



UNIÓN EUROPEA ACUERDO DE DELEGACIÓN

FED/2015/372-165

Anexo 6: PLAN DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD RIMRAP-AECID

A – Objetivos

1. Objetivos generales en materia de comunicación

El objetivo general del plan de comunicación y visibilidad es asegurarse de que las acciones RIMRAP-AECID, que forman parte de toda la intervención RIMRAP, cofinanciada por la Unión Europea (UE) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), incluyan información y acciones de comunicación para destacar ante el público ya general o específico, la lógica de las intervenciones, su interés, los productos y servicios ofrecidos, dentro de un proceso de mejora de la transparencia hacia la ciudadanía mauritana y europea. Un mejor conocimiento y participación en las actividades actualmente en marcha, así como la visibilidad del apoyo de la UE y la AECID [sic].

El plan de comunicación y visibilidad seguirá las indicaciones del Manual de Comunicación y Visibilidad en las Acciones Exteriores de la Unión Europea, así como las del Manual de Identidad Corporativa de la AECID.

Siempre habrá una coordinación previa de acciones entre la UE y la AECID antes del lanzamiento de las acciones de información, comunicación y visibilidad.

2. Grupos destinatarios

Los grupos destinatarios del plan de comunicación y visibilidad son:

- la población beneficiaria de las actividades
- los organismos de la sociedad civil
- las asociaciones de productores
- los socios técnicos y políticos de la intervención, ministerios, delegaciones, instituciones tuteladas
- los socios técnicos y financieros
- los medios de comunicación nacionales, regionales e internacionales.

3. Objetivos específicos para cada grupo destinatario, en relación con los objetivos de la acción y las fases del ciclo de proyecto

- Población beneficiaria



- transmitir adecuadamente los logros, los resultados esperados y los efectos del proyecto
 - asegurarse que la población beneficiaria sea consciente del papel de la AECID y de la UE
 - aumentar la percepción sobre el trabajo en colaboración para alcanzar objetivos comunes.
- Organismos de la sociedad civil
 - transmitir adecuadamente los logros, los resultados esperados y los efectos del proyecto
 - asegurarse de que los organismos de la sociedad civil sean conscientes del papel de la AECID y de la UE
 - aumentar la percepción sobre el trabajo en colaboración para alcanzar objetivos comunes
 - destacar el trabajo en colaboración entre distintos socios, incluida la OSC, y la necesidad de colaboración y coordinación para alcanzar objetivos comunes.
- Asociaciones de productores
 - transmitir adecuadamente los logros, los resultados esperados y los efectos del proyecto
 - asegurarse de que las asociaciones de productores sean conscientes del papel de la AECID y de la UE
 - aumentar la percepción sobre el trabajo en colaboración para alcanzar objetivos comunes
 - destacar el trabajo en colaboración entre distintos socios, incluidas las asociaciones de productores, y la necesidad de colaboración y coordinación para alcanzar objetivos comunes.
- Socios técnicos y políticos de la intervención, ministerios, delegaciones, instituciones tuteladas
 - transmitir adecuadamente los logros, los resultados esperados y los efectos del proyecto
 - asegurarse de que los socios nacionales sean conscientes del papel de la AECID y de la UE
 - aumentar la percepción sobre el trabajo en colaboración y la necesidad de colaboración y coordinación para alcanzar objetivos comunes.
- Socios técnicos y financieros
 - transmitir adecuadamente los logros, los resultados esperados y los efectos del proyecto
 - asegurarse de que los STF sean conscientes del papel de la AECID y de la UE
 - aumentar la percepción sobre el trabajo en colaboración y la necesidad de colaboración y coordinación para alcanzar objetivos comunes.
- Medios de comunicación nacionales, regionales e internacionales

- transmitir adecuadamente los logros, los resultados esperados y los efectos del proyecto
- asegurarse de que la población en general sea consciente del papel de la AECID y de la UE
- aumentar la percepción sobre el trabajo en colaboración y la necesidad de colaboración y coordinación para alcanzar objetivos comunes.

