

Plattelands
Ontwikkelings
Programma
Regiebureau

Communicatieplan Regiebureau POP plattelandsontwikkelings- programma 2014-2020 (POP3)

Vastgesteld door Comité van Toezicht op 22 juni 2018



Communicatieplan Regiebureau POP

Plattelandsontwikkelingsprogramma
2014-2020 (POP3)



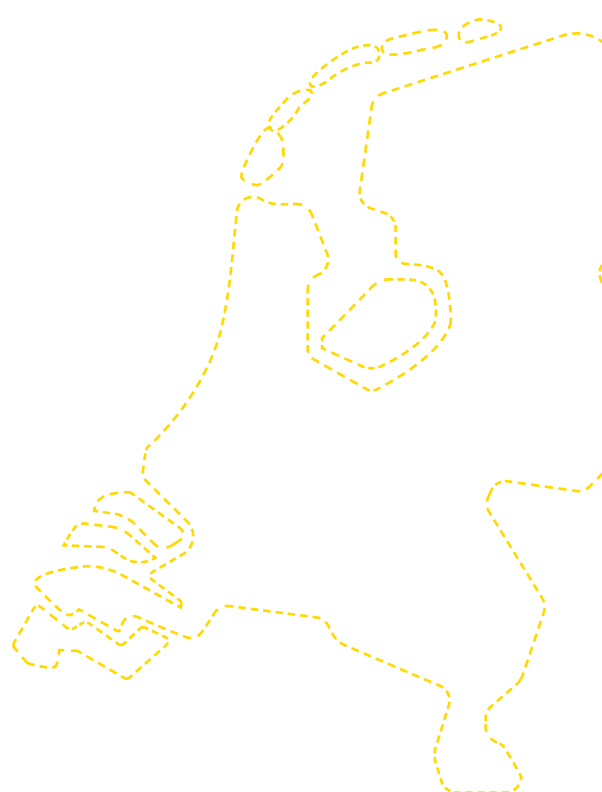
Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1 Achtergrond	4
1.2 Regiebureau POP	5
2. Visie en doelen	6
2.1 Visie op communicatie	7
2.2 Doelstellingen voor de communicatie	7
3. Doelgroep en communicatiestrategie	8
3.1 Analyse van de doelgroepen	9
3.2 Communicatiestrategie op hoofdlijnen	10
4. Boodschap en aandachtspunten	11
4.1 De boodschap	12
4.2 Aandachtspunten bij communicatie	12
5. Communicatiemiddelen	14
6. Financiën en afstemming	19
6.1 Financiën voor communicatie	20
6.2 Afstemming van de communicatieactiviteiten	20
7. Monitoring en evaluatie	21
7.1 Monitoring	22
7.2 Evaluatie	22



1

Inleiding





1.1 Achtergrond

Dit communicatieplan gaat over de communicatie in Nederland door het Regiebureau POP over het 3e Plattelandsontwikkelingsprogramma (POP3) uit het Europees Landbouw Fonds voor Plattelandsontwikkeling (ELFPO). POP3 beslaat de programmaperiode 2014-2020, met een uitloop naar 2023.

In december 2015 is het Communicatieplan Regiebureau POP vastgesteld door het Comité van Toezicht (CvT). In deze geactualiseerde versie van het communicatieplan zijn de ontwikkelingen en inzichten uit de periode daarna (2016-2017) verwerkt. Na de aanloop- en opstartfase van het programma in 2014 en 2015, werden in 2016 de eerste beschikkingen afgegeven en konden in 2017 de eerste resultaten worden getoond en verspreid. De aandacht van de communicatie is hierdoor mede komen te liggen op het inspireren door te laten zien wat al is bereikt, naast de doorlopende aandacht voor het geven van informatie over het programma en de subsidiemogelijkheden die het programma biedt. Verder is de voorbereiding van POP4 gestart en is er met ingang van 25 mei 2018 nieuwe regelgeving van kracht in het kader van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Ook deze ontwikkelingen zijn in deze versie van het communicatieplan meegenomen.

Onderliggende documenten bij dit communicatieplan zijn de *Communicatiestrategie voor POP3 en de Netwerkstrategie POP3*, beiden op 24 juni 2015 vastgesteld in het CvT, en de eerste versie van het *Regiebureau POP Communicatieplan* van december 2015. Het communicatieplan vormt de basis voor de uitwerking van de werkzaamheden voor communicatie in het *Werkplan Regiebureau POP*, dat jaarlijks wordt vastgesteld. Via het *Jaarverslag Regiebureau POP* legt het Regiebureau POP jaarlijks verantwoording af over de uitgevoerde werkzaamheden en de bereikte resultaten.

