

Kommunikationsstrategi för lokalt ledd utveckling 2014-2020

2016-01-19

Bakgrund

Den här kommunikationsstrategin beskriver hur vi ska prioritera och ger vägledning om hur vi ska kommunicera lokalt ledd utveckling genom leadermetoden. Med ”vi” avser vi de myndigheter, LAG samt Landsbygdsnätverket, som har del av ansvaret att kommunicera arbetet med lokalt ledd utveckling.

Inom EU:s budgetperiod 2014-2020 finns det flera fonder som ska skapa och driva på nationell, regional och lokal utveckling både i landsbygderna, fiskebygderna och i städerna. Innehållet i fonderna syftar till att uppfylla EU:s övergripande mål ”Smart och hållbar tillväxt för alla”. EU har beslutat att det i fyra av fonderna ska finnas förutsättningar för lokalt ledd utveckling genom att arbeta med leadermetoden. Dessa fonder är regionalfonden, socialfonden, jordbruksfonden för landsbygdsutveckling och havs- och fiskerifonden. Jordbruksfonden för landsbygdsutveckling genomför Sverige genom landsbygdsprogrammet och havs- och fiskerifonden genomför Sverige genom havs- och fiskeriprogrammet. Regionala utvecklingsfonden och socialfonden genomför Sverige genom regional- och socialfondsprogrammet inom lokalt ledd utveckling.

Leadermetoden syftar till att människor på lokal nivå tillsammans driver och utvecklar sitt lokala område och på så sätt skapar arbetstillfällen, nya företag och social inkludering som skapar mångfald. En viktig del av leadermetoden är att det lokala arbetet drivs av representanter från den offentliga, ideella och privata sektorn i ett partnerskap.

Under hela perioden för genomförandet av innehållet i fonderna är det viktigt med god information och kommunikation om lokalt ledd utveckling genom leadermetoden.

Jordbruksverket har som förvaltande myndighet huvudansvar för hur vi genomför landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet och regional- och socialfondsprogrammet inom lokalt ledd utveckling. Jordbruksverket har också ett särskilt ansvar att hålla ihop och förvalta arbetet med lokalt ledd utveckling inom landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet samt regional- och socialfondsprogrammet inom lokalt ledd utveckling. Jordbruksverket och LAG är tillsammans med Landsbygdsnätverket huvudansvarig för informationen om lokalt ledd utveckling. Många andra myndigheter och aktörer är involverade i arbetet med att kommunicera lokalt ledd utveckling.

Det finns särskilda kommunikationsstrategier för alla fonderna samt för Landsbygdsnätverket. För att vi ska nå samma kommunikationsmål är kommunikationsstrategierna för lokalt ledd utveckling, landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet, och Landsbygdsnätverket synkade med varandra, bland annat när det gäller mål, målgrupper och budskap. Bilden visar hur samtliga bidrar till målen för Europa 2020.

