

Landsbygdsnätverkets kommunikationsplan 2019-2020

Förslag för att diskuteras vid styrgruppsmötet den 27-28
nov och fastställas vid styrgruppsmötet i februari 2019

Sammanfattning

Kunskapsöverföring

Landsbygdsnätverket ska i första hand vara en arena där medlemmar kan kommunicera med varandra för att utbyta erfarenheter och information. Den kunskap som de samlar och utvecklar ska de i sin tur vidareförmedla. Kommunikationsverktygen ska därför fungera både för kommunikation inom nätverket och för att sprida vidare.

Det gäller även de personer som representerar det svenska nätverket på träffar i europeiska landsbygdsnätverket ENRD och europeiska innovationsnätverket inom EIP-Agri. De ska sprida informationen och lärdomarna till kollegor och medlemmar i samt målgrupper för de medlemsorganisationer och myndigheter som de representerar, men också till övriga medlemsorganisationer och myndigheter.

Informationsspridning

Landsbygdsnätverket ska genom de olika grupperna, delnätverk och kansli producera information och presentera erfarenheter på ett sådant sätt att det i nästa steg är enkelt för medlemsorganisationer och myndigheter att sprida vidare till respektive medlemmar och målgrupper. En betydande del av Landsbygdsnätverkets utåtriktade kommunikation bör medlemsorganisationerna och myndigheterna sprida genom egna kommunikationskanaler.

Den information och de lärdomar som nätverkets grupper och delnätverk tar fram ska spridas under Landsbygdsnätverkets grafiska profil. Detta för att markera att informationen är producerad av eller förmedlad genom den arena som nätverket skapar.

Enligt förordningen för landsbygdsprogrammet ska de nationella nätverken också sprida information om programmets möjligheter till potentiella stödmottagare. I Sverige är det förvaltningsmyndigheten som ansvarar för information om stöden. Den informationen kan även spridas vidare av Landsbygdsnätverkets medlemmar. Landsbygdsnätverket har även som ett övergripande mål att informera en bredare allmänhet om möjligheterna i landsbygdsprogrammet. (Bilaga 1 - Fastställda målgrupper och ambitionsnivåer för information)

Kommunikationsmål

Målet är att medlemsorganisationer och myndigheter genom sitt samarbete i Landsbygdsnätverket ska lära av varandra samt sprida information och samlade lärdomar vidare till identifierade målgrupper. Det i sin tur bidrar till att öka olika intressenters förmåga och engagemang att medverka till landsbygdsutveckling och kvalitet i genomförandet av de olika programmen.

Styrgruppen har beslutat att Landsbygdsnätverket under 2019–2020 ska arbeta med de specifika målen i Aktivitetsplanen för 2019-2020. Kommunikationen ska stödja uppfyllandet av dessa mål.

Innehåll

SAMMANFATTNING	3
1 KOMMUNIKATIONSMÅL	1
1.1 ÖVERGRIPANDE KOMMUNIKATIONSMÅL.....	1
1.2 LANDSBYGDSNÄTVERKET'S ÖVERGRIPANDE MÅL	1
1.3 LANDSBYGDSNÄTVERKET'S SPECIFIKA MÅL 2019 - 2020	1
2 MÅLGRUPPER/AKTÖRER	3
3 KANAL- OCH MEDIEVAL.....	4
4 KOMMUNIKATIONSÅKTIVITETER 2019 – 2020.....	5
5 KOMMUNIKATIONSPLAN PER ÅKTIVITET	6
2019-2020 ANSVARFÖRDELNING FÖR SPRIDNING/ÅNORDNA INFORMATIONSUÅBYTE.....	7

1 Kommunikationsmål

1.1 Övergripande kommunikationsmål

I Landsbygdsnätverkets kommunikationsstrategi finns nedanstående kommunikationsmål som är kopplade till kommunikationsstrategin för följande tre program - landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet samt programmet för lokalt ledd utveckling i socialfonden och regionalfonden.

