

Kommunikationsstrategi för landsbygdsprogrammet 2014-2020

2015-11-12

Inledning

Under hela perioden för genomförandet av landsbygdsprogrammet 2014-2020 är det viktigt med god information och kommunikation om programmet. Den här kommunikationsstrategin beskriver hur vi ska prioritera och ger vägledning om hur vi ska kommunicera programmet. Med ”vi” avser vi de myndigheter och andra aktörer som har del av ansvaret för genomförandet.

Jordbruksverket har som förvaltande myndighet huvudansvar för hur vi genomför programmet och är tillsammans med Landsbyggnätverket huvudansvariga för informationen om programmet. Många myndigheter och aktörer är involverade i kommunikationsarbetet.

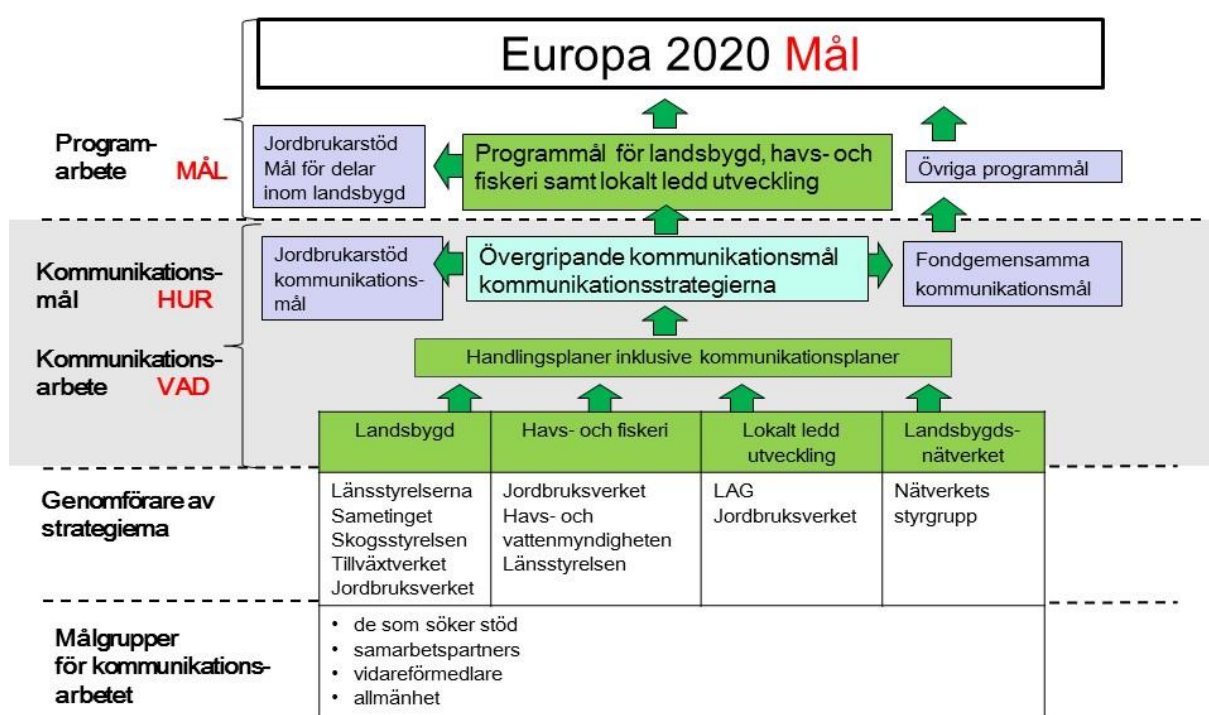


Illustration: kommunikationsstrategier för programmen

För att vi ska nå samma kommunikationsmål är kommunikationsstrategierna för landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet, programmet för lokalt ledd utveckling och Landsbyggsnätverket synkade med varandra, bland annat när det gäller mål, målgrupper och budskap. Bilden visar hur samtliga bidrar till målen för EU 2020.

Jordbruksverket är som förvaltande myndighet ansvarig för att kommunikationsstrategin för landsbygdsprogrammet följer Jordbruksverkets övergripande kommunikationsstrategi.

Vi behöver uppdatera strategin under programmets gång. Då informeras övervakningskommittén. Då uppdateras också kommunikationsaktiviteterna. Se bilaga 1.

Bakgrund

Det finns mål för landsbygdsprogrammet på EU-nivå samt på nationell och regional nivå. Det övergripande målet ”Smart och hållbar tillväxt för alla”, finns i den gemensamma strategin EU: 2020.