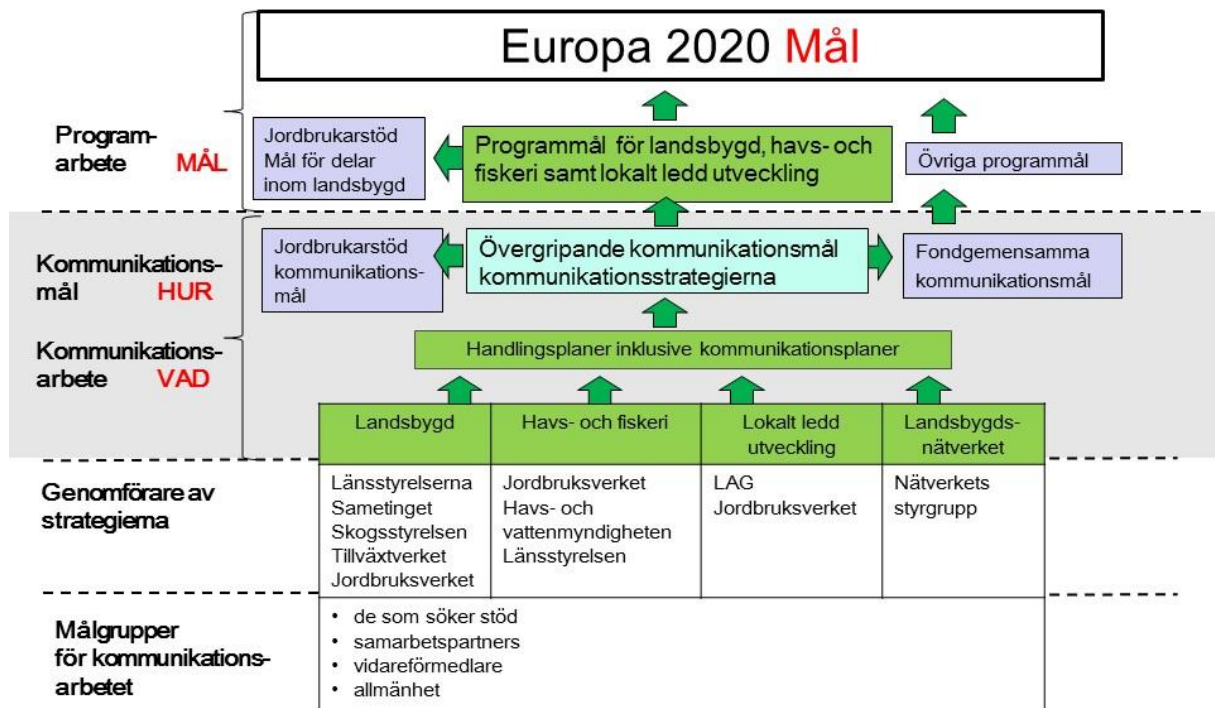


Illustration: kommunikationsstrategier för programmen

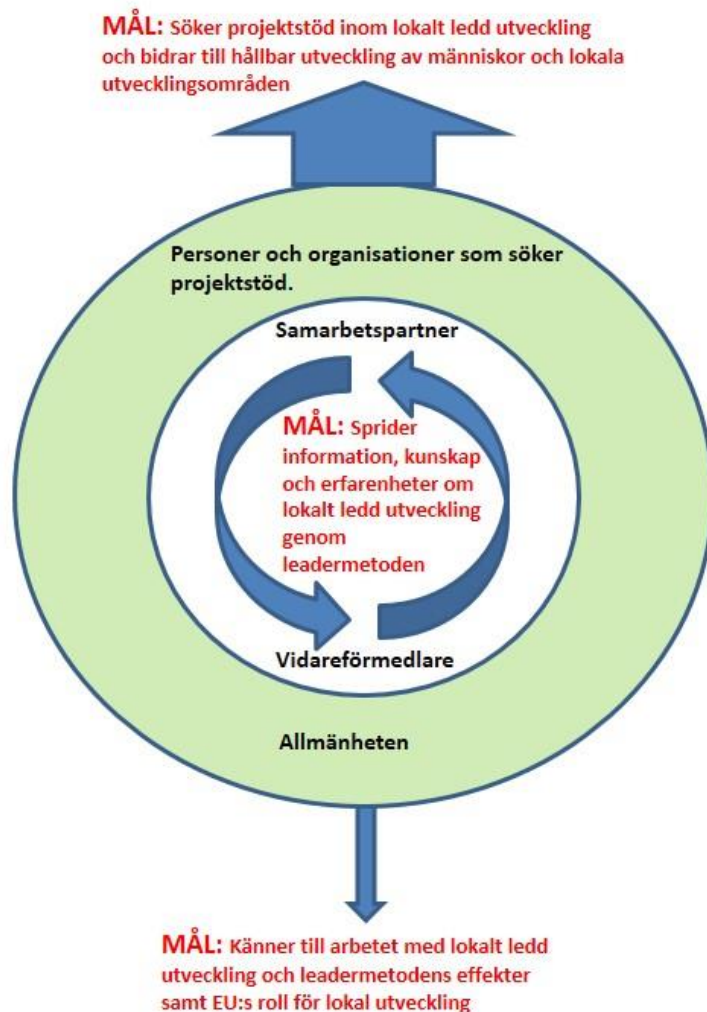
Jordbruksverket är som förvaltande myndighet ansvarig för att kommunikationsstrategin för lokalt ledd utveckling följer Jordbruksverkets övergripande kommunikationsstrategi.

Vi kommer att behöva uppdatera strategin under programmens gång om vi märker att den inte är tillräcklig för att nå de kommunikativa mål vi sätter upp.

