
Aanbiedingsnotitie bij: agendapunt 6

Titel: Communicatieplan Regiebureau POP

Bijlage: 6.1 Communicatieplan Regiebureau POP 2018 - 2020

Bespreekpunten / beslispunten

1. Instemmen met voorgestelde aanpassingen
 2. Nieuwe versie van communicatieplan goedkeuren
-

Inhoud

Bij de start van POP3 is door het Regiebureau POP een communicatieplan opgesteld. POP3 is nu ongeveer halverwege de programmaperiode en dat is een goed moment om het communicatieplan te actualiseren. In de bijlage vindt u het aangepaste communicatieplan Regiebureau POP voor de resterende looptijd van POP3 (2018 – 2020). Het geactualiseerde communicatieplan voldoet aan de EU regelgeving en sluit aan op eerdere stukken, zoals de communicatiestrategie.

De belangrijkste wijzigingen zijn:

- Er is toegelicht waarom het communicatieplan is geactualiseerd en wat de belangrijkste ontwikkelingen de afgelopen jaren zijn geweest. Ook de rol van het Regiebureau (RB) bij POP4 is toegevoegd. In een aparte paragraaf is beknopt de organisatie van het RB beschreven. Het communicatieplan is voor het hele RB.
- Er is meer focus aangebracht in de uitgebreide lijst met doelgroepen uit het vorige plan om het overzichtelijker te maken. De informatie is ook in een plaatje gevat. Aan deze indeling is vervolgens de communicatiestrategie gekoppeld (geen apart hoofdstuk meer).
- Naast diverse redactionele wijzigingen zijn een aantal toevoegingen of aanpassingen in de tekst gedaan, zoals een aanvulling op het onderdeel monitoring en evaluatie, het vervangen van de tijdplanning door een verwijzing naar het jaarlijkse werkplan RB en actualisatie van het budgetoverzicht.
- Tot en met 2017 zijn in Nederland jaarlijks de EU-kijkdagen georganiseerd om het brede publiek te informeren over wat er gebeurt met EU financiering. POP werkt hierbij samen met een aantal andere EU-fondsen, zoals EFRO en INTERREG. Op basis van de ervaringen met de EU-kijkdagen is voor 2018 voor een aangepaste benadering gekozen. Dit houdt in dat er een doorlopende campagne Europa om de Hoek is en dat er gedurende het jaar wordt aangesloten bij evenementen die al worden georganiseerd, zoals bijvoorbeeld het Weekend voor de Wetenschap en open boerderijdagen. De verwachting is dat op die manier grotere aantallen mensen bereikt kunnen worden en dat de exposure ook groter wordt, doordat er meerdere keren per jaar iets gebeurt i.p.v. eenmaal per jaar. Na afloop van dit jaar zullen de samenwerkende EU fondsen bespreken of de doorlopende campagne in 2019 een vervolg krijgt.

Het CvT wordt gevraagd:

In te stemmen met de voorgestelde aanpassingen in het communicatieplan en het communicatieplan goed te keuren.

#####