

PLA DE COMUNICACIÓ DE L'AGRUPACIÓ NATURALISTA I ECOLOGISTA DE LA GARROTXA

ÍNDEX

PLA DE COMUNICACIÓ	1
1. INTRODUCCIÓ.....	1
2. PUNT DE PARTIDA: L'ANÀLISI.....	2
2.1. ANÀLISI DE L'ENTITAT.....	2
2.2 ANÀLISI COMUNICATIVA.....	3
2.3 DAFO.....	4
3. DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA COMUNICATIVA.....	4
3.1 PÚBLIC.....	4
3.2 OBJECTIUS.....	5
3.3 MISSATGE I TO.....	7
3.4 CANAL.....	7
3.5 PLANIFICACIÓ I EXECUCIÓ.....	8
4. AVALUACIÓ.....	9

1. INTRODUCCIÓ

Anàlisi i diagnosi de la comunicació:

En primer lloc, s'ha dut a terme un estudi sobre la gestió actual de la comunicació, tant interna com externa, de l'Agrupació Naturalista i Ecologista de la Garrotxa. L'objectiu és identificar àrees de millora i punts forts en els processos de comunicació existents.

Definició de l'estratègia comunicativa:

Tenir clar d'on venim, saber com comuniquem actualment i tenir clara l'estratègia actual, o l'absència d'ella, pot ser un bon punt de partida per establir la nova; mantenint els punts forts i replantejant les mancances

En aquest apartat, s'han definit els diferents perfils als quals s'adreça l'Agrupació Naturalista i Ecologista de la Garrotxa a partir dels membres, voluntaris, comunitat local, mitjans de comunicació i altres grups d'interès rellevants.

També es poden trobar els objectius generals i específics s'han fixat després de reunions amb l'equip, així com a partir de l'anàlisi de materials disponibles i l'avaluació de mancances comunicatives observades. Aquests objectius són fonamentals per a la creació de missatges coherents i eficaços en tota comunicació realitzada.

Les accions específiques que s'han dissenyat amb la finalitat d'aconseguir els objectius establerts pel Pla de Comunicació també es troben en aquest apartat. Es tenen en compte els públics destinataris de l'Agrupació. Algunes accions es poden implementar a curt termini, mentre que altres requeriran una planificació i execució a llarg termini.

Avaluació:

Tant durant com després de tota la feina comunicativa realitzada en el període que ha estat vigent el pla de comunicació, o en el termini que hem establert per l'estratègia comunicativa, és crucial avaluar la tasca duta a terme de cara a millorar-la durant el mateix procés o en el futur.

2. PUNT DE PARTIDA: L'ANÀLISI

2.1. ANÀLISI DE L'ENTITAT

- Fundació i Trajectòria: L'Agrupació naturalista de la Garrotxa forma part de la Xarxa de Conservació de la Natura, està registrada en el registre d'entitats ambientals de Catalunya i té en actiu varis convenis i acords de custòdia en finques privades on hi

desenvolupa accions d'estudi, conservació i divulgació de la natura. En l'àmbit fluvial o de gestió de masses d'aigua i destaquen els acords de custòdia amb la fundació de l'Hospital d'Olot i comarcal de la Garrotxa i amb la finca de propietat privada de Santa Bàrbara de Pruneres a l'Alta Garrotxa.

Constitució: 20 novembre de 1978

Darrera actualització estatuts: 25 d'abril de 2013

- **Missió, Visió i Valors:** La missió principal de l'Agrupació Naturalista és la de preservació i conservació del medi ambient. Els valors d'ecologia, sostenibilitat i conscienciació ambiental són claus per al seu posicionament estratègic.
- **Projectes i Activitats:** Les activitats actuals abasten una àmplia gamma de tasques de conservació i educació ambiental, des de netejar rius fins a programes educatius per a infants i adults. La creixent varietat d'activitats destaca l'aposta per ampliar la participació de la comunitat en les accions de preservació.
- **Imatge Corporativa:** L'agrupació Naturalista té una imatge positiva basada en la seva feina tangible de conservació i educació ambiental. La seva reputació es basa en la dedicació real i efectiva als projectes, així com en la seva contribució positiva al medi ambient.
- **El Públic:** L'ANEGx compta amb una audiència variada que abasta totes les edats. L'objectiu és difondre l'interès i l'amor per la natura a través de múltiples canals i entorns, des de les escoles i casals d'estiu fins als instituts i xerrades a universitats. A més, es prepararen tallers inclusius destinats a famílies, hospitals i persones grans. El punt fonamental és que l'únic requisit essencial per formar part del públic és tenir un interès sincer per contribuir a millorar el medi ambient. Aquesta ampliació del públic reflecteix la voluntat de l'ANEGx de difondre la consciència ambiental a tots els segments de la societat, des de la infància fins a la gent gran, incloent institucions educatives, comunitats, hospitals i altres entorns socials. Aquesta informació és vital per a l'estratègia comunicativa, ja que proporciona una visió més completa dels segments de públic a arribar i dels canals i entorns on trobar-los. D'aquesta manera, es poden adaptar les estratègies de comunicació per connectar de manera més efectiva amb cada grup d'edat i entorn, fomentant la participació i l'implicació de la comunitat en les iniciatives de preservació del medi ambient.

