

Het Platteland verdient het!

Communicatieplan voor Regiebureau POP en het Netwerk Platteland
Plattelandontwikkelingsprogramma 2014-2020 (POP3)



Het Platteland verdient het!

Communicatieplan over de communicatie van het POP3

Inleiding	3
Analyse	3
Situatieschets.....	3
Organisatievraag	Error! Bookmark not defined.
Communicatievraag	4
SWOT-analyse.....	5
Actoren	Error! Bookmark not defined.
Doelgroepen	5
Doelstellingen	6
Onderbouwing.....	6
Communicatiestrategie.....	6
Boodschap	6
Communicatiemiddelen	6
Verspreiding.....	7
Tijdsplanning	7
Budget	7
Evaluatie	7

Het Platteland verdient het!

Communicatieplan over de communicatie van het POP3

Inleiding

Op 1 januari 2014 is officieel de nieuwe Europese subsidieperiode van start gegaan. Nederland wil met de uitvoering van POP3 in deze periode bijdragen aan internationale doelen op het gebied van natuur, milieu en water. De Europese doelstellingen van de Vogel- en Habitatrictlijnen, de Nitraatrichtlijn en de Kaderrichtlijn water zijn hierbij van groot belang.

POP3 moet derhalve bijdragen aan een toekomstbestendige agrarische sector door in te zetten op thema's als versterken van innovatie, verduurzaming en concurrentiekracht, jonge boeren, natuur en landschap, verbetering waterkwaliteit en leader. POP3 draagt zo bij aan de EU2020 strategie voor slimme, duurzame en inclusieve groei. Er wordt in deze periode totaal ruim € 1,2 miljard vanuit de EU en de nationale overheid geïnvesteerd.

Dit communicatieplan betreft de communicatie over het POP3 uit het Europees Landbouw Fonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO). POP3 beslaat de periode 2014-2020 en is het vervolg op de tweede POP-periode tussen 2007-2013.

Het communicatieplan is gericht op de werkzaamheden van het gehele Regiebureau. Waar nodig en zinvol wordt onderscheid gemaakt tussen de communicatie van het Programmteam en van de Network Support Unit. Voor een nadere duiding van de communicatie door het Regiebureau wordt in sommige gevallen het onderscheid met de rollen en werkzaamheden van de provincies en EZ aangegeven.

Analyse

Situatieschets

In hoofdstuk 17 van het POP3 is aangegeven dat een netwerkteam Platteland (de Network Support Unit (of NSU), in tegenstelling tot POP2, onderdeel uitmaakt van het Regiebureau POP. De NSU werkt, onder leiding van een coördinator, nauw samen met de Beheersautoriteit van het POP3 en de provincies. Aansturing vindt plaats door de directeur Regiebureau POP op basis van jaarlijkse werkplannen. De samenhangende communicatie van het Programmteam (PT) en de Network Support Unit (NSU) geeft meerwaarde. Beide onderdelen van het Regiebureau POP kunnen elkaar rol versterken.

Op 24 juni 2015 is in het Comité van Toezicht ingestemd met de Communicatiestrategie POP3 en met de Netwerkstrategie POP3. Het POP-3 beslaat de periode 2014-2020. Het opstellen van de beide strategieën maakt onderdeel uit van het implementatietraject POP3. De communicatiestrategie omvat de processen, methoden en media die nodig zijn om invloed uit te oefenen op het bereiken van- en informeren over een optimaal resultaat van het POP3 programma voor alle partijen. De netwerkstrategie schetst de doelen en het gewenste functioneren van het Netwerk Platteland en beschrijft de werkwijze van de Network Support Unit.

NSU

De NSU heeft als leidraad: "Waar enthousiaste mensen elkaar vinden, wordt delen vermenigvuldigen; daar geloven we in. Wij zetten ons in om de publieke en private spelers van het platteland te verbinden. Vraag met aanbod, probleem met oplossing, idee met faciliteit, producent met consument. Zo realiseren we samen een effectieve en duurzame inzet van Europese en nationale middelen."

