad de:



- a. Describir el proyecto, con sus objetivos, resultados y financiación en **sitio web** (en caso de existir) y redes sociales.
- b. Visibilizar el apoyo de la UE en TODOS los **documentos y materiales de comunicación** destinados al público y/o a los participantes en actos de comunicación.
- c. Exhibir **placas PERMANENTES**, con un tamaño mínimo A3, con información sobre el proyecto financiado, en un lugar bien visible para el público, o bien, placas temporales o pantalla electrónica equivalente hasta la recepción de las definitivas (el suministro de las placas permanentes se hará por parte del CDTI, a las direcciones indicadas por los beneficiarios de las ayudas FEDER 2021-2027).
- d. Organización de una actividad o **acto de comunicación**, para las operaciones de importancia estratégica y las operaciones cuyo coste total sea superior a 10.000.000€, invitando a la Comisión y a la autoridad de gestión a participar en el evento.



4. IDENTIDAD VISUAL FEDER 2021-2027

Mejorar la **visibilidad** de uno de los principales instrumentos financieros de la política de cohesión europea, como es el **FEDER**, se ha convertido en una gran prioridad en los últimos años para la Unión Europea.

Desde hace años, gracias a estas ayudas, las **empresas españolas** potencian su capacidad de crecimiento a través de la **innovación**, fortaleciendo el mercado laboral y las **economías regionales** menos desarrolladas de nuestro país.

Cada año, la **financiación europea** apoya **miles de proyectos en España** a través de las **ayudas** que otorga el CDTI y la reglamentación comunitaria exige el cumplimiento de determinados requisitos en materia de comunicación.

De este modo, en el período actual, la **Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda**, ha creado una nueva imagen visual, que aúna, en una marca única, los seis fondos que forman parte del [REGLAMENTO \(UE\) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 24 de junio de 2021](#).

Así nace la marca **FONDOS EUROPEOS**, una **nueva identidad visual** con la que se pretende homogeneizar la comunicación y facilitar la visibilidad de la financiación europea en España, mediante el uso de un **nuevo logotipo y lema, Europa Se Siente**:



Por eso, en este apartado queremos **facilitarte la tarea de comunicar** tu proyecto, siempre cumpliendo con las obligaciones mínimas exigidas por el reglamento comunitario, mientras los logros conseguidos en tu proyecto cofinanciado ayudan a poner en valor la innovación realizada en España.



Las claves de la **marca FONDOS EUROPEOS** se encuentran a disposición de los beneficiarios, tanto en la [web del CDTI](#) (sección *Comunicación, Visibilidad e Identidad Visual*), como en la de la [Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda](#).

En ambos enlaces, encontraremos el [Manual de Identidad Visual](#) y una serie de recursos gráficos para facilitar la implementación de la marca, en el día a día, de las comunicaciones FEDER.

A continuación, te damos unas pautas sobre cómo usar este manual y sus recursos:

LOGOTIPO Y EMBLEMA DE LA UE:

- Emblema de la UE:



Tal y como se recoge en el artículo 47 del RDC¹ los beneficiarios de ayudas FEDER, utilizarán el emblema de la Unión de conformidad con el anexo IX, cuando realicen actividades de visibilidad, transparencia y comunicación. No se podrá utilizar ninguna otra identidad visual o logotipo para resaltar el apoyo de la UE y el emblema se mostrará junto a la declaración “Cofinanciado por la Unión Europea”. No está permitido el uso de la abreviatura UE, por lo que se deberá escribir en su totalidad “Unión Europea”, ni el uso de la cursiva, el subrayado ni otros efectos de resalte.

Además del reglamento, los beneficiarios también pueden consultar las recomendaciones de uso de este emblema, en la guía denominada [EL USO DEL EMBLEMA EUROPEO EN EL CONTEXTO DE LOS PROGRAMAS DE LA UE 2021-2027](#).

Sin embargo, como ya hemos comentado anteriormente, la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda ha creado la marca FONDOS EUROPEOS, por lo tanto, el **emblema de la Unión** aparece como logo **indivisible** de la marca **Fondos Europeos**.

¹ Denominación abreviada del [REGLAMENTO DE DISPOSICIONES COMUNES \(UE\) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 24 de junio de 2021](#).



- Logotipo Fondos Europeos:

- Se dará prioridad a la **versión horizontal**, frente a la versión vertical.



- Para **alinearlo correctamente** con otros elementos gráficos se tomará como referencia las líneas de construcción indicadas en el manual.
- Debe figurar con los **colores corporativos** indicados en el manual: **azul corporativo** para las letras y el símbolo de olas, y **dorado** para las estrellas.
- Se utilizará la **tipografía** Source Sans Pro – Regular.
- El **tamaño mínimo de reproducción del logotipo** es de **35 mm** de ancho para **soportes impresos** y de **200 px** para soportes **digitales**. En el caso del **isotipo** este tamaño es de **18 mm** de ancho para **soportes impresos** y de **54 px** para soportes **digitales**.
- Las versiones del logotipo en las **lenguas cooficiales** siempre irán en **formato bilingüe**.
- **NO** se debe **deformar**, ni **rotar**, ni **modificar la tipografía**, ni usar **colores distintos** a los corporativos, ni **aplicar efectos** o degradados en el logotipo.
- **SE** debe respetar la **legibilidad** de la **marca**, por lo que:
 - **NO** se debe utilizar el **logotipo en negativo** sobre **fondos grises**.
 - **NO** se debe utilizar el **logotipo en positivo** sobre **fondos de color**.
 - **NO** se deben utilizar **fondos de imágenes** que **interfieran** en la visualización y **legibilidad** del logotipo.
 - **NO** se deben mantener las **estrellas doradas** en la **versión negativa** del logotipo.