Tre kommunikationsmål

God kommunikation hjälper oss att nå målen med lokalt ledd utveckling. Vi, som hanterar programmen, har olika roller men den viktigaste gemensamma uppgiften är att nå ut till de som ska driva och utveckla sitt lokala område genom leadermetoden. Vi behöver också kommunicera för att underlätta samarbetet mellan alla som har ett ansvar för lokalt ledd utveckling. Allmänheten, och särskilt skattebetalarna måste också känna till arbetet med lokalt ledd utveckling för att vi ska få förtroendet att arbeta vidare.

(tillagt i bilden ordet lokala utvecklingsområden istället för bygder)



Kommunikationsmål

- **Företag och organisationer söker projektstöd inom lokalt ledd utveckling och bidrar till hållbar utveckling av människor och lokala utvecklingsområden**

Många av de företag och organisationer som söker projektstöd har erfarenhet av och kunskap om lokalt ledd utveckling. Men det finns också ett behov att nå de som inte har kännedom om metoden, särskilt de nya målgrupperna inom regional- och socialfonden. De kan till exempel finnas inom målgruppen allmänheten. Både kvinnor och män i olika åldrar, oavsett var man är född, ska ha möjlighet att ta del av information om leadermetoden.

Vår kommunikation ska hjälpa dem att

- känna till att projektstöden inom lokalt ledd utveckling finns
- lätt hitta information om projektstöden
- känna till målen med lokalt ledd utveckling och EU: s roll för lokalt ledd utveckling
- förstå vilka mervärden projektstöd kan ge för lokala områden
- samverka med andra som söker eller har fått projektstöd för att sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter.

- **Vidareförmedlare och samarbetspartner sprider information, kunskap och erfarenheter om lokalt ledd utveckling**

Vår kommunikation ska hjälpa dem att

- känna till möjligheterna med lokalt ledd utveckling
- enkelt hitta information om lokalt ledd utveckling
- sprida information om möjligheterna med lokalt ledd utveckling
- känna till målen med lokalt ledd utveckling
- intressera sig för den lokala utvecklingen
- förstå att det är många som lär sig av varandra och samverkar för att nå målen med lokalt ledd utveckling
- förstå den egna rollen och sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter.
- känna till EU:s roll för lokalt ledd utveckling

- **Allmänheten känner till arbetet med och effekterna av lokalt ledd utveckling samt EU:s roll inom den lokala utvecklingen.**

Vår kommunikation ska hjälpa dem att

- känna till möjligheterna med lokalt ledd utveckling
- känna till hur effekter av lokalt ledd utveckling påverkar utvecklingen av samhället
- känna till EU:s intentioner med lokalt ledd utveckling

Fyra målgrupper

Företag och organisationer som söker stöd

De som deltar i och bidrar till lokal utveckling genom lokalt ledd utveckling

Exempel på stödsökande:

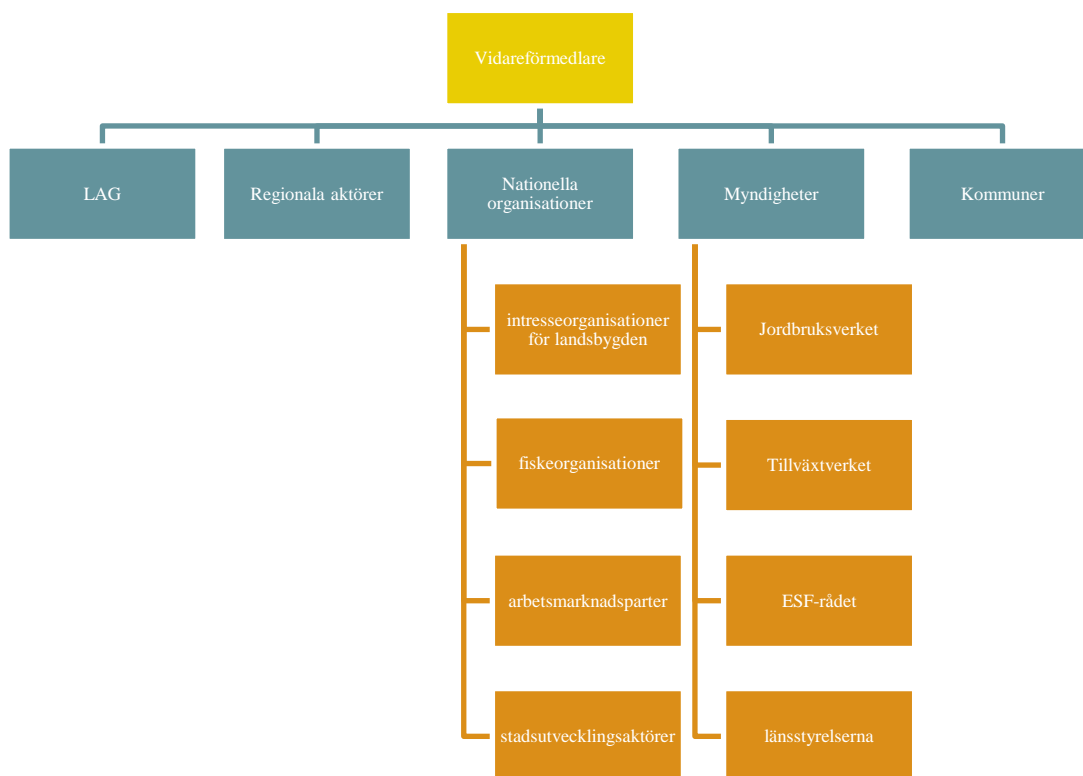


Vidareförmedlare

Den här målgruppen hjälper oss att nå ut med information om möjligheterna med lokalt ledd utveckling till de som söker projektstöd och de som vill bidra till lokal utveckling.

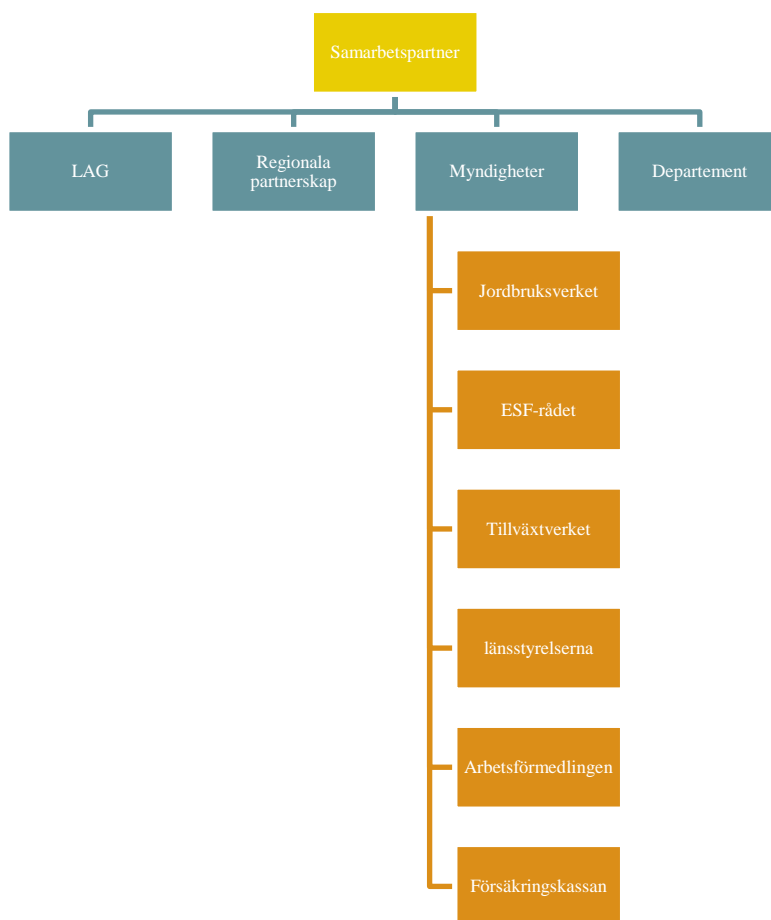
Målgruppen är också viktig för att sprida kunskap om arbets sätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter.

Exempel på vidareförmedlare: (tillagt i bilden: regionala aktörer)



Samarbetspartner

För att på bästa sätt uppfylla målen med lokalt ledd utveckling genom leadermetoden behöver myndigheter och andra aktörer, som har ansvar att förvalta, mobilisera och genomföra hela eller delar av lokalt ledd utveckling, samverka. Vi lär oss av varandra genom att sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter. Det gör vi för att förbättra arbetet med lokalt ledd utveckling och för att kunna ge olika målgrupper enkel, tydlig och relevant information. Därför planerar samarbetspartner ibland gemensamma kommunikationsinsatser.