L'Agrupació Naturalista i Ecologista de la Garrotxa té una base sòlida amb una història rica en accions concretes de preservació ambiental. L'evolució de les activitats mostra un creixement positiu i la intenció de captar més participants. Aquesta informació proporciona la base per a una estratègia comunicativa que posi en valor les accions realitzades, inciti a la participació de la comunitat i comuniqui amb eficàcia els valors de l'entitat.

2.2 ANÀLISI COMUNICATIVA

- Prioritats dels Membres Interns: La comprensió que els membres de l'ANEG tenen altres compromisos personals és clau. La dedicació voluntària pot provocar una manca de recursos humans per a la comunicació interna. Es pot considerar un enfocament flexible o horaris adaptats per fomentar la participació i la comunicació interna, posant en valor la importància de la informació i la transparència dins l'organització.
- Responsable de Xarxes Socials: Identificar que ja hi ha una persona responsable de la gestió de les xarxes socials (en aquest cas, la pàgina web i Instagram) és positiu. Això pot ser una base per ampliar la presència online de l'ANEGx, però també pot indicar una oportunitat per diversificar i expandir l'ús de plataformes addicionals, adaptant-se als públics objectius i les estratègies de comunicació.
- Relació amb Mitjans de Comunicació: La participació en mitjans locals de televisió com Olot TV o La Xarxa és un punt fort. Aprofitar aquesta presència pot ser una oportunitat per potenciar i ampliar la visibilitat de l'ANEGx. Mantenir i expandir aquestes relacions amb mitjans locals pot ser clau per a una major difusió de les accions i missatges de l'organització.

En relació a la manca de comunicació interna, és important explorar estratègies per involucrar més els membres interns. Això pot incloure l'ús de plataformes de comunicació interna, com forums en línia, correus electrònics o reunions periòdiques per compartir informació rellevant sobre les activitats de l'ANEGx, així com facilitar un espai per a la retroalimentació i aportacions dels membres.

Respecte a l'àmbit extern, aprofundir en les xarxes socials existents i la participació en mitjans locals és una oportunitat per millorar la comunicació i difusió dels valors i accions de l'ANEGx. Establir una estratègia més integrada, considerant altres plataformes de xarxes socials o mitjans de comunicació, pot contribuir a un impacte més gran i a arribar a nous públics.

Aquesta informació permet una visió més clara de l'estat actual de la comunicació de l'ANEGx i suggereix l'oportunitat de desenvolupar estratègies específiques per millorar la comunicació interna i externa, aprofitant els recursos disponibles i buscant maneres de comprometre més els membres interns mentre es continua expandint la presència a través dels mitjans de comunicació locals i les xarxes socials existents.

2.3 DAFO

2.3.1 | Debilitats

- La falta de coordinació interna.
- Absència de reunions periòdiques o d'un sistema establert de comunicació.

- Manca d'una línia coherent de comunicació entre els diferents departaments.

2.3.3 | Fortaleses

- Bon funcionament d'alguns perfils de xarxes, dels quals se'n poden importar bones pràctiques.

2.3.4 | Oportunitats

- Bona predisposició a fer canvis.

3. DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA COMUNICATIVA

3.1 PÚBLIC

L'ANEGx reconeix la importància de conèixer adequadament el seu públic per incidir millor en aquest segment i dirigir els esforços de manera eficaç. Tot i estar satisfets amb el públic actual, l'objectiu és augmentar la participació de joves disposats a col·laborar voluntàriament per ajudar al medi ambient.

Per definir aquest perfil, és essencial plantejar-se algunes preguntes clau:

- A quin territori volem arribar? A tots els joves de la regió, o només als dels barris específics o àrees locals?
- Quina és la franja d'edat a la qual volem dirigir-nos?
- Quins són els seus interessos i necessitats relacionats amb la preservació del medi ambient?

Tenir una visió clara d'aquests aspectes facilitarà l'arribada a aquells joves potencialment interessats en els projectes i activitats de l'ANEGx.

