



Territoriellt samarbetsprogram Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak 2007-2013

CCI:2007CB163PO026

Kommunikationsplan



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala
utvecklingsfonden

| | |
|--|-----------|
| 1. UTGÅNGSPUNKT | 4 |
| 2. SYFTE OCH MÅL FÖR KOMMUNIKATIONSINSATSERNA | 4 |
| 3. STRATEGI OCH HUVUDBUDSKAP | 5 |
| 4. PRINCIPER FÖR KOMMUNIKATION | 5 |
| 5. VISUELL IDENTITET | 6 |
| 6. PROGRAMMETS MÅLGRUPPER | 6 |
| 6.1 Externa målgrupper | 7 |
| 6.2 Interna målgrupper | 7 |
| 7. AKTIVITETER OCH KANALER..... | 8 |
| 7.1 Externa kommunikationsaktiviteter och kanaler | 8 |
| 7.2 Interna kommunikationsaktiviteter och kanaler | 9 |
| 8. ANSVAR..... | 10 |
| 9. UPPFÖLJNING OCH UTVÄRDERING | 11 |
| 10. BUDGET..... | 12 |
| BILAGA 1: SPECIFIKATION AV AKTIVITETER, KANALER OCH MÅLGRUPPER..... | 13 |

Förord

Denna kommunikationsplan är en övergripande plan som omfattar programmets centrala aktiviteter under 2007-2015. Kommunikationsplanen kommer efter hand att kompletteras med aktivitetsplaner för delprogrammen och programmet som helhet på en mer detaljerad nivå. Det kommer att göras en översyn av kommunikationsplanen årligen och den kommer att revideras vid behov för att på bästa sätt leverera kundnyttan för de målgrupper som berörs av programmet.

Karin Hallerby
Direktör Europaprogrammen
Verket för näringslivsutveckling (Nutek)
Förvaltande myndighet Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak

För mer information, kontakta förvaltande myndighet:

Anna Lidgren
Verket för Näringslivsutveckling (Nutek)
Box 32
201 20 MALMÖ
Sverige
Telefon: +46 8 681 91 68
Fax: +46 40 23 55 70
E-post: anna.lidgren@nutek.se
www.nutek.se

Josefine Majewski
Verket för Näringslivsutveckling (Nutek)
Box 32
201 20 MALMÖ
Sverige
Telefon: +46 8 681 92 62
Fax: +46 40 23 55 70
E-post: josefine.majewski@nutek.se
www.nutek.se

1. Utgångspunkt

Kommunikationsplanen tar sin utgångspunkt i Kommissionens förordning (EG) nr 1828/2006 och i kapitel 6 i det av Europeiska kommissionen beslutade programmet Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak 2007-2013 - K(2008)1080. Programmets övergripande vision är att programområdet ska vara ett attraktivt och konkurrenskraftigt område som kännetecknas av kunskapsbaserat samarbete och hållbar utveckling. Kommunikationsinsatserna ska stödja arbetet med att uppnå visionen och programmets mål.

En väl fungerande kommunikation både externt mot centrala målgrupper och internt inom programorganisationen är grundläggande för ett lyckat genomförande av programmet. Det stora geografiska programområdet och det breda programinnehållet gör det viktigt att ge en enhetlig bild av programmet.

Programområdet överlappas av flera olika EU-program som kan stödja varandra för att uppnå de övergripande mål som gäller för den europeiska sammanhållningspolitiken. Kommunikationsinsatserna ska anpassas så att de kompletterar de insatser som görs i andra territoriella samarbetsprogram samt i nationella program.

Ansvar för kommunikationsplanen samt uppföljning av genomförandet av kommunikationsinsatserna ligger hos förvaltande myndighet. Större delen av det operativa genomförandet av kommunikationsinsatserna ligger hos det gemensamma tekniska sekretariatet.

Kommunikationsplanen kan revideras under programperioden. Kommunikationsplanen är således ett dokument som kan anpassas till programmets utveckling.

