

**Programbeskrivning RE:Source - bilaga D**

# **Kommunikationsstrategi för RE:Source**

## **Etapp 1 - 2016-2018**

## Mål för programkommunikationen

### Vision för RE:Source

Sverige ska bli världsledande på att minimera och nyttiggöra avfall.

### Kommunikationens syfte

Syftet med kommunikationen är att RE:Source blir en välkänd, växande och tillgänglig innovationsarena.

RE:Source skall vara en mötesplats, där aktörer inom innovationsområdet delar information och kunskap.

Grunden för kommunikationen är att verka för den vision (överst) och de program mål (nedan) som är uppsatta i programbeskrivningen för RE:Source:

1. RE:Source är en attraktiv innovationsarena.
2. Lösningar för hållbar resurs- och avfallshantering är framgångsrikt tillämpade.
3. Resultat och kunskap bidrar till välgrundade affärserbjudanden, internationella standarder, miljömärkning och policyer.
4. Utbildning för expertis och branschkompetens i världsklass.
5. Svensk forskning och innovation är mer synlig, samverkande och framgångsrik internationellt.
6. Ökad svensk export.
7. Duktiga entreprenörer, kapital och hög kompetens lockas till innovationsområdet.

## Grundläggande arbetsätt

Denna kommunikationsstrategi för innovationsprogrammet RE:Source ska vara ett stöd vid intern och extern kommunikation. Det är ett levande dokument som kan uppdateras under programmets gång.

Kommunikationsstrategin kompletteras årligen med en mer konkret kommunikationsplan.

RE:Source är nationell innovationsarena och mötesplats för en mängd aktörer inom svensk industri, avfallshantering och forskning. För att främja medlemmarnas och andra aktörers delaktighet ska kommunikationen präglas av största möjliga öppenhet. Därför ska också språk och formuleringar vara lättbegripliga och inbjudande. Eftersom RE:Source är ett svenskt innovationsprogram är huvudspråket svenska.

En viktig arena för kommunikationen inom RE:Source är de regionala noder som bildas runt befintliga forskningsmiljöer – där studenter, handledare och industriella partners interagerar – och som samarbetar över landet.

Kommunikationen ska ske planenligt och effektivt för att med små medel nå största möjliga genomslag. Samarbeten med flera partners med liknande målgrupp är en viktig del av arbetet.

Kommunikationsinsatserna ska synkroniseras med händelser inom resurs- och avfallsområdet.

## Budskap

Under inledningen av RE:Sources verksamhet ska tre övergripande budskap kommuniceras:

1. Nu finns RE:Source, innovationsarenan som ska bidra till att Sverige blir världsledande på att minimera och nyttiggöra avfall
2. Bli medlem i RE:Source
3. Sök projektpengar vid utlysningar, som är öppna för både medlemmar och icke-medlemmar

I takt med att projekten inom RE:Source når resultat ska kommunikationen successivt även berätta om dem.

## Målgrupper

Eftersom RE:Source är en mötesplats för många olika aktörer är den interna kommunikationen särskilt viktig, inte minst för att öka idéutbytet och för att sprida information om utlysningar.

Den externa kommunikationen ska successivt öka omvärldens kännedom om RE:Source och sprida information om resultat från projekt inom programmet.

Vid planering av extern kommunikation ska informationsmaterialet målgruppsanpassas.

Kommunikationen inom RE:Source fokuserar på olika målgrupper under olika år, beroende på aktiviteter och resultat inom forskningsprogrammet.