In de Netwerkstrategie zijn de doelen en taken van de NSU aangegeven. In een tabel uitgezet verhouden de doelen en taken zich als volgt tot elkaar:

Taken / doelen	<i>Betrokkenheid van stakeholders bij de uitvoering van POP3 vergroten</i>	<i>Kwaliteit van de uitvoering POP3 verbeteren</i>	<i>Brede publiek en potentiële begunstigden informeren</i>	<i>Innovaties in landbouw, voedselproductie en op het platteland bevorderen</i>
<i>Verzamelen en verspreiden van good practices en projectvoorbeelden</i>		x	x	
<i>Thematische en analytische uitwisselingen tussen belanghebbenden faciliteren + delen en verspreiden van resultaten</i>	x	x	x	x
<i>Trainingen en netwerkactiviteiten voor LAG's faciliteren (art 35)</i>	x	x		x
<i>Faciliteren van Netwerkmomenten voor (innovatie)-adviseurs</i>		x		x
<i>Delen en verspreiden van bevindingen monitoring en evaluatie</i>		x		
<i>Algemene communicatie rondom POP3, conform communicatieplan</i>		x	x	x
<i>Participeren en bijdragen aan ENRD</i>	x	x	x	x
<i>EIP-Agri: Contactpoint inrichten en operationele groepen ondersteunen</i>	x	x	x	x

Programmateam

Het Programmateam is het coördinerend orgaan voor de dagelijkse uitvoering van POP3 in Nederland. Het PT verzorgt de algemene informatieverstrekking over het programma en faciliteert het Regiebureau de POP-coördinatoren van de provincies en de vertegenwoordigers van het Betaalorgaan bij de decentrale communicatieactiviteiten. De wijze van communiceren van het PT is vooral zenden.

Communicatievraag

De communicatievraag is hoe communicatie kan bijdragen aan het versterken van de uitvoering van POP3 door informeren, motiveren en bewustwording. Het Regiebureau wil de betrokkenheid bij plattelandsontwikkeling vergroten door kennisuitwisseling en door informatie te verstrekken over POP3, de mogelijkheden voor financiering en de rol van de EU.

SWOT-analyse

	Positief	Negatief
Interne factoren	Strengths (sterkten): <ul style="list-style-type: none"> - Het RB zit dicht bij de bron van informatie - Samenwerking PT en NSU 	Weaknesses (zwakten): <ul style="list-style-type: none"> - Aansturing RB door 12 provincies en 1 ministerie
Externe factoren	Opportunities (kansen): <ul style="list-style-type: none"> - Dicht netwerk van organisaties die contact hebben met de doelgroepen - Moderne landbouw met hoog innovatief vermogen 	Threats (bedreigingen): <ul style="list-style-type: none"> - Kloof tussen boeren en burgers is groot - Versnipperde uitvoering

Als bijlagen bij dit communicatieplan zijn toegevoegd:
 Bijlage 1: Stakeholderanalyse gezien vanuit Regiebureau
 Bijlage 2: Doelgroep segmentatie

Doelgroepen

In onderstaande tabel is per doelgroep/stakeholder het belang voor het Regiebureau en de communicatiestrategie aangegeven.