2. Syfte och mål för kommunikationsinsatserna

Syftet med kommunikationsplanen är att bidra till att projekten håller god kvalitet och till att programmålen uppfylls, att göra programmets kommunikation mer effektiv samt att lyfta fram gemenskapens roll och säkerställa att stödet från europeiska regionala utvecklingsfonden är klart och tydligt. Detta sker genom att utifrån grundläggande syfte och mål definiera en kommunikationsstrategi och olika kommunikationskanaler som anpassas till målgrupperna. Kommunikationsplanen är därmed ett viktigt verktyg för Övervakningskommittén för att kunna styra det strategiska, långsiktiga kommunikationsarbetet i programmet.

Kommunikationsinsatserna ska stödja genomförandet av programmet men också öka kunskap och kännedom hos allmänheten om territoriellt gränsöverskridande samarbete samt vilka möjligheter som programmet ger hos utvalda målgrupper.

En väl fungerande intern kommunikation mellan de olika programorganisationerna ligger till grund för en enhetlig kommunikation utåt. Kommunikationsplanen blir därför också ett viktigt verktyg för alla de som arbetar med genomförandet av programmet.

Målen för kommunikationsinsatserna är att:

- Bilden av hur EU bidrar till territoriellt gränsöverskridande samarbete är positiv
- Bidra till genomförandet av programmet
- Programmet och dess resultat är synliggjorda och möjligheten att söka medel är känd
- Projekten har tillgång till och använder de verktyg som tas fram
- Programmet och projekten är väl förankrade hos programmets partnerskap
- Den interna kommunikationen fungerar effektivt

3. Strategi och huvudbudskap

Programperioden sträcker sig över 9 år. Under programperioden kommer kommunikationsbehovet att ändras utifrån behov och utvecklingsfas. För att uppnå målen ovan utvecklas kommunikationsinsatserna – dels den pedagogiska kommunikationen riktad till sökande, dels förmedlingen av projekterfarenheter och goda resultat. Den samlade **strategin** under programmets olika faser ska leda till att målen ovan uppfylls. Under de olika faserna kommer kommunikationsinsatserna att fokuseras på:

- att bygga upp verktyg för program- och projektgenomförande, inklusive kommunikationsinsatser
- att synliggöra programmet och dess möjligheter
- att se till att målgrupperna har tillgång till nödvändig information för att kunna ta del av programmet
- att se till att projekten har tillgång till rätt verktyg för att kunna genomföras enligt regler för programmet
- att identifiera viktiga aktörer och arbeta proaktivt för att nå dem
- att se till att målgrupperna kan ta del av resultat, god praxis och nya metoder

Huvudbudskapet som ska lyftas fram i all kommunikation har sin grund i programmets vision och mål - *Programmet bidrar till utveckling genom gränsöverskridande samarbete.*

4. Principer för kommunikation

Kommunikationsinsatserna ska genomföras utifrån nedanstående principer. Detta ska speglas i kommunikationsinsatserna externt och internt.

Trovärdighet och kompetens: Programmet förvaltar offentliga medel och är därmed en representant för EU och Norge. Trovärdighet och kompetens ska därför stå i fokus vid möte med aktörer för att uppnå de mål som är satta.

Transparens: För att skapa intresse för programmet bland befolkningen i allmänhet, aktörer och andra intressenter är det viktigt att verksamheten är öppen och tillgänglig.

Tydlighet: Programmet ska kommunicera tydligt och lättförståeligt så att programmet blir tillgängligt för olika aktörer.

Skandinaviskt och gränsöverskridande: Programområdet omfattar tre länder, tre språk och ett stort geografiskt område. Detta ska speglas i kommunikationen.

Effektivitet: Effektiv kommunikation ska bidra till ökad allmän kunskap om programmet, ökad kvalitet på projekten och god förankring hos beslutande organ samt allmänheten. Vidare ska kommunikationen vara målgruppsanpassad.

5. Visuell identitet

Programmet har utarbetat en visuell identitet. Den visuella identiteten består dels av ett grafiskt element i tre färger (röd, blå och gul) och dels av texten ”Interreg IV A – Öresund Kattegat Skagerrak”.