Under den första etappen är siktet inställt på

1. Företag, myndigheter och forskare som ska få vetskap om RE:Sources verksamhet
2. Potentiella medlemmar
3. Aktörer som förväntas vara intresserade av att söka projektpengar vid utlysningarna

### Identifierade målgrupper för RE:Source är

- Materialproducenter och tillverkningsindustri
- Avfallsbolag
- Teknikleverantörer
- Beslutsfattare och myndigheter
  - Naturvårdsverket, Energimyndigheten, VINNOVA
  - Miljö- och energidepartementet, näringsdepartementet, arbetsmarknadsdepartementet och utbildningsdepartementet
  - Länsstyrelser
- Kommuner
- Forskare inom akademi och institut
- Studenter
- Bransch- och intresseorganisationer samt NGO (Non-Governmental Organisations)
- Press och andra medier

## Kanaler

För att nå ut med sitt budskap använder RE:Source både interna och externa kommunikationskanaler. RE:Source kommer även att dra nytta av de kanaler som andra aktörer inom området, exempelvis nätverket Waste Refinery, har byggt upp gentemot sina målgrupper.

### Kanaler för intern kommunikation

- Webbplatsen resource-sip.se
- Teamwebbplatsen RE:Source internwebb
- Nyhetsutskick
- Interna möten
- Seminarier, workshops och konferenser
- E-post

### Kanaler för extern kommunikation

- Webbplatsen resource-sip.se
- RE:Sources egna seminarier, workshops och konferenser
- Nyhetsutskick
- Branschpress
- Aktörernas kundtidningar och nyhetsbrev
- Branschorganisationernas kommunikationskanaler
- Dagspress, TV och radio
- Publicering av vetenskapliga artiklar
- Sociala medier samt ämnesanknutna diskussionsforum
- Deltagande på externa seminarier, workshops och konferenser

**Webbplats:** Webbplatsen **resource-sip.se** är den primära digitala mötesplatsen för aktörer inom RE:Sources område. Där publiceras all grundläggande information om RE:Source samt nyheter, event, utlysningar och projektresultat. Där läggs även styrelseprotokoll och de interna dokument som programkontoret bedömer är lämpliga att sprida till allmänheten.

**Teamwebbplats:** På den interna teamwebbplatsen **RE:Source internwebb** kan programmets arbetsgrupper och styrelse dela material med varandra. Genom denna kanal sprider också programvärden dokumentation.

**Seminarier, workshops och konferenser:** Möten – både inom RE:Source och externa – är värdefulla kommunikationstillfällen för att skapa samhörighet och överföra kunskap, och därmed möjliggöra idéutbyten och synergieffekter. Stämman, resultatdagen (på våren) och RE:Source-dagen (på hösten) är några av årets viktiga möten.

**Interna nyhetsutskick:** En mottagarlista över aktörer inom RE:Sources verksamhetsområde byggs upp. Nyhetsutskick görs vid relevanta tillfällen (utlysningar, inbjudningar etc) och uppmanar mottagarna att ta del av mer information via webbplatsen.

**Externa nyhetsutskick:** En mottagarlista över externa intressenter (medier, maktavare med flera) byggs upp. Pressmeddelanden och andra externa utskick sänds när utlysningar har beviljats, när projektresultat är klara, samt inför stämma, konferenser och seminarier.

**Medier:** Primärt fokus bland medier är branschpress, men vid resultat som har stort allmänintresse är målgruppen medier med en bredare publik.

**Projektrapporter:** Varje projekt är efter avslutat arbete ansvarigt för att lämna en slutrapport, som man ska kunna nå från [resource-sip.se](http://resource-sip.se).

**Sammanfattningar:** Resultat från de projekt som får stöd av RE:Source ska sammanställas i en målgruppsanpassad sammanfattning och publiceras på [resource-sip.se](http://resource-sip.se) samt spridas via lämpliga kanaler i listan ovan.

**Vetenskaplig publicering:** De resultat som projekten når publiceras i förekommande fall i vetenskapliga tidskrifter, samt kommuniceras till andra medier beroende på nyhetsvärde.

**Sociala medier:** Inlägg på sociala medier, främst Twitter och LinkedIn, ska få omvärlden att gå till [resource-sip.se](http://resource-sip.se) och ta del av nyheter som publiceras där.

## Aktörer

Ansvar för kommunikationen inom RE:Source delas av RISE Research Institutes of Sweden och IVL Svenska Miljöinstitutet.