- **Territori:** Joves residents a la comarca de la Garrotxa, ubicada a Catalunya, que es mostren interessats en les qüestions mediambientals i la preservació del medi natural local.
- **Franja d'Edat:** Individus amb edats compreses entre els 12 i 30 anys, que representen una etapa vital crucial per a la sensibilització i el compromís amb la conservació del medi ambient.
- **Interessos i Necessitats:** L'Agrupació Naturalista té com a objectiu conèixer més a fons els interessos i les necessitats d'aquest públic específic relacionats amb la preservació del medi ambient. Això implica comprendre els temes mediambientals que els preocupen més, les seves preferències en matèria d'activitats relacionades amb la conservació, les seves motivacions per col·laborar en iniciatives mediambientals i els canals de comunicació i participació que troben més atractius i accessibles.

Per tal d'assolir aquest objectiu i connectar de manera més efectiva amb aquest públic, l'ANEG pot optar per diverses estratègies:

- Investigació i Recerca: Realitzar enquestes, focus groups o entrevistes amb joves d'aquesta franja d'edat per entendre millor els seus interessos, preocupacions i punts de vista respecte al medi ambient.
- Programes Educatius i Tallers Participatius: Ofereixi activitats educatives, tallers pràctics i programes d'educació ambiental que estiguin adaptats a les necessitats i interessos identificats en la recerca, fomentant la participació activa del públic objectiu.
- Comunicació Personalitzada: Utilitzar canals de comunicació preferits per a aquest grup d'edat, com xarxes socials específiques, plataformes en línia o activitats presencials que els captivin i generin interès en les iniciatives de preservació ambiental de l'ANEGx.

3.2 OBJECTIUS

Augmentar la participació del públic jove en les iniciatives de conservació mediambiental de l'ANEGx:

- Desenvolupar i implementar dos programes educatius específics, un enfocat en escoles de la comarca i l'altre en col·laboracions amb universitats i centres juvenils, durant el període del proper any.
- Realitzar un estudi sobre els interessos mediambientals dels joves de la comarca de la Garrotxa, i basant-se en aquesta informació, crear continguts i activitats que connectin amb les seves necessitats i interessos durant els propers sis mesos.

Millorar l'impacte i la interacció a les xarxes socials amb el públic jove:

- Augmentar en un 30% el nombre de seguidors joves a la pàgina d'Instagram de l'ANEGx en els propers nou mesos, publicant continguts diàriament enfocats en qüestions mediambientals rellevants i participatives.
- Organitzar quatre sessions de debat o fòrums virtuals durant el pròxim any, destinats als joves, per incentivar la interacció i el diàleg sobre temes ambientals locals importants.

Incrementar la participació voluntària dels joves en accions de conservació mediambiental:

- Organitzar un mínim de tres jornades de neteja de rius o boscos durant els propers 12 mesos, involucrant activament grups de joves d'escoles i instituts locals.

- Establir un programa de reconeixement i reconeixement públic per als joves voluntaris més actius, amb l'objectiu de motivar i reconèixer el seu compromís amb la preservació del medi ambient.

Augmentar l'Alcance i Mantenir les Xarxes Socials Actualitzades:

- Publicar contingut rellevant, educatiu i atractiu relacionat amb la preservació del medi ambient almenys tres vegades per setmana a les xarxes socials, destacant les accions, esdeveniments i projectes de l'ANEGx.
- Implementar campanyes de conscienciació i crides a l'acció a través de vídeos, imatges i textos que captivin l'atenció del públic general, incentivant-ne la participació i el seguiment de les pàgines de l'entitat.
- Responder de manera immediata i interactiva a comentaris, preguntes i interaccions dels usuaris a les xarxes socials per mantenir un diàleg actiu i constant amb l'audiència.
- Realitzar seguiments periòdics i analítiques de l'evolució dels seguidors i l'impacte del contingut publicat, ajustant l'estratègia de contingut i promoció basant-se en els resultats obtinguts.

3.3 MISSATGE I TO

Adaptació del To de Comunicació:

- Definir tonalitats diferents per a cada tipus d'activitat o projecte, ajustant el to dels missatges a la naturalesa específica de cada iniciativa. Per exemple, un acte festiu pot adoptar un to més desenfadat i alegre, mentre que un debat o una xerrada poden requerir un to més seriós i informatiu.

Coherència amb la Identitat i els Valors de l'ANEGx:

- Garantir que els missatges transmetin els valors d'ecologia, sostenibilitat i conscienciació ambiental de l'ANEGx, mantenint una línia coherent amb la identitat i la missió de l'entitat.
- Utilitzar un llenguatge inclusiu i respectuós, adaptat a diferents públics, perquè els missatges siguin comprensibles i accessibles per a tothom.

