

PLA DE COMUNICACIÓ I DIFUSIÓ DEL PROJECTE PRIMA SUSFORAGE

Solsona 2022



SUSFORAGE

Sown forage mixtures for sustainable
agroecosystems in the Mediterranean area



CONTINGUTS

1. INTRODUCCIÓ

1.1. PROJECTE PRIMA SUSFORAGE

1.2. ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

1.3. OBJECTIU:

1.4. CONTEXT PRIMA

2. MISSATGES

3. PÚBLIC OBJECTIU

4. CANALS

5. PLA D'ACCIÓ

5.1. ACCIONS DE COMUNICACIÓ

5.2. CALENDARI

6. REQUERIMENTS DEL PROGRAMA PRIMA

1. Introducció

1.1. Projecte PRIMA SUSFORAGE

El projecte **SUSFORAGE** pretén avaluar els **beneficis potencials dels sistemes mixtos de policultiu-ramaderia en condicions mediterrànies** com a estratègia d'adaptació al **canvi climàtic**.

Les **barreges farratgeres sembrades han demostrat avantatges davant dels monocultius** en termes de béns i serveis, incloent-hi **alta productivitat i qualitat farratgera, menor susceptibilitat a plagues i malalties, major fertilitat del sòl i eficiència en l'ús d'aigua i nutrients**, entre d'altres.

En aquest document es defineixen les **accions de comunicació** que es duran a terme pel tal de donar a conèixer el projecte i els seus resultats als potencials actors involucrats i als principals beneficiaris.

1.2. Estratègia de comunicació

Per tal de maximitzar l'impacte del projecte, el pla s'organitza en tres fases. La **primera fase** dóna suport a la creació de plataformes virtuals, estableix la identitat corporativa del projecte i desenvolupa un conjunt inicial d'eines de comunicació (incloent el lloc web del projecte, el fulletó i l'ús de xarxes socials).

La **segona fase** dóna suport de manera continuada i iterativa a les plataformes virtuals i proporciona suport als socis per tal d'arribar als grups d'interès locals i interregionals i compartir els seus resultats i activitats en xarxa fora de la seva regió local mitjançant eines en línia, articles i comunicats de premsa.

La **tercera fase**, que es realitza de manera simultània amb la segona, té l'objectiu de donar forma als resultats i proporcionar informació als grups d'interès nacionals i internacionals, difonent les lliçons apreses durant el projecte i els casos d'èxit.

1.3. Objectiu:

L'objectiu general del Pla de Comunicació i Difusió del projecte SUSFORAGE és **donar a conèixer el projecte i els seus resultats** als potencials actors involucrats i als principals beneficiaris, així com **informar i comunicar els resultats** a empreses, organismes i entitats públiques i privades d'altres regions.

1.4. Context PRIMA

SUSFORAGE rep finançament de la **iniciativa PRIMA per a la recerca i la innovació de l'àrea mediterrània**. Aquesta té com a objectiu la posada en pràctica de polítiques conjuntes de recerca i innovació sota una estratègia comuna de tots els països participants per abordar reptes com la manca d'aigua, l'agricultura i la seguretat alimentària.

SUSFORAGE respon als reptes de PRIMA millorant XXX.

2. Missatges

Els missatges suposen la base per a totes les activitats de difusió i han de ser rellevants per als públics objectiu. Sent simples i concrets, recordaran els objectius del projecte i posaran en relleu el valor afegit i els beneficis que aquest aportarà. A més es posaran en comú entre els responsables de la comunicació dels diferents socis per tal de difondre'ls en les notes de premsa i altres formats de comunicació.

Sobre el projecte:

L'objectiu general del projecte SUSFORAGE és determinar les oportunitats tècniques i socioeconòmiques i les barreres en la transició dels monocultius als cultius farratgers de diversitat sembrada en gestió mixta dallat-pasturat (policultiu-ramaderia) a través d'una àmplia gamma de climes, per desenvolupar localment- models de rendiment adaptats en condicions de canvi climàtic a la Mediterrània. En particular, els objectius específics de SUSFORAGE són:

- Avaluar el lliurament de béns i serveis de mescles farratgeres de diversitat sembrada, incloent la productivitat, aliments nutritius, diversitat i fertilitat del sòl, eficiència en l'ús de l'aigua, regulació de plagues, mitigació del canvi climàtic i estabilitat i resiliència dels cultius davant les incerteses climàtiques.
- Dissenyar sistemes de policultiu-ramaderia sostenibles per augmentar la competitivitat agrícola i comprendre els efectes del pasturatge en el subministrament de béns i serveis mitjançant mescles de farratge sembrat.
- Investigar el valor alimentari dels farratges dels plats rics en espècies i com incorporar-los a les dietes del bestiar.

- Desenvolupar models matemàtics per determinar la millor composició i proporció d'espècies sembrades adaptades a la regió per garantir la resiliència i l'estabilitat de farratges altament nutritius, de producció local, davant el canvi climàtic.
- Identificació d'oportunitats i barreres tècniques i socioeconòmiques per a l'establiment de sistemes de policultiu-ramaderia mitjançant la implicació dels actors locals en les regions d'estudi de cas. Aquest enfocament multiactor inclou factors de gènere per aconseguir un redisseny holístic del sistema agroalimentari.