Färgerna i det grafiska elementet ska symbolisera programmets tre länder, tre typer av projekt och samtidigt symbolisera ”att bygga broar” och ”att arbeta över gränser”. Texten med Interreg och programmets namn är ett sätt att marknadsföra Interreg generellt och att samtidigt ge en fingervisning om var programmet har sin geografiska avgränsning. Den visuella identiteten ska hjälpa till att säkra programmets igenkännande samt att säkra att programmet kan skiljas från övriga territoriella samarbetsprogram. Hemsidans design och layout tar sin utgångspunkt i det grafiska elementet och dess färger.

Den visuella identiteten ska tillsammans med EU:s logotyp utgöra grunden för en grafisk profil för programmet. Den grafiska profilen säkrar igenkännande och likformighet i den information och kommunikation som utgår från programmet. Den grafiska profilen är därmed till för att säkra avsändaridentiteten på programmets kommunikation.

Godkända projekt inom programmet ska i sin interna och externa kommunikation använda både EU:s logotyp och programmets visuella identitet för att visa att projekten är godkända inom Öresund-Kattegat-Skagerrak-programmet.

6. Programmets målgrupper

Programmets målgrupper har identifierats som externa eller interna målgrupper. Urval av externa och interna målgrupper baseras på den SWOT-analys som genomfördes i samband med programskrivningen. Denna visade att det behövdes en större politisk förankring av program, projekt och resultat men också att det är viktigt att nå nya målgrupper. Målgrupperna har sedan kategoriserats utifrån vilket informationsbehov respektive grupp uppfattas ha.

Programområdet spannar över ett stort geografiskt område. För en stor del av området är deltagande i territoriellt gränsöverskridande samarbete nytt vilket kommer att kräva särskilda insatser för att nå dessa nya målgrupper. De definierade målgrupperna kommer att utvärderas under programperioden för att säkerställa att programmet når ut till rätt aktörer.

Bland de **externa målgrupperna** finns alla som har ett intresse av programmet, befolkningen i programområdet, samt övriga intressenter. De olika intressenterna har behov av olika typer av information och nås via olika typer av kanaler. Sekretariatskontoret i Kungälv kommunicerar främst med aktörer i delområdet Kattegat-Skagerrak medan sekretariatskontoret i Köpenhamn främst vänder sig till aktörer i delområdet Öresund. Genom att dela upp ansvaret på detta sätt når programmet ut i hela programområdet samtidigt som det finns möjlighet att skraddarsy kommunikationen till aktörer i olika delar av programområdet.

En väl fungerande intern kommunikation stärker ägarskapet till programmet, känslan av samhörighet och lägger grunden för att uppnå programmets mål. Programmets **interna**

målgrupper består av de geografiskt utspridda delarna av genomförandeorganisationen samt de organ som styr programmets genomförande.

6.1 Externa målgrupper

Projektägare, projektledare, projektmedarbetare och deltagare i godkända projekt:

Alla deltagare i godkända projekt ska ha kunskap om programmet, dess vision och mål samt de kommunikationskrav som ställs på projekten.

Potentiella projektägare:

Ett av målen för kommunikationsinsatserna är att sprida kunskap om programmet och dess möjligheter för att nå nya potentiella projektägare. Insatserna kommer främst att fokuseras på offentliga aktörer, enskilda organisationer och näringsliv eftersom dessa aktörer bidrar till att driva utvecklingen i programområdet.

Informationsbärare:

Beslutsfattare, opinionsbildare är vid sidan av kommunikatörer, regionala nätverk och kontaktpunkter i programområdet en viktig målgrupp. Det är avgörande för programmets genomförande att denna grupp har kunskap och aktuell information om programmet. I kommunikation med denna målgrupp är det extra viktigt att programmets information inte drunknar i informationsflödet.

EU-kommissionen, övervakningskommittén, styrkommittéerna:

Inom programmet finns också en viktig målgrupp som inte arbetar dagligen med just detta program och därmed bör ses som en extern målgrupp trots att den är en del av genomförandeorganisationen. Det är viktigt att säkra att denna grupp har information om projekt, resultat och genomförande.