Público destinatario	Medio de comunicación contemplado
Población beneficiaria	Página web, televisión, radio, prensa, publicidad, blog, buzones de sugerencias
OSC	Encuentros y reuniones, intercambios, publicaciones, <i>newsletter</i> , página web, formaciones
Asociación de productores	Encuentros y reuniones, intercambios, publicaciones, <i>newsletter</i> , página web, formaciones
Socios políticos y técnicos nacionales	Encuentros y reuniones, intercambios, publicaciones, <i>newsletter</i> , página web, formaciones
STF	<i>Newsletter</i> , página web, ruedas de prensa, notas de prensa
Medios de comunicación	<i>Newsletter</i> , página web, ruedas de prensa, notas de prensa, declaraciones, encuentros, visitas

B – Actividades de comunicación

Todas las actividades previstas en el marco de este plan se registrarán por las guías de identidad visual y escrita de la UE y la AECID.

Las acciones de visibilidad y comunicación de dicho plan tratarán de alcanzar el mayor número de sinergias con las estrategias de visibilidad de la UE y la AECID.

Los métodos de comunicación seleccionados y los mensajes contemplados se transmitirán, en la medida de lo posible, en las lenguas nacionales, así como en francés.

La inscripción ‘Este programa está financiado por la Unión Europea y la AECID’ figurará en las cartas, faxes y comunicaciones.

Las comunicaciones se centrarán en el impacto y la finalización de las actividades.

4. Principales actividades durante el periodo que abarca el plan de comunicación y visibilidad



El responsable de la gestión RIMRAP-AECID pondrá en marcha las actividades previstas, en coordinación con los departamentos de comunicación de los socios nacionales y los distintos agentes de la RIMRAP, para elaborar los mensajes, las acciones y las manifestaciones.

De manera indicativa, está previsto que durante el periodo de ejecución se puedan ejecutar las siguientes actividades:

- relación dinámica con los medios de comunicación nacionales
- visitas sobre el terreno con los medios de comunicación u otros socios
- elaboración de material de comunicación corporativa
- eventos públicos en momentos destacados:
 - lanzamiento del proyecto
 - firma de acuerdos
 - encuentros anuales de planificación y revisión
 - presentación de resultados
 - clausura del proyecto
- redes sociales
 - página web
 - Twitter
 - blog
 - material gráfico y vídeos
- material escrito
 - folletos y *newsletters*
 - carteles y *kakemonos*

5. Herramientas de comunicación elegidas

Se podrían utilizar las siguientes herramientas:

- comunicados de prensa
- ruedas de prensa
- visitas para la prensa y artículos específicos
- *newsletters* y folletos
- páginas web
- placas conmemorativas
- producciones audiovisuales
- eventos públicos y visitas
- campañas informativas.

6. Cumplimiento de los objetivos de comunicación

La aplicación del plan de comunicación y visibilidad se medirá con los indicadores de actividad, resultado e impacto siguientes:

- número de ruedas de prensa realizadas
 - número de jornadas de información realizadas
 - número de anuncios publicitarios en los medios de comunicación
 - número de páginas web creadas
 - número de notas de prensa difundidas, fotografías y vídeos facilitados a los medios de comunicación
 - número de productos audiovisuales elaborados
 - número de visitas a la página web y redes sociales
 - aumento de la participación de los agentes en las actividades
 - número de personas a las que llegan las actividades
-
- número de personas que hacen referencia a las apariciones en los medios de comunicación
 - número de personas informadas en cuanto a las actividades.

Se podrán desarrollar otros indicadores a lo largo de la intervención.

7. Disposiciones relativas a la retroalimentación de la información

El sistema de seguimiento y evaluación proporcionará también información sobre los aspectos de comunicación y visibilidad descritos.

C – Recursos

8. Recursos humanos

Se consideran necesarias al menos 130 personas/día para llevar a cabo las actividades en materia de comunicación.

La Unidad de Gestión de RIMRAP-AECID será la responsable de la puesta en marcha de este plan, en estrecha colaboración con el experto que tiene que determinar un plan de comunicación y visibilidad global del programa.

9. Recursos financieros

110.000 EUR.