- **Isotipo**: solo se aplicará de manera excepcional en materiales corporativos y merchandising.



Descarga el logotipo *Fondos Europeos* 

Descarga el logotipo *Fondos Europeos + CDTI* 



LEMA FONDOS EUROPEOS:

Para este período, el lema de los Fondos Europeos se ha **actualizado**, buscando un mensaje que refleje la idea de que **Europa** es un sentimiento común.

Así nace **“Europa Se Siente”**, fruto de un sentimiento de contribución de los Fondos Europeos al crecimiento de nuestro país y con el espíritu de participación de los ciudadanos y las ciudadanas españolas sobre lo que ocurre en el territorio común: la Unión Europea.

“Europa se siente” nos traslada a una Europa que puede sentirse y palpase a través de los proyectos financiados en el CDTI. Son grandes inversiones, gran esfuerzo y mucha ilusión por tener éxito.

COLOR Y TIPOGRAFÍA:

- Color:

Los colores corporativos para este período serán cinco:

Dorado	Blanco	Gris claro	Gris medio	Azul corporativo
R 176 G 156 B 86	R 255 G 255 B 255	R 237 G 237 B 237	200 G 200 B 200	R 18 G 18 B 58
HEX B09C56	HEX FFFFFFFF	HEX EDEDED	HEX C8C8C8	HEX 12123A
C 0 M 18 Y 65 K 39	C 0 M 0 Y 0 K 0	C 3 M 0 Y 0 K 18	C 5 M 0 Y 0 K 33	C 100 M 78 Y 0 K 50
PANTONE 7503 C		PANTONE 427 C	PANTONE 429 C	PANTONE 2766 C



El color principal será el **azul corporativo**, que se aplicará como negro. Al que le seguirán el gris medio, el gris claro y el blanco, que funcionan como colores neutros. El dorado se utilizará únicamente en las estrellas del isotipo.

Además de lo anterior, dentro del Manual de Identidad Visual, podremos encontrar otros seis colores, que hacen referencia a cada uno de los fondos europeos que componen la MARCA.

En **FEDER**, se usará el **azul oscuro**.

RECOMENDACIONES:

- El **azul corporativo** se usa para los textos de las publicaciones y de los materiales corporativos, a modo de **negro**.
- Sobre este tipo de fondos, tanto el azul corporativo como el oscuro, se recomienda usar el **logotipo monocolor negativo**.
- Se recomienda que los **encabezados** donde se haga referencia a FEDER, se use el **blanco**.

- Tipografía:

Se hará de la tipografía de la familia **Source Pro**, compuesta por las tipografías **Source Sans** y **Source Serif**.

La tipografía **Source Serif Pro** se basa en los diseños de Pierre Simon Fournier, artista gráfico francés del siglo XVIII, adaptados a la actualidad. Mientras que la tipografía **Source Sans Pro** fue diseñada por Paul D. Hunt., desarrollador de Adobe.

Azul oscuro

R 30
G 52
B 133

HEX 1E3485

C 100
M 68
Y 0
K 10

PANTONE 7455 C



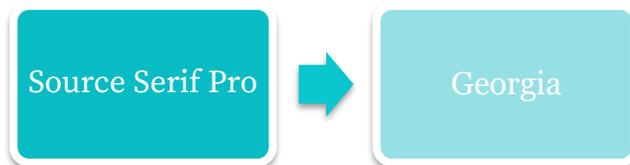


USOS:

- Titulares:
 - Source Serif Pro Light
 - Source Serif Pro Light Italic.
- Cuerpo de texto:
 - Source Sans Pro Regular
 - Source Sans Pro Regular Italic
 - Source Sans Pro SemiBold
 - Source Sans Pro SemiBold Italic
 - Source Sans Pro Bold
 - Source Sans Pro Bold Italic



Si no se dispone de este tipo de letra, se podrá usar las siguientes tipografías:



RECOMENDACIONES:

- **Titulares** a grandes tamaños.
- Para los **cuerpos** de texto se debe usar el peso **Regular**.
- **Textos** en blanco sobre fondos oscuros.



- Los **textos de menor importancia** pueden ir en **gris** sobre **fondos blancos**.
- Los pesos **Bold** o **SemiBold** se usarán para los **destacados** de **texto** o **subtítulos**.
- Los datos **Numerales**, destacados, deben ir en **SemiBold**.



ESTILOS GRÁFICOS Y EJEMPLOS DE APLICACIONES:

Como ya hemos comentado, cada uno de los fondos, que componen la marca FONDOS EUROPEOS, está asociado a un pictograma y a un color específicos.

Por otro lado, también se han diseñado diferentes iconos para cada uno de esos fondos.

Tanto los colores, como los pictogramas y los iconos son intransferibles.

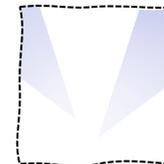
- **Pictograma FEDER:**

- Se utilizará siempre junto a las siglas de **FEDER** y su nombre completo, **Fondo Europeo de Desarrollo regional**.
- No se podrán emplear como icono.



- **Fractales Generales:**

- Se construyen a partir de las **puntas** de los **triángulos** del símbolo.
- Siempre se seleccionan **dos** y se **aumentan** en escala.
- A los triángulos se les incorpora un **degradado**.