- Landsbygdsnätverkets medlemmar lär av varandra om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter för att bidra till bättre programgenomföranden samt hållbar utveckling av landsbygder och av fiskerinäringen och levande kustsamhällen i ett vidare perspektiv. Medlemmarna sprider också nätverkets resultat och information om programmen vidare.
- Landsbygdsnätverkets medlemmar kan vidareförmedla information från förvaltningsmyndigheten och på så sätt bidra direkt och indirekt till att personer söker stöd och ersättningar i programmen och bidrar till fiskeri-, lantbruks- och landsbygdsutveckling samt miljönytta.
- Landsbygdsnätverkets medlemmar bidrar till att den del av allmänheten som är målgrupp i prioriterade ämnesområden känner till målen med programmen, EU:s roll för programmen och budskap som nätverket skapar utifrån verksamheten.

1.2 Landsbygdsnätverkets övergripande mål

En viktig utgångspunkt för Landsbygdsnätverkets kommunikation är att medlemmarna får hög synlighet och interaktivitet i form av ömsesidigt lärande, informationsutbyte, kontaktskapande och samverkan. Nätverket ska vara en arena både för kommunikation mellan medlemmar samtidigt som de får möjlighet att gemensamt kommunicera utåt till andra.

Verksamhetens kommunikation ska därför alltid bidra till något av nätverkets övergripande mål;

- att öka intressenters delaktighet i landsbygdsutveckling
- att öka kvaliteten i genomförandet av landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet samt programmet för lokalt ledd utveckling i socialfonden och regionalfonden
- att bidra till att allmänhet och potentiella stödmottagare är informerade om programmens möjligheter
- att främja innovationer

1.3 Landsbygdsnätverkets specifika mål 2019 - 2020

Landsbygdsnätverkets styrgrupp har fastställt en aktivitetsplan för 2019-2020 med specifika mål. All kommunikation ska bidra till att uppfylla något av de specifika mål som finns i aktivitetsplanen. Dessa är:

- medlemsorganisationers och beslutsfattares förmåga att stödja utvecklingen av nya affärsmöjligheter i landsbygder har ökat
- medlemsorganisationer har utbytt erfarenheter nationellt och internationellt vilket har lett till ökad förståelse och engagemang i landsbygdsutvecklingen

- medlemsorganisationers och beslutsfattares förmåga att underlätta för att nyanlända och unga kan involvera sig i landsbygdsutveckling har ökat. Alla aktiviteter ska bidra till ökad jämställdhet.
- medlemsorganisationers och beslutsfattares kunskap om de förbättringar som behövs för att programmets mål ska nås har ökat
- Leader har en kontaktpunkt genom nätverket och medlemsorganisationers samt beslutsfattares kunskap om och engagemang för leadermetoden har ökat
- information om programmets möjligheter har spritts till medlemsorganisationer, allmänhet och potentiella stödmottagare
- medlemsorganisationer och beslutsfattare har bidragit till samarbete kring innovationer i landsbygdsutveckling och många innovationsprojekt inom EU-satsningen EIP-Agri.
- medlemsorganisationers och beslutsfattares kunskap om ekosystemtjänster, med särskilt fokus på miljö och klimat, har ökat.

