



Consejo Consultivo de Flotas de Larga Distancia

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Fecha: Noviembre de 2016

1. ANTECEDENTES / MOTIVACIÓN

El presente documento surge tras identificar la necesidad de adoptar un enfoque proactivo a la hora de difundir información entre el público objetivo sobre los acontecimientos relacionados con el LDAC (reuniones internas y externas), las actividades de sus miembros y sus aportaciones (difusión de información, elaboración de recomendaciones, correspondencia generada con las instituciones europeas, etc.).

En la reunión del Comité Ejecutivo celebrada en Madrid el 23 de noviembre de 2016, el Secretario Ejecutivo presentó de forma esquemática la Estrategia de Comunicación del LDAC. Asimismo, indicó los principales pasos que se van a seguir e identificó 6 tareas clave de gran prioridad. Se acordó la distribución por escrito de un documento más exhaustivo (concretamente un Plan de Comunicación, en adelante el “Plan”) entre todos los miembros con el fin de que fuera objeto de debate y, en caso de llegar a un acuerdo, de aprobación en la siguiente reunión de la Asamblea General/Comité Ejecutivo que se celebrará en mayo de 2017, de tal manera que pueda entrar en vigor el 1 de junio de 2017, coincidiendo con el nuevo ejercicio presupuestario del LDAC.

Este Plan se revisará anualmente con el fin de actualizarlo/modificarlo en caso de que sea necesario, previa aprobación del Comité Ejecutivo correspondiente.

Una vez adoptado, el Plan se considerará el reglamento interno por excelencia en lo que se refiere a Relaciones Públicas y Comunicación.



2. MISIÓN Y VALORES

La Secretaría del LDAC pretende elevar el perfil institucional y la reputación empresarial de la organización mediante una mayor concienciación y visibilidad del trabajo realizado y hacerlo más accesible para el público interesado.

El objetivo es establecer una comunicación proactiva con los interlocutores interesados, que no se limite al sector pesquero sino que incluya a un público más amplio (autoridades gubernamentales, ámbito académico, investigadores científicos, representantes de la sociedad civil, etc.).

Por último, también se pretende reforzar y mejorar el diálogo existente con las instituciones y agencias europeas (Comisión Europea, Parlamento Europeo, AECP, etc.) así como con los EEMM y demás organismos internacionales (CIEM, ORGPs, etc.).

3. MENSAJES CLAVE

- El LDAC no es un *lobby* sino un organismo consultivo en materia de pesca liderado por los grupos de interés.
- El LDAC es una organización de interés europeo sin fines políticos que proporciona a la Comisión Europea y a los Estados Miembros recomendaciones con base científica generalmente aprobadas por consenso.
- El LDAC desempeña una labor eficaz e importante ya que aporta experiencia y conocimiento a los pescadores y demás grupos de interés que sirven de punto de partida para la aplicación de la Dimensión Externa de la Política Pesquera Común de la UE.
- El papel que el LDAC ejerce con el fin de materializar la colaboración y el compromiso de los grupos de interés resulta beneficioso para:
 - Promocionar el diálogo y la transparencia en el proceso de toma de decisiones de la UE, así como facilitar la participación de responsables políticos, directivos, pescadores, ONG y científicos nacionales y comunitarios;
 - Constituir una voz autorizada en representación de los grupos de interés en materia de pesca involucrados en las flotas de larga distancia (aguas no comunitarias);
 - Mejorar la buena gobernanza y la gestión pesquera responsable;

- Combinar los objetivos biológicos y ambientales con la sostenibilidad socioeconómica de las actividades pesqueras
- Mantenerse informado puntualmente sobre los procedimientos de consulta de la CE, las acciones estratégicas y los proyectos de iniciativa propia

4. PÚBLICO OBJETIVO

1. Industria Pesquera, incluidos los representantes y demás trabajadores de las organizaciones pertenecientes a los subsectores extractivo, de transformación, procesamiento y comercialización:

- a. Organizaciones de productores
- b. Asociaciones/Federaciones de pescadores
- c. Armadores
- d. Sindicatos
- e. Patrones / Pescadores a título individual
- f. Colectivos de mujeres
- g. Otros

2. Organizaciones no gubernamentales (ONG) y Otros grupos de interés.

- a. ONG de medio ambiente / conservación
- b. ONG de cooperación al desarrollo
- c. Pescadores que practican pesca recreativa (pescadores con caña, entre otros)
- d. Organizaciones de consumidores
- e. Colectivos de la sociedad civil
- f. Otros

3. Comisión Europea

- a. DG MARE
- b. DG DEVCO
- c. DG ENV
- d. DG TRADE
- e. DG SANCO
- f. Otras

4. Otros Organismos e Instituciones

- a. Parlamento Europeo (concretamente, la Comisión de Pesca)
- b. Comité Científico, Técnico y Económico de la Pesca
- c. Comité Económico y Social
- d. Comité de Regiones
- e. Agencia Europea de Control de la Pesca (AECP)
- f. Otros

5. Administraciones nacionales de los EEMM

EEMM del LDAC

- a. Portugal
- b. España
- c. Francia
- d. Italia
- e. Holanda
- f. Reino Unido
- g. República de Irlanda
- h. Alemania
- i. Polonia
- j. Dinamarca
- k. Lituania
- l. Estonia

Otros EEMM

- m. Bélgica
- n. Letonia

6. Administraciones nacionales de países no comunitarios

- a. Países del Norte de Europa (Noruega, Islandia, Islas Feroe, Groenlandia)
- b. Países del África Occidental (Océano Atlántico)
- c. Países del África Oriental (Océano Índico)
- d. Otros

7. Comunidad científica (CIEM, IEO, AZTI, IFREMER, CEFAS, BIM, MI, etc.)

8. **Ámbito académico** (Institutos de Investigación, Departamentos y Cátedras de la Universidad, entre otros)

5. PLAN DE ACCIÓN ESTRATÉGICO – REALIZACIÓN DE ACCIONES

Para lograr este objetivo, la Secretaría ha desarrollado una serie de acciones específicas en el marco de un “Plan de Acción”, entre las que se incluyen:

1. Incrementar la presencia en los medios (mediante la emisión periódica de comunicados de prensa, el contacto con profesionales de los principales medios, la participación en eventos, etc.)
2. Mejorar la información y la calidad del contenido que se muestra en la página web para el público en general y desarrollar una aplicación para dispositivos móviles (tablets, smartphones...)

3. Participar de forma proactiva en las redes sociales (como Twitter, LinkedIn, YouTube...)
4. Integrarse en el Registro Público de Transparencia de la UE con actualizaciones anuales (primera fecha: octubre de 2015):
<http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=905805219213-67>
5. Actualizar los libros y publicaciones (por ejemplo, la gestión de los FADs en la pesca del atún)
6. Producir material corporativo (por ejemplo, mapa inter-ac), folleto institucional, infografías, etc.) y *merchandising* (USB, material de oficina, portafolios, etc.)

6. UTILIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA PÁGINA WEB DEL LDAC Y DE LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS (TWITTER, LINKEDIN, etc.)

Página web: www.ldac.eu

De conformidad con los estatutos del LDAC, es responsabilidad de la Secretaría desarrollar, mantener y actualizar de forma regular la web del LDAC y cualesquiera herramientas de los medios sociales o funciones adicionales que se puedan desarrollar.

El LDAC cuenta en la actualidad con una página web 4.0 completamente operativa que permite el acceso abierto y gratuito a sus publicaciones y a los documentos y la información relacionados con las reuniones que se celebran. También cuenta con un apartado denominado “Noticias” que incluirá contenido relevante y artículos relacionados. El archivo de Noticias se actualizará periódicamente de tal forma que los miembros y el público en general puedan visualizar los comunicados de prensa procedentes del LDAC.