- Iconos FEDER:

Los iconos de FEDER, se corresponden a cada uno de los **cinco objetivos políticos** que se pueden encontrar recogidos en el art. 5 del Reglamento de Disposiciones Comunes (RDC).



- Aplicaciones:

- **Material** para impresión: tarjetas de visita, papelería, etc.
- Aplicaciones **digitales**: portal web, firma de correo electrónico, publicaciones en redes sociales, etc.
- Artículos **promocionales**.
- **Publicidad**.



5. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS FEDER 2021-2027 EN PROYECTOS DEL CDTI

Los **beneficiarios** que reciban financiación de **ayudas FEDER**, a través de cualquiera de las convocatorias en las que se presente este instrumento financiero en el CDTI, deberán contribuir a los objetivos de transparencia en el uso de los Fondos Europeos y deberán reconocer el apoyo de la Unión Europea mediante **acciones de visibilidad y comunicación**.

Para ello, cada beneficiario deberá **recopilar y reportar al CDTI**, a través de la [Sede Electrónica](#), todas aquellas evidencias que justifiquen estas obligaciones en materia de información y comunicación, cumplimentando el formulario **“Comunicación FEDER”** durante la **fase final de justificación del proyecto**, disponible en el área privada.

En los siguientes apartados, los beneficiarios de ayudas FEDER en el CDTI, podrán encontrar una serie de pautas y recursos para poder presentar de forma adecuada esta información y dar cumplimiento a las obligaciones establecidas en el reglamento.

5.1 ELEMENTOS GRÁFICOS OBLIGATORIOS

En todas las actividades de visibilidad, de información y/o de promoción relacionadas con el proyecto cofinanciado, la entidad beneficiaria deberá contemplar la normativa aplicable (puntos 3 y 4 de esta guía) y hacer constar el apoyo financiero del CDTI.

Como ya hemos comentado en párrafos anteriores, los elementos gráficos del período anterior se han actualizado y se ha creado una nueva imagen visual, como **marca única**, con el fin de homogeneizar la comunicación y facilitar la visibilidad de la financiación europea en España.



A este respecto, todas estas acciones deberán **incluir siempre, de forma obligatoria**, los siguientes elementos:

- Emblema UE y referencia a la **Cofinanciación de la Unión Europea**.
- **Logotipo** de la Autoridad de Gestión, que en FEDER corresponde al **Ministerio de Hacienda**.
- **Logotipo** de la marca **Fondos Europeos**.



- **Logotipo** del CDTI-Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (con y sin banderas).



Todos estos elementos se encuentran disponibles mediante **descarga** en el sitio web de [Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda](#) (carpeta nº2_Convencencias logotipos) o a través de la web del [CDTI](#).

Para su correcto uso, hay que tener en cuenta una serie de **reglas básicas** de empleo. A continuación, las exponemos:

CONVIVENCIAS:

La normativa del **Manual de Identidad Visual** indica que los logotipos de la **Cofinanciación Europea**, el **Ministerio de Hacienda** y el de **Fondos Europeos** se deben emplear en **convivencia** y salvo el de Fondos Europeos, únicamente para su aplicación en materiales promocionales, no se pueden usar de forma individualizada.





Por tanto, esos tres elementos deberán aparecer en todas las acciones de comunicación y visibilidad que se realicen. No obstante, se deberá modificar el logotipo del **Ministerio de Hacienda**, solo en los casos en los que las **acciones** se refieran a fondos gestionados por **más de una autoridad de gestión**. En este caso, el **logotipo** a emplear en convivencia será el del **Gobierno de España**.



Para la convivencia de estos **logotipos** junto al del **CDTI**, ponemos a disposición de los beneficiarios de ayudas FEDER el documento [NORMATIVA DE COMUNICACIÓN DE PROYECTOS CDTI](#). En el apartado 3 de este documento, podemos encontrar toda la información al respecto y la normativa de uso del logotipo del CDTI, **con y sin banderas**, y que depende del soporte en el que se aplique. Además de lo anterior, hay que tener en cuenta las dos opciones de posicionamiento que existen:

- Opción 1 línea:

Los cuatro elementos se posicionarán a la misma altura, de la siguiente manera:



Elementos impresos, como cartelería o documentos, usarán el logotipo del CDTI sin banderas:



Elementos digitales, como web o redes sociales, usarán el logotipo del CDTI con banderas:



- Opción 2 líneas:

Los tres elementos principales, que componen la identidad de cofinanciación y la de fondos europeos, se posicionarán a distinta altura del logotipo del CDTI, tal y como aparece en esta página del documento o en sus diferentes versiones, como en el ejemplo de la imagen:





5.2 PORTAL WEB

Tanto los sitios web, como las redes sociales son probablemente las principales fuentes de acceso a la información sobre el proyecto cofinanciado. De conformidad con el **artículo 50.1.a** del [REGLAMENTO \(UE\) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 24 de junio de 2021](#) los beneficiarios de ayudas FEDER que dispongan de un **sitio web oficial del beneficiario**, deberán hacer una breve **descripción del proyecto** (de manera proporcional al nivel de la ayuda recibida), con sus **objetivos** y sus **resultados**, destacando el **apoyo financiero** recibido de la Unión.

La creación de un sitio **web, expofeso, no es obligatoria**, pero desde el CDTI animamos a todas y todos los beneficiarios a promover su proyecto, **creando un relato** de interés para el público objetivo o público en general, que conecte con la gente y donde se muestre la capacidad de innovación de las empresas españolas.