Press/media:

Press/media är en viktig målgrupp för att sprida information och väcka intresse för programmet. Genom att arbeta aktivt med press/media kan programmet nå ut med information om projekt, programmet och dess möjligheter på ett kostnadseffektivt sätt till befolkningen i programområdet och därmed också till beslutsfattare och potentiella projektdeltagare.

Allmänheten:

Det är viktigt för programmet, för projekten, för den Europeiska Unionen och för beslutsfattare att kunskap om programmets och projektens resultat når ut till allmänheten. Det finns två huvudorsaker till att allmänheten är en viktig målgrupp: För det första är befolkningen i området direkt påverkade av projektens resultat och för det andra är uppmärksamhet runt temana viktiga både för att uppnå målen i programmet och för att säkra politiskt stöd.

6.2 Interna målgrupper

Genomförandeorganisationen:

Målgruppen för den interna kommunikationen är i första hand den geografiskt utspridda genomförandeorganisationen. I denna ingår personal som arbetar för Förvaltande myndighet (FM), det gemensamma tekniska sekretariatet (Köpenhamn och Kungsbacka) samt Norsk Förvaltande Organisation (NFO).

Styrande organ:

I tillägg till genomförandeorganisationen finns programmets övervakningskommitté och de båda styrkommittéerna (Öresund och Kattegat-Skagerrak) som dock även kan ses som en extern målgrupp.

7. Aktiviteter och kanaler

7.1 Externa kommunikationsaktiviteter och kanaler

Den externa kommunikationen bildar grunden för bilden av programmet och programområdet. Det mest konkreta sättet att kommunicera programmets mål och effekt är genom att beskriva projekten och dess resultat. Projektens egen kommunikation externt och internt är också en viktig kanal för programmets succé. Det är därför ett mål för kommunikationsaktionsinsatserna att arbeta direkt mot godkända projekt och stödja och uppmuntra dessa till en tydlig kommunikation kring projekten och dess resultat. Den externa kommunikationen ska göra programmet tillgängligt för alla målgrupper, skapa en enhetlig och positiv bild av programmet samt skapa en god kontakt med programmets målgrupper.

Programmets hemsida: Hemsidan www.interreg-oks.eu är navet i det externa kommunikationsarbetet. Innehållet ska på ett enkelt och förståeligt sätt beskriva programmet, vad som sker i programmet samt fungera som bank för viktiga dokument i programmet. Informationen på hemsidan kommer att vara på svenska, danska och norska. Viss övergripande information om programmet och beviljade projekt mm kommer även att finnas på engelska.

ÖKS informationsbrev: Syftet med informationsbrevet är att ge en uppdatering av vad som skett i programmet som helhet och leda uppmärksamheten mot programmets hemsida där mer information finns. Informationsbrevet ska publiceras två gånger om året.

Digitalt nyhetsbrev: Kort information och nyheter sänds ut löpande via e-post när det finns behov av att informera om aktiviteter i delprogrammen. Nyhetsbrev sänds ut av det gemensamma tekniska sekretariatet.

Lansering av programmet: Under vintern 2007 lanserades programmet med två större konferenser i programområdet (Köpenhamn och Göteborg), totalt ca 500 personer från hela programgeografien deltog. I samband med det första mötet i Övervakningskommittén skickades pressmeddelande ut i alla tre länderna om att programmet öppnat för ansökningar.

Årlig informationsinsats: En större informationsinsats kommer att genomföras årligen för att sprida information om de resultat som uppnåtts i programmet. Informationsinsatsen kan fokusera på olika teman och rikta sig till flera av programmets målgrupper. Informationsinsatsen kan göras i samverkan med andra territoriella samarbetsprogram för att nå ut till en bredare målgrupp eller självständigt.

Konferenser, seminarier och workshops: Programmet kommer att arrangera olika typer av konferenser, seminarier och workshops för att sätta fokus på bestämda teman och sprida kunskap om programmet och dess resultat. Arrangemangen ska riktas mot bestämda målgrupper och ha ett tydligt fokus.

