

**DISEÑO, DESARROLLO Y GESTIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN PARA EL PROYECTO DE COOPERACIÓN
TRANSFRONTERIZA “EDERBIDEA” (MOVILIDAD SOSTENIBLE)**

**Interreg
POCTEFA**



**FEDER
Fondo Europeo
de Desarrollo Regional**

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

1.- Objeto del contrato

Diseño, ejecución y evaluación de una estrategia de comunicación para el proyecto EDERBIDEA. Se trata de una iniciativa de cooperación transfronteriza en el marco del programa INTERREG-POCTEFA, en la que participan entidades de los territorios de Navarra, Gipuzkoa y Pirineos Atlánticos. El objetivo general del proyecto es desarrollar el transporte sostenible en bicicleta en dichos territorios, a través de la planificación, el acondicionamiento de tramos, la sensibilización de diversos sectores y el diseño de fórmulas de mejora en el uso y la intermodalidad del transporte. En el Anexo V puede verse el documento completo, redactado para la presentación de la candidatura del proyecto al mencionado programa europeo.

En este marco, el objetivo específico del trabajo a realizar es desarrollar una serie de instrumentos al servicio de la difusión del propio proyecto y su avance, propiciando el conocimiento y la involucración en el mismo de diversos agentes en el territorio implicado. El concepto principal que pretende tomar forma a través del proyecto EDERBIDEA es la promoción de la movilidad transfronteriza en bicicleta, propiciando un desarrollo armonioso con el medio ambiente, una sensibilización en la práctica y una planificación de redes de transporte que aproveche al máximo el transporte público y sostenible. Y todo ello, buscando también la emergencia de actividades empresariales en torno al desarrollo descrito.

También es imprescindible la supervisión de todos los elementos relacionados con el proyecto que deban incorporar las prescripciones de derivadas del manual del promotor.

https://www.poctefa.eu/wp-content/uploads/2015/11/Parte-B_ES.pdf. Se adjuntan, en el anexo VI, los documentos

La comunicación debe ayudar a los proyectos a lograr sus objetivos y garantizar la transparencia del uso de los fondos de la UE. Las actividades de comunicación son una parte importante de la ejecución del proyecto y por tanto requieren una planificación minuciosa así como recursos adecuados.

En particular, la comunicación del proyecto tiene que enfocarse en lograr que sus públicos definidos así como el público general conozcan los resultados y logros del proyecto.

De acuerdo con la guía del promotor de proyectos publicada en la web de la convocatoria POCTEFA, estos son los fundamentos que la estrategia de comunicación del proyecto debe contemplar:

“Los proyectos deben asegurar una perfecta comunicación interna entre los socios y una proyección exterior. Los proyectos están sujetos a diversas obligaciones en materia de comunicación y de publicidad. Se trata de dar a conocer la labor de la Unión Europea a través de los resultados de los proyectos, es decir, de los beneficios que supone su labor para los habitantes del territorio. Pocos europeos conocen hoy en día la implicación real de Europa en su vida cotidiana. Darla a conocer significa que los ciudadanos tomen conciencia de la cercanía de Europa y de la gestión de los proyectos que realiza para su propio beneficio. Informar sobre la acción europea significa, asimismo, unir más a los europeos y permitirles conocer las iniciativas de sus vecinos, que tienen las mismas preocupaciones. Guía del Promotor de proyectos. Así, como beneficiario de un fondo estructural, el promotor del proyecto se convierte en un auténtico embajador de los programas europeos, informando al público, a los socios, a los colaboradores y a todas las personas implicadas en el mismo. Según el Reglamento UE 1303/2013 que contiene disposiciones generales que conciernen la gestión de los fondos estructurales, la información y comunicación es una de las obligaciones clave de los beneficiarios de las subvenciones europeas. Dicha obligación compromete al promotor del proyecto a informar a los beneficiarios de su acción, a los socios y al público en general de la participación comunitaria en la financiación del proyecto. Cada promotor del proyecto deberá proporcionar la prueba del cumplimiento de este compromiso a la demanda de pago de la subvención y guardarla en caso de control (fotos o cualquier otro soporte adecuado que dé fe de ello). El incumplimiento de esta obligación de publicidad podrá suponer la anulación o la devolución de la subvención europea.”