De este modo, el contenido web específico del proyecto debería proporcionar **contexto y resultados**, donde se demuestre el valor añadido de la **innovación** y el **impacto** logrado en las **regiones** afectadas. Todo ello, acompañado de ilustraciones gráficas y cifras, a través de la formulación de preguntas con las que se identifique cuál es el cambio.

El **diseño** del sitio web deberá permitir una **navegación** lo más **sencilla** posible, optimizando el contenido y cumpliendo con los criterios de **accesibilidad**. Los títulos de navegación, así como las imágenes y demás elementos gráficos, tendrán que ser fácilmente reconocibles y visibilizar la marca **FONDOS EUROPEOS**.

¿CUÁL ES LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA QUE SE DEBE INCLUIR EN EL SITIO WEB DEL PROYECTO?



De conformidad con el reglamento, se recomienda organizar el contenido de la web por secciones, de manera que la información se presente en lenguaje claro y sencillo. Sin olvidar que debe realizarse con un diseño fácilmente visible desde dispositivos móviles.

Por tanto, se recomienda, que cada página web disponga, al menos, de dos secciones diferenciadas:

- **Sección principal:** donde se incluyan los principales elementos del programa.
 - **Descripción** del proyecto, objetivos y prioridades.
 - **Ámbito geográfico** o temático de ejecución del proyecto.
 - Ayuda UE² total asignada, **presupuesto** o inversión total de ejecución del proyecto.
 - **Duración** o plazo de ejecución del proyecto.
 - Elementos gráficos de la marca **Fondos Europeos** (Emblema de la UE, referencia a la cofinanciación de la UE, logo del Ministerio de Hacienda, logo Fondos Europeos y logo del CDTI-Ministerio).
 - **Lema:** Europa Se Siente.
- **Sección de resultados:** donde se muestren los datos y los ejemplos de los hitos alcanzados durante las diferentes fases del proyecto hasta su resultado final.



Cada elemento de diseño y cada creatividad deberá ser único, por lo que cada portal web deberá ser personalizable y adaptado al mensaje que quiera transmitir cada uno de los beneficiarios.

No obstante, deberemos tener en cuenta que, tal y como se recoge en el Anexo IX, el **emblema de la UE** y el texto que anuncie la **cofinanciación** deberán aparecer de forma **destacada**. Para garantizar esto, la marca **Fondos Europeos** deberá posicionarse dentro del área de visualización de los dispositivos digitales, sin que sea necesario que el usuario se desplace hacia abajo en la página y que se ubique en un espacio suficiente.

² Subvención Bruta Equivalente



Por último, recordamos que la dirección del portal **web** deberá ser **informada al CDTI**, en la fase final de justificación del proyecto, mediante el **formulario Comunicación FEDER**, al que se accederá a través de la Sede Electrónica del CDTI.

5.3 REDES SOCIALES



Una forma de generar gran impacto en el público en general y en audiencias específicas, es mediante la visibilidad de la cofinanciación europea en las cuentas de las **redes sociales** de los beneficiarios.

Un **contenido visual** potente es una de las formas más efectivas de comunicar información y garantizar que se retengan los mensajes. Por lo que, elaborar contenido y textos que **destaquen** entre la inmensidad de publicaciones podría **inspirar** a la acción, mediante la **participación** de la ciudadanía o la generación de **diálogos** improbables, la inspiración de nuevos proyectos y la **cooperación** entre actores, socios y promotores de acciones relacionadas con la **innovación**.

De esta manera, se espera que los beneficiarios hagan pleno uso de su **propia estructura de redes sociales** e incorporen publicaciones relacionadas con el proyecto, durante toda la **duración de la acción**, mediante **actualizaciones periódicas** donde presenten sus **historias** personales como beneficiarios del proyecto. En este sentido, no recomendamos la creación de cuentas de redes sociales específicas para el proyecto.

Recordamos, que el contenido de las **redes sociales** debe **cumplir** con los requisitos de **visibilidad** establecidos en el apartado anterior, mencionando claramente el **apoyo de la UE** al proyecto.

Todos los **elementos visuales**, incluidos los videos, deben llevar, obligatoriamente, el emblema de la UE y la declaración de cofinanciación, así como la marca Fondos Europeos.

La información sobre el apoyo de la UE también puede incluirse como parte de la **descripción del perfil** y debe incluirse, **siempre**, en publicaciones individuales o en las **imágenes de banner**, siempre que la plataforma de redes sociales proporcione una opción de banner. En ambos casos, el beneficiario debe agregar los elementos de la marca en las imágenes para que permanezcan completas incluso si la plataforma recorta la imagen.

De esta manera, se espera que los beneficiarios mencionen y **etiqueten** al CDTI en cualquier **publicación**, introduciendo los siguientes **hashtags**:

#FEDER
#FondosFEDER
#EuropaSeSiente
#FondosEuropeos
#AyudasCDTI



Por último, recordamos que **todas las publicaciones realizadas** en redes sociales deberán ser **informadas al CDTI**, en la fase final de justificación del proyecto, mediante el **formulario Comunicación FEDER**, al que se accederá a través de la Sede Electrónica del CDTI.

5.4 PLACA INFORMATIVA DE LA COFINANCIACIÓN FEDER

De conformidad con el artículo 50.1.c del [REGLAMENTO \(UE\) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 24 de junio de 2021](#) los beneficiarios de ayudas FEDER deberán **exhibir**, en el lugar o lugares de desarrollo del proyecto cofinanciado, una **placa resistente**, en un lugar **bien visible** para el **público**, tan pronto como comience la **ejecución del proyecto**.