Allmänheten

Det är viktigt att nå allmänheten med information om syfte och mål med lokalt ledd utveckling och resultaten av arbetet med leadermetoden för att:

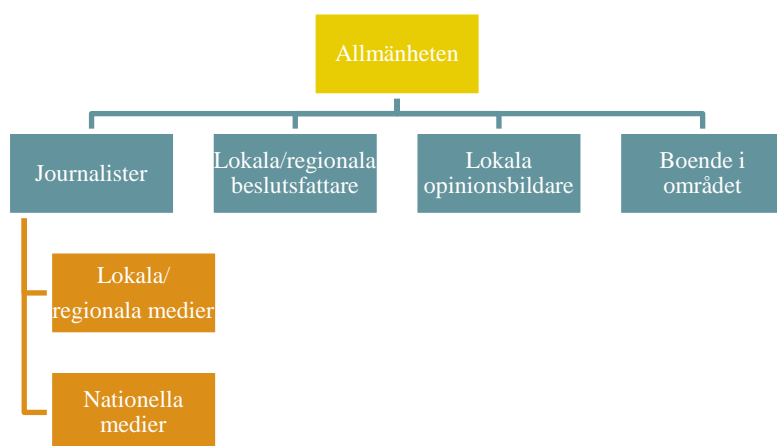
- nå nya personer som vill bidra till lokal utveckling
- få förståelse för varför EU och Sverige satsar på lokalt ledd utveckling

Det är betydelsefullt att inte allmänheten har en negativ bild av hur vi genomför programmen.

Det är svårt och kostsamt att använda kanaler som når en stor del av allmänheten. Genom att använda innovativa kommunikationsmetoder och kommunicera med följande målgrupper har vi möjlighet att nå allmänheten:

- journalister
- beslutsfattare
- opinionsbildare.

Vid behov genomför vi också lokala kommunikationsinsatser direkt till allmänheten.



Fem kommunikationsstrategiska prioriteringar

1. Olika kommunikationsinsatser för olika faser

Programperioden delas in i tre faser. Varje fas kräver olika typer av kommunikation. Varje enskild åtgärd går igenom alla tre faser och kommunikationen följer samma mönster.

Införande									
		Genomförande							
						Slutfas			
2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2024		

Nedan beskriver vi huvudfaserna i programmen.

• Införandefasen

Införandefasen pågår under två olika tidsperioder.

Under den första tiden i den här fasen finns det inga stöd att söka. Då pågår många förberedelser inför den ”breda” programstarten. Då behöver vi nå alla huvudmålgrupper med information om stöden/ och om målen med lokalt ledd utveckling.

Under införandefasen förbereder och startar LAG och Landsbyggnätverket sina verksamheter. Då börjar också samarbetet och samordningen mellan lokala och regionala samarbetspartner inom de olika fonderna. Det behöver vi berätta om för samarbetspartner, vidareförmedlare och allmänhet.

Under hela införandefasen samverkar de personer som förvaltar, betalar ut och informerar om programmen. Det gör de för att de som kan tänka sig att söka projektstöd ska uppleva att det finns en helhet i administrationen och kommunikationen.

Vi bör prioritera de nya målgrupperna i städer och på arbetsmarknaden som de nya fonderna för med sig.

• Genomförandefasen

Under genomförandefasen är det viktigt att vi kommunicerar med de som söker stöd samt med allmänheten. Då kommunicerar vi också utifrån de behov som samarbetspartner och vidareförmedlare uppmärksammar.

Årsrapporter, utvärderingar och revisioner hjälper oss att se vilka kommunikationsbehov som finns. Landsbyggnätverket tar också fram idéer och förslag på hur vi kan kommunicera.

Samarbetspartner och vidareförmedlare förmedlar kunskap om arbetssätt, hinder och möjligheter till varandra som kan förbättra hur vi genomför programmen.

Det är viktigt att sprida goda exempel från programmen. Det ska vi göra under hela programperioden men mest under den senare delen.

Under programperioden kan vissa åtgärder eller stöd förändras. Då behöver vi återigen nå alla huvudmålgrupper med information om stöden och om målen med lokalt ledd utveckling.

- **Slutfasen (sträcker sig även efter 2020)**

Under slutfasen fokuserar vi på att sprida resultat från programmen. De är viktiga för alla målgrupper; för att vidareförmedlare och de som söker stöd ska kunna följa programmets resultat och för att samarbetspartner behöver ta med erfarenheter till nästa programperiod. Allmänheten ska dessutom kunna veta vad skattepengarna har gått till.