Para el proyecto EDERBIDEA, concretamente, se ha definido el siguiente punto de partida, con acuerdo de todos los socios participantes:

La estrategia de comunicación será elaborada por el Gobierno de Navarra, con aportaciones de todos los socios, con el siguiente contenido:

- El alcance general y los objetivos específicos que deben alcanzarse.*
- La descripción de los bienes del proyecto / productos (qué hay que difundir).*
- Mensajes para transmitir (sensibilización, promoción, difusión y explotación vinculada a productos específicos).*

- *Identificación de los grupos destinatarios y sus estrategias específicas para la participación (quiénes serán informados, incluyendo agentes y eventos multiplicadores, nacionales y redes amplias de la UE y asociaciones sectoriales que pueden mejorar el impacto difusión).*
- *Diseño de un paquete de herramientas de comunicación que se utilizará para diferentes públicos.*
- *Matriz de estrategia, donde los grupos objetivo, mensajes y herramientas será una verificación cruzada.*
- *Definición de los recursos y las responsabilidades del consorcio (quién hace qué) y el nombramiento de oficiales de comunicación, en cada organización asociada.*
- *Plan de trabajo de las actividades de difusión, con indicación de las funciones de los socios.*
- *Definición de los indicadores clave de rendimiento que se incluirán en cuadro de mando integral y sujetos a monitoreo periódico.*
- *Difusión de formulario de información, que será utilizado por los socios para informar las actividades de difusión periódicamente.*

2.- Elementos de la estrategia de comunicación.

La estrategia de comunicación deberá incluir los siguientes elementos de acuerdo con lo prescrito en el anexo XII del Reglamento 1303/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013:

- a) una descripción del enfoque adoptado, con inclusión de las principales medidas de información y comunicación destinadas a los beneficiarios potenciales, los beneficiarios, los agentes difusores y el público en general que se deba adoptar, teniendo en cuenta los objetivos descritos en el artículo 115 de dicho Reglamento;
- b) una descripción de los materiales que se pondrán a disposición en formatos accesibles para las personas con discapacidad;
- c) una descripción de la forma en que se ayudará a los beneficiarios en sus actividades de comunicación;
- d) el presupuesto indicativo de ejecución de la estrategia;
- e) una descripción de los organismos administrativos, con sus recursos de personal, responsables de la ejecución de las medidas de información y comunicación;
- f) las disposiciones relativas a las medidas de información y comunicación, con inclusión del sitio o el portal de Internet en los que pueden encontrarse esos datos;
- g) una indicación de la forma en que se evaluarán las medidas de información y comunicación por lo que respecta a la visibilidad y difusión de la política, los programas operativos y las operaciones, así como del papel desempeñado por los fondos y la unión;

h) en su caso, una descripción de la utilización de los principales resultados del programa operativo anterior;

i) una actualización anual en la que se expongan las actividades de información y comunicación que se llevarán a cabo en el año siguiente

3.- Órgano de contratación

El órgano de contratación es la Directora General de Turismo y Comercio. La unidad gestora del contrato será el Servicio de Marketing y Desarrollo de Productos Turísticos.

4.- Descripción de los trabajos y entregables

La empresa adjudicataria deberá realizar los siguientes trabajos:

- a) Asociados a la concepción, diseño, desarrollo y evaluación de la estrategia de comunicación:
- Análisis del conjunto del proyecto y sus acciones.
 - Identificación de públicos objetivos del plan y objetivos de comunicación asociados a cada uno de ellos. Se trabajará sobre la base propuesta en el Anexo I.
 - Identificación y recopilación de un listado de contactos de medios de comunicación de interés local, sectorial y transfronterizo.
 - Recopilación y actualización continua de un listado de agentes implicados en el proyecto, incluyendo entidades locales y sus representantes. Contendrá la información necesaria para elaborar todo tipo de convocatorias y envío de avisos, invitaciones, comunicados, actas, newsletters (vía correo electrónico).
 - Diseño de conceptos y mensajes asociados a cada uno de los públicos objetivos. Se prestará especial atención a:
 - Aplicar el principio de igualdad entre mujeres y hombres, manejando lenguaje inclusivo y contribuyendo con la comunicación a romper los estereotipos de género.
 - Velar por la accesibilidad universal de los soportes, en la medida en que la técnica lo permita.
 - Determinación de objetivos a alcanzar en la comunicación.
 - Diseño, programación y ejecución de un plan compuesto por acciones destinadas a alcanzar los objetivos.
 - Diseño de un sistema de coordinación entre los socios del proyecto.
 - Diseño de un sistema de evaluación y seguimiento para monitorizar el avance en el despliegue del plan.