Informationsmöten: Förvaltande myndighet och främst det gemensamma tekniska sekretariatet ska ha som ambition att vara tillgängliga för olika typer av informationsmöten som arrangeras av olika aktörer i och utanför programområdet. Genomförandeorganisationen ska delta på relevanta konferenser, visa fram programmet och lyfta fram goda projektexempel.

Personliga möten och daglig kontakt: Medarbetare i programmets genomförandeorganisation personifierar programmet i möten med målgrupper. Vid sidan om fysiska möten med projektdeltagare är telefon och e-post vanliga kanaler. Det är viktigt med snabb respons.

Stöd till genomförande av projekt: Efter att projekt fått beslut om stöd är det viktigt att projektet får rätt verktyg för genomförandet. Detta kan ske genom målgruppsanpassade seminarier eller genom skriftlig information och material via hemsidan.

Profilprogram: Profilprogrammet finns elektroniskt och kan skrivas ut. Det innehåller roll-ups, visitkort, brevpapper och konferensmaterial. Den visuella identiteten beskriver färger, användning av bilder, fonter m.m. I profilprogrammet ingår också en powerpoint-mall. Profillogotyp för programmet kommer tillsammans med EU-logotyp att vara tillgänglig för alla godkända projekt.

Publikationer: Tryckt material är ett komplement till den information som finns på hemsidan. Det kan vara mer lättillgänglig information om programmet, om projekt och resultat, om olika tematiska områden m.m.

Pressrum: I pressrummet på hemsidan ska det finnas information om programmet, EU, Europeiska regionala utvecklingsfonden, pressmedelanden samt logotyper och kontaktinformation till relevanta personer i genomförandeorganisationen samt i programmets styrande organ.

Pressnätverk: Det ska etableras ett kontaktnätverk med press/media inom programområdet och journalister som tidigare har visat intresse för programmet. Kontakten med dessa ska upprätthållas och de ska få nödvändig information om program, projekt och resultat.

Årlig flaggvecka: Årligen från den 9 maj och en vecka framåt ska förvaltande myndighet flagga med europeiska unionens flagga utanför lokalerna. Flaggveckan genomförs i samverkan med Svenska ESF-rådet som är samlokaliserat med förvaltande myndighet för Öresund-Kattegat-Skagerrak.

Projektbank: På hemsidan kommer det att upprättas en projektbank med beviljade projekt. Projektbanken kommer bland annat att innehålla beviljade medel, projektperiod, syfte/målsättning, projektansvariga och projektpartners. Förvaltande myndighet kommer även se till att beviljade projekt finns med i Nuteks projektbank och i Europeiska kommissionens projektbank med goda exempel.

Annonsering: För att tillkännage evenemang och viktiga datum för programmet används dagspress i programområdet för annonsering. Mall för hur annonserna ska formges finns med i programmets grafiska profilprogram.

7.2 Interna kommunikationsaktiviteter och kanaler

Internkommunikationen ska möjliggöra att medarbetarna i genomförandeorganisationen har nödvändig kunskap om programmet, programmets profil, projekten och resultaten samt aktuella frågor i programgenomförandet samt säkra en god organisationskultur och koordinering. Vidare ska den interna kommunikationen visa att alla har en roll som kommunikatörer/ambassadörer för programmet samt stärka identiteten och lagkänslan hos dem som arbetar för programmet. Kommunikationen ska bidra till att medarbetare känner sig involverade, värdesatta och välinformerade.

Arbetsgruppsmöten: Möten hålls mellan förvaltande myndighet, norsk förvaltande organisation och det gemensamma tekniska sekretariatet för löpande avstämningar om programmet och delprogrammets genomförande.

Beredningsmöten: Möten hålls mellan förvaltande myndighet och programsekretariatet inför varje beslutsomgång.

Övervakningskommitté- och Styrkommittémöten: Kommittéerna består av politiker och tjänstemän från olika delar av programområdet. Förutom att det i kommittéerna tas strategiska beslut om programgenomförandet och projekt så är ledamöterna viktiga ambassadörer för programmet.

