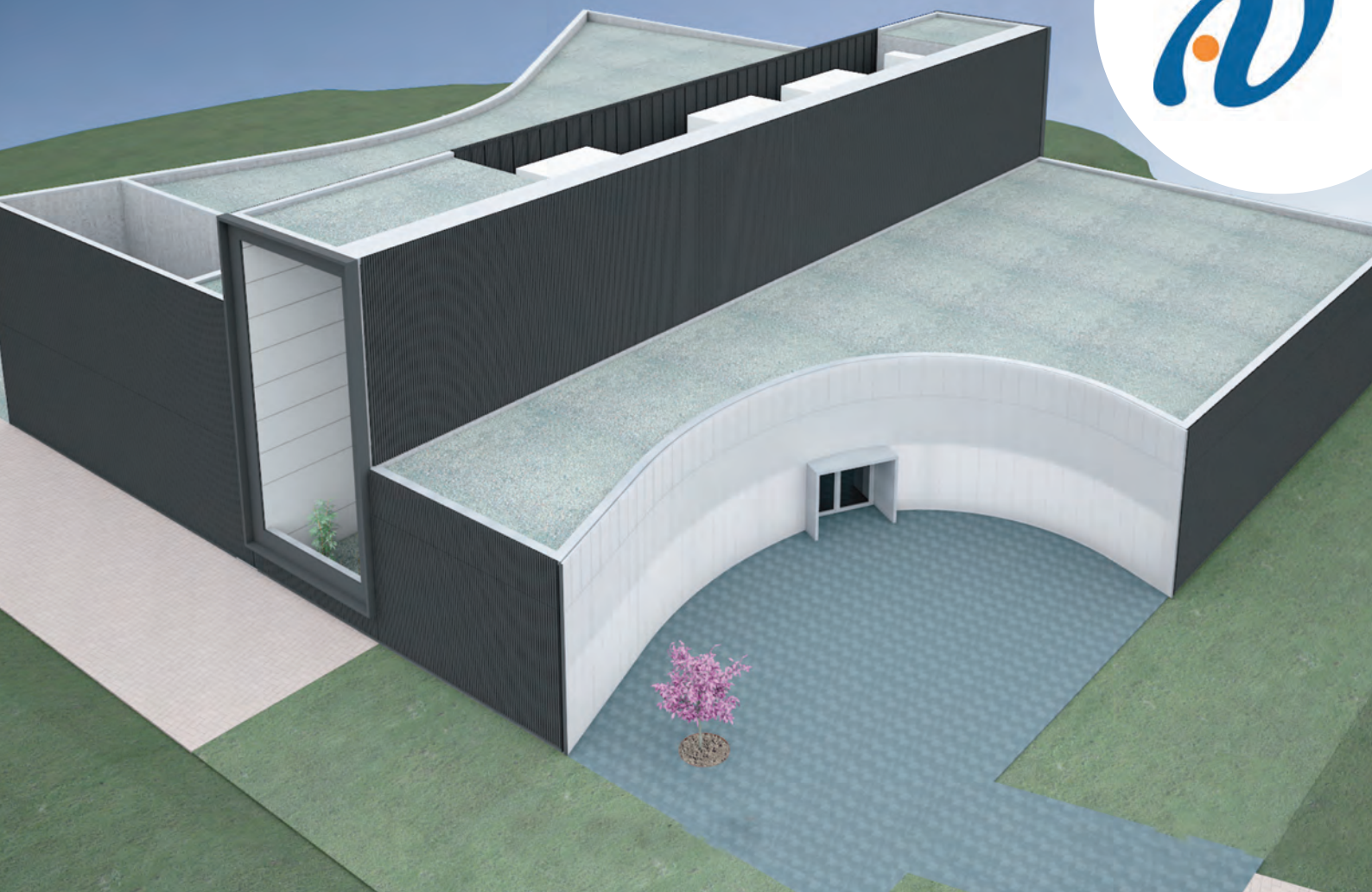




Simulación del futuro Centro de Información de CN Ascó
Simulation of Future Information Center Ascó

COMUNICACIÓN EN ANAV: HERRAMIENTA DE COHESIÓN INTERNA Y BASE DE COVIVENCIA CON EL ENTORNO

COMMUNICATION IN ANAV: A TOOL FOR INTERNAL COHESION AND A BASIS FOR COEXISTING WITH OUR ENVIRONMENT



MONTSE GODALL VIUDEZ

Jefa de Comunicación y Relaciones Externas de ANAV.
Licenciada en Ciencias de la Información especialidad Pe-
riodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona.