De övergripande målen för landsbygdsprogrammet på nationell nivå rör

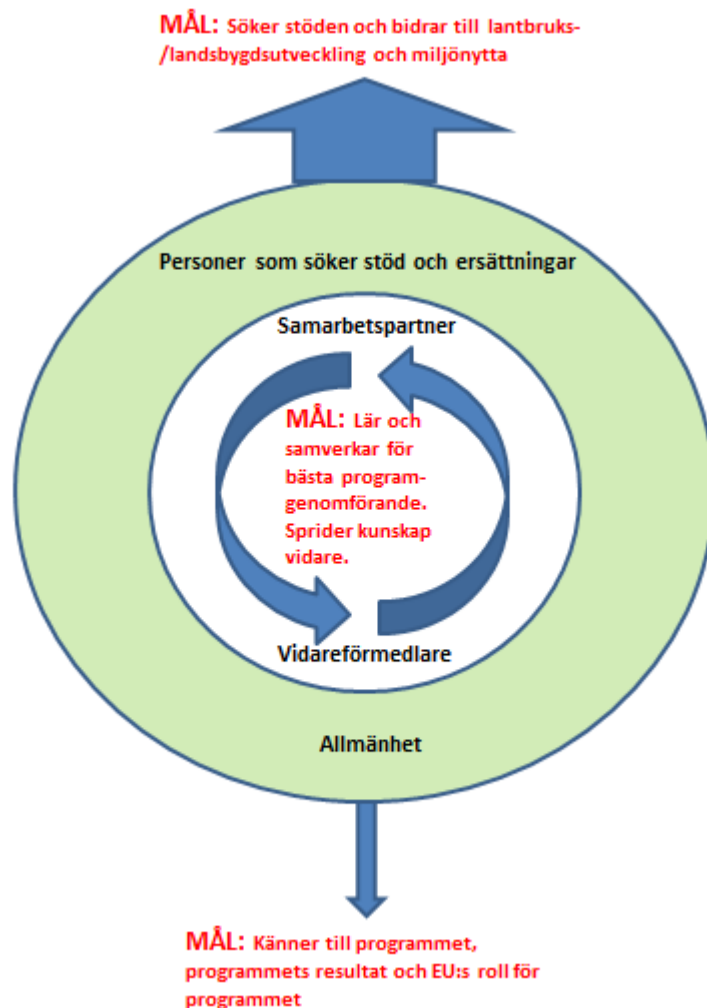
- jordbrukets konkurrenskraft
- hållbar förvaltning av naturresurser och klimatåtgärder
- balanserad territoriell utveckling (alla geografiska områden inom EU ska utvecklas).

I landsbygdsprogrammet ingår företagsstöd, projektstöd, miljöinvesteringar, kompensationsstöd, miljöersättningar, ersättningar för ekologisk produktion samt djurvälståndersättningar. Stöden och ersättningarna finansieras gemensamt av Sverige och EU. Det finns cirka 36 119 miljoner kronor i landsbygdsprogrammet under perioden 2014–2020. Pengarna är fördelade mellan sex prioriteringar som i sin tur är nedbrutna i 18 fokusområden där Sverige har valt att använda 15 fokusområden. De sex prioriteringarna är:

- 1) främja kunskapsöverföring och innovation inom jord- och skogsbruk samt på landsbygden. Den här prioriteringen ska genomsyra alla de andra prioriteringarna
- 2) förbättra lönsamheten och konkurrenskraften i alla typer av jordbruksföretag och i alla regioner samt främja innovativ jordbruksteknik och hållbart skogsbruk
- 3) förbättra djurvälstånd, och organisationen av livsmedelskedjan, inklusive bearbetning och marknadsföring av jordbruksprodukter
- 4) återställa, bevara och främja ekosystem kopplade till jord- och skogsbruk
- 5) främja resurseffektivitet och stödja övergången till en koldioxidsnål och klimattålig ekonomi inom jordbruket
- 6) främja social utveckling och skapa ekonomisk utveckling på landsbygden

Tre kommunikationsmål

Genom att kommunicera bra kan vi nå målen i programmet. Vår viktigaste uppgift är att få kontakt med de som kan söka stöd och ersättningar. Vi behöver också kommunicera för att underlätta så att alla som är med i programmet jobbar med varandra och delar kunskap och idéer om hur vi ska genomföra programmet på bästa sätt. Allmänheten, särskilt skattebetalarna, måste också känna till programmet och dess resultat.