Las **placas físicas permanentes** serán, **SIEMPRE**, **suministradas** por el CDTI. Para ello, una vez firmado el **contrato de cofinanciación** FEDER 2021-2027, entre entidad y beneficiario, dentro del **área privada** de la Sede Electrónica del CDTI, se habilitará un **formulario** con el único fin de recopilar los datos necesarios para la realización de estas placas.

De este modo, el CDTI pondrá a disposición de las empresas un **catálogo de imágenes gratuitas y libres de derechos de autor**, con el único fin de facilitar y estandarizar la incursión de la **imagen obligatoria**, que debe ir siempre en cada placa y que debe hacer referencia a una fotografía, render, simulación, etc. del proyecto.

Mientras los lugares de desarrollo **no dispongan de la placa física** permanente, los beneficiarios tendrán que exhibir, en un lugar bien visible para el público (la entrada de los edificios), al menos un **cartel temporal** de tamaño mínimo **A3** o **una pantalla electrónica equivalente**. Disponen de una guía y un [vídeo tutorial](#) que les ayudará a diseñarlas de forma correcta: [BREVE GUÍA DE OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN FEDER 2021-2027](#).

Al final de este documento se incluye el [modelo de placa](#), que, además, deberá servir de base para diseñar cartelería y demás elementos visuales, como pósteres o pegatinas.

Recordamos, que la entidad beneficiaria deberá realizar, al menos, una **fotografía**, en alta resolución, en la que **se visualice la placa** y su contenido, así como el **entorno** en el que está expuesta y que deberá aportar con la **justificación final** del proyecto, en la Sede Electrónica del CDTI, a través del **formulario Comunicación FEDER**.

Banco de Imágenes del CDTI:



Se recomienda, que dentro del catálogo de imágenes puestas a disposición de los beneficiarios de ayudas FEDER 2021-2027, se escoja aquella que **mejor represente su actividad** y/o los desarrollos ejecutados a lo largo del ciclo de vida del proyecto.

Las **imágenes** serán libres de derechos de autor y solo se podrá **escoger una** de las imágenes del **catálogo**. En ningún caso, las entidades beneficiarias podrán disponer de estas imágenes para fines distintos a los establecidos en esta guía.

Para las **placas temporales**, las empresas no dispondrán del citado catálogo, por tanto, deberán utilizar sus propias imágenes, siempre y cuando tengan el formato y la calidad indicada en la [BREVE GUÍA DE OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN FEDER 2021-2027](#) y se informe sobre la **autoría de la imagen**, cuando éstas no sean imágenes libres de derechos de autor. De este modo, el beneficiario de la ayuda FEDER 2021-2027, se hará **siempre responsable** de garantizar el cumplimiento de la legislación en materia de **derechos de autor** y propiedad intelectual o copyright.

Respecto a las empresas que formen parte de un **consorcio** (incluidos los proyectos **EUREKA** de participación nacional) y los proyectos de **Compra Pública de Innovación** (CPI), todas ellas, deberán incorporar la misma imagen en la placa (tanto en la temporal como en la permanente).

Cuestionario sobre los datos de envío para las placas:



Como ya hemos comentado, el CDTI pondrá a disposición de los beneficiarios un **breve cuestionario** en el que se recopile la información necesaria para el envío y fabricación de las **placas** informativas de **carácter físico** y permanente. En el caso de las empresas **consorciadas**, este cuestionario será facilitado a **todos los socios** del proyecto. No obstante, el **líder** del proyecto será el que **coordine** la información **obligatoria** a incluir en la placa y deberá **facilitarla al CDTI**. Automáticamente, esta información será replicada en los cuestionarios del resto de empresas participantes, donde los únicos datos variables, entre empresas, podrán ser el código QR, los logos de los beneficiarios y los datos relacionados con el envío a las ubicaciones de desarrollo de cada uno de los participantes. No hay que olvidar, que cada **beneficiario** deberá disponer de su **propia placa**.



5.5 OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Las distintas etapas del ciclo del proyecto pueden requerir **diferentes actividades** de comunicación y deben diseñarse para generar un valor añadido mediante una **narrativa** centrada, no solo en lo que es la **innovación**, sino también en por qué es **necesaria**, y qué valor aporta a los intereses compartidos de la **ciudadanía**.

Toda referencia al proyecto y a sus resultados, en cualquier medio de difusión y soporte, deberá reconocer el apoyo de las ayudas FEDER al proyecto.

En principio, no es recomendable disponer de canales de comunicación específicos para el proyecto (sitios web, cuentas de redes sociales, boletines informativos, etc.).

Recordamos que, durante la última fase de justificación del proyecto, el beneficiario deberá presentar toda la **documentación y material clave** generado durante el desarrollo del proyecto (fotografías, videos, etc.), a través del **formulario Comunicación FEDER**, disponible en la Sede Electrónica del CDTI.

A

continuación, presentamos otras acciones que se pueden poner en marcha a lo largo del ciclo de vida del proyecto:

- **Actos públicos** de divulgación, información o similar.
- Actuaciones en **medios** de comunicación.
- **Publicaciones** digitales o impresas.
- Contenido **audiovisual**.
- **Material promocional**.





Actos públicos de divulgación, información o similar:

Ruedas de prensa, lanzamiento de programas, actos de presentación o inauguración de operaciones y/o proyectos, conferencias, ferias, congresos, visitas institucionales, foros, seminarios, jornadas de formación y de puertas abiertas, exposiciones fotográficas, etc.

Los **eventos públicos** pueden ser una de las herramientas más útiles para lograr un mayor impacto en la audiencia y comunicar los resultados del proyecto.

