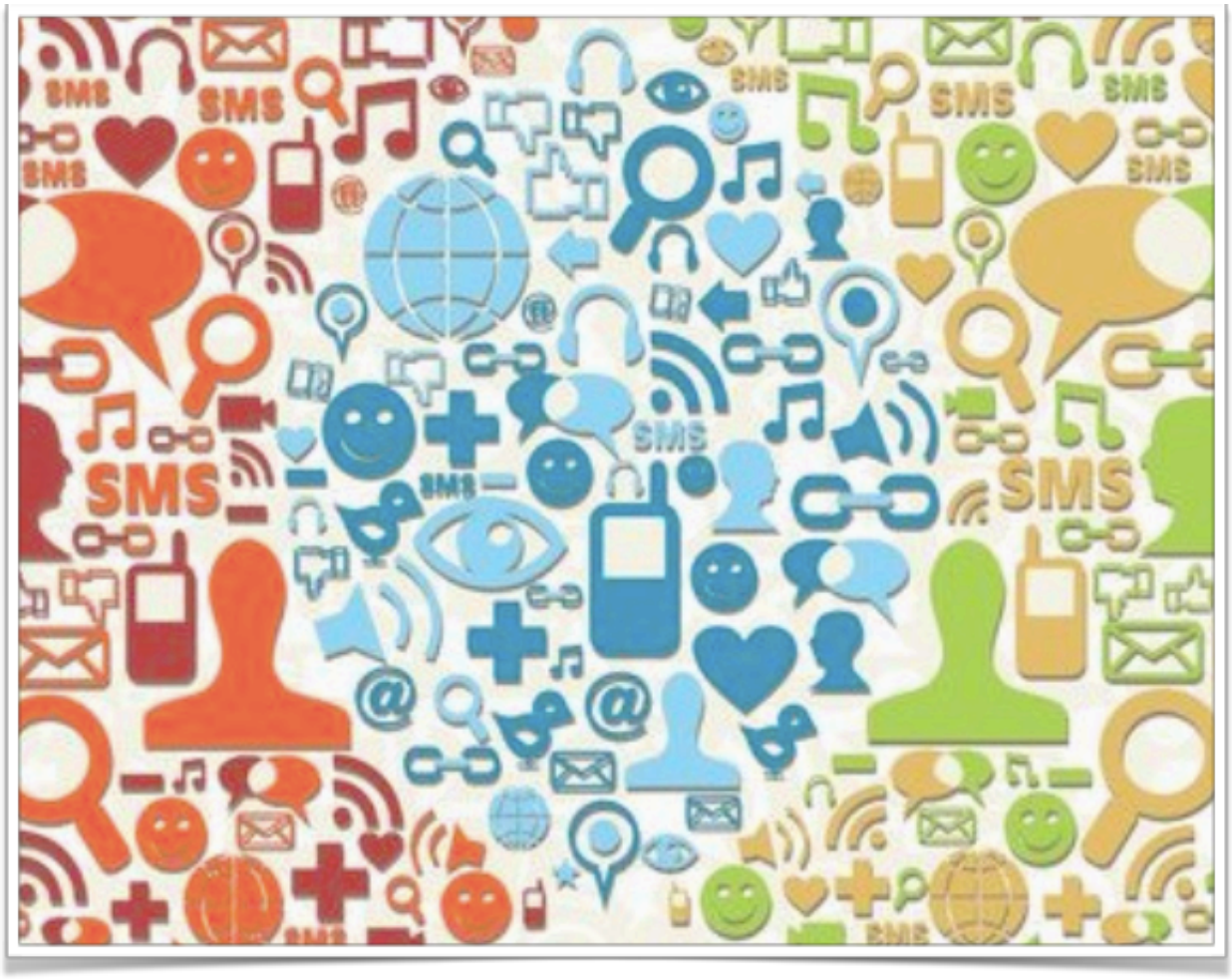

PLAN DE COMUNICACIÓN
CONSELL ALIMENTARI DE VALÈNCIA

Esta propuesta pretende establecer las prioridades de comunicación que contribuya a la transición hacia un sistema agroalimentario sostenible para València. Está enfocada desde la interrelación entre los diferentes agentes y pretende generar contenidos que informen y despierten interés en los distintos públicos objetivo identificados.
Deberá ser considerada por el Consell Alimentari para su implementación.