Kommunikationsmål

- **Personer söker stöd och ersättningar i programmet och bidrar till lantbruks-, landsbygdsutveckling och miljönytta.**

Personer som söker stöd och ersättningar finns både i grupper som redan har kunskap om programmet och bland allmänheten. Både kvinnor och män i olika åldrar, oavsett var man är född, ska ha möjlighet att ta del av information om programmet.

Vår kommunikation ska hjälpa dem att:

- känna till att stöden och ersättningarna finns
- lätt hitta information om stöden och ersättningarna
- lämna in kompletta ansökningar i tid
- känna till målen med programmet och EU: s roll för programmet
- förstå vad stöden och ersättningarna kan betyda för den egna verksamheten eller projektet
- förstå att det arbete man utför med hjälp av stöden och ersättningarna påverkar lantbruks- och landsbygdsutvecklingen
- samverka med andra som söker stöd och ersättningar för att sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter

- **Vidareförmedlare och samarbetspartner sprider information om programmet och kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter.**

Vår kommunikation ska hjälpa dem att:

- känna till att stöden och ersättningarna finns
- lätt hitta information om programmet
- känna till målen med programmet och EU:s roll för programmet
- intressera sig för lantbruks- och landsbygdsutvecklingens genomförande
- förstå att det är många som lär sig av varandra och samverkar för att nå programmets mål
- sprida information om programmet
- förstå den egna rollen och sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter

- **Allmänheten känner till målen med och EU:s roll för programmet.**

Vår kommunikation ska hjälpa dem att:

- känna till att stöden och ersättningarna finns
- känna till hur resultaten av programmet påverkar utvecklingen av samhället
- känna till EU:s roll för programmet
- känna till arbetet för att nå målen i strategin Europa 2020

Fyra målgrupper

Personer som söker stöd och ersättningar

De som söker stöd är vår viktigaste målgrupp i arbetet med landsbygdsprogrammet. Prioriterade målgrupper är:

- lantbrukare
- landsbygdsföretagare
- andra aktörer på landsbygden

Vissa stöd vänder sig också till myndigheter, kommuner, landsting, regioner, föreningar, organisationer, rådgivare, livsmedelsföretagare och LAG¹.

Vidareförmedlare

Den här målgruppen hjälper oss att nå ut med information om programmet till de som söker stöd och ersättningar. Målgruppen är också viktig för att sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter. Målgruppen består exempelvis av organisationer, företag, andra myndigheter, samarbetspartner, partnerskap och kommuner.

Samarbetspartner

För att på bästa sätt uppfylla målen i programmet behöver myndigheter som har ansvar för att förvalta eller genomföra hela eller delar av programmet samverka. Medarbetare på myndigheter och i organisationer är därför en viktig målgrupp. Vi lär oss av varandra genom att sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter. Det gör vi för att få ett så bra programgenomförande som möjligt och för att kunna ge olika målgrupper enkel, tydlig och relevant information. Därför planerar samarbetspartner ibland gemensamma kommunikationsinsatser.

Allmänheten

Det är viktigt att nå ut med programmets syfte, mål, innehåll och resultat till allmänheten för att:

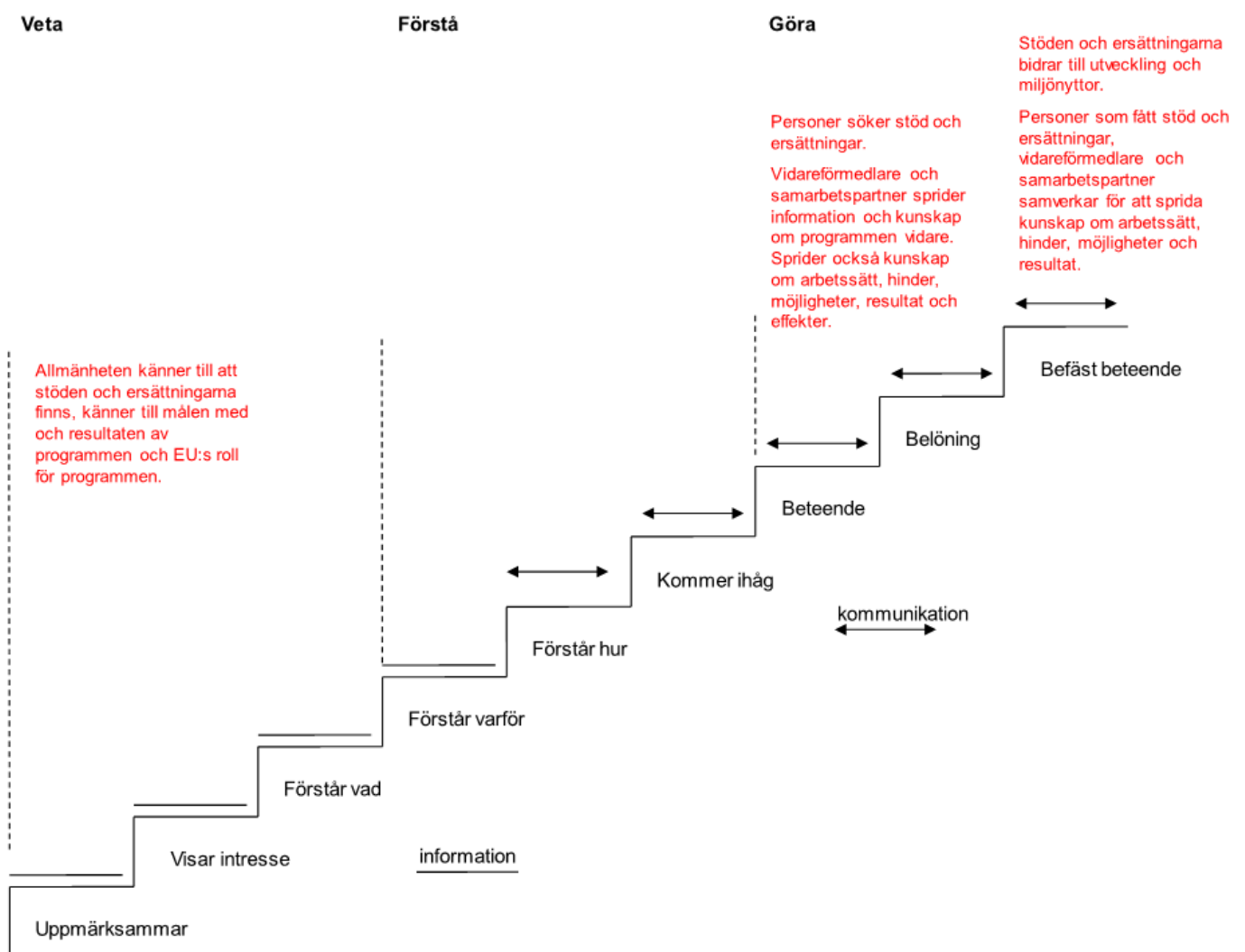
- nå nya personer som söker stöd och ersättningar
- få förståelse för varför det finns ett landsbygdsprogram
- få förståelse för EU:s roll för programmet

¹ (Local Action Groups) Lokala utvecklingsgrupper som arbetar med hjälp av leadermetoden.

Det är betydelsefullt att allmänheten har förtroende för hur vi genomför programmet. 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

Ambitionstrappa för kommunikation samtliga målgrupper



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 i landsbygdsprogrammet 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 finns det få stöd och ersättningar att söka. Då pågår många förberedelser inför den ”breda” programstarten. Då behöver vi nå alla huvudmålgrupper med information om stöden och ersättningarna, programmets mål och möjligheter.

Under införandefasen förbereder och startar Landsbygdsnätverket och LAG sina verksamheter. Då fördjupas också samarbetet och samordningen mellan de ansvariga myndigheterna för landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet, regionalfondsprogrammen och socialfondsprogrammet. Det behöver vi berätta om för samarbetspartner, vidareförmedlare och allmänhet.

Senare drar huvuddelen av landsbygdsprogrammet igång. Då behöver vi återigen nå alla huvudmålgrupper med information om stöden, ersättningarna och om programmets mål.

Under hela införandefasen samverkar de personer förvaltar, betalar ut och informerar om programmet. Vi samordnar kommunikation om landsbygdsprogrammet med exempelvis jordbrukarstöden och havs- och fiskeriprogrammet. Det gör vi för att de som söker stöd och ersättningar ska uppleva att det finns en helhet i administrationen och kommunikationen.

- **Genomförandefasen**

Under genomförandefasen är det fortfarande viktigt att vi kommunicerar med de som söker stöd och ersättningar 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. Landsbygdsnätverket tar också fram idéer och förslag på hur vi kan kommunicera.

Samarbetspartner och vidareförmedlare förmedlar kunskap om arbetssätt, hinder och möjligheter mellan varandra som kan förbättra genomförandet av programmet

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

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

Under slutfasen fokuserar vi på att sprida resultat från programmet. Den informationen är viktig för alla målgrupper; för att vidareförmedlare och de som söker stöd/ersättningar 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 kommunikation i programmet och 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 samarbetspartner och vidareförmedlare att medverka i dessa.