Stakeholder	Omschrijving	Belang voor Regiebureau	Communicatiestrategie
1. Europese Unie	ENRD, SP EIP-Agri, Helpdesk M&E, Landendesk	RB is doorgeefluik van informatie vanuit EU en heeft een formele rol in het informeren van de EU over uitvoering POP	Informeren over (M&E) resultaten POP3
2. Ministeries van EZ en I&M	EZ is Beheersautoriteit en medeopdrachtgever Regiebureau POP. I&M voor afstemmen KRW	Goede contacten opdrachtgever Bijdragen aan vormgeving POP4	Informeren over (M&E) resultaten POP3
3. RvO	Onderscheid in functie Betaalorgaan en uitvoering POP	Vooraf taak Programmteam. Informatie halen t.b.v. informatie andere doelgroepen	Informeren EU-conformiteit
4. Provincies	POP-coördinatoren, beleidsmedewerkers, bestuurders/provinciale politiek en uitvoerders POP	Informatie over goed practices ophalen, faciliteren van interactie tussen provincies, deskundigheidsbevordering	Informeren over (M&E) resultaten POP3; informeren over EU-zaken
5. Waterschappen	Zowel financierders als initiatiefnemers POP	Deskundigheidsbevordering,	Informeren over EU-zaken
6. Gemeenten	Verschillen tussen gemeente w.b. aandacht POP is groot	Gering. Worden meer betrokken door provincies	Low profile informeren over POP
7. Potentiële initiatiefnemers	Boeren en andere ondernemers (bv. mechanisatie), Waterschappen, Plattelandsbewoners,	Gaan in potentie POP-gelden benutten	Informeren over mogelijkheden POP en inspirerende voorbeelden, in contact brengen met andere

	kennisinstellingen		partijen, doorverwijzen
8. Eindbegunstigden	Aanvragers en uitvoerders van projecten	Provincies bieden alle informatie. Informatie van hen nodig voor M&E	Informeren over communicatievoorwaarden en EU-regelgeving; evalueren en overzicht bieden
9. Local Action Groups LEADER	Ondersteund door gemeenten en coördinatoren. Bevordering deskundigheid	Belangrijk voor uitvoering LEADER. Voorgeschreven door EU	Informeren over POP-zaken, ondersteunen met netwerk-activiteiten, trainen
10. Operational Groups EIP-Agri	Velerlei groepen op het gebied van innovatie in de landbouw	Voorgeschreven door EU, aanvullend op advies/loketfunctie provincies	Informeren over POP-zaken, ondersteunen met netwerk-activiteiten
11. Belangenorganisaties	LTO (ook SCAN, DAW, NAJK) Natuur & Milieu, terreinbeheerders	Informeren over POP breed	Dialogiseren (per organisatie strategie bepalen; soms overreden)
12. Burgers/Brede Publiek	Voedsel belangrijke ingang, cross-overs naar cultuur en gezondheid	Voorgeschreven door EU, grote verwevenheid stad en platteland, veel interesse in voedsel	Informeren over POP en wat gaande is op het platteland. Bevragen over waarde platteland
13. Onderwijs en Wetenschap	HAS-en, AOC's, WUR en andere universiteiten	Kennisbron en initiatiefnemers voor kennismaatregelen	Informeren over met name EIP en landbouw-water
14. Adviseurs/Innovatiemakelaars	Commercieel (incl. accountants) en publiek. Veel zijn erfbetreders	Van belang voor EIP, zijn vaak knooppunten in het Netwerk Platteland,	Informeren over POP-maatregelen
15. Media/Pers	Doorgeefluik voor informatie met nieuwswaarde	Middel om doelen te bereiken	Middel, geen communicatiedoel

Omschrijving van de doelgroep(en):

Doelstellingen

Kennis

Houding

Gedrag

Onderbouwing

Communicatiestrategie

Boodschap

Communicatiemiddelen

De volgende communicatiemiddelen worden ingezet om de communicatiedoelen te bereiken:

Verspreiding

De vakpers wordt op de hoogte gesteld van de data van de bijeenkomsten, het verschijnen van de video en de digitale brochure.

Aankondigingen van de bijeenkomsten worden verspreid via verschillende kanalen:

Tijdsplanning

Budget

Middelen	Specificatie	Kosten	Subtotaal
		€	€
		€	€
		€	€
Totaal	inclusief BTW		€

Evaluatie

Stakeholdersanalyse, gezien vanuit Regiebureau