MONTSE GODALL VIUDEZ

*ANAV Communication and External Relations Manager.
MSc in Information Science by the Universitat Autònoma
de Barcelona.*

COMUNICACIÓN EN ANAV

En la Asociación Nuclear Ascó-Vandellós II (ANAV) creemos que tenemos muchas cosas que contar. Dos centrales nucleares, tres reactores, cerca de 2.500 profesionales entre personal propio y procedente de empresas colaboradoras estables, 18 municipios en nuestro entorno inmediato, decenas de entidades y asociaciones con acuerdos y convenios suscritos, centenares de actuaciones sociales, culturales y medioambientales, así como múltiples foros nacionales e internacionales con activa participación de ANAV. Estas son sólo algunas de las razones por las que consideramos que la comunicación debe ser un pilar fundamental para el desarrollo de nuestras actividades, un elemento esencial para el establecimiento en su justa medida de las relaciones de ANAV con sus diferentes públicos y una herramienta, basada en la proactividad, que posicione a ANAV en la comunidad y que genere credibilidad, diálogo y confianza tanto en el interior de la organización como entre ANAV y la sociedad.

Así lo interpreta el Plan Estratégico en vigor y así lo viene desarrollando cada vez con mayor intensidad el Área de Comunicación y Relaciones Externas de ANAV, un equipo en plena consolidación, que desarrolla su papel dinamizador y a la vez trabaja para promover una comunicación participativa en toda la organización, como el elemento transversal que sin duda es. Sabemos que todo comunica y, es por ello, que desde ANAV asumimos el reto de gestionar de manera unívoca, pero transparente, este gran poliedro.

En este sentido, el Área de Comunicación y Relaciones Externas de ANAV inició en el año 2008 un proceso de paulatino refuerzo que ha corrido paralelo a su redimensionamiento con objeto de dar respuesta a importantes retos, como la cada vez mayor segmentación de los públicos externos y de los mensajes a transmitirles, la necesaria mejora de los canales, los procesos y los contenidos en materia de comunicación interna o la imprescindible adecuación a las nuevas tecnologías y las nuevas fórmulas mediante las que articular la comunicación corporativa de ANAV.

MÁS ALLÁ DE LA COMUNICACIÓN OPERACIONAL

La gestión de una compañía que opera centrales nucleares presenta significativas diferencias con la gestión de otro tipo de industrias cuyo objetivo final es la producción de bienes de consumo. A éstas últimas, la necesidad de concurrir en el mercado les obliga a generar una gran visibilidad pública con el objetivo de favorecer comercialmente a sus marcas y productos. Una visibilidad que no ha sido tan frecuente en nuestra industria. Pero los tiempos cambian, las necesidades de comunicación también y, como apuntábamos más arriba, en ANAV tenemos mucho que decir sobre nosotros mismos, de modo que estamos seguros de que la confianza, la credibilidad



El Área de Comunicación y Relaciones Externas de ANAV (Montse Godall, jefe de Comunicación y Relaciones Externas, Rafael Albaladejo, Coordinador, y Ángel Lopera) cuenta con un equipo de apoyo externo (Sonia Balbas, David Frances, Diana Gozalbo, Nerea Zambrano y M^a Carmen Trillo)

ANAV Communication & External Relations Area (Montse Godall, Head of Communication and External Relations, Rafael Albaladejo, Coordinator, and Ángel Lopera) has a team of external support (Sonia Balbas, David Frances, Diana Gozalbo, Nerea Zambrano and M^a Carmen Trillo)

COMMUNICATION IN ANAV

At the Asociación Nuclear Ascó-Vandellós II (ANAV) we believe we have a lot to talk about: two nuclear power plants, three reactors, almost 2,500 professionals either directly employed by us or by long-standing collaborating companies, 18 towns in the surrounding area, dozens of entities and associations with signed agreements, hundreds of social, cultural and environmental projects, as well as the participation of ANAV in many national and international forums. These are just a few of the reasons why we believe communication must be a fundamental pillar on which to base our activities, an essential element for establishing the right degree of relations between ANAV and different sectors of the community. It must also be a proactivity-based tool that positions ANAV in the community and which generates credibility, dialogue and trust both within the Organisation itself and between ANAV and society in general.