Vi använder EU-loggan i enlighet med riktlinjerna i förordningstexterna.

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 söker stöd också är de som levererar olika tjänster till samhället i form av arbetstillfällen, miljönyttor och landsbygdsutveckling.

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 landsbygders utveckling bland många typer av människor för att nå programmets mål. 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 att tillgå med hjälp av talsyntes, det vill säga att texten går att få uppläst. Viss information finns även på lättläst svenska. Informationen om landsbygdsprogrammet och dess stöd och ersättningar är skrivet på klarspråk.

4. Enklare tillsammans

Vi behöver bidra till att det blir lätt att göra rätt. Då minskar oron för att göra fel bland de som söker stöd och ersättningar. 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. 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 och använda oss av klarspråk i vår kommunikation.

5. Vi lär av varandra

För att vi ska arbeta med programmet på rätt sätt och minska felen behöver vi bättre kommunicera 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 genomförandena av programmet. De analyser och reaktioner som kommer från Landsbygdsnätverket är också en källa till kunskap. 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.

Budskap

För att nå våra målgrupper måste vi anpassa budskapen om landsbygdsprogrammet 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

- Du bidrar till en hållbar lantbruks- och landsbygdsutveckling.

Budskap till vidareförmedlare

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

Budskap till samarbetspartner

- Vi jobbar tillsammans och lär oss av varandra för att bidra till en hållbar lantbruks- och landsbygdsutveckling.
- Tillsammans gör vi det enklare för landsbygdsprogrammets målgrupper.

Budskap till allmänheten

- Landsbygdsprogrammet 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, mejl, medier och möten.

Webben är huvudkanal

Informationen till och kommunikationen mellan alla aktörer som berörs av landsbygdsprogrammet ska huvudsakligen ske via webben. Det innebär att

- det ska finnas tydlig, aktuell och samordnad information om programmet på respektive ansvarig myndighets webbplats
- 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.

Här nedanför kan du läsa de huvudsakliga kanalerna för olika målgrupper.

Kanaler till personer som söker stöd och ersättningar

- Jordbruksverkets webbplats
- Respektive länsstyrelses webbplats
- Landsbygdsnätverkets webbplats
- LAG: s webbplatser
- Regionala aktörers webbplatser, exempelvis regionförbund, landsting osv.
- EU-fonder.se
- Sametingets webbplats
- Skogsstyrelsens webbplats
- Tillväxtverket webbplats
- Landsbygdsdepartementets webbplats
- Digitala nyhetsbrev
- Medier

- Sociala medier
- Mötesplatser som exempelvis landsbygdsriksdagen

Kanaler till/för vidareförmedlare

- Jordbruksverkets webbplats
- Jordbruksverkets kanal konsultinformation
- Respektive länsstyrelses webbplats
- Landsbygdsnätverkets webbplats
- Landsbygdsnätverkets aktörers respektive webbplatser
- Regionala aktörers webbplatser, exempelvis regionförbund, landsting osv.
- EU-fonder.se
- Sametingets webbplats
- Skogsstyrelsens webbplats
- Tillväxtverkets webbplats
- Landsbygdsdepartementets webbplats
- Medier
- Sociala medier
- Mejl
- Mötesplatser som exempelvis landsbygdsriksdagen

Kanaler till samarbetspartner

- Jordbruksverkets extranät Ladan
- Personliga möten
- Mejl

Huvudsakliga kanaler för kommunikation till allmänheten

- Media
- Sociala medier

Uppföljning och utvärdering

Det är viktigt att myndigheter och andra aktörer som förvaltar, betalar ut och sprider innehållet i landsbygdsprogrammet följer upp hur kommunikationen har fungerat.

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 resultaten.

Förvaltningsmyndigheten ansvarar för att löpande följa upp och sprida resultaten av genomförandet av landsbygdsprogrammet.

Utvärderingen av programmets kommunikationsaktiviteter ingår i utvärderingssekretariatets planering. Utvärderingssekretariatet kommer att speciellt utvärdera de kommunikationsinsatser som har gjorts om politiken, de operativa programmen, verksamheten samt EU:s roll. Här ingår också utvärdering av vilket genomslag som kommunikationen har fått hos våra olika målgrupper.

Utifrån resultaten justeras eventuellt kommunikationsstrategin för landsbygdsprogrammet.

Ansvar och organisation

Vi ansvarar för olika delar i programmet. Under införandefasen har kommunikationen legat i ett eget projekt, vilket inte visas i den här bilden. Här nedan kan du läsa om vem som ansvarar för vad. Bilden ger en översikt hur arbetet är organiserat. Längs upp i bilden finns våra målgrupper som vi ska nå på olika sätt. Siffrorna i bilden hänvisar till texterna som finns under bilden.