Dit communicatieplan geeft een nadere invulling van de (aangepaste) Europese vereisten die aan communicatie worden gesteld, waaronder het informeren van het brede publiek en het verantwoorden van de inzette financiële middelen. Bij het opstellen van dit communicatieplan is gebruik gemaakt van hulpmiddelen die het Europese Netwerk voor Plattelandsontwikkeling (European Network for Rural Development, ENRD) via haar website beschikbaar stelt, waaronder het *Handboek voor nationale plattelandsnetwerken (NRN Guidebook)*.

POP3 draagt in Nederland bij aan een toekomstbestendige agrarische sector en een leefbaar platteland door in te zetten op de volgende thema's:

- versterken van innovatie en verbeteren landbouwstructuur;
- jonge boeren;
- natuur en landschap;
- verbeteren van de waterkwaliteit;
- LEADER.

POP3 investeert zodoende in de EU2020 strategie voor slimme, duurzame en inclusieve groei. Er wordt in deze POP periode door de EU en de nationale overheid samen in totaal voor ruim € 1,6 miljard geïnvesteerd¹. Nederland wil met de uitvoering van POP3 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 maken hier een belangrijk deel van uit.

Over de communicatie worden veel gegevens bijgehouden voor de monitoring en evaluatie. Dit zijn veelal kwantitatieve gegevens (aantal bijeenkomsten, deelnemers, nieuwsbrieven, websitebezoekers, etc.). Om ook meer kwalitatieve gegevens te krijgen, wordt in 2018 een enquête uitgevoerd om te onderzoeken of de websites, social media en bijeenkomsten aansluiten bij de behoefte van het netwerk.

1 Stand van zaken december 2017, inclusief overheveling middelen van pijler 1 naar pijler 2.



1.2 Regiebureau POP

Het Regiebureau POP ondersteunt het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV)² en de provincies bij de uitvoering van hun taken. Het Regiebureau POP is onafhankelijk gepositioneerd en coördineert en begeleidt de uitvoering van POP3. Het Regiebureau POP bestaat uit twee teams: het Programmteam (PT) en de Network Support Unit (NSU) van het Netwerk Platteland³.

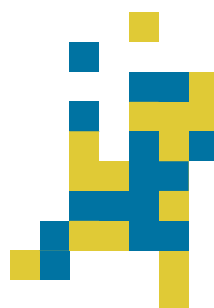
Het **PT** begeleidt de uitvoering van het POP. Dit houdt onder andere in: monitoring van de uitvoering, advisering van LNV, provincies en andere betrokkenen, bespreking van programmawijzigingen en de voortgang van POP3.

De **NSU** heeft als taken om de verschillende actoren in het Netwerk Platteland te informeren, te inspireren en om de onderlinge uitwisseling te stimuleren. De NSU zorgt voor het delen van kennis en het bevorderen van deskundigheid. Daarnaast brengt de NSU goede voorbeelden van POP3-projecten in beeld en partijen met elkaar in contact om onderlinge uitwisseling van kennis te bevorderen. De NSU is aangesloten op twee Europese netwerken: het Europese Netwerk Platteland (ENRD) en het Europese Partnerschap voor Innovatie (EIP-Agri).

Zowel het PT als de NSU ondersteunen op verzoek provincies en LNV bij de voorbereiding van het nieuwe Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB), met name bij het vertalen van ervaringen uit POP3 in POP4.

Bij de communicatie over POP3 zijn zowel LNV en de provincies als het Regiebureau POP betrokken. LNV en de provincies doen de communicatie over hun eigen openstellingen. Het Regiebureau POP richt zich op aanvullende algemene informatieverstrekking en provincie overstijgende werkzaamheden, zoals het creëren van landelijke overzichten van projecten of het signaleren van landelijke trends, het verspreiden van inspirerende voorbeelden en het informeren van het brede publiek. Deze situatie is specifiek voor Nederland, omdat in de meeste EU-lidstaten deze activiteiten door één organisatie worden uitgevoerd (veelal de NSU).

Dit communicatieplan richt zich op de werkzaamheden van het gehele Regiebureau POP, dus zowel het PT als de NSU. Het omvat niet de communicatieactiviteiten van LNV en de provincies over POP.



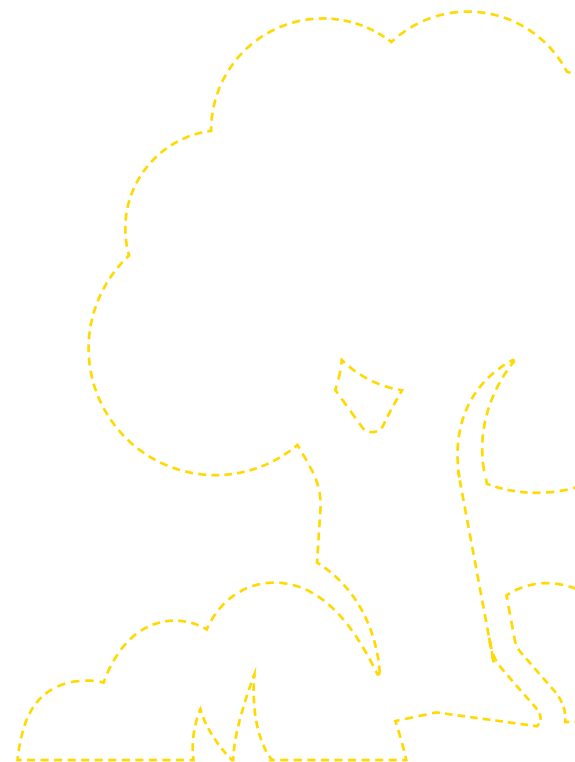
Plattelands
Ontwikkelings
Programma
Regiebureau