Para que estos eventos puedan formar parte de las acciones de **comunicación** de FEDER, al menos, un **25%** de la **agenda** programada debe tener como elemento central esta ayuda europea y el programa FEDER del CDTI. Además, será necesario que el evento no se encuentre orientado a organismos involucrados en la gestión de fondos, sino que cuente con la participación y asistencia de la ciudadanía.

Dichos eventos deberán **coordinarse** con el **Departamento de Gestión de Fondos Internacionales del CDTI³**, siempre que se trate de proyectos de **importancia estratégica** y/o el coste del proyecto sea superior a **10 millones de euros**, puesto que es obligatorio invitar a **representantes** de la **Comisión Europea** y de la **Autoridad de Gestión**.

Tanto el material promocional, como el material exhibido en el evento (banderas, carteles, etc.) deberán cumplir con los requisitos de visibilidad descritos en las secciones anteriores.

De cara a la **justificación** del proyecto, el beneficiario deberá presentar toda la **documentación y material clave** generado durante el evento (fotografías, videos, etc.), así como una breve **descripción** del mismo y un **título** conciso, la **fecha** de celebración (en caso de tratarse de un evento de varios días, el primero de éstos) y, en su caso, una **URL a la grabación del evento** o un documento (archivo

³ comunicacion.fondoseuropeos@cdti.es



de imagen o PDF) con la agenda, convocatoria, invitación o similar, donde se puedan apreciar las referencias al proyecto, los logros o cualquier elemento relevante relacionado con el proyecto, incluyendo el uso reglamentario del emblema y el mensaje “cofinanciado con Fondos Europeos”. Por último, deberá indicarse el **número de asistentes** (presenciales y/o telemáticos, en directo y en diferido, es decir, la suma de asistentes presenciales, audiencia aproximada en streaming y número de visualizaciones del evento grabado), o la mejor estimación posible de los asistentes en caso de actos en vía pública o al aire libre donde no exista un control de acceso. Todo ello, se hará a través del **formulario Comunicación FEDER**, disponible en la Sede Electrónica del CDTI.

RECOMENDACIONES:

- Introducir todos los **elementos de información FEDER** en el programa, inscripciones, invitaciones, stand, material de cartelería (roll ups, pósteres, etc.) relacionados con la actividad o el evento.
- En la medida de lo posible, se procurará colocar la **bandera de la UE** en la sala donde tenga lugar el acto.
- Las **intervenciones del organismo** beneficiario a cargo de la presentación, rueda de prensa, exposición, etc. sobre una actuación cofinanciada hará referencia expresa al apoyo de FEDER.





Actuaciones en medios de comunicación:

Noticias, entrevistas, reportajes, publrreportajes, anuncios, podcasts, cuñas, newsletters, campañas de comunicación, etc.

Durante la puesta en marcha del proyecto, se podrá hacer **difusión** de sus logros o de cualquier elemento relevante relacionado con su desarrollo, a través de los **medios de comunicación tradicionales y/o digitales**: radio, televisión, prensa (tanto nacional, como regional o local), medios digitales (redes sociales, canales de streaming o de streamers, podcast, etc.).

Para que estas actuaciones en medios de comunicación puedan formar parte de las acciones de **comunicación** de FEDER, será imprescindible que la actuación ponga de manifiesto la cofinanciación FEDER, ya sea a través de un **hashtag**, el emblema europeo o una **referencia** explícita en el texto, audio o imagen a los **fondos europeos**, siendo posible la combinación de varias opciones.

Respecto a la justificación del proyecto, **cada actuación en medios** deberá incluir una breve **descripción** de la misma y un **título** conciso, la **fecha** de publicación y la **URL** o un documento (archivo de imagen o PDF) con el contenido o material justificativo de su publicación. En el caso de actuaciones en forma **no escrita** (cuñas, anuncios, entrevistas), se deberá aportar una **transcripción** de la actuación, donde se destacarán las referencias a los proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el proyecto y la ayuda FEDER recibida. Por último, se deberá indicar el **número de receptores** de acuerdo con la mejor estimación disponible en función del tamaño de la audiencia del medio en el que se haya difundido la acción y que se pueda obtener con las herramientas habituales de estimación de audiencia para dicho medio (p.ej. visualizaciones en YouTube o TikTok, visitas a página web, medición de audiencias, número de descargas, ejemplares vendidos o distribuidos). También se tendrán en cuenta los receptores que visualicen en diferido actuaciones que se emitieron en directo (p. ej. entrevistas, reportajes, etc.). Todo ello, se hará a través del **formulario Comunicación FEDER**, disponible en la Sede Electrónica del CDTI.



Si se realizan **campañas de comunicación**, el conjunto de publicaciones comprendidas en la misma tendrá consideración de una **única actuación**. En este caso, como fecha de publicación, se deberá indicar la fecha de la primera publicación.

RECOMENDACIONES:



- Incluir los **elementos de visibilidad** de la comunicación FEDER.
- Cuando el tipo de medio no permita la introducción de elementos gráficos deberá, al menos, hacer **referencia a la cofinanciación FEDER**.

Publicaciones digitales o impresas:

Todas las publicaciones que se editen en **soporte papel o digital** deberán **reservar un espacio** en su portada y/o contraportada para introducir la **referencia FEDER** según las indicaciones recogidas en esta guía.

Asimismo, cualquier documento distribuido, deberá incluir el emblema UE en el encabezado o en su defecto en el pie de página, junto a la marca Fondos Europeos.