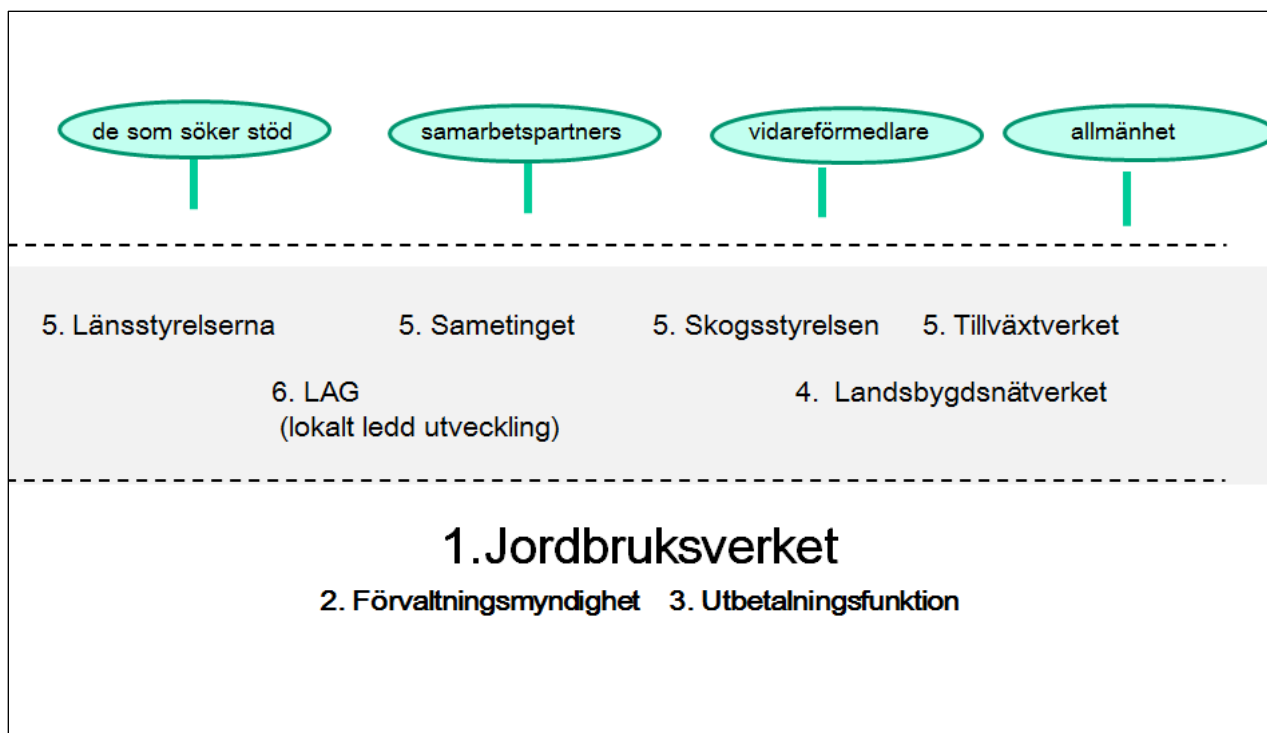


Illustration: Ansvar och organisation i kommunikationsarbetet.

1. Jordbruksverket

Jordbruksverket ansvarar både för förvaltningen av programmet och utbetalningen av stöden och ersättningarna.

2. Förvaltningsmyndigheten ansvarar för att

- innehållet i kommunikationsstrategin för landsbygdsprogrammet harmonierar med:
 - kommunikationsstrategin för havs- och fiskeriprogrammet
 - kommunikationsstrategierna för Landsbygdsnätverket och lokalt ledd utveckling
 - Jordbruksverkets övergripande kommunikationsstrategi
- ta fram riktlinjer för att dessa styrdokument ska harmoniera med kommunikationsstrategin:
 - länsstyrelsernas kommunikationsplaner i de regionala handlingsplanerna
 - kommunikationsplanerna som finns i Skogsstyrelsens, Sametingets, Tillväxtverkets och Jordbruksverkets handlingsplaner
 - LAG:s kommunikationsplaner som kopplas till de lokala utvecklingsstrategierna
 - kommunikationsplanen kopplad till det fondgemensamma arbetet
- ta fram grundläggande information om programmet och programmets genomförande

- bistå med information som underlättar stödmottagarens ansvar för att informera allmänheten om de stöd som de har fått genom landsbygdsprogrammet och om målet med insatsen
- planera kommunikation årsvis utifrån kommunikationsstrategin. Det arbetet görs till viss del i samverkan med Landsbygdsnätverket.
- uppdatera kommunikationsstrategin en gång per år
- kommunikationsstrategin blir utvärderad
- 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, analysera och sprida information om 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.