² Op 26 oktober 2017 is het ministerie EZ gesplitst in het ministerie EZK en het ministerie LNV.

³ Het Netwerk Platteland omvat alle actoren die betrokken zijn bij het POP. Dit is uitgewerkt in hoofdstuk 3.

2

Visie en doelen





2.1 Visie op communicatie

Het Regiebureau POP richt zich in haar communicatie op het informeren, inspireren en verbinden van de partijen die betrokken zijn bij plattelandontwikkeling. Daarnaast faciliteert het Regiebureau POP het uitwisselen van kennis, zowel op inhoud als op proces. Afhankelijk van de doelgroep en het doel van de activiteit kiest het Regiebureau POP een passende locatie voor bijeenkomsten en de in te zetten communicatiemiddelen. Het Regiebureau POP signaleert knelpunten en/of verbeterpunten uit het netwerk en agendeert deze indien nodig. Het Regiebureau POP is duidelijk en betrouwbaar in haar communicatie.

2.2 Doelstellingen voor de communicatie

De algemene doelstelling voor de communicatie van het Regiebureau POP is het verstrekken van informatie over POP3. Het gaat daarbij niet alleen om verspreiding van kennis over de mogelijkheden voor financiering en de rol van de Europese Unie bij plattelandontwikkeling, maar ook om het vergroten van de betrokkenheid bij plattelandontwikkeling door kennisuitwisseling. Belangrijk onderdeel hiervan is het in de schijnwerpers zetten van voorbeeldprojecten.

Ook haalt het Regiebureau POP signalen op uit het netwerk om de uitvoering te verbeteren. Het Regiebureau POP agendeert deze, samen met de eigen ervaringen, bijvoorbeeld in de gremia waar aan de voorbereiding van POP4 wordt gewerkt. Via het organiseren van bijeenkomsten brengt het Regiebureau POP verbindingen tussen partijen tot stand (stimuleren van onderlinge contacten en kennisuitwisseling) en faciliteert hiermee de doelgroepen in het Netwerk Platteland.

De communicatie over POP3 naar de burger–ofwel het brede publiek– heeft als doelstelling het publiek algemene informatie te geven, waardoor de burger kennis opdoet over POP en zijn begrip voor POP vergroot:

- De in plattelandontwikkeling geïnteresseerde burgers weten aan het eind van de uitvoeringsperiode dat EU, Rijk en provincies bijdragen aan plattelandontwikkeling.
- De in plattelandontwikkeling geïnteresseerde burgers hebben begrip voor de ondersteuning van plattelandontwikkeling door EU, Rijk en provincies.

De communicatie met de andere, meer direct bij POP3 betrokken doelgroepen, richt zich op het zodanig informeren dat zij in de praktijk hun rol kunnen vervullen in POP3:

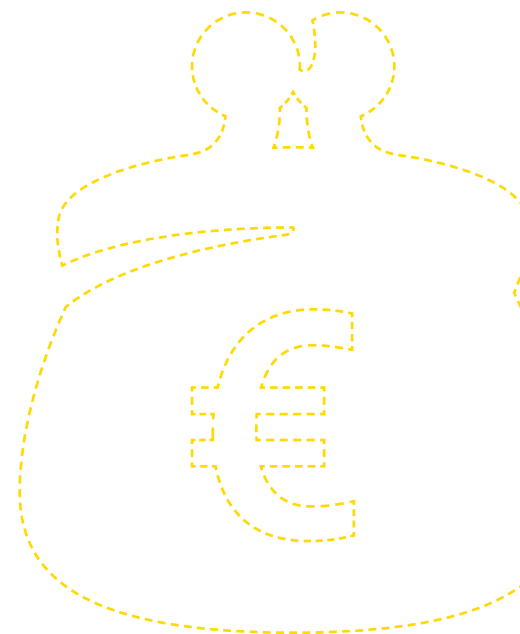
- Zij weten dat POP een Europees subsidieprogramma is in de tweede pijler van het GLB gericht op plattelandontwikkeling. Via POP3 draagt Nederland bij aan een toekomstbestendige agrarische sector en een leefbaar platteland door in te zetten op de thema's: versterken van innovatie en verbeteren landbouwstructuur, jonge boeren, natuur en landschap, verbeteren van de waterkwaliteit en LEADER.
- Zij zijn bekend met de organisatie van het POP-programma (rollen LNV, provincies, RVO.nl en Regiebureau POP).
- Zij weten hoe ze nadere informatie moeten krijgen om hun rol te kunnen vervullen.