Informationsgruppsmöten: Informationsgruppen består av representanter från Förvaltande myndighet och det gemensamma tekniska sekretariatet. Norsk förvaltande organisation deltar inte på mötena men tar del av material och diskussioner. Gruppen träffas regelbundet för att samordna och planera kommunikationsaktiviteter i hela programområdet.

Telefon/E-post: Dessa är de viktigaste dagliga verktygen i den interna kommunikationen mellan parterna i genomförandeorganisationen.

Hemsidan: Programmets hemsida är en viktig informationskanal också internt. Genom hemsidan kan alla medarbetare enkelt få uppdateringar om vad som sker i programmet.

Teambuilding: I inledningen av programperioden ska det arrangeras teambuilding för genomförandeorganisationen för att stärka samhörigheten och skapa en gemensam värdegrund för förvaltande myndighet, norsk förvaltande organisation och det gemensamma tekniska sekretariatet. Detta ska följas upp med ett liknande arrangemang varje år för att stärka känslan av samhörighet i en geografiskt utspridd organisation.

Nätverkande: Det är viktigt att genomförandeorganisationen håller sig uppdaterad om utvecklingen inom strukturfonderna samt möter kollegor från andra territoriella program som överlappar programområdet. Det är därför ett mål att delta på till exempel Interacts arrangemang samt i nätverk med andra program där man kan utbyta erfarenheter och information.

8. Ansvar

Nutek är förvaltande myndighet för strukturfondsprogrammet Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak under programperioden 2007-2013. Nutek är i och med det ansvarig för denna kommunikationsplan, nationellt i alla de tre ingående länderna såväl som regionalt i programområdet, samt för att följa upp aktiviteterna enligt Rådets förordning (EG) nr 1083/2006. Nutek ansvarar för att denna kommunikationsplan vid behov uppdateras. Eventuella förändringar rapporteras till programmets Övervakningskommitté.

De organisationer som beviljas projektmedel har i olika grad informationsplikt till allmänheten. Nutek tar ansvar för att dessa uppfylls genom upplysningar om informationskrav samt bidrar med stöd, råd och verktyg kring hur informationskraven kan genomföras. Nutek följer därutöver upp att informationskraven uppfylls i enlighet med den vid varje tidpunkt gällande kommunikationsplanen för granskande och uppföljande insatser som den förvaltande myndigheten upprättar. Programsekretariatet kommer i samråd med förvaltande myndighet att ta fram verktyg för att underlätta för projekten att uppfylla de krav som ställs på dem.

De olika delarna av genomförandeorganisationen är geografiskt åtskilda. Därför kommer det att tas fram årliga aktivitetsplaner för kommunikationsaktiviteter för delområdena och för hela programmet.

En informationsgrupp bestående av personer från förvaltande myndighet, programsekretariatet och norsk förvaltande organisation kommer att arbeta med upplägg och genomförande av kommunikationsinsatserna. Sammanställande är förvaltande myndighet.

9. Uppföljning och utvärdering

Enligt Rådets förordning (EG) nr 1083/2006 ska kommunikationsinsatserna följas upp och utvärderas efter synlighet och kännedom om Europeiska Unionens regionala strukturfondsprogram och hur EU bidrar. Förvaltande myndighet och det gemensamma tekniska sekretariatet kommer under programperioden att analysera effekten av informationsinsatserna utifrån ett antal kvalitativa och kvantitativa kriterier.

Kvalitativa kriterier:

- intervju/undersökningar gällande kunskap hos allmänheten och aktörer inom programområdet om programmets mål och resultat samt hur deras kännedom om gemenskapens roll har påverkats
- undersökning av partnerskapets deltagande i programmet
- genomföra undersökningar för att se om hemsidan har rätt effekt
- utvärderingar efter konferenser och informationsmöten
- utvärdering av externa och interna målgrupper för att säkerställa att programmet når ut till rätt aktörer

Kvantitativa kriterier:

- antal träffar på programmets hemsida (unika användare, vanligaste sökord som används, populäraste sidor mm)
- antal utsända informationsprodukter (brochyrer, ansökningsmaterial m.m.)
- antal personer som deltar vid möten och evenemang
- antal prenumeranter på digitalt nyhetsbrev
- antal pressmedelanden/pressmöten
- mediebevakning
- undersökning gällande informationskällor om programmet hos projektdeltagare

Årsrapporterna till Europeiska kommissionen kommer att ligga till grund för den löpande årliga uppföljningen av programmets kommunikationsinsatser.

