

NOTAT

Bilag 8. Kommunikationsplan 2023 for Fonden for Retfærdig Omstilling

Kommunikationsstrategien for Fonden for Retfærdig Omstilling (FRO) er integreret i programmet, der dermed danner den overordnede ramme for forvaltningsmyndighedens kommunikationsindsats i 2021-2027. Med afsæt i strategien udarbejder forvaltningsmyndigheden årligt en kommunikationsplan og rapporter om gennemførelsen til overvågningsudvalget.

Kommunikationsindsatsen i 2021-2027 har tre overordnede formål. Den skal:

1. Bidrage til bredt kendskab til FRO
2. Understøtte effektiv implementering af programmet
3. Sikre transparens i forbindelse med fondens investeringer og indsats.

Aktiviteter og mål for 2023

Vi forventer at gennemføre følgende større aktiviteter i 2023:

- Kampagne på sociale medier, der dels skal markere lanceringen af FRO i Danmark, dels understøtte presseindsatsen i forbindelse med åbningen af forårets tre forventede ansøgningsrunder. Kampagnen vil blive målrettet offentligheden og potentielle ansøgere og forventes gennemført i to etaper:
 - Lanceringskampagne, der skal udbrede kendskabet til FRO.
 - Kampagne med fokus på de tre specifikke indsats, der aktuelt kan søges midler til. Der vil desuden blive lavet lokal/regional presseindsats.
- Operatørworkshops om kommunikation
I 2021-2027-perioden kan et projekts manglende overholdelse af kommunikationsforpligtelsen, herunder brug af EU-logo, medføre, at op til 3 pct. af støtten til projektet annulleres. Gennem workshops i efteråret 2023 vil vi derfor klæde operatører og potentielle operatører på til at løfte opgaven. Med afsæt i erfaringer fra lignende workshops i 2018 vil workshoppen desuden indeholde praktiske øvelser og konkrete tips til kommunikations- og pressearbejde for EU-støttede projekter. Operatørworkshopsne vil også være for projekter, der støttes med midler fra Regionalfonden og Socialfonden Plus.

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

Ud over ovennævnte større indsatser 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 projekthistorier. I tabellen herunder fremgår målsætninger for aktiviteter og kanaler i 2023. For at udnytte synergier og sammenfaldet med målgrupperne for regionalfondsprogrammet og programmet for Socialfonden Plus vil forvaltningsmyndighedens kommunikationsindsats i høj grad være tværgående og omfatte mere end et program, hvor det er relevant.

Tabel 1: Målsætninger for aktiviteter og kanaler i 2023

| Aktivitet/kanal | Output-KPI | Resultat-KPI | Mål-KPI |
|---|---|--|---|
| Hjemmeside: Udviklingidanmark.dk ¹ | Antal besøg i 2023: + 5 pct. sammenlignet med 2022. | Besøgstid: > 5 minutter Bounce rate: Under 50 pct. | Øget kendskab til fondene ²³ |
| Nyhedsbreve og -notifikationer: Udsendes til abonnenter via Udviklingidanmark.dk | Antal sendte nyhedsbreve og notifikationer: > 1 pr. uge Antal abonnenter: + 10 pct. på alle abonnemeter sammenlignet med 2022. | Åbningsrate: 40-50 pct. i gennemsnit pr. abonnement | Øget kendskab til fondene ¹ |
| Presse | Antal udsendte pressemeddelelser med projekthistorier: Mindst 1 pr. måned i gennemsnit ⁴ Antal online-visninger af pressemeddelelser: Gennemsnitligt 135 visninger pr. pressemeddelelse | Antal presseomtaler: + 5 pct. sammenlignet med 2022 ⁵ . PR-score: > 25 | Øget kendskab til fondene ¹ |

¹ Hjemmesiden vedrører også EU's Regionalfond og Socialfonden Plus i 2021-2027.

² Baseline er EU-Kommissionens Eurobarometer-måling fra 2021.

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

⁴ Svarer til TA-indikatoren *Antal case-historier om støttede projekter* i programmet.

⁵ Antal presseomtaler og PR-score opgøres samlet for Fonden for Retfærdig Omstilling, Regionalfonden og Socialfonden Plus.

| Aktivitet/kanal | Output-KPI | Resultat-KPI | Mål-KPI |
|--|--|---|--|
| SoMe-kampagne med fokus på lancering af FRO og specifik lancering af tre annonceringer | KPI for visninger fastsættes, når kampagnen er produceret. Pressehistorier af-sættes til regionale/lokale medier i Nordjylland og Sydjylland. | KPI for engagement fastsættes, når kampagnen er produceret. Mindst tre presse-omtaler pr. annoncering i Nordjylland og Sydjylland. | Øget kendskab til fondene ¹ |
| Workshops om kommunikation: | Antal deltagere: Mindst 100 deltagere | Tilfredshedsmåling: Deltagertilfredshed mindst på niveau med målingen for kommunikationsworkshops i 2018. | Effektiv implementering af programmet |

Opfølgning og evaluering

Forvaltningsmyndigheden evaluerer den samlede kommunikationsindsats for 2023 på mødet i overvågningsudvalget, der finder sted forår/sommer 2024.