

Dagsordenspunkt 7	Cover – Kommunikation 2025	Bilag 7.1
Kort sagsfremstilling	Formål Indstillingsudvalget orienteres om de overordnede linjer i kommunikationsindsatsen for 2025 for Fonden for Retfærdig Omstilling (FRO), herunder særligt den kommende SMV-annoncering. Baggrund På mødet i indstillingsudvalget den 3. december 2024 udtrykte udvalget, med udgangspunkt i resultaterne fra 2024, ønske om at fortsætte kommunikationsindsatsen med henblik på at øge kendskabet til fondens aktiviteter i 2025, særligt den kommende SMV-annoncering. Sekretariatet har på efter markedsafsøgning valgt Campfire & Co ApS til at designe en kampagne, der kan tiltrække relevante ansøgere og samtidig klæde dem på til at ansøge midler. Om kampagnen Den primære målgruppe for kommunikationsindsatsen og de indeholdte aktiviteter i 2025 vil være SMV'er, der kan søge den kommende SMV-annoncering. Kommunikationsaktiviteterne kommer til at have fokus på at øge kendskabet til annonceringen blandt SMV'er i Syd- og Nordjylland. Campfire & co's koncept er delt i to: 1. Tiltrækning gennem målrettede reklamer på TV2 Play og LinkedIn med to videoer på 25 sek., hvor den ene er målrettet Nordjylland og den anden Sydjylland, og den specifikke målgruppe rammes. Derudover anvendes en strategi på Facebook, Instagram og LinkedIn, hvor modtagere, der tidligere har set eller interageret med indholdet, bliver eksponeret igen. 2. Oplysning gennem landingssiden med en lidt længere forklarende film på 90 sek. Alle film er opbygget om et gennemgående "ansigt" på den bæredygtige omstilling gennem en videnskabsjournalist, der er velkendt inden for området. Videnskabsjournalisten vil besøge genkendelige vartegn i de to landsdele, og dermed appellere specifikt til de nord- og sydjyske SMV'er. Målet er at oversætte komplekse budskaber til letforståelig og relevant kommunikation til målgruppe af SMV'er i de relevante geografiske områder. Herudover er der planlagt generel kommunikation, der ligeledes har til formål at øge kendskabet til fondens aktiviteter, herunder særligt SMV-annonceringen: 1. Pressemeddelelser og nyheder der er relateret til kampagnen og annoncering. 2. Indsalg af historier fra kampagnen samt andre nyheder i forbindelse med annoncering til presse i trykte medier og TV/radio – blandt andet lokalt. 3. Opdatering af FRO-landingpage med relevante og aktuelle informationer, frister og nyheder.	

	4. Individuelle sparringsmøder for virksomheder, der afholdes i Nord- og Syddjylland, i forbindelse med SMV-annonceringen 5. Cases fra projekter til presse og LinkedIn 6. Forventeligt interviews med formanden i lokale medier, Jyske Vestkysten og Nordjyske. 7. Kommunikation og oplysning om fonden til andre aktører med lignende indsatser fx. Innovationsfonden, EUDP, Klima- Energi- og Forsyningsministeriet. Det øvrige indhold forventes overvejende produceret og kommunikeret via forvaltningsmyndighedens egne kommunikationsmedarbejdere.
Indstilling	Det <u>indstilles</u>, at indstillingsudvalget: • Tager orienteringen til efterretning