This is how communication is interpreted in the current Strategic Plan and how the ANAV Communications and External Relations Department is considering it in its evermore intense development plan. The Department consists of a team in the process of consolidation that plays a dynamising role as well as working to promote participative communication throughout the Organisation, as it is most certainly a cross-cutting element. We understand that everything is linked and that is why at ANAV we have accepted the challenge to manage this great polyhedron in an unequivocal but transparent way.

With this in mind, in 2008 the ANAV Communications and External Relations Department began a gradual reinforcement process that has run parallel to its re-sizing with the aim of meeting major challenges such as the greater segmentation of the external community and the messages to be sent out to them, the required improvements in communication channels, the internal communication processes and contents, the essential updating of new technology, and the new formulas for coordinating the ANAV corporate communication.

BEYOND OPERATIONAL COMMUNICATION

Managing a company that operates nuclear power plants is significantly different to managing any other type of industry that produces consumer goods. The need to compete in the marketplace means the latter are obliged to maintain a high profile to ensure the commercial success of their brands or products. Our industry has not traditionally required such a high profile. However, times are changing along with the need to communicate and, as we stated above, at ANAV we have a lot to talk about. We are sure that the confidence, credibility and value inspired by our corporate image must be based on open dialogue with the community and on a profound understanding of our many interesting activities, so that a full and comprehensive picture of ANAV is portrayed.

Our communication policy chooses, therefore, to take the initiative and talk about our own activities and experiences. We believe that this is a commitment that is not only compatible with the policy, but is above all enriching with regards to our commitment to transparent communication about the operation of our plants. In this way, both our external and internal communication channels incorporate core messages about our activity, such as the priority given to safety, our professional commitment and the effort we put into continual improvement, along with others regarding the social side of ANAV, for example, its responsibility with regards to the socio-economic and cultural development of the surrounding area and its environmental policy.

y el valor de nuestra imagen se deben edificar sobre un diálogo abierto con nuestros públicos y sobre un conocimiento en profundidad de nuestras actividades, que son muchas y creemos que de gran interés para que se conforme una imagen integral y completa de ANAV.

Nuestra política de comunicación opta, pues, por llevar la iniciativa y hablar de nuestras propias actividades y experiencias. Creemos que se trata de una apuesta no solo compatible sino sobre todo enriquecedora de nuestro renovado compromiso con una comunicación transparente sobre la operación de las plantas. De este modo, nuestros canales externos e internos integran mensajes troncales de nuestra actividad, como el valor prioritario de la seguridad, el compromiso profesional o el afán de mejora continua, con otros que evocan a la dimensión social de ANAV, a su responsabilidad con el desarrollo socioeconómico y cultural del entorno o su política ambiental.

Esta integración nos ha llevado a ampliar tanto el número de canales de comunicación como el alcance de los que ya existían para adecuarlos a los nuevos tiempos. Así, en materia de comunicación interna, trabajamos con el objetivo de alinear todos los canales corporativos (Intranet, pantallas distribuidas por las plantas, ANAVANT -nuestro *house organ*- y otros canales más específicos) junto con otras herramientas de comunicación interna como las reuniones interdepartamentales, las jornadas de comunicación, los programas de aportaciones del personal o las campañas de comunicación, en colaboración con las diferentes unidades organizativas de ANAV. Se trata de una labor que fomenta la proyección de los valores de ANAV en toda la organización y que, poco a poco, va permeabilizando en nuestra cultura corporativa. Y es que comunicarse es un compromiso de todos y para ello sólo es necesario escuchar y hablar.

Respecto a las relaciones externas, a los comités de información oficiales, se han añadido encuentros más frecuentes con alcaldes y representantes sociales e institucionales, información operacional vía SMS con los alcaldes del entorno de las plantas y un canal estable, el *Informe Mensual*, que resume mes a mes la actualidad más destacable de las centrales nucleares Ascó y Vandellòs II y es enviado a todo el tejido social e institucional de las zonas de influencia.

Por su parte, los medios de comunicación son uno de los públicos con los que se hace más evidente esta apuesta por una comunicación más proactiva que explique abiertamente todo lo que hacemos en las plantas y fuera de ellas. Es por ello que a los encuentros estables y la información continua sobre la operación de las plantas, se añade un esfuerzo por mantenerlos informados de las actividades sociales, medioambientales, culturales o de fomento del desarrollo económico que promueve ANAV. Son informaciones que consideramos de interés general y que son vehiculadas mayormente a través de la organización de eventos con convocatoria de medios y de la emisión de notas de prensa, siempre reforzadas por nuestros medios corporativos, especialmente nuestra nueva página web.