2. Tydlig och samordnad kommunikation

Vi är många som arbetar med att kommunicera lokalt ledd utveckling. Det är viktigt att vi säger samma sak när det finns gemensamma budskap. Det uppnår vi genom att vi

- planerar kommunikationen utifrån våra gemensamma kommunikationsmål
- vid behov samordnar budskap och aktiviteter med varandra och med vidareförmedlare
- använder varandras kanaler.

Under programtiden kan det finnas behov av att göra specifika kommunikationsinsatser. Då kan förvaltningsmyndigheten och Landsbygdsnätverket samordna gemensamma insatser, ”kampanjer”, som varar en viss tid. De erbjuder LAG och andra samarbetspartner och vidareförmedlare att medverka i dessa.

3. Målgrupperna i fokus

För att bemöta våra målgrupper på ett trovärdigt och professionellt sätt måste vi ha kunskap om dem och förstå vad som påverkar dem. Vi ska förstå att de som engagerar sig i lokalt ledd utveckling också är de som levererar olika tjänster till samhället i form av arbetstillfällen, nya företag och social inkludering.

Vi bör noggrant analysera hur vi når rätt målgrupper, utforma information på ett tilltalande sätt och sprida den i rätt kanaler.

Vi behöver engagemang för lokalt ledd utveckling bland många typer av människor för att nå målen. Vi ska anpassa all vår information för att nå såväl kvinnor som män. Vi bör även anpassa den för att nå unga och personer med utländsk bakgrund. Det kommer att finnas riktlinjer för hur vi ska arbeta för att anpassa kommunikationen så att den blir jämställd.

Vi bör också anpassa vår information till personer med funktionsnedsättning. Det kan vi exempelvis göra genom att texterna går att få upplästa på webbplatserna, att skriva klarspråk samt att vi i vissa fall skriver texter på lättläst svenska.

Informationen som finns på Jordbruksverkets webbplats finns därför att tillgå med hjälp av talsyntes, det vill säga att texten går att få uppläst. Viss information finns även på lättläst svenska.

4. Enklare tillsammans

Vi behöver bidra till att det blir lätt att göra rätt. Då minskar oron för att göra fel bland de som engagerar sig i lokalt ledd utveckling. Förenklingar handlar till stor del om andra saker än regler. Det handlar om samordning, bemötande, rapportering och kommunikation. Det räcker inte att vi är duktiga var och en för sig, helheten kan ändå uppfattas som krånglig ur våra målgruppers perspektiv. Vi behöver därför tillsammans göra saker så enkla som möjligt. Ett sätt att arbeta med det är att dela och analysera information tillsammans. Det handlar om ett förhållningssätt i arbetet för att kunna förklara så att våra målgrupper förstår vad vi vill säga. Det gäller särskilt sådant som kan uppfattas som krångligt.

I den grupp som finns för att samordna havs- och fiskeriprogrammet, landsbygdsprogrammet, den sociala och den regionala fonden, diskuteras bland annat hur vi kan göra det enklare för gemensamma målgrupper på olika sätt. Vi ska också uttrycka oss begripligt. Förvaltningsmyndigheten ska använda sig av klarspråk i sin kommunikation.

5. Vi lär av varandra

För att vi ska arbeta med lokalt ledd utveckling på rätt sätt behöver vi kunskaper och insikter om vad som fungerar väl och vad vi behöver förändra. Årsrapporter, revisioner och utvärderingar ger oss god vägledning för hur vi ska förbättra arbetssättet där kommunikation är en del. Det gör även de reaktioner på arbetet med lokalt ledd utveckling som uppstår inom Landsbygdsnätverket. För att vi ska kunna lära oss av dessa kunskapskällor är det viktigt att vi analyserar kunskapen och formulerar tydliga budskap som vi kan kommunicera till vidareförmedlare och samarbetspartner.

Budskap

Får att nå våra målgrupper måste vi anpassa budskapen om lokalt ledd utveckling så att de berör målgrupperna på rätt sätt. Det är viktigt att komma ihåg att kommunikation alltid sker på mottagarens villkor. Vad vill vi få mottagarna av budskapen att göra, tänka eller kunna? Här nedan kan du läsa vilka budskap vi ska förmedla till de olika målgrupperna.

Budskap till personer som söker stöd

- Tillsammans med andra bidrar du till att din landsbygd/ditt kustsamhälle/din stad lever och utvecklas.

Budskap till vidareförmedlare

- Vi jobbar tillsammans och lär oss av varandra för att bidra till en hållbar lokal utveckling.

