

## Bilag 8.2. Kommunikationsplan for FRO 2024

Notatet har til formål at redegøre overordnet for den planlagte kommunikationsindsats i 2024 for Fonden for Retfærdig Omstilling samt i mere overordnede vendinger for resten af programperioden.

På mødet i Indstillingsudvalget den 28. november 2023 besluttede udvalget, at der skal udarbejdes en ny kommunikationsplan for 2024-2027.

Formålet med kommunikationsindsatsen i 2024-2027 er:

- At kickstarte kommunikationsforpligtelsen for FRO
- At øge det generelle kendskab til fonden blandt SMV'er indenfor de brancher, hvor der udbydes midler
- At øge det specifikke kendskab til dertilhørende annonceringer hos potentielle ansøgere
- At øge det generelle kendskab til fonden hos borgere og virksomheder i Nord- og Sydjylland.

### Målgrupper

1. Den primære målgruppe for indsatsen er mulige ansøgere til de kommende annonceringer (dvs. målgruppen for Fonden for Retfærdig Omstilling, som værende iværksættere, SMV'er og store virksomheder samt operatører for projekterne). Det overordnede formål med kommunikationsplanen vil derfor være at komme i kontakt med virksomheder inden for de relevante erhvervsområder, som kunne være enten ansøger, partner eller leverandør i projekterne.
2. Den sekundære målgruppe er virksomheder, borgere og andre offentlige aktører mere bredt i primært Syd- og Nordjylland, men også i resten af landet, der skal have øget kendskab til fonden og det formål den repræsenterer, som er bredere end blot teknologi. Fondens formål er: *'at give regioner og mennesker mulighed for at håndtere de sociale, beskæftigelsesmæssige, økonomiske og miljømæssige virkninger af omstillingen til Unionens 2030-mål...'*

Kendskabet til fonden og dens formål bør øges særligt af hensyn til at skabe opmærksomhed om de gode indsatser og forventede resultater, som fondens udmøntninger vil medføre. Derfor vil planen indeholde indsatser, der præsenterer gode cases fra de projekter, der har fået tilsagn, og de forventede effekter de forventes at skabe til gavn for borgere, virksomheder og samfundet jf. fondens formål.

### Kommunikationstiltag

Den primære målgruppe er i fokus i første omgang, idet den kommende annoncering inden for PtX forventes at blive annonceret marts/april 2024, og de første kommunikationsindsatser foreslås at have fokus på at øge kendskabet til denne samt på at indhente input til de to genannonceringer, der skal ud til sommer 2024 (Brun bioraffinering og CCUS):

Kommunikationsindsatser i 2024 målrettet den primære målgruppe:

1. Hjemmeside med ny landingpage, hvor ansøgere og andre kan klikke sig ind på hver af de kommende annonceringer. Derudover vil der være forskellige videoer med det formål at give en hurtig og overskuelig introduktion til fonden og annonceringernes formål. Grafisk logo introduceres for at skabe genkendelighed. Ses i sidefoden.
2. Artikler/reklame for annonceringen samt SoMe materialepakke til andre specialiserede aktører og netværk.
3. Informationsmøder og workshops i hhv. Nord- og Sydjylland, afholdes 17. og 18. april 2024.

4. Bilaterale møder med aktører inden annoncering.
5. Presse i trykte medier og TV/radio – lokalt i Nord- og Syddjylland.
6. LinkedInkampagne målrettet relevante brancher evt. med video 1 og video 2 eller korte budskaber, hvor der linkes ind til hjemmesiden.
7. Webinar(er) ifm. annoncering(er).
8. Pitching møder med potentielle ansøgere.

Kommunikationsindsatser i 2024-2027 målrettet den sekundære målgruppe:

1. LinkedIn kampagne med videoer.
2. Cases fra projekter til presse og LinkedIn evt. m videoer.
3. Afslutningskonference i 2027.
4. Kommunikation og oplysning om fonden til andre aktører med lignende indsatser fx. Innovationsfonden, EUDP, Klima- Energi- og Forsyningsministeriet.

Der foreslås ekstern bistand til at gennemføre den første målrettede LinkedInkampagne i 2024, hvor kampagnen målrettes specifikke branchekoder. Øvrigt indhold forventes produceret og kommunikeret via forvaltningsmyndighedens egne kommunikationsmedarbejdere.

Der vil kontinuerligt blive behov for at køre LinkedIn cases og historier hen over årene indtil 2029. Efterhånden som projekterne kommer i gang og skaber resultater, vil der kunne kommunikeres om dette. Derudover vil der blive afholdt en afslutningskonference.

I alt er der afsat 2 mio. kr. til kommunikation i hele programperioden, som udover kampagner kan anvendes til publikationer, events, konferencer, forplejning, rejser, leje af lokale til fx informationsmøder, merchandise, roll-ups etc. I 2023 er der anvendt 60.000 kr. til kampagner og publikationer, hvorfor der er 1.940.000 kr. tilbage.

## **Bilag**

Følgende bilag fremgår nedenfor:

Bilag 1. Kernefortælling og budskaber

Bilag 2. Sammenhæng mellem kernefortælling, budskaber, målgruppe og kanaler

## Bilag 1. Kernefortælling og budskaber

### Kernefortælling

Fonden for Retfærdig Omstilling er en EU-fond, som støtter bæredygtige virksomhedsindsatser i de områder, som er mest udfordrede på vejen mod indfrielse af Danmarks klimaneutrale energimål i 2045. I Danmark støtter fonden projekter i Nord- og Sydjylland.

Gennem støtte til lokale virksomheders udvikling af nye innovative og energieffektive løsninger bidrager Fonden for Retfærdig Omstilling til opfyldelsen af Danmarks målsætning om at reducere drivhusgasser med 70 pct i 2030.

Fonden skal spille en central rolle i danske virksomheders omstilling til en klimaneutral økonomi og investerer bl.a. i projekter med potentiale til at sikre udviklingen af grønne og cirkulære nøgleteknologier inden for PtX, CCUS eller brun bioraffinering.

Fonden medfinansierer også projekter, der bidrager til et sammenhængende Danmark med stærke lokale erhvervsfyrtårne og bedre vilkår for udvikling af nye grønne teknologier og stærke kompetencer til den grønne omstilling.

Fonden For Retfærdig Omstilling vil støtte produktive investeringer, forskning og innovation, for-projekter og feasibilitystudier samt opkvalificering og omskoling af arbejdstagere og ledelser.

### Budskaber

- Vi vil støtte udvikling og skalering af nye grønne og energieffektive [ccus/ptx/pyrolyse] løsninger i Nord- og Sydjylland
- Vi støtter udvikling af din grønne [ccus/ptx/pyrolyse] teknologi, så den kommer op i skala og ned i pris
- Vi støtter udvikling af kompetencer, så din virksomhed er rustet til fremtidens grønne omstilling

## Bilag 2. Sammenhæng mellem kernefortælling, budskaber, målgruppe og kanaler