3. Utbetalningsfunktionen ansvarar för att

- medverka till att samordna kommunikationsinsatser med förvaltningsmyndigheten inklusive att sprida relevanta lärdomar från revisionsrapporter och kontrollresultat från genomförandet av programmen
- genomföra den nationella kommunikationsstrategin
- planera kommunikationsarbete med hjälp av den årliga kommunikationsplanen.

4. Landsbygdsnätverket

Landsbygdsnätverket har en självständig roll. Det är flera aktörer som tillsammans ”äger” och har nytta av sitt gemensamma nätverk. Förvaltningsmyndigheten är en av de aktörerna och har samtidigt ansvaret för nätverkets drift. Landsbygdsnätverket har ett kansli som är en supportenhet för hela nätverket. Kärnan i nätverkets kommunikation är dialogen mellan medlemsorganisationerna. (LAG och länsstyrelserna ingår automatiskt i nätverket). Till Landsbygdsnätverket finns en kommunikationsplan² som bygger på nätverkets egen kommunikationsstrategi.

Landsbygdsnätverket ansvarar för

² Se bilaga 2, utdrag ur Landsbygdsnätverkets kommunikationsplan 2015-2016.

- kommunikation mellan olika aktörer för ett ökat lärande mellan aktörer som berörs av programmet genom att gemensamt sprida kunskap om arbetssätt, hinder, möjligheter, resultat och effekter
- att informera allmänheten och direkt eller indirekt informera personer som vill söka stöd och ersättningar ur programmen miljönytta om programmets möjligheter. 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 fiskerinetverket
- 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, samt vid behov genomföra ”kommunikationskampanjer” tillsammans med andra aktörer
- att kommunikationsinsatser följs upp löpande och utvärdera kommunikationsmålen. Utifrån resultaten revideras eventuellt nätverkets kommunikationsstrategi.

5. Länsstyrelserna, Skogsstyrelsen, Sametinget och Tillväxtverket ansvarar för att

- harmoniera sina kommunikationsplaner till de nationella kommunikationsstrategierna för havs- och fiskeriprogrammet och landsbygdsprogrammet, särskilt vad gäller kommunikationsmålen som bör anpassas för de egna sammanhangen
- spela in kommunikativa behov till förvaltningsmyndigheten och Landsbygdsnätverket.

6. LAG (Local Action Groups)

Lokala utvecklingsgrupper som arbetar med hjälp av leadermetoden

LAG ansvarar för att

- harmoniera sina kommunikationsplaner till de nationella kommunikationsstrategierna för havs- och fiskeriprogrammet och landsbygdsprogrammet, 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.

Preliminär budget

Uppskattad preliminär budget för hela programperioden 80 miljoner kronor.

Budgeten för kommunikationsarbetet är en grov uppskattning utifrån hur de som är inblandade bedömer att de kommer att arbeta med kommunikation. Här ingår tjänster och beräknade kostnader för olika typer av material. Det kan till exempel vara kostnader för webb, broschyrer och annonser.

I totalsumman ingår inte kostnader för kommunikation som gäller utbetalningar efter år 2020.

Bilagor

Bilaga 1: Kommunikationsaktiviteter 2015-2016

Den här planen innehåller generella kommunikationsaktiviteter för förvaltningsmyndigheten. Varje stödmyndighet har också planerade aktiviteter, vilket framgår av deras handlingsplaner som förvaltningsmyndigheten godkänner.

Sammanfattning av kommunikationsaktiviteter hösten 2015 samt 2016. Budskap och målgrupper anpassas efter tidigare kapitel. För kanaler är listan preliminär.		
Tidpunkt	Aktiviteter	Kanaler
Q4 2015	Uppdateringar under hösten (uppdateringar sker regelbundet)	Webbplatsen Nyhetsbrev Ladan
	Information om utbetalning av pengar	Ladan Konsultinformation Magasinet Kundtjänst Webbplatsen Pressmeddelande Nyhetsbrev
	Information om programändringar	Ladan Webbplatsen Magasinet Kundtjänst Här kan det bli fler kanaler beroende på vad programändringarna innebär.
December 2015	Information om stöden som öppnar våren 2016 Samarbetsåtgärden Anlägga tvåstegsdiken Reglerbar dränering	Ladan Konsultinformation Magasinet Kundtjänst Webbplatsen
Kvartal 1 2016	Information om stöden som vänder sig till lantbrukare inom jordbrukarstödsprocessen.	Ladan Konsultinformation Utskick till lantbrukare Webbplatsen Pressmeddelanden
	Information om stöden som öppnar våren 2016 inom samarbete samt miljöinvesteringarna	Ladan Konsultinformation Magasinet