No se puede no comunicar, hagas lo que hagas siempre transmites algo

RIESGOS Y APOYOS A TENER EN CUENTA

RIESGOS Y DIFICULTADES	APOYOS Y OPORTUNIDADES
Falta de interés general: precisamos buscar más públicos	Muchos agentes identificados: es fácil tener contenidos con diferentes enfoques
Riesgo de duplicidad con comunicación de los diferentes agentes	Interés creciente por temas alimentarios
Falta de planificación y de objetivos	facilidad para identificar prescriptores y contactar con ell@s
Diferentes ritmos por diferentes canales	Disponer de un plan sencillo y pertinente de implementar
¿Todos comunicamos?	Recursos profesionales
Falta de imágenes	Necesidad identificada
Múltiples fuentes de información	Alimentación es un acto cotidiano: no precisa de calendarios específicos
Listados de contactos obsoletos y Planes relacionales ausentes	

OBJETIVOS

- Difundir las diferentes acciones que se llevan a cabo en València y en otros territorios en materia agroalimentaria
- Proporcionar una narración informativa actualizada sobre actores, procesos, iniciativas y recursos relativos a la agroalimentación
- Generar contenidos que favorezcan la reflexión sobre retos alimentarios en una perspectiva de transición agroaliemntaria sostenible.
- Fortalecer redes y plataformas existentes
- Despertar interés sobre los temas de referencia en nuevos públicos para generar una nueva cultura agroalimentaria
- Incluir la cuestión agroalimentaria en la agenda local, regional o nacional

GRUPOS DE INTERÉS

· Regidoria de Agricultura y CEMAS
· Otras Administraciones Públicas -
· Movimientos sociales agroalimentarios
· Entidades profesionales
· Universidades e Institutos de estudios
· Miembros de los Consells Agrari y Alimentari
· SCO

CANALES

· Prensa escrita y digital
· Radio
· Televisión
· WEB
· Perfiles específicos de RRSS
· Material gráfico

ACCIONES 2019

Difundir las diferentes acciones que se llevan a cabo en València y en otros territorios en materia agroalimentaria	
Identificar medios y perfiles activos de grupos de interés	Elaborar calendarios mensuales con iniciativas
Identificar MdC tradicionales o digitales de referencia y elaborar listados actualizados	Crear perfiles en RRSS y lograr seguidores
Elaborar y Difundir información sobre iniciativas en web y RRSS	Coordinar con Dptos de comunicación de Ayuntamiento
Decidir sobre formato web	Disponer de mensajes clave y hashtags

Proporcionar una narración informativa actualizada sobre actores, procesos, iniciativas y recursos relativos a la agroalimentación	
Identificar acciones y momentos clave que requieran acciones específicas	Crear un banco de imágenes con los permisos necesarios
Establecer los elementos de la narrativa: “Transición hacia Sistemas alimentarios agroecológicos sostenibles”	Crear perfiles en RRSS yreforzar los enlaces
Elaborar narraciones (Storytelling)	Elaborar mensajes clave y hashtags

Generar contenidos que favorezcan la reflexión sobre retos alimentarios en una perspectiva de transición agroaliemntaria sostenible.	
Identificar prescriptores dentro y fuera del sector	Pactar contenidos con MdC
Elaborar un calendario anual de 10 acciones comunicativas	Difundir en RRSS
Incorporar documentación en la web	

Fortalecer redes y plataformas existentes	
Interactuar sistemáticamente con organizaciones y entidades de referencia	Mencionar colaboradores en posts
Marcar objetivos de seguidores	

Despertar interés sobre los temas de referencia en nuevos públicos para generar una nueva cultura agroalimentaria	
Identificar prescriptores fuera del sector	Elaborar calendarios mensuales con iniciativas
Identificar representantes de la OSC que puedan ser agentes multiplicadores	Comunicar sobre al menos 3 acciones llevadas a cabo por otros y lograr la vinculación
Elaborar 2 elementos de sensibilización (ej calendarios…)	

Incluir la cuestión agroalimentaria en la agenda local, regional o nacional	
Identificar acciones clave de la Agenda Global y de la Agenda 2030	Vincular otras acciones del Plan a las agendas
Reforzar la relación con grupos de interés	identificar la necesidad de elaborar contenidos específicos sobre cuestiones de agenda

- **Calendario anual con acciones y fechas clave - Calendario en permanente construcción**
- **Listados actualizados: MdC, perfiles en RRSS, entidades y plan de relación**
- **Decisión sobre canales digitales:**
  - **Web: propia? pestaña de la web de la Regidoria?**
  - **Creación de perfiles**
- **Identificación de prescriptores del sector y externos**
- **Generación de una narrativa y mensajes clave**
- **Acciones clave: elaborar un plan de comunicación específico**

RECURSOS

✦Profesional de comunicación
✦Gabinete de prensa del Ayuntamiento
✦Listados de los que disponemos
✦Planes de relación establecidos
✦Presupuesto
✦Equipo Asesor

RESULTADOS

- **Creación de un sistema de archivo de materiales**
- **Calendario anual con acciones y fechas clave - Calendario en permanente construcción**
- **Listados actualizados: MdC, perfiles en RRSS, entidades y plan de relación**
- **Creación de un banco de imágenes**
- **Decisión sobre canales digitales:**
  - **Web: propia? pestaña de la web de la Regidoria?**
  - **Creación de perfiles**
- **Listado de prescriptores del sector y externos**
- **Generación de una narrativa**
  - **mensajes clave**
  - **temas prioritarios**
  - **actores clave**
- **Planes de comunicación específicos para Acciones clave**

SEGUIMIENTO

✦ELABORACIÓN de CUADRO de MANDO con INDICADORES de RESULTADOS
✦MEMORIA de COMUNICACIÓN ANUAL