In de communicatie met de doelgroepen wordt rekening gehouden met de mate waarin zij al bekend zijn met POP. De meeste meer direct bij POP3 betrokkenen zijn redelijk tot goed bekend met POP. Uitzondering hierop zijn de potentiële eindbegunstigden die nog niet eerder een POP subsidie hebben aangevraagd. Ook het brede publiek is vaak niet goed bekend met POP. De doelgroepen voor de communicatie zijn in hoofdstuk 3 verder uitgewerkt en op basis daarvan is bepaald welke communicatiestrategie moet worden gehanteerd.



3

Doelgroep en communicatie- strategie



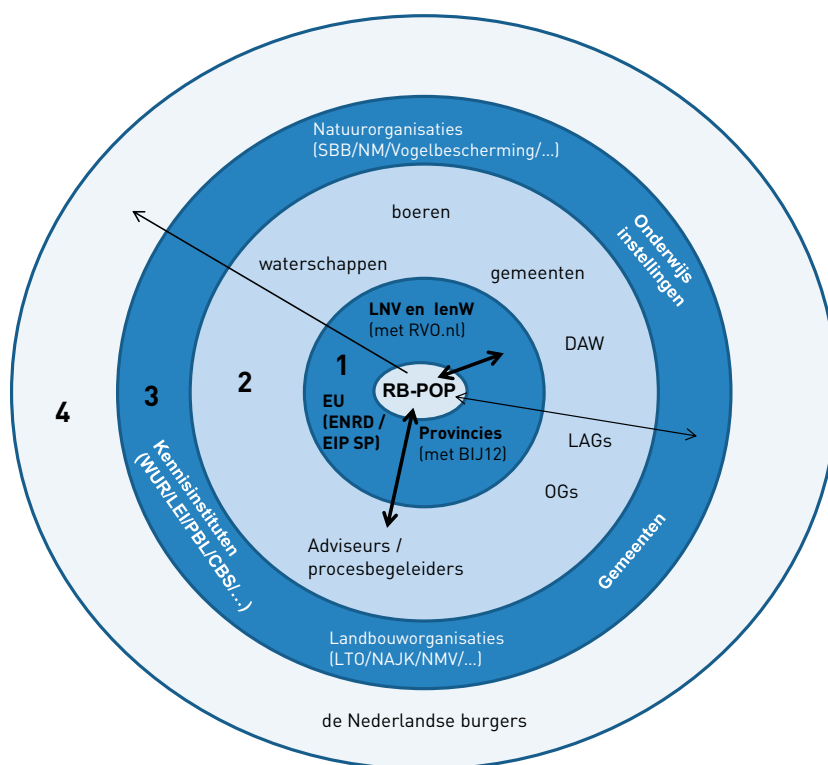


3.1 Analyse van de doelgroepen

Het Regiebureau POP ontmoet een diverse groep belanghebbenden in haar werkzaamheden rond de uitvoering van POP3. Om deze groep in beeld te krijgen, is voor de vorige versie van het communicatieplan een stakeholderanalyse uitgevoerd. De stakeholderanalyse beschrijft de diverse stakeholders (belanghebbenden) met een bijbehorende analyse waarin het belang en de invloed van de stakeholders wordt geduid. Op basis daarvan is bepaald welke communicatiestrategie moet worden gehanteerd.

In deze versie van het communicatieplan is het grote aantal betrokkenen uit de stakeholderanalyse voor het overzicht samengevoegd in een viertal groepen en weergegeven in **figuur 1**:

1. Opdrachtgevers
2. (Potentiële) Begunstigden
3. Belangenvertegenwoordigers en kennis- en onderwijsinstellingen
4. Het (geïnteresseerde) brede publiek



Figuur 1 Doelgroepen voor de communicatie door het Regiebureau POP

Figuur 1 is opgebouwd vanuit het Regiebureau POP (RB-POP). In de eerste *cirkel* staan de opdrachtgevers van het RB-POP:

- de Europese Unie (EU) met als belangrijkste onderdelen het DG-Agri, het European Network for Rural Development (ENRD) en het Servicepoint EIP-Agri (SP EIP-Agri);
- de ministeries van LNV en lenW⁴ met RVO.nl als uitvoeringsorganisatie van het Rijk;
- de twaalf provincies met BIJ12 als gezamenlijke uitvoeringsorganisatie.