10. Budget

Budget för kommunikationsinsatser för programmet Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak är inkluderad i budgeten för tekniskt stöd för 2007-2013. Budgeten för tekniskt stöd beslutas av programmets Övervakningskommitté. Nedanstående budget är indikativ för den totala programperioden 2007-2013.

| <i>Aktivitet</i> | <i>2007</i> | <i>2008</i> | <i>2009</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>2012</i> | <i>2013</i> | <i>2014</i> | <i>2015</i> | <i>Total budget (€) ERUF + NOK + nationell medfinansiering 2007-2015</i> |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|--|
| Information och publikationer | 158 607 | 95 992 | 111 469 | 99 492 | 109 469 | 95 492 | 108 969 | 69 474 | 39 564 | 888 528 |
| <i>Annonsering</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Utveckling och drift av hemsida</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Nyhetsbrev</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Broschyrer</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Profilmaterial</i> | | | | | | | | | | |
| <i>mm.</i> | | | | | | | | | | |
| Möten/konferenser | 75 267 | 94 449 | 98 319 | 90 749 | 108 096 | 90 749 | 94 619 | 57 477 | 51 478 | 761 203 |
| <i>Möten i ÖK, SK</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Projektmöten</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Seminarier</i> | | | | | | | | | | |
| <i>Tematiska konferenser</i> | | | | | | | | | | |
| <i>mm.</i> | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| Totalt | 233 874 | 190 441 | 209 788 | 190 241 | 217 565 | 186 241 | 203 588 | 126 951 | 91 042 | 1 649 731 |

Bilaga 1: Specifikation av aktiviteter, kanaler och målgrupper

| Aktivitet | Målgrupp | Syfte | Resultat och effekt | Tidsperiod |
|---------------------------------|---|--|--|----------------------------|
| Programmets hemsida | Alla externa målgrupper | Hålla målgrupperna uppdaterade om genomförandet av programmet | Ökad kunskap om programmet, programmets möjligheter, godkända projekt och programmets genomförande | 2007-2015 |
| ÖKS informationsbrev | Alla externa målgrupper | Hålla målgrupperna uppdaterade om genomförandet av programmet | Målgrupperna får en djupare insikt i programmets projekt och resultat, samt programmets roll i utvecklingen av hela programområdet. | 2ggr/år f.r.om hösten 2008 |
| Digitalt nyhetsbrev | Primärt potentiella projektansökare | Hålla målgruppen uppdaterade om aktiviteter i delprogrammen | Målgruppen får en snabb överblick över kommande ansökningsomgångar, viktiga datum för t.ex. rekvisition och evenemang | Vid behov |
| Lansering av programmet | <ul style="list-style-type: none"> - Potentiella projektägare - Informationsbärare - EU-kommissionen, övervakningskommittén, styrkommitté - Press/media - | Informera målgrupperna om programmet samt väcka nyfikenhet och inspirera. | Målgruppen vet att programmet finns och vilka möjligheter programmet ger | Höst/Vinter 2007 |
| Årlig informationsinsats | <ul style="list-style-type: none"> - Projektägare, projektledare och deltagare i godkända projekt - Potentiella projektägare - Informationsbärare - EU-kommissionen, övervakningskommitté | <ul style="list-style-type: none"> - Informera målgrupperna om programmet samt väcka nyfikenhet och inspirera. - Informationsinsatsen ska sätta fokus på aktuella teman. | Målgrupperna får; <ul style="list-style-type: none"> - Ökad kunskap om programmets resultat - Ökad kunskap om programmets roll i programområdets utveckling - Ökad kunskap om programmets prioriteringar och resultat | 1 ggr/år 2008-2013 |