b) Asociados a la producción de herramientas y entregables:

- Desarrollo de un manual completo de identidad del proyecto, a partir de un logo previo que se adjunta en anexo II, y sus reglas de aplicabilidad en distintos soportes.
- De acuerdo con ese manual, se desarrollarán diseños específicos para convocatorias, actas, informes, documentos administrativos, ppt, publicaciones, carteles, tarjetas, carátulas, roll ups, mapas, merchandising... En concreto, se realizará un mapa en infografía que permita conocer de una manera clara y simple el conjunto de los trazados implicados en el proyecto y el contexto de los mismos.
- Desarrollo y mantenimiento técnico de la web del proyecto. Dicha web informará de todo lo relativo al proyecto, con diferentes áreas estructuradas para contenidos generales, específicos, mapa, agenda, noticias, formulario de contacto, etc. También incluirá un foro de acceso restringido para propiciar el debate poder compartir información entre los socios y colaboradores. La web cumplirá requisitos de accesibilidad básica.
- Creación y gestión de cuentas específicas en redes sociales, Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y otras que se puedan estimar oportunas.
- Dossier general del proyecto y adaptaciones específicas a notas de prensa, y similares (cuñas de radio, anuncio modelo para prensa, versiones on line, etc.).
- Generación de un listado o mailing y diseño y envío de varios boletines electrónicos.
- Vídeo final con la historia del proyecto y su resultado, la participación, los testimonios y las cifras principales.

Todos los soportes deberán incorporar la presencia de los logos y mensajes relativos al programa europeo POCTEFA-INTERREG, de manera que quede constancia de la vinculación de las actuaciones al mismo, y siempre en el formato oficial que se contempla en los requisitos de la convocatoria (como se señala en el punto primero del presente documento).

c) Eventos:

- El evento de lanzamiento está programado para el mes de junio de 2016 y no forma parte de los trabajos contemplados en el contrato.
- Es necesario programar y/o dar cobertura:
 1. Un evento de cierre de proyecto.
 2. Reuniones informativas internas (asistencia de representantes de los socios del proyecto).
 3. Jornadas u otras actividades de promoción (públicos externos acordes con el objetivo del proyecto, es decir, relacionados con la movilidad-ciclismo-turismo) en marco regional, nacional y de la UE.
 4. Participación en otros eventos, como ferias, foros y demás.

El documento de candidatura completo está recogido en el anexo V.

El extracto de acciones de comunicación del proyecto está recogido en el anexo III.

Las tareas de comunicación de estos eventos serán asumidas por la entidad adjudicataria, así como todo lo relativo a la coordinación con gabinetes de comunicación de las entidades que componen el partenariado. Una vez entregados los diseños oportunos, la producción de soportes específicos, será por cuenta del Gobierno de Navarra, aunque la empresa adjudicataria deberá llevar la logística y el control de entregas y recogidas de dicho material.

d) Cuadro de mando e informes de seguimiento:

La gestión de la estrategia de comunicación incluirá un cuadro de objetivos por acción e indicadores de evaluación y seguimiento que permitan medir la consecución de dichos objetivos. En el Anexo IV se recogen los indicadores básicos que formarán parte de este cuadro de mando.

Se elaborarán indicadores de impacto de las acciones, así como alguna encuesta sencilla que se pueda difundir y cumplimentar on line, a través de la cual se pueda obtener información relevante del grado de conocimiento del proyecto entre los públicos objetivos definidos previamente.

Se entregarán los siguientes informes:

- Un informe anual, antes del 15 de enero de 2018 y 2019, dando cuenta de todas las acciones de comunicación desplegadas, con ficha específica de cada uno y con los indicadores asociados.
- una memoria final del seguimiento del proyecto y toda acción de comunicación llevada a cabo, con inclusión del cuadro de mando final.

5.- Idiomas

Todos los trabajos se llevarán a cabo aplicando las tres lenguas oficiales: francés, español y euskera. La traducción de los diseños será por cuenta del adjudicatario. Para asistir a las reuniones y eventos, se dispondrá de personal también trilingüe, con un nivel mínimo de B2 en cada uno de los idiomas.

6.- Duración y cronograma

El contrato dará comienzo al día siguiente de la formalización del contrato.

- Los trabajos relativos a la creación de las bases gráficas y el planteamiento general de actuación deberán estar concluidos antes del 5 de febrero de 2017.