Generals:

- xxx.
- xxx.
- xxx.

3. Públic objectiu

Els diferents públics que s'identifiquen són:

- Comunitat científica
- Administració pública
- Societat general

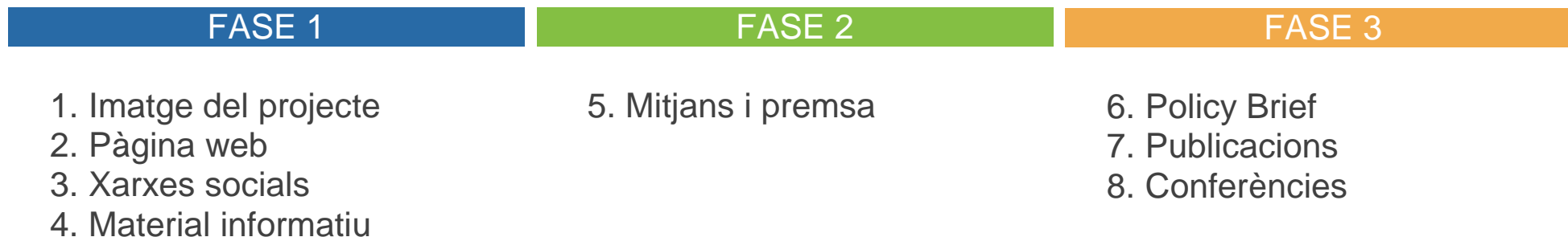
4. Canals

- Web del projecte
- Fulletons del projecte
- Xarxes socials
- Xarxes de difusió dels socis
- Tallers i classes
- Publicacions
- Mitjans de comunicació
- Conferències provisionals i finals

L'ús d'aquests canals es defineix en les accions de comunicació recollides en l'apartat 5. Pla d'Acció

5. Pla d'Acció

5.1. Accions de comunicació



1. Creació de la imatge del projecte

Objectiu:

Dotar d'identitat visual **per establir una marca recognoscible i facilitar la difusió per part de cada soci del consorci.**

Públic:

Tots

Descripció:

L'acció inclou:

- Disseny del logotip
- Manual d'aplicació de la marca
- Disseny d'un conjunt de plantilles per a la producció de materials de comunicació
- Disseny d'un roll-up

Soci Encarregat:

CTFC

2.Pàgina web

Objectiu:

Disposar d'un entorn online que serveixi com a font d'informació dinàmica i proporcioni informació sobre els objectius, els avenços i els resultats de SUSFORAGE, donant a conèixer regularment detalls d'esdeveniments, formacions i notícies del projecte.

Públic:

Tots

Descripció:

- La pàgina web contindrà com a mínim les següents seccions: Inici, Projecte, Socis, Resultats, Notícies/Blog, Contacte
- Allotjarà les plataformes virtuals per compartir coneixement i fer xarxa
- Allotjarà el material audiovisual que es derivi del projecte
- Escrita en llenguatge no tècnic, estarà traduïda als idiomes XXX
- Servirà com a recopilatori dels resultats del projecte
- Estarà vinculada a les xarxes socials del projecte

Soci Encarregat:

CTFC en farà el disseny i en gestionarà els continguts. La resta de socis estaran al càrrec de generar els continguts i fer-los arribar al CTFC.

3.Xarxes socials

Objectiu:

Tenir presència en les xarxes socials per tal d'augmentar la audiència i oferir una font dinàmica d'informació actualitzada.

Públic:

Tots

Descripció:

- Es crearà d'un compte de twitter per al projecte @SUSFORAGE_PRIMA
- Els diferents socis faran ús de les seves xarxes socials per comunicar les: accions, esdeveniments, articles publicats, vídeos, resultats del projecte, així com qualsevol acció relacionada, seguint les següents directrius:
 - Fer menció del projecte (@SUSFORAGE_PRIMA)
 - Fer menció del programa PRIMA, mitjançant les següents mencions i etiquetes a Twitter #PRIMAProjects, @PRIMAInnovation, #Research #Innovation i @EuScienceInnov @EU_H2020
 - Fer menció dels socis si s'escau
 - Utilitzar etiquetes pròpies pel al projecte: #SUSFORAGEPRIMA #SUSFORAGEProducts #sustainability #Mediterranean ,...
 - L'ús de l'etiqueta #SUSFORAGEPRIMA servirà per a recollir les piulades relacionades, fer un seguiment del seu impacte i elaborar un informe de XXSS.

Soci Encarregat:

CTFC per a la creació del compte. Tots els socis per a la creació del contingut i per a compartir-lo.

4. Material informatiu

Objectiu:

Disposar de fulletons impresos i disponibles en format PDF per a0020descàrrega mitjançant la pàgina web per proporcionar informació general del projecte i els seus beneficis.