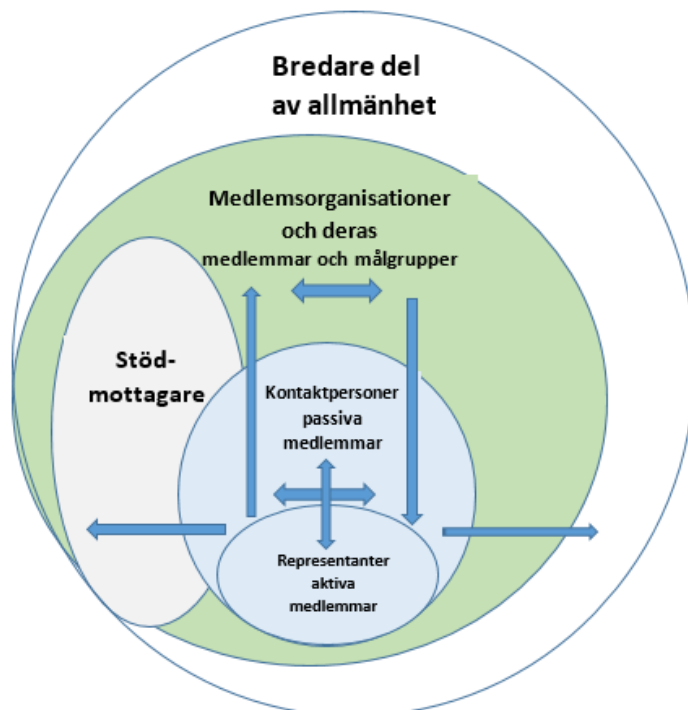
Varje grupp eller annan ansvarig ska fram en arbetsplan för respektive insatsområde. Arbetsplanen ska innehålla vilka aktiviteter som krävs för att uppnå det specifika målet för insatsen. Till varje aktivitet ska arbetsgruppen även göra en kommunikationsplan.

I aktivitetsplanen finns även ett antal horisontella mål som ska genomsyra nätverkets arbete och dess kommunikationsinsatser.

- vara inkluderande och underlätta för alla, oavsett kön, ålder och etnicitet att kunna delta i landsbygdsutvecklingen.
- vara miljömässigt hållbar.
- bidra till att förbättra attityder och värderingar för en god balans mellan land och stad.
- ta hänsyn till och driva de möjligheter som digitalisering innebär.

2 Målgrupper/aktörer

Målgrupperna som Landsbygdsnätverket fokuserar på under 2019-2020 är dels generella, dels specifikt relaterade till prioriterade verksamhetsområden. Utifrån styrgruppens prioriteringar väljer grupper och delnätverk ut riktade kampanjer mot hela eller delar av målgrupper. Fastställda målgrupper och ambitionsnivåer för information är:



- Medlemsorganisationer samt deras medlemmar och målgrupper**
målgruppen är Landsbygdsnätverkets medlemsorganisationers och deras medlemmar samt myndigheter och deras målgrupper. Här ingår dels aktiva medlemmars representanter i grupper och delnätverk, dels kontaktpersoner för passiva medlemmar. Kommunikationen ska fungera både inom nätverket mellan dess medlemmar och för medlemmar att sprida vidare till andra.
- Stödmottagare**
målgruppen är stödmottagare inom de olika programmen. Den av Jordbruksverket producerade informationen används och sprids vidare. Till vissa stödmottagarmålgrupper behöver Landsbygdsnätverkets kansli paketera informationen för att göra den tillgänglig och ändamålsenlig. Det kan gälla exempelvis unga och nyanlända.
- Bredare del av allmänheten**
målgruppen är landsbygdsboende, personer som har intresse av och/eller arbetar med lokal utveckling och landsbygdsutveckling samt de som har makt att påverka samhällsutvecklingen i olika landsbygder. Målet är att nyansera och tydliggöra den moderna landsbygden. Målgruppen ska också känna till att programmen finns och att EU gör det möjligt.

3 Kanal- och medieval

Det är innehållet i kommunikationen, målgrupperna, initiativtagarna själva samt kansliets kommunikatörer som avgör vilka kanaler som är lämpligast att använda för olika ändamål och spridning.

Valet av kommunikationskanaler och hur de kombineras gör arbetsgrupperna i samråd med nätverkskansliet när de upprättar kommunikationsplan per insats. Rationell information fungerar för den redan intresserade, emotionellt för den mindre intresserade. Tilltal, ton och budskap ska stämma överens med Landsbygdsnätverkets kommunikationsstrategi samt den persona som plockats fram för all utåtriktad kommunikation.