4 Op 26 oktober 2017 heeft ministerie van lenM als nieuwe naam lenW (Infrastructuur en Waterstaat) gekregen.



De opdrachtgevers bepalen het beleid rond POP. LNV en de provincies zijn voor POP de subsidieverlener. In de *tweede cirkel* staan de (potentiële) begunstigden, degenen die POP-subsidie aanvragen. Dit zijn: boeren, waterschappen, Operational Groups (OGs), Leader Actie Groepen (LAGs), Deltaplan Agrarisch Waterbeheer (DAW) en adviseurs/procesbegeleiders.

In de *derde cirkel* staan de belangenvertegenwoordigers, zoals natuur- en landbouworganisaties (Staatsbosbeheer (SBB), Natuurmonumenten (NM), Vogelbescherming, Land- en Tuinbouw Organisatie (LTO), Nederlands Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK), Nederlandse Melkveehouders Vakbond (NMV), etc.), de kennisinstituten (Wageningen University & Research (WUR), Landbouw Economisch Instituut (LEI), Planbureau voor de Leefomgeving (PBL), Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)), onderwijsinstellingen en gemeenten.

De *vierde cirkel* wordt gevormd door het (geïnteresseerde) brede publiek, de Nederlandse burgers.

Het Regiebureau POP communiceert met alle vier de groepen, maar wel op een andere manier. Zo ligt de focus qua communicatie vanuit het **Programmateam** met name op groep 1 en 2; de **NSU** bedient met haar communicatie alle groepen, waarbij de frequentie van de communicatie per groep wel verschilt. Het Regiebureau POP heeft in de communicatie het meeste contact met en een sterke wisselwerking (2-richtingen) met groep 1 en 2 (gesymboliseerd met dikke pijl met 2-richtingen) en in iets mindere mate met groep 3 (gesymboliseerd met dunne pijl). Met groep 4 is de communicatie minder frequent en 1-richtingverkeer (gesymboliseerd met dunne pijl); er komt in de huidige situatie vrijwel geen input vanuit het brede publiek naar het Regiebureau POP toe.

3.2 Communicatiestrategie op hoofdlijnen

Op basis van de analyse van de doelgroepen is gekeken welke communicatiestrategie voor welke doelgroep moet worden ingezet. Dit verschilt per groep:

1. Opdrachtgevers: informeren, signaleren, agenderen, faciliteren
2. Belanghebbenden: informeren, inspireren, signaleren, faciliteren en verbinden
3. Belangenvertegenwoordigers: informeren, signaleren
4. Het (geïnteresseerde) brede publiek: informeren (verantwoorden)

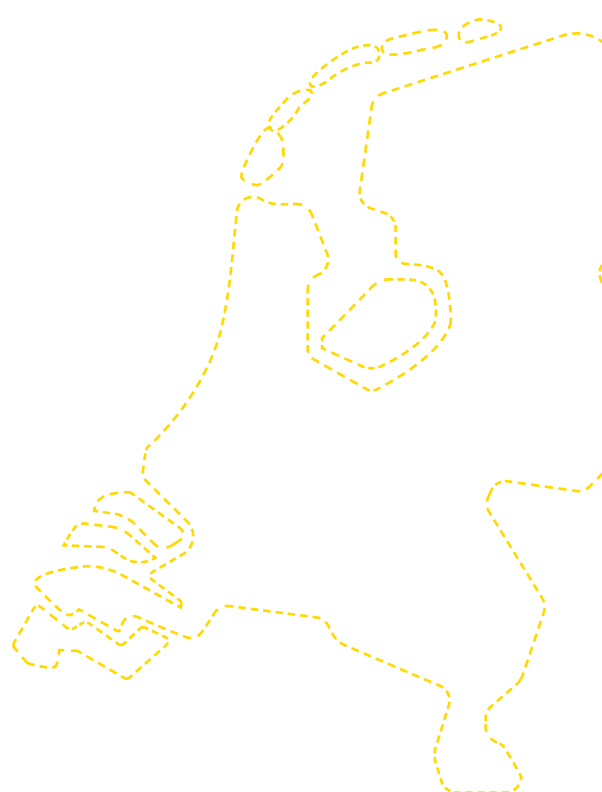
Het **Programmateam** zal vooral informatie zenden en de doelgroepen informeren, bijvoorbeeld over regelgeving, financieringsmogelijkheden en EU-conformiteit. Daarnaast signaleert en agendeert het PT knelpunten en oplossingen voor de uitvoering van het POP met het oog op het bereiken van de POP-doelstellingen. Het PT faciliteert ook diverse overlegverbanden over POP. Via jaarverslagen legt het PT (financieel) verantwoording af.

