

Bilag 5 - Kommunikationsplan 2022 for EU's Regionalfond og EU's Socialfond Plus.

I programperioden 2021-2027 er kommunikationsstrategien integreret i EU-programmerne, der dermed danner den overordnede ramme for forvaltningsmyndighedens kommunikationsindsats. Med afsæt i strategien udarbejder forvaltningsmyndigheden årligt en kommunikationsplan og rapporterer om gennemførelsen til overvågningsudvalget.

Kommunikationsindsatsen i 2021-2027 har tre overordnede formål:

1. Bidrage til bredt kendskab til EU-fondene
2. Understøtte effektiv implementering af programmerne
3. Sikre transparens i forbindelse med fondenes investeringer og indsats

Aktiviteter og mål for 2022

Vi forventer at gennemføre følgende større aktiviteter i 2022:

- Launch-konference for EU's Regionalfond og EU's Socialfond Plus 2021-2027. Konferencen finder sted i første halvdel af 2022 og er målrettet erhvervsfremmesystemets interessenter.
- Kampagne med fokus på den forskel, EU har gjort for fem udvalgte virksomheder/iværksættere. Kampagnen, der afvikles i efteråret 2022, tager afsæt i fem portrætvideoer og vil blive annonceret på Facebook og YouTube. Der vil desuden blive lavet lokal/regional presseindsats.
- Kampagne med fokus på Virksomhedsprogrammet. Virksomhedsprogrammet (medfinansieret af REACT-EU) har oplevet stor søgning fra SMV'er, og programmet ventes videreført i 2023-2025 med midler fra 2021-2027-programmerne. For at tiltrække endnu flere ansøgere til det nye program, gennemfører vi en kampagne med fokus på virksomheder, der allerede har fået udbytte af at deltage i programmet. Kampagnen, der afvikles ultimo 2022, vil bestå af en række case-film til web og sociale medier samt presseindsats.

Udover ovennævnte større indsats arbejder forvaltningsmyndigheden løbende med både hjemmeside, presse og sociale medier i forbindelse med åbning af nye ansøgningsrunder, tilsagn til konkrete projekter og formidling af konkrete

ERHVERVSSTYRELSEN

Vejlsøvej 29
8600 Silkeborg

Tlf. 35 29 17 00
CVR-nr 10 15 08 17
E-post de@erst.dk
www.erst.dk

ERHVERVS MINISTERIET

projekthistorier. I tabellen herunder fremgår målsætninger for aktiviteter og kanaler i 2022.

Table 1: Målsætninger for aktiviteter og kanaler i 2022

Aktivitet/kanal	Output-KPI	Resultat-KPI	Mål-KPI
Hjemmeside: Udviklingidanmark.dk	Antal besøg i 2022: 32.000	Besøgstid: > 5 minutter Bounce rate: Under 50 pct. Tilfredshedsmåling	Øget kendskab til fondene ¹²
Nyhedsbreve og -notifikationer: Udsendes til abonnenter via Udviklingidanmark.dk	Antal sendte nyhedsbreve og notifikationer: > 1 pr. uge Antal abonnenter: + 10 pct. på alle abonnenter	Åbningsrate: 40-50 pct. i gennemsnit pr. abonnement	Øget kendskab til fondene ¹
Presse	Antal udsendte pressemeddelelser med projekthistorier: Mindst 5 pr. måned i gennemsnit ³ Antal online-visninger af pressemeddelelser: Gennemsnitligt 135 visninger pr. pressemeddelelse	Antal presseomtaler: 1.500 PR-score: > 25	Øget kendskab til fondene ¹
Konference: Launch-konference for 2021-2027-programmerne	Antal deltagere: Mindst 250 deltagere	Tilfredshedsmåling: Deltagertilfredshed på niveau med afslutningskonferencen for 2014-2020-programmer	Øget kendskab til fondene ¹
Kampagne med portrætvideoer: Udviklingidanmark.dk samt Erhvervsstyrelsens SoMe-kanaler	5 videoer i to formater (web og SoMe): KPI for visninger fastsættes, når kampagnen er produceret. 1 pressehistorie pr. casefilm afsættes til lokale og regionale medier samt	KPI for engagement fastsættes, når kampagnen er produceret. Mindst 25 presseomtaler i alt	Øget kendskab til fondene ¹

¹ Baseline er EU-Kommissionens [Eurobarometer-måling fra 2021](#).

² Udover øget kendskab til fondene skal hjemmesiden bidrage til effektiv implementering af programmerne. Dette vurderes med målsætninger for udbetalinger (N+3) og fejlrate.

³ Svarer til TA-indikatoren *Antal case-historier om støttede projekter* i 2021-2027-programmerne.

Aktivitet/kanal	Output-KPI	Resultat-KPI	Mål-KPI
	nichemedier, herunder fagblade		
Kampagne om Virksomhedsprogrammet: Udviklingidanmark.dk samt Erhvervsstyrelsens SoMe-kanaler	4-5 casefilm i flere formater (web og SoMe). KPI for visninger fastsættes, når kampagnen er produceret. 1 pressehistorie pr. casefilm. Historierne afsættes til lokale og regionale medier samt nichemedier, herunder fagblade	KPI for engagement fastsættes, når kampagnen er produceret. Mindst 25 presseomtaler i alt	Øget kendskab til fondene ¹

Opfølgning og evaluering

Forvaltningsmyndigheden evaluerer den samlede kommunikationsindsats for 2022 på mødet i overvågningsudvalget, der finder sted forår/sommer 2023.

Indstilling

Forvaltningsmyndigheden **indstiller**, at Kommunikationsplan 2022 for EU's Regionalfond og EU's Socialfond Plus godkendes af overvågningsudvalget.