Budskap till samarbetspartner

- Vi jobbar tillsammans och lär oss av varandra för att bidra till en hållbar lokal utveckling.
- Tillsammans gör vi det enklare för målgrupperna att arbeta för lokalt ledd utveckling genom leadermetoden.

Budskap till allmänheten

- Lokalt ledd utveckling bidrar till en hållbar samhällsutveckling.

Kanaler

Vad är en kanal?

Med kanal menar vi det kontaktsätt som vi använder för att informera och kommunicera. Exempel på kanaler är webbplatser, e-post, medier och möten.

Webben är huvudkanal

Informationen till och kommunikationen mellan alla aktörer som berörs av lokalt ledd utveckling ska huvudsakligen ske via webben om inte det personliga mötet är möjligt. Det innebär att

- det ska finnas tydlig, aktuell och samordnad information om lokalt ledd utveckling på respektive ansvarig myndighets, Landsbygdsnätverks och LAG:s webbplats samt på den fondgemensamma portalen
- vi prioriterar digital kommunikation när vi kommunikationsplanerar
- utveckling av nya kanaler ska i första hand ske via webben

Välja kanal

För att nå ut med information och få till stånd kommunikation räcker det ofta inte att använda en kanal. Exempelvis räcker det kanske inte att lägga information på webbplatsen för att få målgruppen att förstå, tycka eller göra något. Vi måste välja en mix av kanaler. Vilka kanaler vi väljer beror på vilka kanaler våra målgrupper använder och vilka som är mest effektiva ur både kommunikativ och ekonomisk synvinkel.

Kanaler till företag och organisationer som söker stöd

- Fysiska möten på lokal nivå
- LAG: s webbplatser
- Jordbruksverkets webbplats
- ESF-rådets webbplats
- Tillväxtverkets webbplats
- Respektive länsstyrelses webbplats
- Landsbygdsnätverkets webbplats
- EU-fonder.se
- Regionala aktörers webbplatser, exempelvis regionförbund, landsting osv.

- Kommuners webbplatser
- Sametingets webbplats
- Skogsstyrelsens webbplats
- Havs- och vattenmyndighetens webbplats
- Vattenbruksportalen
- Landsbygdsdepartementets webbplats
- Digitala nyhetsbrev
- Nationella, regionala och lokala medier
- Sociala medier
- Mötesplatser som exempelvis Landsbygdsriksdagen

Kanaler till/för vidareförmedlare

- Jordbruksverkets webbplats
- Tillväxtverkets webbplats
- ESF-rådets webbplats
- Regionala aktörers webbplatser, exempelvis regionförbund, landsting osv.
- Fysiska möten på regional och nationell nivå
- Respektive länsstyrelses webbplats
- Landsbygdsnätverkets webbplats
- Havs- och vattenmyndighetens webbplats
- Webbplatsen för rådgivare
- Landsbygdsnätverkets aktörers respektive webbplatser
- EU-fonder.se
- SKL:s webbplats
- Sametingets webbplats
- Skogsstyrelsens webbplats
- Havs- och vattenmyndighetens webbplats
- Vattenbruksportalen
- Näringsdepartementets webbplats
- Medier
- Sociala medier
- E-post

- Mötesplatser som exempelvis Landsbygdsriksdagen

Kanaler till samarbetspartner

- Jordbruksverkets extranät Ladan
- Personliga möten exempelvis nätverksträffar
- Digitala och fysiska träffar för utbildning
- Nyhetsbrev
- E-post

Kanaler till allmänheten

- Media
- Sociala medier
- Personliga möten

Uppföljning och utvärdering

Det är viktigt att myndigheter och andra aktörer som förvaltar, betalar ut och sprider information om lokalt ledd utveckling följer upp hur kommunikationen fungerar. Uppföljningen kan vara enkel, men ska ske regelbundet. Respektive aktör kan till exempel samla de som varit ansvariga för insatserna och diskutera erfarenheterna av arbetet och de resultaten.

I de löpande utvärderingar som utvärderingssektariatet på förvaltningsmyndigheten kommer att göra tar de även med kommunikation när det är relevant. Förvaltningsmyndigheten ansvarar för att resultaten sprids.

Utifrån resultaten justeras eventuellt kommunikationsstrategin för lokalt ledd utveckling.

Ansvar

Vi ansvarar för olika delar i programmet. Här nedan kan du läsa om vem som ansvarar för vad.