De **NSU** informeert de doelgroepen vooral over de inhoudelijke thema's van het POP (versterken van innovatie en verbeteren landbouwstructuur, jonge boeren, natuur en landschap, verbeteren van de waterkwaliteit en LEADER). Daarnaast inspireert de NSU door het verspreiden van goede voorbeelden van praktijken en projecten. Een andere belangrijke rol van de NSU is het faciliteren van kennisuitwisseling tussen belanghebbenden onderling en het bevorderen van de deskundigheid van de betrokken partijen en het verbinden van partijen. Tot slot signaleert en agendeert de NSU, net als het Programmateam, knelpunten en oplossingen voor de uitvoering van het POP.



4

Boodschap en aandachtspunten





4.1 De boodschap

De hoofdboodschap die het Regiebureau POP over POP3 communiceert is:

Het Plattelandsontwikkelingsprogramma (POP) is een Europees subsidieprogramma (in de 2^e pijler van het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid). In de periode 2014-2020 draagt POP3 bij aan een duurzame, concurrerende landbouw en een leefbaar platteland. Met POP3 wil Nederland inzetten op het versterken van innovatie en verbeteren landbouwstructuur, ondersteunen van jonge boeren, versterken van natuur en landschap, verbeteren van de waterkwaliteit en LEADER. Hiervoor stelt de EU samen met de nationale overheid in Nederland een bedrag van ca. € 1,6 miljard beschikbaar. Nederland legt met POP3 de focus op het boeren erf.

Het beschikbare budget wordt door middel van openstellingen door provincies of het Ministerie van LNV beschikbaar gesteld. Potentiële begunstigden, bijvoorbeeld individuele boeren of samenwerkingsverbanden, kunnen een subsidieaanvraag indienen bij de overheid die een openstelling gedaan heeft.

De hoofdboodschap kan worden aangevuld en aangepast voor een specifieke doelgroep.

4.2 Aandachtspunten bij communicatie

Voor een effectieve communicatie is het belangrijk om de juiste aanpak voor de doelgroep te kiezen en aan te sluiten op de behoefte van de doelgroep. Een helder en duidelijk taalgebruik zijn hierbij van belang en daarnaast is de toonzetting neutraal (formeel (RB) of informeel (Netwerk Platteland)) en zijn berichten feitelijk en onbevooroordeeld, tenzij het om een citaat of quote in een interview gaat. Dit betekent ook dat de inhoud van berichten interessant moet zijn, relevant voor POP, begrijpelijk en aantrekkelijk gepresenteerd door bijvoorbeeld gebruik te maken van beeldmateriaal.

Communicatievoorschriften

Vanuit de Europese Unie is verplicht gesteld (verordening (EU) nr. 1305/2013 en Uitvoeringsverordening (EU) nr. 808/2014) dat voor ELFPO gefinancierde projecten al het schriftelijke en digitale informatiemateriaal/communicatie uitingen, geïnitieerd door de eindbegunstigde, wordt voorzien van de Europese vlag en de slogan:



Europees landbouwfonds voor
Plattelandsontwikkeling: Europa
investeert in zijn platteland



Voor acties in het kader van LEADER dient ook het LEADER logo te worden vermeld:

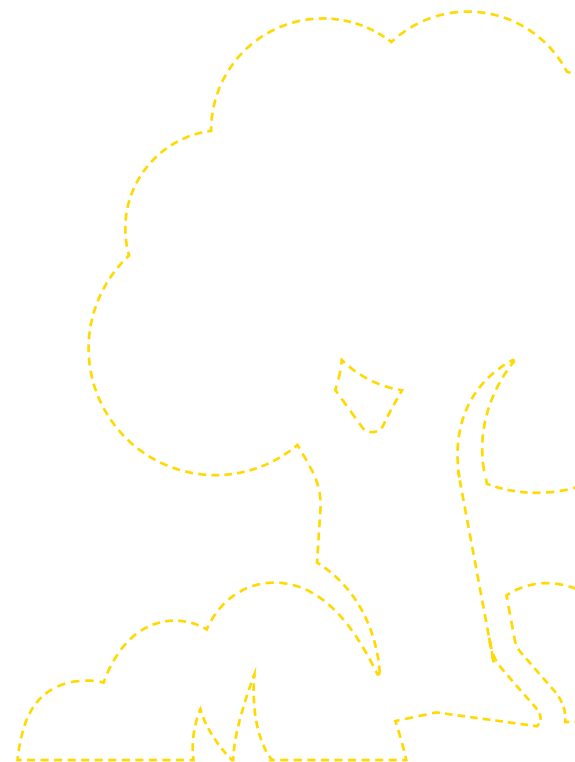


Bij provinciale cofinanciering kan bovendien het vermelden van het provinciale logo vereist zijn.

Meer informatie over de communicatievoorschriften vanuit de EU is te vinden in het [Handboek voor aanvragers POP3 subsidie](#).

5

Communicatie middelen





Het Regiebureau POP maakt gebruik van verschillende soorten communicatiemiddelen, die in onderstaande blokken verder zijn toegelicht:

1. Bijeenkomsten;
2. Websites Regiebureau POP en Netwerk Platteland;
3. Social media: Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram en YouTube;
4. Nieuwsbrieven en ander informatiemateriaal;
5. Prijsvragen.