		Kundtjänst Webbplatsen
	Information om programmet, i samband med att nya stöd öppnar	Ladan Konsultinformation Magasinet Kundtjänst Webbplatsen
Kvartal 2	Utvärdering av kommunikationen om projekt- och företagsstöd och miljöinvesteringarna som har gjorts tidigare.	
	Kommunikation som är knuten till vad utvärderingen ovan kommer fram till. Här får vi göra en avvägning om vad som behövs för att komma tillrätta med eventuella problem.	

Bilaga 2:

Sammanfattning av Landsbygdsnätverkets kommunikationsplan 2015-2016

De personer i Landsbygdsnätverket som deltar i styrgruppen och i arbetsgrupperna sprider information och lärdomar som samlas och skapas i grupperna. Det gäller även de personer som representerar det svenska nätverket på träffar i europeiska Landsbygdsnätverket och europeiska Innovationsnätverket. Informationen och lärdomarna sprider de till kollegor i de medlemsorganisationer och myndigheter som de representerar, men också till övriga medlemsorganisationer och myndigheter. I vissa avseenden är budskapen även riktade till en bredare allmänhet.

Landsbygdsnätverkets styrgrupp har beslutat att kommunikationsinsatserna under 2015-2016 ska fokusera på ett mindre antal aktiviteter under längre perioder för att få ett större genomslag. De frågor som lyfts inom de aktiva arbetsgrupperna är utgångspunkten för insatserna. Därför genomförs under hösten 2015 och hela 2016 sju tematiska kommunikationskampanjer kopplade till gruppernas arbete d.v.s. gröna näringar, innovationer i jordbruket, lokalt ledd utveckling, integration, naturturism, service i landsbygder, unga i landsbygdsutveckling.

Kommunikationskanaler

Informationen och erfarenheterna sprids på ett sådant sätt att det i nästa steg är enkelt för medlemsorganisationer och myndigheter att sprida vidare till sina medlemmar och målgrupper. På så vis blir Landsbygdsnätverkets främsta kommunikationskanal utåt de egna medlemsorganisationerna och myndigheternas egna kommunikationskanaler. Det blir en effektiv kommunikationsstrategi i och med att nätverkets medlemsorganisationer och myndigheter tillsammans når en betydande mängd personer av vikt för landsbygdsutveckling.

Som stöd för kommunikationen finns resurser i nätverkskansliet. Den information och de lärdomar som tas fram i nätverksgrupper ska spridas under Landsbygdsnätverkets grafiska profil för att markera att informationen är producerad av eller förmedlad genom den arena som nätverket skapar. Kommunikatörerna, tillsammans med de övriga samordnarna vid kansliet, ger vägledning och support. Nätverkskansliets placering på Jordbruksverket gör att dess samordnare snabbt kan förmedla information från förvaltningen av de olika programmen. Nätverkskansliet tillhandahåller tekniska hjälpmedel och kommunikationskanaler så som egen webbplats, nyhetsbrev, konton för sociala media, filmutrustning och abonnemang på kanaler för att sprida pressmeddelande.

Landsbygdsnätverkets styrgrupp har beslutat att se över hur Landsbygdsnätverket på bästa sätt, och inom ramen för tillgängliga medel, kan bidra till att informera en bredare allmänhet om möjligheterna med landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet samt programmet för lokalt ledd utveckling. Under 2015 genomförs ett seminarium på temat hur medlemsorganisationer och myndigheter inom ramen för sitt samarbete i Landsbygdsnätverket kan kommunicera till en bredare allmänhet.

Målet med kommunikationen

Målet är att medlemsorganisationer och myndigheter genom sitt samarbete i Landsbygdsnätverket ska sprida information och samlade lärdomar till potentiella

stödmottagare och en bredare allmänhet om möjligheterna i landsbygdsprogrammet, havs-och fiskeriprogrammet samt programmet för lokalt ledd utveckling. Det i sin tur bidrar till att öka olika intressenters förmåga och engagemang att medverka till en god landsbygdsutveckling och god kvalitet i genomförandet av de olika programmen.