

Comunicación GALP

Difundiendo resultados de proyectos

Consejos y recomendaciones

Comunicación de proyectos

- No hay guías ni requerimientos específicos por parte de la Comisión
- Formas de destacar nuestra historia:
 - Etiquetar las cuentas de la Comisión Europea en nuestras redes sociales
 - Utilizar la Representación de la Comisión a nivel nacional:
 - Representación española
 - Etiquetar e informar a FAMENET sobre vuestras actividades de comunicación
 - ¿Qué ha financiado la UE?
 - El “toque humano”
 - *Añadir fotos, frases de los beneficiarios, de los promotores, de los usuarios...*

MARE & fund-specific

#EUBeachCleanup
#EMFAF
#EMFF
#EMD2023
#BlueInvest
#MissionOcean
#HorizonEU
#CLLD
#tastetheocean
#EUFunded
#EU4Algae
#OceanCalls
#EU4Ocean
#EUaquaculture
#BlueFarmingEU

Topic / theme specific

#fisheries
#Aquaculture
#BlueEconomy
#algae
#seaweed
#SmallScaleFisheries
#MaritimeSpatialPlanning
#GreenDeal
#BlueFarming

Etiquetar a la Comisión Europea

- **Mapear y listar las cuentas que puedan ser de nuestro interés**
 - Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc
 - Google
- **Comisión Europea:**
 - Cuentas generales de la Comisión Europea
 - Cuentas específicas de la Comisión Europea: por especialidad/idioma/país/región
- **Etiquetar a otras organizaciones incrementa la visibilización**
- **Incluir una pequeña traducción**

Cuentas de interés



- **Facebook:**

- DG MARE: [EU Maritime & Fish](#)
- [European Fisheries Control Agency – EFCA](#)

- **Twitter:**

- DG MARE: [@EU_MARE](#)
- Virginijus Sinkevičius (Commissioner for Environment, Oceans and Fisheries): [@Vsinkevicius](#)
- Comité de Pesca en el Parlamento Europeo: [@EP_Fisheries](#)
- Agencia Europea de Control de Pesca: [@EFCA_EU](#)
- Otras por Estado miembro

- **Instagram:**

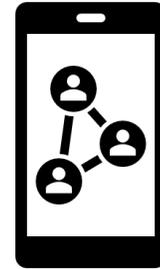
- DG MARE: [ourocean_eu](#)
- Virginijus Sinkevičius (Comisario de Medio Ambiente, Océanos, Pesca y Acuicultura): [virginijus_sinkevicius](#)

- **LinkedIn:**

- [European Fisheries Control Agency](#)

Representación de la Comisión a nivel nacional

- **Oficinas de comunicación a nivel provincial:**
 - [EUROPE DIRECT](#)
- **Canales de difusión abiertos: boletines, listas de correos, redes sociales, etc.**
- **Contacto regular**
- **Redes sociales: etiquetar a estos agentes en vuestras comunicaciones**



FAMENET

- Etiquetar e informar a FAMENET sobre vuestras actividades de comunicación

Especialmente interesante si están abiertas a participación online/exterior

- Compartir historias y éxitos
- FAMENET como “multiplicador” de confianza



Seguir

FAMENET 

@EU_FAMENET

Fisheries and aquaculture monitoring, evaluation, and local networking support to @EU_MARE. Views FAMENET, not the EU Commission.

El impacto de la UE

- **¿Qué ha financiado concretamente la UE en vuestro proyecto? ¿Qué diferencia ha hecho? ¿Qué impacto ha tenido en el territorio?**
- **Hacer referencia al programa/fondo/esquema usado**
- **Si es posible, ligadlo con prioridades de la UE**
 - Pacto Verde Europeo
 - Economía Circular
 - Estrategia de Biodiversidad
 - Oportunidades para los jóvenes / Relevo Generacional
 - Inclusión social
 - (...)

‘Toque humano’

- **Identificar a los beneficiarios:**
Conectamos con la gente, no con cifras u objetivos
- **Recoger citas de beneficiarios e incluirlas en las Comunicaciones**
- **Centrar parte de la comunicación en torno al beneficiario**

"As a resident, fisherman and nurseryman in the Ria Formosa, I believe this project meets the main concerns of producers, such as the Ria's production capacity, improving water quality and reducing the negative impact resulting from excessive navigation – with the advantage of significantly reducing operating costs, as all the equipment will be shared by all of us."

