

Kommunikationsplan

SETSII – Skandinavisk Elektrisk Transport System

2019-12-16



Denna kommunikationsplan omfattar det INTERREG Öresund- Kattegatt- Skagerak medfinansierade projektet SETSII – Skandinavisk Elektrisk Transport System.

Partner	Land	www	Roll
Skagen utdanningscenrum SUC	Danmark		Lead Partner
Skagen havn	Danmark	www.skagenhavn.dk	Partner
Hirtshals havn	Danmark	www.hirtshalshavn.dk	Partner
Fredrikshavn kommune	Danmark	www.frederikshavn.dk	Partner
Fredrikshavn havn	Danmark	www.pof.dk	Partner
Aarhus Universitet	Danmark	www.au.dk	Partner
MARCOD Maritimt center	Danmark	www.marcod.dk	Partner
Arendal havn	Norge	www.arendalhavn.no	Partner
Moss havn	Norge	www.moss-havn.no	Partner
Grenland havn	Norge	www.grenland-havn.no	Partner
Larvik havn	Norge	www.larvik.havn.no	Partner
Universitetet i Sør-øst Norge (USN)	Norge	www.usn.no	Partner
Sotenäs Symbioscentrum	Sverige	www.symbioscentrum.se	Partner, kommunikation

Projektbeskrivning

Projektet SETSII – Skandinavisk Elektrisk Transport System - har som övergripande mål att bidra till en snabbare omställning till en miljöriktig elektronisk drift av KASK-regionens hamnar. Syftet är, förutom en minskning av CO₂, partikulära utsläpp samt ljudnivåer, också att säkra skapandet av en flexibel och högeffektiv el-infrastruktur som kan lyfta regionens miljötunga hamnarna till positiva förebilder för hela transportsektorn.

Projektets Övergripande mål:

Målet är att utveckla en elektrifieringsplan och en fossilfri strategi, samt implementera dessa så att en hållbar omställningen till pilotbatterierna för deltagande hamnar kan ske.

Projektets mål/resultat är:

1. Alla projektets hamnar skall ha implementerat lösningar med pilotbatterier, samt genom affärs- och finansieringsplaner få ytterligare avsättningar för batteridrift och en hållbar omställning.
2. Samtliga hamnar skall väsentligt reducera sina CO₂- och partikelutsläpp (upp mot 100%) samt även bidra till en betydlig sänkning av hamnens ljudnivå (90-95%)
3. Alla hamnområden skall ha en effektiv och mer flexibel el-infrastruktur, med optimalt utnyttjande av elektrisk energi, lagringskapacitet och utbyte av elektricitet mellan batterier och elnätet i hamnområden.

4. Det ska finnas en plan för fortsatt arbete och vidareutveckling av erfarenheterna med batteridrift hos de lokala hamnarna med fokus på en fortsatt samverkan och utveckling mellan de lokala miljöerna och regionerna, samt internationella utvecklingsmiljöer.

Kommunikationens syfte och mål

Det övergripande syftet med denna kommunikationsplan är bidra till att uppnå projektets mål. Den interna kommunikationen kommer ligga till grund för en enhetlig och konsekvent kommunikation externt.

Det övergripande målet med kommunikationsarbetet är att sprida kunskap och förståelse om projektet både internt och externt.

Strategi

Vår strategi är att involvera partnerorganisationerna och deras redan upparbetade kommunikationskanaler i så stor utsträckning som möjligt så att projektet blir en integrerad del av partnernas ordinarie verksamhet. Projektets IT-plattform är därför en viktig informationskälla både för kommunikation internt och externt. Samtliga partners i projektet har budgeterat för kommunikationsarbetet.

Identitet

Projektet SETSII är inte ett eget "varumärke" eller organisation. Projektet finansieras av INTERREG Öresund-Kattegatt-Skagerrak-programmet, vilket ska kommuniceras utåt genom hela projektperioden. Detta är en viktig del i programmets regelverk om informationsplikt som samtliga partners har åtagit sig att följa.