Para su justificación al finalizar el proyecto, dentro del **formulario Comunicación FEDER** (disponible en la Sede Electrónica del CDTI), se deberá incluir una breve **descripción** de la publicación, un **título** conciso del documento publicado, la **fecha** de publicación y la **URL** o un documento (archivo **PDF**) con el contenido o material justificativo de su publicación.





Contenido audiovisual:



Vídeos, fotografías, audios, etc.

Tanto el **vídeo** como la **fotografía** siguen siendo una de las herramientas visuales más poderosas para hacer llegar los mensajes al **público en general** y generar un gran **impacto**.

Los mensajes se retienen mejor cuando aparecen en vídeos y la fotografía suele usarse para **contar una historia**. Mediante una sola toma o una serie de fotos, se pueden provocar **emociones en el espectador** y **difundir el proyecto** de una forma más natural y cercana a la ciudadanía.

Recuerda que, siempre que se comunique mediante **material audiovisual**, este deberá incluir las disposiciones obligatorias de información y comunicación FEDER, reservando un espacio en el contenido para destacar la participación de los **Fondos Europeos**.

RECOMENDACIONES:

- Los vídeos deberán presentar el emblema de la UE al **comienzo y/o al final** de la producción, acompañado de la declaración de Cofinanciado por la Unión Europea, mediante el uso de la marca **Fondos Europeos**.
- Los audios deberán hacer referencia al **comienzo y/o al final** de la producción de la Cofinanciación de la Unión Europea y las ayudas FEDER concedidas al proyecto.
- Todas las producciones audiovisuales deberán cumplir con todos los **requisitos legales** en materia de protección de datos y de derechos de autor.



CÓDIGO DE CONDUCTA:



- Se debe garantizar la **protección de datos**, por lo que las personas que participen en las filmaciones, audios o sesiones fotográficas deberán consentir ser filmada(s)/fotografiada(s), incluido el modo en que se puede(n) utilizar su(s) imagen(es) y voz(es).
- Los vídeos/fotografías/audios deben promover la **perspectiva de género** y la **inclusión**, evitando los estereotipos o situaciones que puedan provocar confusión en el espectador/a.
- Se deben tener en cuenta los **derechos de propiedad intelectual** que puedan aplicarse a edificios, obras de arte, etc.

Material promocional:

Pósteres, carteles, expositores, stands, bolígrafos, carpetas, libretas, tazas, acreditaciones, tarjetas de visita, botellas, pegatinas, etc.

Una de las principales razones para adquirir **artículos promocionales** es que pueden utilizarse como obsequios en eventos, conferencias, exposiciones o en otras campañas de **visibilidad** del proyecto.

Recuerda que, todo tipo de material y artículo promocional o soporte utilizado con fin publicitario, deberá ajustarse a los **requisitos de comunicación y visibilidad** enumerados en esta guía, incluyendo el emblema de la UE y la declaración de cofinanciación, mediante el uso de la marca **Fondos Europeos**.



Sólo en el caso de **artículos** promocionales de **pequeño tamaño**, los elementos de información FEDER podrán introducirse mediante el isotipo de Fondos Europeos⁴.

Recomendaciones para la adquisición y entrega de artículos promocionales:

- Todos los productos deberán cumplir con normas respetuosas con el **medioambiente**, en todo su ciclo de **producción y distribución**.
- Elija **artículos** que sean **necesarios** y que tengan un alto valor de uso.
- Priorice la elección de **productos europeos y locales**: productos de cercanía.
- Priorice la elección de productos de etiqueta de **comercio justo**.
- Elija **materiales duraderos** y respetuosos con el medioambiente (etiquetado orgánico para productos de algodón o etiqueta GOTS, papel reciclado, certificación FSC o PEFC, productos con al menos un 75% de plástico reciclado, etc.).
- Elija **diseños duraderos y reutilizables**; evite los productos de un solo uso.
- Elija **objetos significativos**, que transmitan un mensaje, pero que sean genéricos y en los que no se indique la hora/lugar/título del evento, para que los que no se entreguen, se puedan **reutilizar en eventos futuros**.
- Priorice la entrega de **pocos objetos** de calidad, sobre cantidad y variedad.



⁴ Ejemplos disponibles en el [Manual de Identidad Visual](#).

6. OPERACIONES DE IMPORTANCIA ESTRATÉGICA



A lo largo de estas páginas, hemos ido dando las **instrucciones** necesarias para generar oportunidades de visibilidad y comunicación en los proyectos cofinanciados con ayudas FEDER 2021-2027. Hemos generado una **narrativa** acorde a las exigencias normativas del [REGLAMENTO \(UE\) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 24 de junio de 2021](#) y de la marca **Fondos Europeos**, con el fin de concienciar a los beneficiarios de ayudas sobre los beneficios de la financiación europea en la vida de las personas.

En este sentido, para este período surgen las denominadas **operaciones de importancia estratégica**, que tal y como se definen en el **artículo 2** del citado reglamento, son operaciones que aportan una contribución significativa a la consecución de los objetivos del Programa Plurirregional de España 2021-2027 y que están sujetas a medidas de seguimiento y comunicación específicas.

¿Qué quiere decir esto en el marco de las ayudas concedidas por el CDTI?

Esto quiere decir, que el objetivo de las operaciones de importancia estratégica será garantizar una **mayor visibilidad** del apoyo de la UE aprovechando el potencial de comunicación de los **proyectos más emblemáticos del CDTI**. Por tanto, la comunicación sobre operaciones de importancia estratégica deberá contar la **historia del Programa Plurirregional de España 2021-2027** de forma simbólica, acercando los logros de las **políticas europeas** a la comprensión de la ciudadanía.