— Francisco Gaspar Lopes, project beneficiary



"This project has improved the working conditions of seafaring labour through mechanisation. It also provided an opportunity for a variety of local stakeholders to cooperate in the transformation of unvalued, raw material into an eco-friendly solution for local farmers, creating a potential new income source for local shellfish and wine producers"

— José González Martínez, Vilaboa Fishers' Association secretary



Ejemplo Práctico

- Promovido por la [Asociación de mujeres del sector pesquero local](#)
- En colaboración con tres asociaciones locales para personas con discapacidad
- Incluye la formación de los beneficiarios, la difusión de la profesión de las mariscadoras y la sensibilización sobre plásticos y residuos en el mar
- Implica la limpieza de playas y la elaboración de productos innovadores a partir de los residuos marinos
- Crea beneficios sociales para el sector/comunidad local
- Crea beneficio económico que se queda en el territorio

Good Practice Project

De residuos marinos a herramientas para el sector pesquero

es el en fr it pt

Country: Spain

El GALP Costa Sostible ha subvencionado la reforma de una escuela local abandonada para que tres asociaciones de discapacitados la utilicen como nuevo centro de transformación de residuos marinos.



Description

El proyecto ha sido promovido por la [Asociación de mujeres del sector pesquero local](#), en colaboración con el ayuntamiento de la ciudad (que donó un edificio escolar abandonado) y tres asociaciones locales que trabajan en el ámbito de la inclusión social de los discapacitados. He aquí algunas de las actividades del proyecto:

- Reacondicionamiento y equipamiento del nuevo centro de transformación de residuos marinos.
- Formación (incluidas visitas de estudio) para los miembros de la asociación en torno al sector del marisqueo, la conservación marina y la recogida y procesado de residuos.
- Un taller para profesionales de la pesca dedicado al diseño de herramientas pesqueras, en colaboración con la Universidad de A Coruña, para producir prototipos que serán posteriormente probados por los propios pescadores.
- La organización y realización de limpiezas de playas por parte de personas con discapacidad, así como la creación de puntos de recogida cerca de los puntos de control de marisqueo.
- La organización del Día Mundial de los Océanos y del Día Mundial del Medio Ambiente, para concienciar sobre los residuos marinos a escala local, incluida la realización de una exposición con algunos de los residuos recogidos.
- El diseño y la ejecución de una campaña de divulgación y comunicación sobre el proyecto.

Auto-examen: Comunicación GALP

- **¿Cuánta experiencia tenéis en comunicación?**
- **¿Qué sabemos de comunicación?**
 - ¿Necesitamos apoyo adicional por parte de expertos (internos o externos)?
- **Recursos: ¿Cuánto tiempo y presupuesto podemos dedicar a la comunicación?**
 - Es importante saber qué actividades queremos y si nuestros planes son realistas
 - Contexto / decisiones basadas en datos sobre qué actividades son las mejores
- **Público objetivo: ¿Quiénes son los principales destinatarios de su comunicación?**
 - ¿De dónde consume información este público/públicos?
 - ¿Tenemos ya una presencia allí o tenemos que construirla?

Auto-examen: Actividades de comunicación

- **¿A quién queremos transmitir estos resultados?**
 - Ser tan específicos como sea posible
 - **¿Hay algo específico que queramos resaltar con nuestras comunicaciones?**
 - Por ej. Uso innovador de los fondos, primer proyecto de este tipo en nuestro territorio, nuevas actividades o productos en nuestra zona, etc.
 - **¿Cuál es el objetivo con nuestra comunicación?**
 - Por ej.:
 - *Incrementar el conocimiento del proyecto*
 - *Inspirar otros proyectos*
- Corto y conciso

Linkedin: Grupo gestores GALP



¡Bienvenidos al Grupo Linkedin para gestores GALP de FAMENET! El objetivo de este grupo es facilitar intercambios entre gestores GALP y otros agentes DLP interesados. Por favor utilizad este grupo para:

- 👉 Compartir ideas de proyecto, buenas prácticas y otros materiales.*
- 👋 Compartir ideas de cooperación transnacional y búsqueda de socios.*
- 👋 Compartir eventos y oportunidades de networking.*
- 👋 ¡Mantenerse en contacto e interactuar! (incluso en vuestro idioma, ya que Linkedin tiene una opción de traducción automática)*

Mentimeter Time

www.menti.com

Código: 5798 5759