En este sentido, animamos a todo el mundo a visitar www.anav.es, una herramienta imprescindible que, no obstante, nos conduce obligatoriamente a una reflexión en profundidad hacia las amplias posibilidades que la red y el resto de nuevas tecnologías nos brindan y que, en un futuro muy próximo, deberemos abordar para continuar interactuando con nuestros públicos. Unos públicos que, como no podía ser de otra manera, cada vez están más segmentados y son más "localizables" mediante canales *below the line* (no convencionales).

Somos conscientes del enorme trabajo que tenemos por delante, pero consideramos que avanzamos en la dirección adecuada, lo que sin duda nos anima a continuar. La comunicación en ANAV tiene diversos aspectos cada vez más consolidados y otros en los que apenas estamos colocando las primeras piedras. Sirva, pues, como símbolo de este proyecto de comunicación global el ejemplo de nuestro futuro centro de información en la central nuclear Ascó, un espacio orientado al futuro que estará operativo a mediados del año 2011 y que contará con la última generación en equipos y herramientas museográficas para acercar nuestras actividades al público. Efectivamente, el futuro centro de información representa un paradigma de nuestra política de comunicación, ya que se basa en la integración de las diferentes esferas de ANAV en un proyecto concebido para dar respuesta a un objetivo múltiple: contribuir al acercamiento de la energía y el funcionamiento de las centrales nucleares, atender la demanda existente de visitas a la central nuclear Ascó y crear un espacio que aporte valor añadido a la oferta de la Ribera d'Ebre para atraer visitantes a la comarca y, por tanto, contribuir al progreso de este territorio que es, desde hace más de dos décadas, el nuestro.

This process of integration has led us to increase both the number of communication channels and the scope of those that already existed thereby adapting them to this new era. With regards to internal communication, we are working with the aim of bringing all the corporate channels (intranet, television screens throughout the plants, ANAVANT (our house organ), and other more specific channels of communication) into line along with other internal communication tools such as inter-departmental meetings, communication training days, personnel input programmes and communication campaigns, in collaboration with the different ANAV organisational units. This is a task which promotes the spread of the ANAV values throughout the organisation and which little by little is sinking into our corporate culture. Communication is a commitment to be made by everybody, all we need do is listen and speak.

With regards to external relations, in addition to the official information committees, there are now more frequent meetings with mayors and social and institutional representatives, operational information is sent to the mayors in the surrounding area via SMS, and the permanent communication channel, the Monthly Report, summarises the most relevant news from the Ascó and Vandellòs II nuclear power plants each month and is sent out to the entire social and institutional network in the areas of influence.

The media is one of the communities where this commitment to a more proactive communication, which openly explains everything we do both on and off-site, is most evident. For this reason we make an additional effort, apart from the regular meetings and continual information about plant operation, to keep the media informed about social, environmental and cultural activities as well as any economic development projects run by ANAV. This is information we consider to be of great interest and is normally imparted at organised events that the media is invited to, and by issuing press releases. The information is always reinforced in our own corporate media, especially via our new web page.

We encourage everybody to visit www.anav.es, an essential tool which, nonetheless, leads us to reflect on the immense opportunities the internet and other technology provide, and which we must take on board soon to be able to continue interacting with our public. This public, or community, is clearly evermore segmented and more reachable via below the line (non-conventional) channels.

We are fully aware that the task ahead of us is enormous, but we believe we are heading in the right direction, and that motivates us to continue. Communication at ANAV comprises several aspects that are becoming more and more consolidated, as well as others that we are only just beginning to work on. So, let the future information centre, to be opened at the Ascó nuclear power plant in mid-2011, stand as a symbol of this global communication project. This centre will boast the very latest in equipment and museographical tools to explain our activities to the public. The future information centre does, in fact, represent a paradigm with regards to our communication policy, as it is based on the incorporation of different areas of ANAV into a project conceived to meet multiple objectives: to help explain energy and how nuclear power plants work, to meet current visitor demands at the Ascó nuclear power plant, and to create a further attraction in Ribera d'Ebre which will attract visitors to the region and, therefore, contribute to the progress of this land that we have been able to call ours for the last two decades.