Layout

Det finns en logga framtagen för projektet som ska användas på internt och externt material. Filerna bifogas som bilaga.



Då projektet inte är ett eget "brand" välkomnar vi att våra partners använder materialet och kombinerar det med partners egna profilmaterial. Projektloggan ska användas med programmets logotyp.

Avsändare och att nå målgrupperna

Projektet använder sig av en enkel logotyp, tillsammans med INTERREG:s logotyp i enlighet med INTERREG:s grafiska handledning. INTERREG:s grafiska handledning måste följas för att det grafiska materialet ska kunna medfinansieras av EU. INTERREG Öresund- Kattegatt- Skagerak har en plansch som ska placeras väl synlig vid exempelvis en entré.

*INTERREG:s grafiska handledning bifogas som bilaga till kommunikationsplanen

Nyttan

Vi har ett ansvar att kommunicera och synlighetsgöra åtaganden.

Kommunikationsplanen kommer att uppdateras och kompletteras under projekttiden.

Intressenter och mål med kommunikationen:

- **Befintliga projektpartner** – 13 parter inom projektet, hamnar, kommuner och akademi
Öka kunskap, samverkan och gemensam samsyn
- **Nya samarbetspartner** – marina transportsektorn inom området Öresund-Kattegat-Skagerrak, näringsliv, akademi, rådgivare
Ökad kännedom om projektet, ökad kunskap, nätverkande och nya samverkanspartner till projektet
- **Beslutsfattare** – lokalt, regionalt, nationellt, inom EU och internationellt
Ökad kännedom om projektets resultat, samt vad projektet resulterar i och bidrar till transport- och miljöpolitiska mål
- **Allmänhet – Boende nära hamnområden, boende inom Öresund-Kattegat-Skagerrak, miljöintresserade,**
Ökad kunskap och kännedom om projektets resultat
- **Allmänhet – Boende inom EU**
Ökad kunskap och kännedom om vad projektet resulterar i och bidrar till transport- och miljöpolitiska mål.

Insatser och intern kommunikation

Mycket av insatserna kommer att hanteras av de olika huvudaktiviteterna (WP) och därför även kommuniceras av dessa. Projektledningens huvudinsatser syftar främst till att stärka samarbetet, se helheten och skapa synergier mellan aktiviteterna och dess partners. Kommunikationsinsatserna kommer därför att fokusera mycket på de interna möten som arrangeras av projektledningen och kommunikationskanaler till de enskilda parter och projektdeltagare kommer att tas fram för att stödja detta.

Insatser och externa kommunikation

En viktig framgångsfaktor för projektet är hur väl näringsliv, akademi, offentliga organisationer och samhälle integreras. Kommunikation och dialog är därför centralt i projektet.

Föreliggande kommunikationsplan kommer därmed säkra spridningen av projektets resultat i hela programområdet, och skall vara ambitiös i förhållande till spridning av kunskaper och erfarenheter.

Inkluderande och tillgänglig kommunikation

De horisontella kriterierna; hållbar utveckling, lika möjligheter och icke-diskriminering och jämställdhet ska beaktas vid genomförande av hela projektet och det ska även återspeglas vid uppföljning och utvärdering. Kriterierna ska medverka som drivkraft till hållbar tillväxt och regional konkurrenskraft. För att spegla de horisontella kriterierna strävar projektets kommunikation efter att vara inkluderande och tillgänglig.

Inkluderande kommunikation handlar om att använda jämställdhet och jämlikhet som utgångspunkt för hur vi ser och framställer människor. Att kommunicera inkluderande innebär att uppmärksamma att vår värld består av en mängd olika människor och att spegla denna verklighet. Genom inkluderande kommunikation bryter vi normer, fördomar och stereotyper. Detta gäller såväl i text som i bild. Med hjälp av just text och bild ska vi tillsammans utmana stereotypa mönster.

Benämning och begrepp

Inom projektet använder vi en rad olika begrepp. För att det ska bli tydligt, enhetligt och konsekvent är det viktigt att vi använder dessa och att vi också i projektet vet vad vi menar med de olika begreppen.

