

7. Pla de comunicació

Aquest document conté el pla de comunicació del Pla Estratègic del Llegat dels Jocs Mediterranis Tarragona 2017. En el document s'identifiquen el públic objectiu, les seves necessitats i objectius de la comunicació, i les eines de comunicació a emprar.

7.1. Objectiu de la comunicació

El pla de comunicació del Pla Estratègic del Llegat dels Jocs Mediterranis Tarragona 2017 s'ha plantejat com una eina de governança complementària del Pla Estratègic que ha de servir per maximitzar les oportunitats de comunicació que es plantegen durant el procés de planificació i implementació de l'estratègia.

Els principals objectius de comunicació que es plantegen a través del pla són:

- Millorar la coordinació entre actors implicats i permetre una reflexió conjunta al llarg del procés de formulació i execució del Pla Estratègic;
- Facilitar la informació necessària per a la presa de decisions i per generar un debat informat entre els actors implicats;
- Proporcionar un retorn als actors implicats en el Pla Estratègic de les conclusions i resultats de les activitats i del procés;
- Contribuir a l'adopció d'una visió compartida en clau de futur i generar adhesions d'actors del territori a l'estratègia de llegat.

7.2. Responsable

El responsable de la gestió i implementació del pla de comunicació serà Tarragona Impulsa, entitat promotora i gestora del Pla Estratègic. En la implementació del pla de comunicació s'implicaran agents clau amb recursos per donar suport als processos i accions de comunicació.

7.3. Objectius de comunicació segons fases

Els objectius de comunicació, és a dir què volem comunicar i per què, s'han d'adaptar a les necessitats que apareixen en cadascuna de les fases del procés de planificació i implementació del Pla Estratègic. A continuació es detallen quins han de ser aquests objectius de comunicació en cada fase prevista.

Fase	Objecte de la comunicació
Iniciació	On som? Cap a on anem? <ul style="list-style-type: none"> – Voluntat política i objectius de posar en marxa el Pla Estratègic – Metodologia i procés de planificació estratègica
Diagnosi	Com som? Com volem ser? <ul style="list-style-type: none"> – Resultat i fets rellevants sobre les activitats del Pla Estratègic
Formulació i redacció	Com ho hem de fer? <ul style="list-style-type: none"> – Resultat i fets rellevants sobre les activitats del Pla Estratègic
Presentació	Què anem a fer? <ul style="list-style-type: none"> – Estratègia de llegat: línies, objectius, programes i projectes
Implementació	Anem bé? Quins resultats tenim? <ul style="list-style-type: none"> – Informar dels objectius, responsables, finançament, cronograma i seguiment de cadascun dels projectes aprovats en el Pla. – Coordinar la comunicació en el treball intern dels membres de cada projecte.

7.4. Públic objectiu i objectius de comunicació

En el següent apartat es detallen els públics objectius identificats pel pla de comunicació, i es fa una anàlisi del tipus de públic i nivell de prioritat, així com dels objectius de comunicació definits.

Cal destacar que un primer objectiu comú a tots els públics ha de ser informar-los dels objectius del Pla Estratègic i dels avanços al llarg del procés. Però a més, en el cas dels actors vinculats que estan implicats en l'execució dels projectes estratègics definits, caldrà aconseguir la seva implicació o coresponsabilització i coordinar les tasques durant el procés d'execució.

Tipus	Prioritat	Actor	Objectiu
Intern	Alta	Tarragona Impulsa	Comunicació interna
	Alta	Fundació Tarragona 2017	Comunicació interna
	Alta	Diputació de Tarragona	Comunicació interna
	Alta	Servei Català d'Ocupació	Comunicació interna
Vinculats	Alta	Administració pública local	Impuls de les accions proposades
	Alta	Consell Català de l'Esport	Impuls de les accions proposades
	Alta	Agència Catalana de la Salut	Impuls de les accions proposades
	Alta	Consejo Superior de Deportes	Impuls de les accions proposades
	Alta	Universitat Rovira i Virgili	Impuls de les accions proposades
	Alta	Cambres de Comerç	Impuls de les accions proposades

	Mitja	Teixit empresarial	Divulgació i impuls de les accions proposades
	Mitja	Teixit associatiu (esport/voluntariat)	Divulgació i impuls de les accions proposades
	Alta	IEMed	Impuls de les accions proposades
	Mitja	Centres educatius	Divulgació i impuls de les accions proposades
	Mitja	Associacions de veïns	Divulgació i impuls de les accions proposades
Externs	Mitja	Unió per la Mediterrània	Presència i posicionament internacional
	Baixa	Ciutats de la Mediterrània	Presència i posicionament internacional
	Baixa	Xarxes internacional	Presència i posicionament internacional
	Mitja	Empreses i possibles inversors	Presència i posicionament internacional
	Baixa	Població visitant	Divulgació
	Mitja	Referents i líders d'opinió	Creació d'opinió
	Alta	Mitjans de comunicació	Creació d'opinió
	Mitja	Ciutadania en general	Divulgació

7.5. Eines de comunicació del Pla

Per tal d'implementar les accions de comunicació, s'han identificat un conjunt d'eines que es recomana siguin utilitzades durant el procés i que es detallen a continuació:

Eines de comunicació

Imatge i marca

- **Lloc web.** Es crearà un lloc web dedicat al Pla Estratègic a través del qual es publicaran els documents relacionats amb el pla, així com informació d'actualitat sobre les activitats relacionades.
- **Xarxes 2.0.** No es recomana crear perfils propis per no atomitzar la comunicació, sinó utilitzar els perfils de les institucions implicades. Es proposa crear una hashtag sobre el llegat dels Jocs #llegat2017 que sigui utilitzat com a element comú per identificar els continguts publicats des de la resta de perfils de les institucions implicades.
- **Trameses per correu electrònic.** Es proposa definir una adreça de correu electrònic pròpia pel pla estratègic plaestrategicllegat2017@tarragona.cat i canalitzar totes les trameses de correu electrònic necessàries a través d'aquesta adreça.
- **Mitjans locals.** La difusió del Pla Estratègic i de les seves activitats han de ser difoses a través dels mitjans de comunicació locals dels municipis seus dels Jocs.

Publicacions

- **Memòries i informes.** Els documents associats al Pla Estratègic i al Pla d'Acció han de ser un dels elements clau per difondre l'estratègia i els objectius assolits.
- **Mapa de projectes.** Eina clau per facilitar la visibilitat de les accions promogudes, els seus actors i la distribució territorial. El mapa de projectes hauria d'incorporar-se al lloc web del Pla Estratègic.

Comunicació relacional

- **Tallers de treball.** Els tallers de treball han de ser una eina clau per a la participació dels implicats durant la fase de formulació de l'estratègia. Els tallers han de ser dinamitzats amb tècniques creatives i de generació d'idees.

- **Participació en reunions i seminaris tècnics.** Aquestes sessions, tot i que es poden realitzar durant tot el procés, són més recomanables durant la fase d'implementació per coordinar les accions de les persones implicades en cada projecte estratègic.
- **Xarxes socials.** Els perfils a les xarxes socials de les institucions implicades han de ser una eina clau per comunicar els objectius i resultats del Pla Estratègic a la ciutadania i resta d'entitats no implicades en la seva execució.

Accions de configuració de consens

- **Tallers de treball.** Els tallers han de servir com a eina per assolir el consens dels participants a través del treball conjunt i de la validació de les propostes presentades durant el procés.
- **Sessions plenàries.** Activitat clau per cercar la validació de les propostes presentades en moments clau del procés.

7.6. Accions de comunicació

En aquest apartat es proposen accions de comunicació a desenvolupar per cada públic objectiu. Aquests accions s'han agrupat en tres grans grups:

- 1) les accions de comunicació interna adreçades a l'equip de treball del Pla Estratègic (encarregats de la seva gestió i implementació) i a les institucions promotores;
- 2) les accions de comunicació externa adreçades a la resta d'agents implicats en la seva implementació; i
- 3) les accions adreçades a la ciutadania en general i a les entitats de dins i fora del territori que no participen activament en la implementació del Pla Estratègic.

	Que	Qui	Objectiu	Quan	Com
Interna	Reunió Kick-off	Equip	Revisar la planificació, responsabilitats, tasques i canals de comunicació	Un cop, a l'inici del projecte	Reunió presencial
	Fil directe	Equip	Informar i coordinar les activitats	Continua, durant totes les fases	Telèfon, correu electrònic o personal
	Trameses de correu electrònic	Institucions promotores	Informar del progrés i resultats assolits	Quan sigui necessari	Correu electrònic
	Reunions	Equip i institucions promotores	Mantenir-los informats del progrés i facilitar la presa de decisions	Quan sigui necessari	Presencial o videoconferència

Externa - vinculats	Informes de seguiment	Equip i institucions promotores	Actualitzar del progrés del projecte	Bimensual	Per correu electrònic a la Comissió de Seguiment que s'ha de responsabilitzar de difondre en la seva institució
	Reunió Kick-off	Equip del projecte	Revisar la planificació, responsabilitats, tasques i canals de comunicació	Un cop, a l'inici del projecte	Reunió presencial
	Fil directe	Equip del projecte	Informar i coordinar les activitats	Continua, durant totes les fases	Telèfon, correu electrònic o personal
	Reunions	Equip i institucions promotores	Mantenir-los informats del progrés i facilitar la presa de decisions	Quan sigui necessari	Presencial o videoconferència
	Informes de seguiment	Equip i institucions promotores	Actualitzar del progrés del projecte	Bimensual	Per correu electrònic a la Comissió de Seguiment que s'ha de responsabilitzar de difondre en la seva institució
Externa - Resta	Finestra oberta	Tots els interessats	Difondre el Pla, la seva activitat i els resultats assolits	Continua	Adreça de correu electrònic, postal i telèfon
	Lloc web	Tots els interessats	Difondre el Pla, la seva activitat i resultats a través de notícies i publicacions	Continua	Adreça de correu electrònic, postal i telèfon
	Notes de premsa	Mitjans de comunicació	Informar de fets rellevats	Quan sigui necessari	Correu electrònic o roda de premsa