También dispone de una cuenta en Twitter @ldac_eu con más de 500 seguidores hasta la fecha. Aquí se muestra un ejemplo de recopilación de tuits como resultado de un evento - el Congreso del LDAC en Las Palmas: <https://storify.com/MindfullyWired/ldac-external-dimension-of-the-cfp>



En el enlace de la Conferencia Internacional del LDAC sobre la Implementación de la Dimensión Externa de la PPC, celebrada en Las Palmas los días 16 y 17 de septiembre de 2015, se muestra un ejemplo reciente de cobertura en los medios (que incluye fotos, presentaciones y un archivo de vídeo):

<http://ldac.chil.me/ldac-edcfpconference2015>

El LDAC también cuenta con una lista de contactos en los medios en la que se encuentran las agencias de prensa y los boletines informativos, impresos y digitales, más importantes en materia de gestión pesquera en Europa. La lista de contactos en los medios se actualiza periódicamente de tal forma que los profesionales correspondientes estén debidamente informados de las actividades del LDAC y puedan contactar con la Secretaría para solicitar más información sobre próximos eventos/prioridades de su trabajo/contenido de recomendaciones acordadas.

La Secretaría también elaboró una presentación general en Power Point sobre el CC de Flotas de Larga Distancia que se encuentra a disposición de los miembros que lo soliciten para su exposición en distintos foros e instituciones. Esta presentación se actualizará periódicamente y se compartirá con los miembros que lo soliciten previamente.

7. EMISIÓN DE COMUNICADOS DE PRENSA: CONSEJO DE COMUNICACIÓN

La Secretaría redactará comunicados de prensa generales y los enviará al Consejo de Revisión de la Comunicación para comentarios y aprobación.

El Consejo de Revisión de la Comunicación es un órgano ad hoc encargado de las relaciones públicas por mandato del Comité Ejecutivo. Está formado por el Presidente del LDAC y tres miembros del Comité Ejecutivo (con al menos un puesto asignado a un representante de las ONG/Otros grupos de interés). Este Consejo se encargará de ayudar a la Secretaría en la redacción de los comunicados de prensa y realizará las siguientes tareas:

- Sugerir temas de publicaciones
- Revisar y aprobar comunicados de prensa
- Proporcionar citas para artículos
- Tener disponibilidad para hablar y/o ser entrevistado en nombre del LDAC (cuando se requiera)



Procedimientos para la adopción de notas de prensa:

- a) Las notas de prensa puramente informativas o que establecen una posición acordada por el LDAC se considerarán adoptadas tras la decisión del Consejo de Revisión sin necesidad de consultar al resto de miembros del Comité Ejecutivo.
- b) Las notas de prensa que contengan posiciones minoritarias o información que pudiera resultar polémica se circularán entre todos los miembros del Comité Ejecutivo siguiendo los procedimientos habituales del LDAC para comentarios y aprobación (2 semanas para el procedimiento ordinario / 8 días naturales para el procedimiento abreviado).

Una vez aprobado, el comunicado de prensa se enviará a una lista de contactos en los medios correspondientes que habrá sido definida con anterioridad (como la Prensa Europea Especializada del sector de la Pesca, revistas y periódicos especializados de alcance nacional, páginas web de instituciones, etc.).

Se invita a los miembros y observadores, siempre que sea posible, a circular los comunicados de prensa definitivos a sus periódicos o revistas regionales o locales, y también a distribuirlos entre sus asociados a través de sus propias publicaciones internas (circulares, tabloneros de anuncios, etc.).

Permisos / autorizaciones para comunicados de prensa externos:

La Secretaría del LDAC coordinará todos los comunicados de prensa que se envíen a los medios por parte de sus miembros, dando su autorización expresa previamente en cada caso que se presente.

Ningún miembro estará capacitado para dar su opinión en nombre del LDAC, ya sea en relación con un tema general o específico, sin informar y obtener la autorización correspondiente de la Secretaría del LDAC y/o del Consejo de Revisión.

FIN