Disseny Estètic dels Materials de Promoció:

- Elaborar materials de promoció (cartells, infografies, vídeos, etc.) amb una estètica que reflecteixi els valors i la identitat de l'ANEGx, utilitzant imatges i colors que evocin la natura i la conservació ambiental.

- Assegurar-se que els materials siguin visuals, atractius i de fàcil comprensió, fomentant la participació i l'interès del públic.

3.4 CANAL

Canals de Comunicació Externs:

En línia:

- Pàgina web de l'ANEGx: Per a informació detallada sobre projectes, esdeveniments i contacte.
- Xarxes socials com Facebook, Twitter, Instagram i TikTok per arribar a diferents segments d'edat i interès.
- Mitjans de comunicació digitals locals i especialitzats per a difondre iniciatives i esdeveniments.
- Correu electrònic i butlletins electrònics per a comunicacions directes i actualitzacions.

Canals Tradicionals:

- Ràdio, televisió i premsa impresa locals per aconseguir una major cobertura en la comunitat.
- Cartelleria en espais públics, punts d'informació juvenil, centres d'ensenyament i locals afins.
- Columnes publicitàries per a una presència física en esdeveniments i activitats.

Canals de Comunicació Interna:

És fonamental no descuidar la comunicació interna, ja que el públic intern és una via vital per a la difusió i la participació en les activitats de l'ANEGx:

- Correu electrònic intern: Per a comunicacions oficials, convocatòries i actualitzacions internes.
- Grups de missatgeria com WhatsApp per a interaccions immediates i coordinació.
- Difusió en reunions internes, assemblees i esdeveniments exclusius per a membres i voluntaris de l'ANEGx.

3.5 PLANIFICACIÓ I EXECUCIÓ

Per tal d'assegurar una comunicació efectiva i coordinada, es pot optar per una comissió o una persona responsable de la comunicació dins de l'entitat. Les seves funcions serien:

Coordinació del Procés de Pla de Comunicació:

- Coordinar l'elaboració del pla de comunicació, si és necessari, i distribuir les tasques comunicatives entre els membres de l'equip o les comissions pertinents.
- Establir una temporalització clara per a les accions i els missatges a comunicar, assegurant-ne la coherència i la planificació en el temps.

Transmissió i Relleu de la Comunicació:

- Transmetre i compartir els missatges, objectius i accions comunicatives a tot l'equip, assegurant-se que tots estiguin conscients i alineats amb la estratègia comunicativa.

Coordinació amb Altres Comissions:

- Col·laborar amb altres comissions per recollir informació sobre activitats i projectes a comunicar, coordinant-se estretament per a una difusió coherent i efectiva.

Elaboració i Coordinació d'Accions Comunicatives:

- Coordinar l'elaboració i implementació de les diferents accions planificades en el pla de comunicació o estratègia definida, assegurant-ne l'execució efectiva i el seguiment.

Previsió Econòmica de les Accions:

- Preveure i gestionar les despeses econòmiques associades a les accions comunicatives, com ara costos d'impressions, anuncis, promoció, etc.

Les persones responsables de la comunicació han de mantenir una estreta relació amb tota l'assemblea i estar alineada amb les diferents activitats de l'ANEGx. És important que la planificació i les accions estiguin a disposició dels membres de l'organització per fomentar la participació i la col·laboració transversal en les campanyes i iniciatives comunicatives. Així, diverses persones poden contribuir puntualment en diverses tasques, fent que la comunicació sigui més participativa i inclusiva.

Les actuacions més rellevants desenvolupades en els darrers 3 anys són:

Any	Actuacions
2020-2023	Tallers d'educació ambiental a escoles i instituts de la Garrotxa
2020-2023	Casal d'estiu naturalista
2020-2023	Camp de treball SCI "Viu la natura"
2020-2023	CAU dels "Amics dels animals" per nens i nenes de 7 a 12 anys