Públic:

Tots

Descripció:

- Es redactarà i es consensuarà entre els socis els textos per a dos fulletons:
 1. Fulletó sobre el projecte: objectius, socis, resultats esperats
 2. Fulletó sobre els productes silvestres: què són i beneficis
- Es realitzarà el disseny seguint les pautes de disseny recollides en l'acció 1.
- Es distribuïran impresos en els diferents actes i esdeveniments del projecte i entre el agents implicats en les activitats del projecte, i estaran disponibles per a la seva descàrrega des de la pàgina web i es publicaran en xarxes socials.

Soci Encarregat:

CTFC

5. Mitjans i premsa

Objectiu:

Desenvolupar campanyes dirigides als mitjans de comunicació tant locals, regionals i estatals, per tal d'obtenir un millor abast del projecte.

Públic:

Societat en general

Descripció:

- Hi haurà un compromís d'enviament de mínim 2 notes de premsa per any. L'impacte mínim esperat en els mitjans de comunicació és de 6 impactes en mitjans regionals i 6 a la premsa local.
- Utilitzaran el model de nota de premsa realitzat en l'acció 1, s'adaptaran al llenguatge dels mitjans de comunicació mitjançant titulars, subtítols, organitzant la informació segons la seva importància, utilitzant eines visuals (gràfics, fotografies, etc.) i oferint dades per intentar atreure l'atenció. El llenguatge serà clar i directe.
- Serà motiu de nota de premsa qualsevol acció que sigui noticable o amb interès periodístic, com ara celebració de reunions, grups de treball, tallers o seminaris, fites en el projecte, o presentació de resultats.

Soci Encarregat:

CTFC

6. Policy Brief

Objectiu:

Disposar d'un document resum de polítiques i recomanacions que sintetitzin els missatges clau per als responsables polítics de la regió europea i nacional i mediterrània que es basin en els resultats del projecte.

Públic:

Administració pública

Descripció:

- Es redactarà un informe que contingui un resum de les polítiques i recomanacions que sintetitzà els missatges clau per als responsables polítics de la regió europea i nacional i mediterrània i que es basarà en els resultats del projecte, en concret dels WP 1, 2, 3 i 4.

Soci Encarregat:
CTFC

7.Publicacions

Objectiu:
Fomentar la difusió i comunicació de la recerca realitzada durant el projecte

Públic:
Comunitat científica

Descripció:

- Es prepararan 5 “Casos d’èxit per comunicar”, que podran ser realitzats en diferents formats, com ara articles tècnics, articles científics,...
- En aquestes peces comunicatives, es descriuran els processos i les lliçons apreses durant el projecte i es publicaran en revistes o publicacions científiques de manera conjunta amb el consorci.
- També es podran presentar en congressos i esdeveniments rellevants.

Soci Encarregat:

CTFC

8. Conferències

Objectiu:

Difondre el desenvolupament i els resultats del projecte

Públic:

Administració pública, Comunitat científica

Descripció:

- S'organitzaran dues conferències durant el projecte:
 1. Conferència intermèdia a Itàlia per tal d'exposar les principals conclusions del projecte.
 2. Conferència final a Algèria per tal de presentar els resultats finals del projecte.
- S'elaboraran resums corresponents a ambdues conferències que inclouran com a mínim el programa, la llista de participants i fotografies.
- També es presentaran els resultats del projecte en una conferència mediterrània sobre el subministrament d'aliments.

6. Requeriments del programa PRIMA

Abans d'emprendre una activitat de comunicació que s'espera que tingui una gran repercussió en els mitjans de comunicació, els beneficiaris han d'informar la Fundació PRIMA.

Per tal d'informar sobre el finançament de la Fundació PRIMA tenen la obligació i el dret d'utilitzar el logotip de la Fundació PRIMA i l'emblema de la Unió Europea.

Llevat que la Fundació PRIMA sol·liciti o acordi el contrari o llevat que sigui impossible, qualsevol activitat de comunicació relacionada amb l'acció (fins i tot en forma electrònica, a través de mitjans socials, etc.) i qualsevol infraestructura, equip i resultats importants finançats per la subvenció han d'incloure:

- Nombre de el Conveni de subvenció: [inserir nombre] [inserir acrònim] [inserir l'identificador de la convocatòria principal]
- El logotip de la PRIMA
- L'emblema de la UE
- El següent text:

- Per a activitats de comunicació: "Aquest projecte forma part del programa PRIMA recolzat per la Unió Europea"

- Per a infraestructures, equipaments i resultats majors: "Aquesta [infraestructura], [equipament] [inserir tipus de resultat] forma part del programa PRIMA recolzat pel programa de investigació i innovació Horitzó 2020 de la Unió Europea"

Quan es mostra junt amb un altre logotip, el logotip PRIMA i l'emblema de la UE han de tenir el protagonisme adequat.

- Agraïments en publicacions: "Aquest article té el suport del programa PRIMA en virtut de l'acord de subvenció n^o..., projecte...."