- Las cuentas en redes sociales se crearán y gestionarán desde el primer momento.
- La página web deberá estar operativa con la estructura básica antes del 1 de febrero de 2017, y se gestionará y actualizará de forma continua.
- Los eventos e hitos del proyecto deberán ser gestionados en el momento de su puesta en marcha, cumpliendo con el calendario previsto.

El contrato finalizará el 1 de diciembre de 2019.

Anexo I

El público objetivo: clasificación y objetivo específico de comunicación para cada tipo

La finalidad de esta estrategia de comunicación es informar a los beneficiarios del proyecto (habitantes de los territorios + grupos de población específicos + turistas) y a los responsables de la definición de los objetivos, resultados y financiación del proyecto EDERBIDEA. Para cada uno de ellos, los objetivos específicos de comunicación deben ser establecidos de forma particular y adaptada a su rol en el proyecto.

A continuación, se describen los distintos tipos de público y los objetivos específicos de comunicación asociados a cada uno de ellos

1.- Población y visitantes que se benefician del proyecto

- Habitantes de los territorios implicados en el proyecto
 - Pirineos Atlánticos
 - Navarra
 - Gipuzkoa

- Grupos de población específicos que son objetivo de las acciones del proyecto
 - Escolares y sus familias (¡Al cole en bici!)
 - Agentes del Departamento 64 (formación)
 - Residentes de los municipios (acondicionamiento de tramos para bicicletas)
 - Miembros de las asociaciones que colaboran en el proyecto
 - Personas que transitan o pueden llegar a transitar de forma habitual en bicicleta para sus desplazamientos transfronterizos

- Cicloturistas con interés en utilizar los tramos que quedarán disponibles al finalizar el proyecto

Tabla de objetivos específicos de comunicación:

PÚBLICO OBJETIVO	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN
Habitantes de los territorios	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes
Grupos específicos de población	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes Sensibilizar en el uso de la bicicleta
Turistas	Hacer conocer el proyecto y la implicación de los agentes

2.- Entidades de colaboración técnica

- Entidades asociadas directamente al proyecto
 - Departamento de Pirineos Atlánticos
 - Gobierno de Navarra
 - Diputación de Gipuzkoa
 - Agglomération Sud Pays Basque
 - Biarritz
 - Saint-Jean-de-Luz
 - Hendaye
 - Irun
 - Imotz
 - Agrupación Turística Baztán-Bidasoa
 - Agencia Cederna/Garalur
 - Consorcio Turístico del Plazaola
 - GECT Aquitaine/Euskadi (colaborador asociado)

- Entidades que colaboran en acciones
 - Establecimientos escolares (profesores/as y responsables)
 - ASPB
 - CAPP
 - Pau à Vélo
 - Txirindola et Terre Buissonière
 - Agir pour la sécurité routière
 - Municipios afectados por la intervención
 - Centros sociales
 - Oficinas de turismo y Comité Departamental de Turismo
 - FFC / FFCT / Federación Ciclista España
 - Sociedades de transporte colectivo
 - Negocios de venta y alquiler de bicicletas

Tabla de objetivos específicos de comunicación:

PÚBLICO OBJETIVO	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN
Entidades asociadas directamente	Lograr la implicación de todas las entidades en el proyecto Contribuir a gestionar el proyecto en las mejores condiciones
Entidades que colaboran en acciones	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes Implicar al conjunto de entidades colaboradoras Contribuir a gestionar el proyecto en las mejores condiciones Darles a conocer el avance y el impacto del proyecto

3.- Entidades decisoras

- **Ámbito político**
 - Departamento de Pirineos Atlánticos
 - Gobierno de Navarra
 - Diputación de Gipuzkoa
 - Agglomération Sud Pays Basque
 - Biarritz
 - Saint-Jean-de-Luz
 - Hendaye
 - Irun
 - Imotz
 - Agrupación Turística Baztán-Bidasoa
 - Agencia Cederna/Garalur
 - Consorcio Turístico del Plazaola
 - GECT Aquitaine/Euskadi (asociado)
- Unión Europea
- Consejo Regional Aquitaine-Poitou-Limousin
- Secretaría Técnica Conjunta
- Servicios estatales: Subprefectura y Dirección Departamental del Territorio del Mar

Tabla de objetivos específicos de comunicación:

PÚBLICO OBJETIVO	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN
Ámbito político	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes Hacer que conozcan el avance e impacto del proyecto
Unión Europea	Hacer que conozcan el avance e impacto del proyecto
Consejo Regional	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes Hacer que conozcan el avance e impacto del proyecto
STC	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes Hacer que conozcan el avance e impacto del proyecto
Servicios del Estado	Hacer que conozcan el proyecto y la implicación de todos los agentes Hacer que conozcan el avance e impacto del proyecto

Anexo II
Logo básico del proyecto



||| Mobilité cyclable transfrontalière
||| Movilidad transfronteriza en bicicleta
||| Mugaz gaindiko mugikortasuna bizikletaz

Anexo III

Plan del proyecto (actividades de comunicación)

ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN	PÚBLICO OBJETIVO	CALENDARIO
Jornada de clausura del proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Entidades decisoras• Socios del proyecto• Colaboradores de las acciones	Segundo semestre 2019
Logo y manual de identidad y aplicación en los distintos soportes previstos	Todos los públicos	5 de febrero 2017
Vídeo final (formato reportaje y formato spot, incluyendo time-lapse de avance de infraestructuras)	Todos los públicos	Realización continua, entrega final de proyecto (previsto segundo semestre 2019)
Notas de prensa trilingües para cada una de las actuaciones previstas en el proyecto (escrita, especializada, radio y televisión)	<ul style="list-style-type: none">• Población residente• Poblaciones específicas	En el lanzamiento y finalización de cada una de las acciones previstas
Diseño y maquetación de 2 folletos trilingües desplegados de promoción del proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Todos los públicos• Institucional	<ul style="list-style-type: none">• El primero, de presentación, antes del 20 de febrero de 2017• El segundo, un mes antes del cierre del proyecto
Diseño y maquetación de un soporte específico para cada acción programada (roll-up, beach flag, lona, poster)	Todos los públicos	Con tiempo suficiente para su producción y colocación en cada una de las sedes de los eventos programados
Organización de reuniones de seguimiento y perspectivas, con visitas a los lugares de desarrollo de acciones	Socios del proyecto	Cuatro reuniones anuales
Organización de eventos de difusión, en ámbitos territoriales diversos	Socios del proyecto y audiencias específicas	6 Ruedas de prensa 18 eventos regionales 3 eventos nacionales 2 eventos europeos 1 evento final
Fotografías de todos los eventos, actuaciones,	Todos los públicos	Tarea continua

reuniones, obras, presentaciones, etc. y archivado con sistema de identificación.		
Diseño de objetos promocionales	<ul style="list-style-type: none"> • Socios del proyecto • Colaboradores de acciones 	Antes del 1 de abril de 2017
Exposición itinerante: el proyecto y sus acciones en imágenes	Todos los públicos	Al cierre del proyecto y con plazo máximo 1 de noviembre de 2019
Gestión de redes sociales	Todos los públicos	Tarea continua
Web del proyecto	Todos los públicos	Operativa desde el 1 de febrero de 2017
Foro-intranet	<ul style="list-style-type: none"> • Socios del proyecto • Colaboradores de acciones 	Operativa desde el 1 de febrero de 2017
Newsletter Ederbidea	<ul style="list-style-type: none"> • Socios del proyecto • Colaboradores de acciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento e inicio del proyecto EDERBIDEA (febrero 2017) • Seguimiento (junio 2017) • Fin de año (diciembre 2017) • Seguimiento (junio 2018) • Fin de año (diciembre 2018) • Seguimiento (junio 2019) • Cierre del proyecto y resultados finales (diciembre 2019)
Supervisión de la aplicación de las normas de la convocatoria INTERREG-POCTEFA en materia de comunicación	Socios del proyecto	Tarea continua
Recogida e incorporación de información de eventos regionales, nacionales y europeos, en relación con los temas de movilidad, ciclismo y turismo	Todos los públicos	Tarea continua