Gemensamma kommunikationskanaler inom Landsbygdsnätverket under 2019-2020:

- Ett digitalt nyhetsbrev för EIP-Agri som kommer ut med cirka x nummer per år. Det ger kortfattad information om läget när det gäller innovationsstödet för jordbruk, trädgårds- och rennärning i Sverige. Där berättas också om vad som händer på EU-nivå: tillämpning av EIP-Agri i andra länder och regioner, fokusgrupper, workshoppar och andra aktiviteter som kan vara av intresse för oss i Sverige.
- Landsbygdsnätverkets webbplats gjordes om i grunden 2016 och innehåller
 - generell och fördjupad information. Den generella informationen handlar om sådant som rör genomförandet i de olika programmen samt hur man söker stöd, vad Landsbygdsnätverket är, vad som är på gång, inspiration, internationellt samt kontaktuppgifter. Den fördjupade informationen är avgränsad till sådant som rör de prioriterade verksamhetsområdena.
 - kalendarium med de aktiviteter Landsbygdsnätverket anordnar. Kalendariet innehåller även sådant som nätverksmedlemmar anordnar, när de vänder sig till en bredare målgrupp inom nätverket eller då det handlar om frågor inom de prioriterade verksamhetsområdena. Genom kalendariet har nätverket möjlighet att visa på alla aktiviteter som pågår.
 - webbnyheter som kansliet lägger ut regelbundet. Valet av webbnyheter följer samma princip som övrig information d.v.s. information om sådant som rör våra prioriterade verksamhetsområden eller generell information som rör genomförandet av programmen och det som sker i europeiska nätverken.
- Sociala medier
 - Landsbygdsnätverket administrerar dels Facebooksidan Landsbygdsnätverket, dels sidan för podden Landet. Facebook ger möjlighet till en snabbare, daglig interaktiv kommunikation med möjlighet till större spridning till en annan målgrupp än den som webbplatsen riktar sig till.
 - På Twitter görs inlägg mer riktat mot journalister, personer i mediabranschen, opinionsbildare, personer insatta inom landsbygdsfrågor samt havs- och fiskerifrågor. De används bland annat för att i realtid rapportera från olika möten inom nätverket, men också för att omvärldsbevaka och förmedla aktuell information.
 - På Instagramkontot (med låg prioritet).

- Podcasten Landet. Programinnehållet ska, som övriga kanaler, förstärka genomförandet av programmen, sprida information om sådant som rör de prioriterade verksamhetsområdena på ett lättillgängligt sätt samt spegla viktiga frågor som skapar en bra utveckling i olika typer av landsbygder.
- Webbinariet Landet lär. Programinnehållet ska lyfta och ge en mer djupgående kunskap om de ämnen som är viktiga för programgenomförande och landsbygdsutveckling.
- Landsbygdsnätverket har ett YouTubekonto, en egen kanal, för att ladda upp de filmer som producerats inom nätverket. Det gör dem tillgängliga och underlättar spridning via länkar och delningsmöjligheter.
- Som tidigare sköts en del av den utåtriktade kommunikationen via så kallat person-to-person, det vill säga personkontakter på bland annat mässor, seminarier och konferenser. Det är också i dessa sammanhang som traditionellt informationsmaterial används, så som annonser, broschyrer, flyers och roll-ups.
- Mediakontakter för god spridning sker via verktyget Cision samt en lista med presskontakter som vi bygger på undan för undan.
- Rapporter, artiklar, nyhetsbrev och filmdokumentation används vid behov. Dessa sprids huvudsakligen via våra digitala kanaler men skickas också ut till berörda målgrupper i olika kampanjsatsningar. Det kan ske genom e-postutskick.