Jordbruksverket

Jordbruksverket ansvarar både för förvaltningen och utbetalningen av stöd inom landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet samt regional- och socialfondsprogrammet för lokalt ledd utveckling.

Förvaltningsmyndigheten på Jordbruksverket ansvarar för att

- innehållet i kommunikationsstrategin för lokalt ledd utveckling harmonierar med
 - kommunikationsstrategin för landsbygdsprogrammet
 - kommunikationsstrategin för havs- och fiskeriprogrammet
- ta fram riktlinjer för att dessa styrdokument ska harmoniera med kommunikationsstrategin för
 - länsstyrelsernas kommunikationsplaner i de regionala handlingsplanerna
 - LAG:s kommunikationsplaner som kopplas till strategierna
 - kommunikationsplanen kopplad till det fondgemensamma arbetet
- ta fram grundläggande information om lokalt ledd utveckling
- planera kommunikation årsvis utifrån kommunikationsstrategin. Det arbetet görs till viss del i samverkan med Landsbygdsnätverket.
- kommunikationsstrategin uppdateras och utvärderas
- tillsammans med Landsbygdsnätverket fånga in gemensamma kommunikationsbehov som kan uppstå inom ramen för programgenomförandet samt vid behov planera och tillsammans med andra aktörer genomföra ”kommunikationskampanjer”
- följa och analysera de lärdomar och erfarenheter och synpunkter som genereras inom ramen för Landsbygdsnätverket
- sprida relevanta lärdomar från revisionsrapporter och utvärderingar om programmet och programgenomförandet till rätt målgrupper
- kommunikation till LAG-grupper i syfte att stötta LAG-gruppernas verksamhet och arbete
- utföra arbete kopplat till fondgemensamma kommunikationsinsatser inom lokalt ledd utveckling.

Utbetalningsfunktionen – landsbygdsprogrammet - ansvarar för att

- samordna kommunikationsinsatser med förvaltningsmyndigheten inklusive att sprida relevanta lärdomar från revisionsrapporter och kontrollresultat från genomförandet av programmen
- genomföra den nationella kommunikationsstrategin

LAG ansvarar för att

- harmoniera sina årliga kommunikationsplaner till den nationella kommunikationsstrategin för lokalt ledd utveckling, särskilt vad gäller kommunikationsmålen som bör anpassas för de egna sammanhangen
- också harmoniera sina kommunikationsplaner med de regionala handlingsplanerna. inkl. kommunikation
- förmedla kommunikativa behov till förvaltningsmyndigheten och Landsbygdsnätverket.

Landsbygdsnätverket

Det är flera aktörer som tillsammans ”äger” och har nytta av sitt gemensamma nätverk. Förvaltningsmyndigheten är en av dessa aktörer och har samtidigt ansvaret för nätverkets drift. Landsbygdsnätverkets kansli är en supportenhet för hela nätverket. Kärnan i nätverkets kommunikation är dialogen mellan medlemsorganisationerna. LAG och länsstyrelserna ingår automatiskt i nätverket.

Landsbygdsnätverket ansvarar för

- kommunikation mellan olika aktörer för ett ökat lärande mellan aktörer som berörs av programmet genom att gemensamt sprida kunskap om arbetsätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter.
- att informera allmänheten och direkt eller indirekt informera personer som vill söka stöd och ersättningar ur programmen om programmens möjligheter och möjligheterna med lokalt ledd utveckling. Det sker främst genom att upplåta sina kommunikationskanaler för spridning och paketera innehållet på ett tilltalande sätt.
- att främja dialog mellan svenska och andra aktörer i Europa och sprida information till svenska aktörer om det arbete som sker inom ramen för det europeiska innovationspartnerskapet, europeiska landsbygdsnätverket och europeiska fiskenätverket.
- att koppla sin löpande kommunikationsplanering till nätverkets årliga planering, liksom i vissa fall till den kommunikationsplanering för landsbygdsprogrammet och havs- och fiskeriprogrammet som upprättas tillsammans med förvaltningsmyndigheten.
- att tillsammans med förvaltningsmyndigheten fånga in de gemensamma kommunikationsbehov som kan uppstå inom ramen för programarbetet och lokalt ledd utveckling, samt vid behov genomföra ”kommunikationskampanjer” tillsammans med andra aktörer.
- att kommunikationsinsatser följs upp löpande och utvärdera kommunikationsmålen. Utifrån resultaten revideras eventuellt nätverkets kommunikationsstrategi.