1. Bijeenkomsten	
Inhoud	<p>Ieder jaar organiseert het Regiebureau POP voor alle doelgroepen verschillende soorten bijeenkomsten:</p> <ul style="list-style-type: none">- thematische en analytische uitwisselingen, zowel over het uitvoeringsproces van POP3 als over inhoudelijke POP3-thema's zoals water, innovatie en/of jonge landbouwers;- masterclasses met het accent op informatieverstrekking aan experts;- workshops waarin het accent ligt op kennisdeling of kennisontwikkeling of het ontwikkelen en verbeteren van processen;- de jaarlijkse netwerkbijeenkomst over POP in het najaar. <p>Specifiek voor het brede publiek ondersteunt het Regiebureau POP de EU-Kijkdagen. Vanaf 2018 krijgt dit de vorm van een doorlopende campagne Europa om de Hoek, waarbij zoveel mogelijk wordt aangesloten bij andere campagnes. Centraal in de communicatie over de activiteiten staat de website van Europa om de Hoek (https://www.europaomdehoek.nl/), waarop informatie op hoofdlijnen over alle deelnemende EU-fondsen en hun projecten te vinden is. Deze website verwijst door naar de website van het Netwerk Platteland voor aanvullende informatie.</p> 
Doelgroep	Alle
Informatie	<p>Inhoudelijke informatie over georganiseerde bijeenkomsten is vaak terug te vinden op de websites. Meer kwantitatieve informatie over de bijeenkomsten die het Regiebureau POP al heeft georganiseerd (aantallen, onderwerpen, deelnemers) is terug te vinden in de jaarverslagen van het Regiebureau POP.</p> <p>Informatie over geplande bijeenkomsten staat in het Werkplan van het Regiebureau POP, dat aan het begin van ieder jaar verschijnt. Gedurende het jaar wordt aanvullende informatie over komende en georganiseerde bijeenkomsten bekend gemaakt via verschillende kanalen: persoonlijke mails, publicatie op de websites en ondersteund door social media.</p>
Verantwoordelijk	PT en NSU



2. Websites

Inhoud	<p>De website van Regiebureau POP heeft een algemene en informerende functie voor het plattelandsonwikkelingsprogramma. Via deze site heeft een ieder toegang⁵ tot formele documenten, zoals de Europese verordeningen, het programmadocument POP3 en relevante contactinformatie, zoals van de EU, provinciale contactpersonen en RVO.nl. De website van het Regiebureau POP bevat basisinformatie voor met name doelgroep 1 en 2.</p> <p>De website van het Netwerk Platteland geeft informatie over ontwikkelingen op het platteland (in relatie tot POP). Via deze website is inhoudelijke informatie over de POP thema's beschikbaar en worden voorbeeldprojecten en goede praktijken onder de aandacht gebracht. Een andere functie van de site is ondersteuning van de interactie tussen de netwerkpartners door het gebruik van zogenaamde "kamers". In een kamer kan per onderwerp, en indien gewenst in een besloten groep, informatie worden gedeeld en bediscussieerd. Een bezoeker van de website kan eenvoudig informatie van andere organisaties vinden via links. De website van het Netwerk Platteland is van belang voor alle doelgroepen.</p>
Doelgroep	Alle
Informatie	Website Regiebureau POP: https://regiebureau-pop.eu/ Website Netwerk Platteland: https://netwerkplatteland.nl/ Informatie over het gebruik van de websites, zoals bezoekersaantallen, bezochte pagina's en downloads, is te vinden in de jaarverslagen van het Regiebureau POP en rapportages aan de EC.
Verantwoordelijk	NSU

3. Social media

Inhoud	<p>Het Regiebureau POP benut diverse social media om haar doelgroepen te bereiken. Op dit moment is het Regiebureau POP actief met Twitter (@nwplatteland), Facebook (Netwerk Platteland / Netherlands Rural Network), groep op LinkedIn (Netwerk Platteland), You Tube en in 2018 wordt Instagram opgestart. Via deze media klikken de gebruikers eenvoudig door naar de websites van het Regiebureau POP of Netwerk Platteland als zij geïnteresseerd zijn in nadere informatie.</p>
Doelgroep	Alle
Informatie	Algemene informatie over het gebruik van de social media, zoals aantallen volgers en de (goed gelezen) berichten, is te vinden in de jaarverslagen van het Regiebureau POP en rapportages aan de EC.
Verantwoordelijk	NSU

5 Een deel van de site is alleen toegankelijk voor direct betrokkenen van provincies en RVO.nl. Deze beperkte groep heeft middels een wachtwoord bijvoorbeeld toegang tot interne stukken en nog niet vrijgegeven documenten.