2020-2023	Projecte “Enlludriga’t” de conservació de la llúdriga a escoles de primària i secundària
2020-2023	Serveis comunitaris a alumnes de 3er i 4art d’ESO dels cinc centres d’ensenyament secundari de la Garrotxa
2020-2023	Gestió dels “Horts socials de les Mates”
2020-2021	Sortides naturalistes per observar ocells, amfibis, rèptils i mamífers per sensibilitzar al públic interessat de la fauna comarcal
2020-2023	Tallers de caixes-niu destinat als barris d’Olot
2020-2023	Sortides naturalistes per observar flora i per sensibilitzar al públic interessat de la flora comarcal
2020-2023	Sortides divulgatives per escoltar cants d’ocells i sons de la natura
2020-2023	Campanya de voluntariat de seguiment del cranc de riu
2020-2023	Campanya de seguiment de la fauna exòtica més nociva a la comarca de la Garrotxa
2020-2023	Sortides de coneixement de l’hàbitat d’interès comunitari de la verna de la riera de Riudaura
2020-2023	Sortides naturalistes per conèixer els boscos madurs catalogats de la comarca de la Garrotxa
2020-2023	Col·laboració amb l’entitat SELVANS per promoure la conservació dels boscos madurs de la comarca i la creació d’itineraris forestals terapèutics
2020-2023	Gestió de 4 finques privades amb acords de custòdia amb l’entitat per donar suport a la conservació del patrimoni natural
2020-2023	Suport en la gestió i sensibilització ambiental de la piscifactoria d’Olot
2020-2023	Projecte Simbiosi: pacients que cuiden els boscos, boscos que cuiden els pacients
2020-2023	Camp de treball de joventut “Viu la natura al Parc natural”
2020-2023	SIMBIOSI JOVE: servei comunitari i aprenentatge servei amb els escoles verdes d’Olot, Projecte enlludriga’t i + verns
2020-2023	Dinamització de voluntariat per millorar el bosquet de l’Hospital d’Olot i el bosc de ribera per tal d’incrementar-ne la maduresa
2021	Edició del llibre “Flors dels boscos de la Garrotxa”
2021	Edició del llibre “Bells boscos Vells”
2023	Edició de l’opuscle “Bells boscos Vells”
2023	Obtenció del Premi de Voluntariat Socioambiental (Demarcació de Girona)

4. AVALUACIÓ

Per realitzar l'avaluació, donarem resposta a les següents preguntes

Planificació Inicial:

- Hem realitzat una planificació detallada de les accions comunicatives abans de començar?
- Vam establir clarament el públic al qual ens dirigíem i vam definir les estratègies per arribar-hi?

Definició i Execució de les Accions Comunicatives:

- Vam definir i implementar les accions comunicatives programades durant el període establert?
- Vam respectar els terminis i les dates establertes per a la difusió dels missatges i les campanyes?

Impacte i Visibilitat Obtinguda:

- La difusió i les accions comunicatives realitzades han generat impacte en el públic?
- Hem obtingut la visibilitat desitjada? S'han aconseguit aparicions als mitjans de comunicació com esperàvem?

Anàlisi de l'Efectivitat:

- Quines accions o estratègies han funcionat millor en la captació d'atenció i interacció amb el públic?
- Quines accions han tingut menys impacte o no han generat la resposta esperada? Com podrien millorar-se?

La resposta a aquestes preguntes ajudarà a identificar les àrees d'èxit i les àrees de millora en la estratègia comunicativa de l'ANEGx. Això permetrà ajustar i millorar les pròximes iniciatives comunicatives, orientant-les cap a un impacte més efectiu i desitjat en el públic objectiu.

Planificació Inicial:

- Sí, vam dur a terme una planificació inicial que va incloure la definició de les nostres estratègies comunicatives. Vam establir clarament el públic objectiu i vam dissenyar les accions per arribar-hi. Tot i això, reconeixem que podem millorar la profunditat d'aquesta planificació.

Definició i Execució de les Accions Comunicatives:

- En general, vam aconseguir definir i dur a terme la majoria de les accions comunicatives programades. No obstant això, hi va haver ocasions en què els terminis no es van complir completament, el que ens va obligar a reprogramar algunes iniciatives.

Impacte i Visibilitat Obtinguda:

- Les nostres accions de difusió han generat un impacte positiu, especialment en les xarxes socials, on hem observat un augment dels seguidors i una interacció més activa. Hem aconseguit algunes aparicions als mitjans locals, però encara treballem per millorar la nostra presència mediàtica.

Anàlisi de l'Efectivitat:

- Hem notat que les publicacions sobre accions concretes, com neteja de rius o tallers educatius, han tingut una resposta més positiva del públic. No obstant això, reconeixem la necessitat de millorar la promoció de les nostres accions menys conegudes per atraure una major atenció.

Basant-nos en aquesta avaluació, reconeixem els èxits assolits en termes d'impacte i interacció, però també identifiquem àrees de millora. En conseqüència, buscarem ampliar la planificació inicial, mantenir els terminis i millorar la nostra presència mediàtica i promoció per garantir una comunicació més efectiva i eficient amb el públic.