Porque la visibilidad y la narración de las operaciones de importancia estratégica tienen que contar una **historia** más allá de la **innovación** y del propio proceso de **desarrollo del proyecto**, y deben trasladar a la realidad tanto los **valores básicos** de la Unión, como los **principios horizontales de la política de cohesión**, mostrando un **respeto** a la dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad, el estado de derecho y el respeto a los **derechos humanos**, incluidos los derechos de las personas pertenecientes a minorías, el pluralismo, la no discriminación, la tolerancia, la justicia, la solidaridad y la igualdad entre mujeres y hombres, la transversalización de género, la integración



de una **perspectiva de género**, la **accesibilidad** para las personas con discapacidad, la promoción del desarrollo sostenible y el principio de “no causar daño un significativo al medioambiente (DNSH, por sus siglas en inglés)”.

¿Y qué tipos de proyectos pueden ser las operaciones de importancia estratégica?

Una **operación de importancia estratégica** podrá ser un **proyecto individual** o un **grupo de proyectos** con similares características.

Las operaciones deberán elegirse en función de su “**contribución significativa**”, siendo ésta, una definición variable. Sin embargo, en las siguientes líneas, presentamos algunos ejemplos de lo que podría considerarse como **elementos estratégicamente importantes** de un proyecto en el CDTI:

- **Naturaleza de la operación:** sin esta operación, el objetivo o los objetivos específicos podrían no alcanzarse y/o verse seriamente afectados.
- **Carácter innovador:** una operación percibida por la comunidad científica como importante y disruptiva.
- **Importancia** para la **economía** nacional, regional y local: una operación que aporta un nuevo marco de impulso tecnológico en el mercado.
- **Carácter especial** de una operación: debido a las especificidades y las condiciones locales, no puede haber demasiados proyectos de este tipo.
- **Tamaño financiero:** recursos relativamente significativos en proporción a la prioridad.



Para la **elección** de las operaciones de importancia estratégica del CDTI, la selección final se hará durante el año **2026** y corresponderá a una **operación de Compra Pública de Innovación**, que no necesariamente se corresponderá con proyectos de gran envergadura



financiera o que impliquen intervenciones infraestructurales significativas. Se tratará de una elección que se considere esencial para el programa y que proporcione “una contribución significativa al logro de los objetivos”.

¿Cuál es la recomendación para realizar un evento de este tipo de operaciones?

El evento o la actividad deben servir como una oportunidad para **hacer visible el trabajo del proyecto al público** y mostrar los **cambios positivos** que se están produciendo en el **país** y la **región**, es decir, la importancia del proyecto para la consecución del objetivo específico del programa. Al mismo tiempo, es una excelente oportunidad para mostrar el **vínculo** entre el objetivo del proyecto, su relevancia para el desarrollo nacional y su contribución a las prioridades de la UE. En conclusión, la organización de eventos o actividades de comunicación ofrece a los ciudadanos una visión de cómo los **proyectos sobre el terreno** hacen que **Europa sea más competitiva**, más verde, más conectada, más social y más cercana a la ciudadanía.



7. ENLACES Y RECURSOS

Buzón de correo para consultas: comunicacion.fondoseuropeos@cdti.es

Dirección General de Fondos Europeos. Ministerio de Hacienda y Función Pública	https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/Paginas/inicio.aspx
CDTI Innovación	Web: http://www.cdti.es LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/cdti X: https://x.com/CDTI_innovacion Youtube: https://www.youtube.com/user/CDTIoficial/featured
Ayudas CDTI a la I+D+i	https://www.cdti.es/ayudas-y-servicios
Cofinanciación Europea FEDER - CDTI	https://www.cdti.es/fondo-europeo-de-desarrollo-regional
Sede electrónica CDTI	https://sede.cdti.gob.es/AreaPublica/home.aspx
Marca Fondos Europeos	Web CDTI: https://www.cdti.es/fondo-europeo-de-desarrollo-regional DGFE Hacienda: https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ipr/fcp2020/c/Paginas/IdentidadVisual.aspx
Logo CDTI-Ministerio	Web CDTI: https://www.cdti.es/identidad-visual



8. MODELO PLACA INFORMATIVA FEDER – CDTI (tamaño mínimo A3)

Insertar imagen o fotografía que cubra todo el hueco (ver plantilla de ejemplo)

Cofinanciado por la Unión Europea

MINISTERIO DE HACIENDA

Fondos Europeos

Insertar QR en caso de tener (ver plantilla de ejemplo)

Insertar título proyecto

[OpenSans Semibold 40]

Duración

0X/202X – 1X/202X

Insertar texto descriptivo de la operación dentro de los límites marcados por el recuadro

[OpenSans Medium 24, negro]

Inversión

XXX.000 €

Ayuda UE

XXX.000 €

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

CDTI
INNOVACIÓN

Espacio para posibles logos adicionales, en su caso (por ejemplo, beneficiarios, entidades locales, etc.), dentro del recuadro, alineado a la izquierda y, de haberlos, logos adicionales a la derecha respetando espacio entre logos y tamaños de logo hasta el límite del recuadro

Cofinanciado por la Unión Europea

MINISTERIO DE HACIENDA

Fondos Europeos

37

Departamento de Gestión de Fondos Internacionales – CDTI Innovación



#EUROPASEIENTE



FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CIENCIA, INNOVACIÓN
Y UNIVERSIDADES



CDTI
INNOVACIÓN