Anexo IV

Evaluación de la estrategia de comunicación: tabla de indicadores de resultados

ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN	INDICADORES
Rueda de prensa cierre de proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Número de participantes• Número de artículos o menciones aparecidos en medios
Definición del manual de identidad y aplicación	1 manual definido
Realización de vídeo final	<ul style="list-style-type: none">• Número de canales de difusión• Número de personas alcanzadas
Comunicados de prensa	Número de artículos o menciones aparecidos en medios
Folleto desplegable	Número de desplegables distribuidos
Soportes diversos	<ul style="list-style-type: none">• Número de soportes editados• Número de eventos en los que han estado presentes
Reuniones y visitas	<ul style="list-style-type: none">• Número de reuniones y visitas realizados• Número de personas asistentes
Fotografías	Número de fotografías utilizadas
Objetos promocionales	Número de objetos distribuidos
Exposición itinerante	<ul style="list-style-type: none">• Número de sedes de la exposición• Número de visitantes
Redes sociales	Número de impactos logrados
Foro-intranet	<ul style="list-style-type: none">• Creación del foro• Número de documentos e interacciones
Web	Número de visitantes
Newsletter	<ul style="list-style-type: none">• Número de boletines enviados• Número de destinatarios
Información de otros eventos	Número de otros eventos de los que se haya procesado y difundido información

Anexo V

Documento de candidatura completo

(PDF incrustado; hacer doble clic sobre el documento para abrirlo)

PARTE A - Resumen del proyecto

A.1 Identificación del proyecto

Acronimo del proyecto		EDERBIDEA	
Título del proyecto		DEVELOPPEMENT DES DEPLACEMENTS CYCLABLES TRANSFRONTALIERS	
Nombre del Jefe de Fila		DEPARTEMENT DES PYRENEES-ATLANTIQUES	
Duración del Proyecto	Fecha de Inicio	01/04/2016	Número de meses
	Fecha de finalización	31/03/2019	36
Eje Prioritario		Favorecer la movilidad de bienes y personas	
Prioridad de Inversión		Desarrollo y mejora de sistemas de transporte respetuosos con el medio ambiente (también con bajo nivel de ruido) y con bajas emisiones de carbono, incluidas las infraestructuras de navegación interior y transporte marítimo, puertos, vínculos multimodales y aeropuertos, a fin de promover una movilidad regional y local sostenible.	
Objetivo Específico		Mejorar la oferta de transporte transfronterizo sostenible para favorecer los desplazamientos y la movilidad transfronteriza de personas y mercancías.	

A.2 Resumen del proyecto

<p>Por favor, elabore un breve resumen del proyecto (al estilo de un comunicado de prensa) y describa: el reto común que se aborda en su proyecto de forma conjunta; el objetivo general del proyecto y el cambio que se espera que su proyecto suponga para la situación actual; los principales resultados que obtendrá y quién se beneficiará de ellos; el enfoque del proyecto y el motivo por el cual resulta necesario que sea de carácter transfronterizo; elementos nuevos/originales del proyecto.</p>
<p>El proyecto EDERBIDEA pretende desarrollar el transporte sostenible, en bicicleta, en el territorio transfronterizo que constituye Gulpízoa, Navarra y los Pirineos Atlánticos. Se tratará de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer un plan ciclista transfronterizo dando una nueva dimensión a las orientaciones que se han tomado ya o están en marcha en el territorio. - Dar una impulsión acondicionando un itinerario estructurante entre las principales ciudades, Bayona, San Sebastián y Pamplona. - Establecer sobre esta base acciones de sensibilización y formación con los responsables, los técnicos conceptuales y los usuarios, cual sea el motivo de su desplazamiento en bicicleta. - Desarrollar cualquier forma de movilidad aportando datos geográficos de los itinerarios posibles en bicicleta (carriles bici, vías con poco tráfico, etc.) con el objetivo de completar el componente "ciclista" del calculador del recorrido/itinerario puesto a disposición por la Euroregion en el marco del proyecto Transfermuga. <p>Estos territorios transfronterizos de proximidad, con una urbanización casi continua entre Bayona y San Sebastián, están unidos por sus actividades económicas, de servicios y de ocio. Desearían completar la oferta de transportes aue existente (bus, tren,...) por un eje nuevo de movilidad sostenible, pudiendo constituir la base de un red a desarrollar en el futuro. Tras haber convencido a los usuarios con el enfoque ocio/placer de la bicicleta, ahora se trata de integrarlo en la vida cotidiana.</p>
<p>w</p>

A.3 Resumen del presupuesto del proyecto por país

Anexo VI

Manuales de comunicación y uso de logotipo

(PDF incrustado; hacer doble clic sobre el documento para abrirlo)

Programa Interreg V-A España-Francia-Andorra
(POCTEFA 2014-2020)

Guía de comunicación





Manual de Uso del logotipo POCTEFA



logo-interreg-poctefa-RGB.jpg