

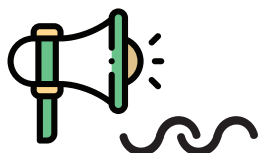
Estrategia de comunicaci3n externa. Consell Alimentari de València



**AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA**

AGRICULTURA, ALIMENTACI3
SOSTENIBLE I HORTA





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



Introducción

Esta propuesta establece las prioridades de comunicación que contribuyen a la transición hacia un sistema agroalimentario sostenible para València. Pretende, desde la interrelación entre las entidades miembro y los diferentes grupos de interés, generar contenidos que informen y despierten interés en los públicos objetivo identificados.

Riesgos y apoyos a tener en cuenta

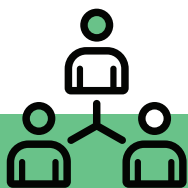
RIESGOS Y DIFICULTADES	APOYOS Y OPORTUNIDADES
Interés general: precisamos llegar a más públicos	Muchos agentes identificados: es fácil tener contenidos con diferentes enfoques
Riesgo de duplicidad con la comunicación de las diferentes entidades miembro	Interés creciente por temas alimentarios
Necesidad de sistematización: planificación y objetivos	Facilidad para identificar prescriptores y contactar con ellos
Diferentes ritmos por diferentes canales	Disponer de un plan sencillo y pertinente de implementar
¿Quién comunica? Cómo se comunica?	Recursos profesionales
Falta de imágenes de calidad con autorización (copyright)	Necesidad identificada en grupos de trabajo CALM
Múltiples fuentes de información	Alimentación es un acto cotidiano; puede haber comunicación en cualquier momento
Listados de contactos: reducidos, obsoletos y falta de Planes relacionales	Red Ciudades Agroecología
Necesidad de seguimiento de impacto y medición resultados	
Lenguaje específico y sectorial	



Objetivos

Proporcionar una narración informativa actualizada sobre actores, procesos, iniciativas y recursos relativos a la agroalimentación.

- ⌚ Difundir las diferentes acciones que se llevan a cabo en València en materia agroalimentaria.
- ⌚ Generar contenidos que favorezcan la reflexión sobre retos alimentarios en una perspectiva de transición agroalimentaria 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
- ⌚ Regidorias de Ayuntamiento València
- ⌚ Administraciones públicas Valencianas
- ⌚ Movimientos sociales agroalimentarios
- ⌚ Entidades profesionales
- ⌚ Medios de Comunicación
- ⌚ Sector educativo
- ⌚ Profesionales de la comunicación
- ⌚ Universidades e Institutos de estudios
- ⌚ Miembros de los Consells Agrari y Alimentari
- ⌚ Sociedad civil organizada



Canales

- ⊗ Prensa escrita y digital
- ⊗ Radio
- ⊗ Televisión
- ⊗ WEB
- ⊗ Mobiliario urbano
- ⊗ Acciones de sensibilización
- ⊗ Redes sociales
- ⊗ Material gráfico



Riesgos y apoyos a tener en cuenta

CREAR HERRAMIENTAS PARA 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	Disponer de un boletín periódico y de un logo
Identificar MdC tradicionales o digitales de referencia y elaborar listados actualizados	Crear perfiles en RRSS y lograr seguidores - Identificar perfiles idóneos no sectoriales
Web	Coordinar con Dptos de comunicación del Ayuntamiento y con las áreas de comunicación de las diferentes entidades
Bases de datos / Contactos actualizados	Elaborar agenda básica para ir completando

FORTALECER REDES Y PLATAFORMAS EXISTENTES

Interactuar sistemáticamente con organizaciones y entidades de referencia	Etiquetar colaboradores en posts
Etiquetar colaboradores en posts	Sistematizar comunicación en RRSS

**GENERAR CONTENIDOS QUE FAVOREZCAN LA REFLEXIÓN SOBRE
RETOS ALIMENTARIOS EN UNA PERSPECTIVA DE TRANSICIÓN
AGROALIMENTARIA SOSTENIBLE**

Identificar prescriptores dentro y fuera del sector	Pactar contenidos con MdC
Elaborar un calendario anual de 10 acciones comunicativas	Definir posts y hashtags
Incorporar documentación en la web	Elaborar y actualizar agenda (enfoque local/nacional/ internacional)
Identificar acciones y momentos clave que requieran acciones específicas	Disponer de un banco de imágenes con los permisos necesarios
Establecer los elementos de la narrativa: "Transición hacia Sistemas alimentarios agroecológicos sostenibles"	Campañas anuales periódicas
Elaborar narraciones (Storytelling)	Elaborar mensajes clave y hashtags

**DESPERTAR INTERÉS SOBRE LOS TEMAS DE REFERENCIA EN
NUEVOS PÚBLICOS PARA GENERAR UNA
NUEVA CULTURA AGROALIMENTARIA**

Identificar prescriptores fuera del sector	Realizar acciones simbólicas de adhesión en RRSS
Identificar representantes de la OSC que puedan ser agentes multiplicadores	Comunicar sobre al menos 3 acciones llevadas a cabo por actores no sectoriales y lograr la vinculación

**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



Recursos

- ⊗ Profesional de comunicación
- ⊗ GT Comunicación
- ⊗ Gabinete de prensa del Ayuntamiento
- ⊗ Listados de los que disponemos
- ⊗ Planes de relación establecidos
- ⊗ Presupuesto



Recursos imprescindibles para elaborar

- ⊗ Creación de un sistema de archivo de materiales y banco de imágenes
- ⊗ Calendario anual con fechas clave
- ⊗ Listados actualizados: MdC, perfiles en RRSS, contactos para comunicación en entidades y plan de relación
- ⊗ WEB
- ⊗ Perfiles RRSS
- ⊗ Boletín
- ⊗ Listado de prescriptores del sector y externos



Seguimiento

- ⊗ ELABORACIÓN de CUADRO de MANDO con INDICADORES de RESULTADOS
- ⊗ MEMORIA de COMUNICACIÓN ANUAL



Carasso
Daniel & Nina
Fondation sous l'égide de la Fondation de France



**AJUNTAMENT
DE VALÈNCIA**
AGRICULTURA, ALIMENTACIÓ
SOSTENIBLE I HORTA