

Proyecto Huertas LIFE km 0 LIFE 12/ENV/ES/000919 Zaragoza (España)

Plan de Comunicación Pos LIFE



PLAN COMUNICACIÓN POS LIFE

Objeto

El Plan de Comunicación pos LIFE del proyecto Huertas Life Km0 constituye una herramienta estratégica de difusión y comunicación del proyecto una vez finalizado el mismo. Le aporta un valor añadido a los resultados, a las sinergias y a las acciones.

El periodo mínimo de vigencia del presente plan será de cinco años, revisable y adaptable a las circunstancias según el progreso y desarrollo de las acciones. No obstante, en el año 2019 se refinirá el plan tal y como contempla el documento de referencia del proyecto.

Objetivos generales

- Dar a conocer el proyecto.
- Divulgar a nivel local, regional, estatal y europeo los resultados, beneficios y logros alcanzados.
- Asegurar y consolidar las acciones desarrolladas.
- Replicar las mejoras obtenidas.
- Trabajar en red.
- Sensibilizar a la población en estos temas.

Objetivos específicos

- Impulsar un cambio de modelo en la producción y el consumo en la ciudad.
- Ampliar la superficie dedicada al cultivo ecológico.
- Desarrollar la investigación y recuperación de variedades locales.
- Apoyar y fomentar la actitud emprendora de los agricultores ecológicos.
- Poner en valor los productos agroecológicos de la huerta de Zaragoza.
- Integrar los productos locales y agroecológicos en el consumo cotidiano.
- Abrir nuevos cauces de distribución que favorezcan el consumo.
- Posibilitar la colaboración ente agricultores, consumidores, hosteleros y comerciantes.



- Potenciar el trabajo de las redes de ciudades constituidas, tanto la estatal como la europea.

Recursos

Principalmente propios del Ayuntamiento, tanto los humanos como los económicos y técnicos. Posibilidad de buscar financiación externa.

Respecto a los medios económicos municipales, en los presupuestos del año 2017 se contemplan diversas partidas para acciones del proyecto que están directamente relacionadas con esta acción E3.

Así entre otros:

- Plan de apoyo al comercio de proximidad en colaboración con otros servicios municipales con 120 000 euros.
- Banco de Tierras y Marca. Convenio UAGA. 50 000 euros.
- Escuela Agrícola y Parcela Cero. Convenio CERAI. 55 000 euros.
- Visitas huerta. Convenio Volunta Rios. 9 500 euros.

Destinatarios

Al igual que durante la ejecución del proyecto, una vez finalizado el mismo y con posterioridad, se seguirá trabajando con los distintos grupos destinatarios según los intereses y objetivos.

En función de las acciones se distingue entre:

- Grupo 1: público general. Consumidores.
 - Conocimiento de las opciones. Herramientas para la decisión.
 - Sensibilización.
- Grupo 2: técnicos , científicos y administración.
 - Incorporación de los resultados en las líneas políticas, de investigación y trabajo.
 - Replicación proyecto.
- Grupo 3: agricultores, distribuidores, comerciantes, hosteleros.
 - Continuación del trabajo iniciado.
 - Mayor implicación.
 - Buenas prácticas.



- Formación.

La colaboración entre todos ellos será estrecha. Se trabajará fomentando la implicación y participación para lo que se establecerán los cauces adecuados (grupos de trabajo, foros, acuerdos, convenios,...).

Herramientas de comunicación

- Internet.

- Sitio web

- Se mantendrá el sitio web del proyecto durante cinco años (hasta 2021). Posteriormente los contenidos pasarán a la web municipal y se alojarán en el portal de medio ambiente y sostenibilidad (o la denominación futura que corresponda). <http://www.zaragoza.es/ciudad/medioambiente/huertas/>
- La actualización será quincenal como mínimo y siempre que sea necesario.
- La gestión será municipal.
- Además, y con independencia de la página del proyecto, se creará un apartado específico en el portal de medio ambiente municipal, <http://www.zaragoza.es/ciudad/medioambiente/>, en el que se recogerá la información sobre agroecología y consumo que sea responsabilidad del Ayuntamiento.
- Información: la generada en las acciones del proyecto. Documentos, normativa, eventos, actividades, enlaces a otras webs relacionadas, participación, educación y sensibilización, transparencia.
- Información sobre productos, productores, consumo y venta.
- Ubicación de las webs de las redes de ciudades, tanto la estatal como la europea, en el portal del proyecto.
 - <http://www.ciudadesagroecologicas.eu/>
 - <http://www.agroecocities.eu/>



