

943.521.389

¿Qué
hay tras
esa
cifra?

¿Qué
hay tras
esa
cifra?

Forestación
Inversión Futuro
Innovación

Personas Sueños

Regadíos Investigación
Ganadería Agroindustria

Jóvenes Leader Empleo

Grupos Cooperación

Sostenibilidad Formación



Plan de COMUNICACIÓN 2018/2021

Si hablamos de Comunicación, hablamos de personas

67.135

¿A donde vamos? Objetivos

- 1 Identificar claramente los flujos de información de todos los organismos y empresas del PDR para su optimización.
- 2 Dinamizar y reorientar a todos los actores hacia la difusión de sus contenidos (medios propios).
- 3 Concienciar a la población aragonesa, rural primordialmente, pero también urbana, sobre la importancia del mundo rural.
- 4 Valorizar el mundo Rural.
- 5 Transparencia de todas las actuaciones llevadas a cabo.
- 6 Realizar una estrategia de comunicación distinta con proyección y reconocimiento fuera de Aragón. Convertir la gestión del PDR de Aragón en un modelo.



Si hablamos de Comunicación, **hablamos de personas**

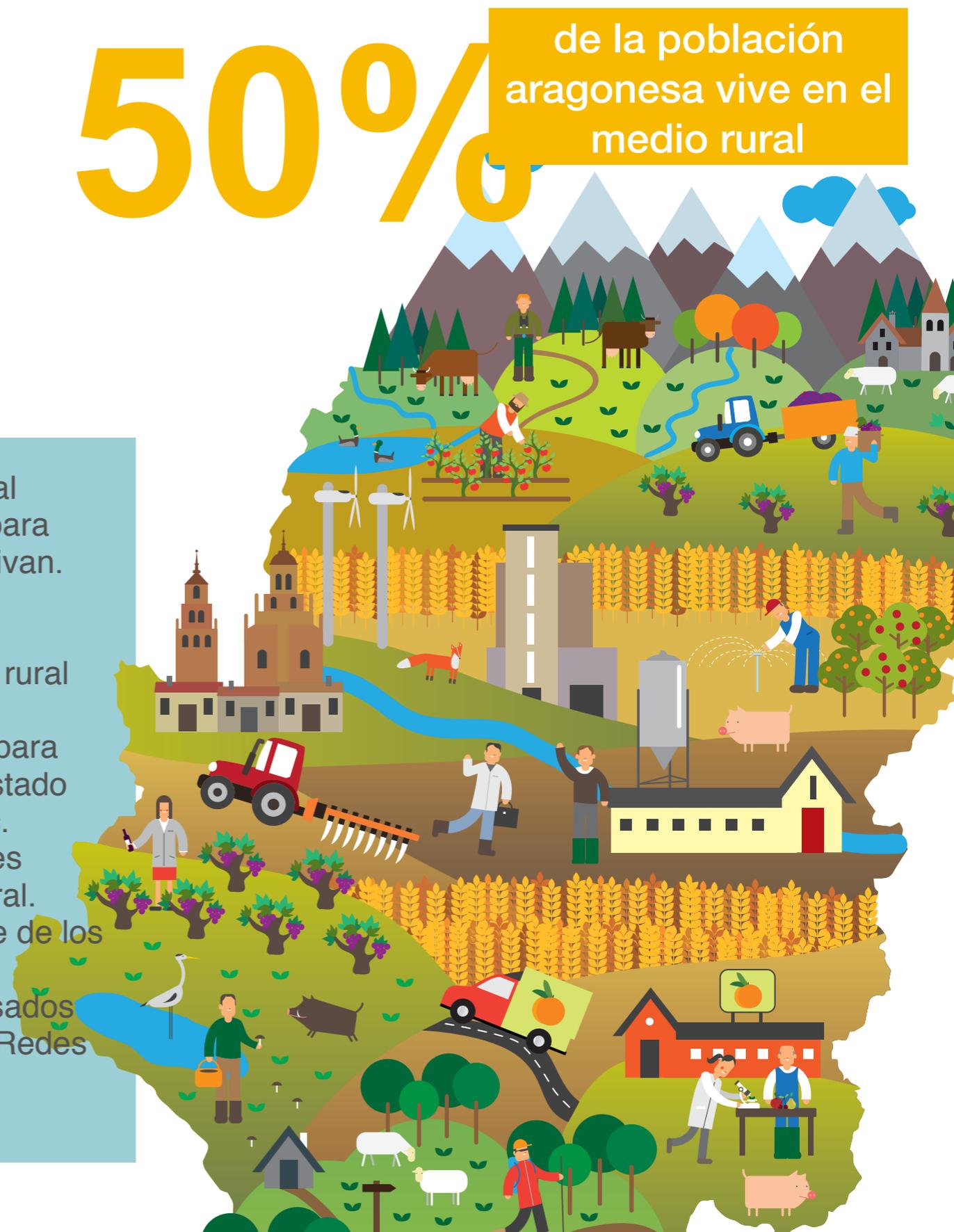
Lo más importante es cultivar la actitud positiva hacia el mundo rural.

50%

de la población aragonesa vive en el medio rural

Estrategia de Contenidos

- 1 El medio es el mensaje.** Hay que adaptar cada contenido al soporte en el que se difunde. No sirve una nota de prensa para todo el mundo. No todos los destinatarios/receptores se activan. Seamos multimedia.
- 2 Cantidad o calidad.** Hacerse un hueco en la marea de la comunicación urbana con cantidad, es imposible. El mundo rural no es competitivo en ese espacio. Optemos por la calidad.
- 3 Las emociones.** La comunicación emocional es el camino para que los pocos mensajes calen en el receptor, creando un estado de opinión colectivo. Experiencias de éxito, sensibilidad, etc.
- 4 De la improvisación a la planificación.** La vida cotidiana es ajetreada en las ciudades y más placentera en el mundo rural. Esos valores y forma de hacer las cosas deben formar parte de los contenidos.
- 5 Multiplataforma.** Los contenidos, se producirán para ser usados en todas las plataformas posibles: Prensa / Radio / Vídeo / Redes Sociales.



Si hablamos de Comunicación, **hablamos de personas**

Estrategia de Difusión

Medios Externos	Medios Propios
Listas de Difusión. En las listas de difusión se incluirán los medios fijados en este informe. Además de los que vayan apareciendo en el periodo	Espacio web. Seguimiento y difusión de todos las noticias y formatos generados en el apartado contenido. Con especial atención a la Agenda como
Realización de un Road Show. Planificación de fechas y agentes participantes.	Redes Sociales. Compartir y dinamizar el formato vídeo a través del canal propio de
Canalización de actividades en los territorios a los medios. Si la autoridad de gestión lleva a cabo acciones puntuales en los distintos lugares, dichas acciones se proyectarán de forma especial en	
Materiales a utilizar en el Road Show. Presentación, folletos, invitación digital.	Comunicación. Elaboración de las piezas de cada uno de los acontecimientos para su posterior nota de prensa y difusión

Digitales 37

Prensa 7

Radio 23

Revistas 44

Televisión 10



Si hablamos de Comunicación, **hablamos de personas**

El trabajo conjunto

Pensar en comunicación

Facilitar los datos y contacto

Compartir y multiplicar, viralizar

Usar los elementos comunes

Trabajemos por ser diferentes

Estamos en el mismo equipo



“La comunicación es el reflejo de la realidad, pero también un impulso para las voluntades”