| | | | | |
|--|--|---|---|---------------------|
| | <p>én, styrkommitté</p> <ul style="list-style-type: none"> - Press/media | | | |
| Konferens/seminarium/workshops | <ul style="list-style-type: none"> - Projektägare, projektledare och deltagare i godkända projekt - Potentiella projektägare - Informationsbärare | Aktivitetserna ska sprida kunskap om programmet och dess resultat. Aktiviteterna ska riktas mot bestämda målgrupper och ha ett tydligt fokus/ målgrupperna ska ha de bästa verktygen för att genomföra projekten/ | <ul style="list-style-type: none"> - Målgruppen känner till de rätta verktygen för att kunna genomföra projekten. - Ökad kunskap om programmets prioriteringar och programmets genomförande. - Ansökningarna håller hög kvalitet och baseras på det som sker i programområdet. | Vid behov 2007-2013 |
| Informationsmöten | Särskilda målgrupper som kan vara svåra att nå, tex. Informationsbärare och beslutsfattare. | Ökad kunskap om programmet | Målgruppen känner till programmet och möjligheten att söka stöd samt gemenskapens insatser i programområdet. | Ca 2-4 ggr/år |
| Personliga möten | <ul style="list-style-type: none"> - Projektägare, projektledare och deltagare i godkända projekt - Potentiella projektägare | Informera och ge stöd till enskilda projekt. | <ul style="list-style-type: none"> - Fler ansökningar i programmet - Ansökningar av hög kvalitet - Ökad kunskap hos potentiella projektägare om programmets möjligheter att ge stöd. | 2007-2015 |
| Stöd till genomförande av projekt | Projektägare, projektledare och deltagare i godkända projekt | <p>Informera och ge stöd till enskilda projekt.</p> <p>Ge projekten rätt verktyg till deras projektgenomförande. Skapa möjlighet till erfarenhetsutbyte mellan projekt</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Målgruppen känner till de rätta verktygen för att kunna utveckla och genomföra projekten - Projekt av hög kvalitet och som använder best practice - Smidigt projektgenomförande | 2007-2015 |
| Profilprogram | Projektägare, projektledare och deltagare i godkända projekt | Sprida kunskaper om programmet genom att projekten använder programmets och EU:s logotyp. | <ul style="list-style-type: none"> - Gemensam identitet för program och projekt - Större igenkännande av program och projekt för externa målgrupper och allmänheten | 2008-2015 |
| Publikationer | Alla externa målgrupper | Sprida information om | <ul style="list-style-type: none"> - Ökad kunskap om programmet och | 2-4 st/år |

| | | | | |
|--|--|------------|---|-----------|
| | | programmet | <ul style="list-style-type: none"> programmets resultat Ökad kunskap om programmets teman | 2008-2013 |
|--|--|------------|---|-----------|

| | | | | |
|-------------------------|-------------------------|---|---|---------------------------------|
| Pressrum | Press/media | Underlätta för press/media att hitta relevant information om programmet och dess resultat. | <ul style="list-style-type: none"> Ökad genomslagskraft i nationell, regional och lokal media | 2008-2015 |
| Pressnätverk | Press/media | <p>Underlätta informationsspridning</p> <p>Skapa nätverk för informatörer, media och journalister för att säkra ökad synlighet för programmet</p> | <ul style="list-style-type: none"> Ett brett nätverk av press/media som känner till programmet Ökad tillgång till medietäckning i nationell, regional och lokal media | 2008-2015 |
| Årlig flaggvecka | Allmänheten | Informera om EU;s deltagande i det regionala utvecklingsarbetet | Allmänheten har kunskap om EU och EU;s insatser i programområdet. | 1 ggr/år 2008-2013 |
| Projektbank | Alla externa målgrupper | Offentliggöra stödmottagare, insatsernas beteckning och beviljade offentliga stödbelopp, projektens syfte och innehåll | <ul style="list-style-type: none"> Ökad kunskap om godkända projekt Redskap för projektutveckling för nya projekt | Uppdateras löpande 2008-2015 |
| Annonsering | Alla externa målgrupper | Sprida aktuell information om ansökningstider och andra viktiga händelser i programmet. | <ul style="list-style-type: none"> Flera ansökningar till programmet Större intresse för programmet | Vid behov Ca 1-2 /år |