4 Kommunikationsaktiviteter 2019 – 2020

Efter en behovsinventering bland Landsbygdsnätverkets medlemsorganisationer och myndigheter har styrgruppen beslutat att nätverket under 2019-2020 ska prioritera ett antal aktiviteter som innebär kommunikation i någon form. Aktiviteterna finns i Landsbygdsnätverkets aktivitetsplan. Aktiviteterna innebär att nätverket ska:

- underlätta för berörda nätverksmedlemmarna så att de kan arbeta för informationsspridning och informationsutbyte kring frågor inom olika grupper och delnätverk. Dessa tematiska kampanjer förpackas för att kunna spridas och sker med en kombination av de ändamålsenliga kommunikationskanaler som kansliet har att tillgå, exempelvis podd, webinarier, film och sociala medier. De horisontella grupperna ger stöd till arbetsgrupperna så att nätverkets mål om nyanlända, unga, jämställdhet och ekosystemtjänster blir uppfyllda.
- delta i träffar som anordnas av det europeiska landsbygdsnätverket, ENRD, det europeiska fiskenätverket, FARNET, Europeiska Innovationspartnerskapet, EIP-Agri samt andra eventuella relevanta europeiska tematiska grupper. Särskilt prioriterat är Utveckling av bioekonomi samt Smart Villages. Här ingår även projektet Mattanken. Nätverkskansliets personal ska tillsammans med svenska nätverksrepresentanter i de europeiska nätverken se till att frågor som där diskuteras blir väl förankrade och återkopplade bland alla nätverksmedlemmar.
- delta vid träffar med kanslipersonal från landsbygdsnätverken i länderna runt Östersjön för att utbyta erfarenheter och informera varandra om nätverksaktiviteter och genomförandet av landsbygdsprogrammen.

- se över möjligheterna att anordna en gemensam träff mellan nationella landsbygdsnätverk 2020 inom europeiska nätverket.
- anordna årliga nätverksträffar, det ena året en fysisk träff och det andra en virtuell träff. Träffarna ska ha tema utifrån de behov som styrgruppen har prioriterat och utrymme för kontaktskapande, erfarenhetsutbyte och dialog.
- genomföra särskilda satsningar för att öka medlemsorganisationernas förmåga att stödja utveckling av nya affärsmöjligheter.
- bidra till spridning av resultat av programutvärderingar som tas fram av utvärderingssektariatet.
- vid behov anordna särskilda aktiviteter för att sprida kunskap om stöd och ersättningar för vilka intresset är lågt.
- tillhandahålla nätverksverksamhet för LAG och andra medlemsorganisationer i frågor som rör lokalt ledd utveckling med leadermetoden. Framförallt ska regionalt, nationellt och transnationellt samarbete främjas och fondsamordning stärkas.
- sprida kunskap om möjligheterna med programmen och lärande exempel.
- dela ut ullbagg till goda exempel.
- genomföra särskilda satsningar för att främja medlemsorganisationernas engagemang för att bidra till innovationer. Satsningarna innehåller exempelvis kontaktskapande på europeisk nivå och nationell nivå samt kampanjer för att kommunicera innovationsresultat.

5 Kommunikationsplan per aktivitet

Inför varje aktivitet ska ansvariga för aktiviteten ta fram en kommunikationsplan. De avgör då vilka avgränsningar som finns, det vill säga vilka problem eller uppgifter som kommunikationsplanen *inte* ska eller kan lösa. De ska ta hänsyn till ambitionsnivå och vilka resurser som finns. Ansvariga ska beakta vad som är realistiskt att genomföra.

Kommunikationsplanen per aktivitet ska innehålla:

Bakgrund

Varför vi gör satsningen

Vad vill vi uppnå?

Vad målgruppen ska göra, veta kunna, tycka eller känna när vi är klara med insatsen.

Målgrupp

Vem det är vi vill nå med vårt budskap. Vi ska skapa en tydlig bild (persona) för budskapet. En persona är en beskrivning av den målgrupp som vi riktar oss till vad gäller innehåll, begriplighet och formuleringar. Det finns en persona för vår webbplats och en för våra nyhetsbrev.

Aktiviteter

Vad det är vi ska göra och när vi ska göra det.