Projektets namn skriver vi SETSII. Och i de fall vi kommunicerar i sociala medier kompletterar vi med hashtaggen #SETSII.

*Vi skriver **Lead Partner**, vilken är Skagens Uddannelsecenter. Inom projektet benämns de olika delarna som **Work Package, WP** och ansvarig kallas WP-ledare.*

*Vi använder ordet **partner** om deltagande företag och organisationer i projektet.*

Språk

Intern och extern kommunikation kommer att ske huvudsakligen på skandinaviska. Kommunikation på engelska kommer också att ske då engelsktalande forskare finns knutna till projektet och vid kommunikation på EU-nivå.

Kanaler

- IT-plattform. En sida med kontaktuppgifter, information och nyheter externt, samt innehållandes nyheter och dokumentation för internt bruk
- Kommunikationsmaterial
- Rollups
- Broschyr med generell information
- Internt och extern kommunikation – vi använder oss av våra partners kanaler samt projektets IT-plattform
- Ej köpta kanaler
- Redaktionellmedia (press, radio, TV men också branschorganisationer)
- Alla projektparters hemsidor, egna sociala medier

Schema för kommunikationsaktiviteter

Detta schema kan ni använda för att planera konkreta kommunikationsaktiviteter. Ni kan ändra i kolumner och rader efter behov.

Mål (Vad vill vi uppnå?)	Målgrupper (Till vem ska vi kommunicera?)	Budskap (Vad vill vi kommunicera?)	Aktivitet (till exempel nyhetsbrev, flash mob, konferens eller pressutskick)	Kanal (Vilka kanaler vill vi använda för att nå målgrupperna?)	Tidsperiod (När ska vi utföra aktiviteten? Hur länge ska den ta?)	Ansvar (Vem har ansvaret för aktiviteten?)	Budget (Avsatta medel för aktiviteten)	Uppföljning (Hur ska resultaten av kommunikationen följas upp och utvärderas?)
God information kring projektets aktiviteter och syfte, dess partners, finansiering, tidperiod etc.	Alla		IT-plattform	Webb	Period 1	Sotenäs kommun		Antal besökare på hemsidan.
Enkel och sammanfattande information som varje partner kan tillgodose intressenter på ett enkelt vis. Ska även kunna tas med på externa aktiviteter och delas ut.	Beslutsfattare, intressenter, medborgare.	Övergripande och sammanfattande projektinformation.	Broschyr på engelska och eventuellt skandinaviska	Tillgänglig hos alla partners.	Period 2	Sotenäs kommun tar fram på eng samt sv. Ev översättning koordineras av resp. partner	Det finns avsatta medel i varje partners budget för tryck	



Ha med Roll-up ut på mässor, konferenser, möten etc. samt kunna ha uppställda hos partners.	Konferensdeltagare, besökare hos partners etc.	Övergripande och sammanfattande projektinformation.	Roll-up	Tillgänglig hos alla partners.	Period 1-2	Sotenäs kommun tar fram layout samt eng och sv. (SUC ansvarar för översättning till danska, USN till norska)	Varje partner betalar egen roll-up.	
Sprida löpande information om vad som sker i projektet och vilka aktiviteter som görs/planeras, samt uppnådda resultat.	Medborgare, intressenter, affärsnätverk.	Löpande information om projektresultat och aktiviteter.	Nyhets/statusuppdateringar	Sociala medier -Befintliga sociala medier hos var och en partner. IT-plattformen används för att dela nyheterna vidare	Period 2-6	Sotenäs kommun, samt alla övriga partners.	I varje partners egna budget	Intresse för nyheterna (kommentarer, likes etc.)
Enkel och sammanfattande information som varje partner kan tillgodose intressenter på ett enkelt vis samt tillgodose att informationsplikt följs.	Intressenter.	Övergripande och sammanfattande projektinformation	Information om SETS II på varje partners hemsida inkl. loggor.	Partners befintliga hemsidor.	Period 1	Alla partners.	I varje partners egna budget	Sotenäs säkerställer att alla partners löpande informeras om informationsplikten.