- **Redes sociales**
 - Facebook y twitter del proyecto, así como redes municipales.
- **Blogs municipales de medio ambiente y sostenibilidad**
- **Envío de correos electrónicos**
- **Participación en eventos locales, regionales, nacionales e internacionales.**
- **Notas de prensa municipales, noticias en medios de comunicación (prensa, televisión, radio, internet), convocatoria ruedas de prensa.**
- **Artículos en revistas y medios especializados.**
- **Difusión Informe Layman.**

El informe se distribuirá:

- en papel, 500 unidades
- usb, 500 unidades
- por correo electrónico
- en la web, pdf
- redes sociales municipales
- **Elaboración de materiales documentales.**
 - Constitución de una base documental de referencia. CDAMAZ.
- **Materiales y documentos divulgativos y publicitarios.**
- **Actividades de sensibilización dentro del Programa Municipal de Educación Ambiental, tanto para público general como para escolares.**
 - Red de huertos escolares agroecológicos.
 - Visitas a la huerta de Zaragoza. Visitas a la Parcela Cero.



- **Trabajo en red.**
 - **Red Europea de Ciudades por la Agroecología.**
 - Octubre 2017 Cumbre Mundial Pacto Milán. Valencia.
 - **Red de Ciudades del Estado Español con Políticas de Enfoque Agroecológico.**
 - Febrero-octubre 2017 grupos de trabajo trabajo on line y presencial.
 - Octubre 2017 Cumbre Mundial Pacto Milán. Valencia.
- **Campañas de promoción de productos ecológicos** en colaboración con asociación de hostelería y restauración de Zaragoza.
- **Plan de apoyo al comercio de proximidad** en colaboración con otros servicios municipales.
- **Centro de interpretación de la huerta.** Espacio de referencia en biodiversidad y alimentación. Exposición.
- **Creación de un Semillero Ecológico km 0** como elemento de sensibilización para la conservación y estudio de la biodiversidad. (CERAI+CITA).
 - También formación específica en colaboración con Zaragoza Activa y Zaragoza Dinámica (Ayuntamiento de Zaragoza).
- **Utilización de la Marca como elemento de comunicación.**
- Presencia y difusión en **muestra agroecológica, mercado Valdespartera y otros** establecimientos y lugares de venta y consumo.
- **Participación en la Comisión de Soberanía Alimentaria** (Comisión 21 de la Agenda 21). Asimismo, se informará en las sesiones que celebre el **Consejo Sectorial de la Agenda 21.**

Seguimiento y control

Se llevará a cabo un seguimiento de las actividades de comunicación con el fin de medir su efecto y alcance. Se definirán unos indicadores y se elaborará un informe anual



ACTUACIÓN	RECURSOS FINANCIEROS /HUMANOS	TEMPORALIZACIÓN
Web +redes sociales Web municipal	Municipales	2017-2021 Continuidad
Distribución informe divulgativo proyecto. 500 usb 500 ejemplares impresos email y web	Municipales	2017
Notas de prensa municipales. Medios de comunicación.	Principalmente municipales	2017-continuidad
Campañas de difusión consumo productos ecológicos.	Municipales	2017-2021
Eventos locales.		2017-continuidad
Eventos nacionales e internacionales.		2017-continuidad
Programa de Educación Ambiental. Población general y escolares.	Municipales	2017-continuidad
Materiales y documentación	Municipales	2017-continuidad
Jornadas, cursos, seminarios, concursos, premios, demostraciones y otros.	Municipales+otros	2017-continuidad
Formación agricultores: • Nuevos • Reconversión	Municipales	2017-2021
Incorporación marca distribución.	Municipales	2017-2018
Encuestas.	Municipales	2017-
Centro de interpretación de la huerta. Exposición itinerante.	Municipales	2017-2018
Trabajo en red: • Red estatal • Red europea	Municipales + otros	2017- continuidad