4. Nieuwsbrieven en ander informatiemateriaal

Inhoud	<p>Het Regiebureau POP verzendt ongeveer één keer per maand tot twee maanden een digitale nieuwsbrief: Nieuwsbrief Netwerk Platteland. De nieuwsbrief bevat berichten die recent op de website van het Netwerk Platteland of het Regiebureau POP zijn verschenen. Als lezers meer willen weten, leidt de nieuwsbrief hen naar de websites. De digitale nieuwsbrief verhoogt de betrokkenheid bij POP3 bij met name de (potentiële) subsidieaanvragers.</p> <p>Het Regiebureau POP brengt ook schriftelijk informatiemateriaal uit met algemene informatie over POP3, zoals een publieksvriendelijke samenvatting van het Programmadocument, het jaarverslag over de uitvoering van POP3 (in 2017 alleen digitaal) en het werkprogramma en jaarverslag van het Regiebureau POP (vanaf 2018 alleen digitaal). In 2017 is een algemene informatiefolder over POP3 verschenen. Waar mogelijk, probeert het Regiebureau POP mee te liften met andere media, bijvoorbeeld via (het faciliteren van) interviews aan vakbladen (Boerderij, Nieuwe Oogst). De papieren versies van het communicatiemateriaal zijn een ondersteunend middel in de communicatie met alle doelgroepen. Alles is ook digitaal op één van de websites te vinden en het streven is om zoveel mogelijk met digitale informatievoorziening te werken.</p>
Doelgroep	Alle
Informatie	Materiaal is in digitale vorm te vinden op de websites. Papieren exemplaren zijn, indien beschikbaar, op aanvraag te krijgen via het secretariaat van het Regiebureau POP.
Verantwoordelijk	NSU en PT

5. Prijsvragen

Inhoud	<p>Periodiek wordt gebruik gemaakt van prijsvragen om een breder publiek te betrekken bij POP3 en/of om goede voorbeeldprojecten te laten zien. Een terugkomende prijsvraag is de POP prijs. De POP3 prijs staat gepland voor 2018/2019. Voor een prijsvraag of de uitreiking van een prijs wordt meestal aangesloten bij grotere evenementen of bijeenkomsten om de gegenereerde publiciteit optimaal te benutten. Bijeenkomsten waarbij goed kan worden aangesloten zijn de jaarlijkse Nationale Netwerkbijeenkomst of een LEADER bijeenkomst. Prijsvragen vervullen in het informeren van de doelgroepen van het Regiebureau POP geen grote functie. Ze hebben wel een belangrijke functie in het genereren van aandacht en een gevoel van betrokkenheid bij (potentiële) initiatiefnemers en het inspireren van elkaar.</p>
Doelgroep	Begunstigden
Informatie	Er zijn gedurende POP3 nog geen prijsvragen georganiseerd.
Verantwoordelijk	NSU



In de afgelopen jaren is gebleken dat, naast tekst, de inzet van beeldmateriaal steeds belangrijker is geworden. Veel mensen zijn visueel ingesteld en bekijken liever een plaatje (infographic of een duidelijk beeld) of een filmpje dan een tekst te lezen. Het bekijken van een foto of een filmpje kost vaak ook minder tijd en dat past in het huidige tijdperk met een overvloed aan informatie en beperkte beschikbaarheid van tijd. Dit is een belangrijk aandachtspunt bij de communicatie door het Regiebureau POP.

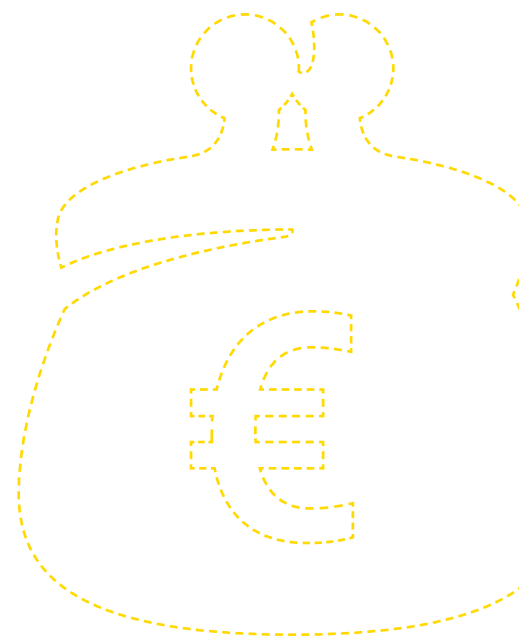
Het kantoor van het Regiebureau POP staat open voor het netwerk. Iedereen die betrokken is bij plattelandsontwikkeling kan van deze centraal in Utrecht gelegen ontmoetingsplek gebruik maken, in overleg met het secretariaat van het Regiebureau POP.





6

Financiën en afstemming





6.1 Financiën voor communicatie

Het Regiebureau POP heeft via de begroting van de NSU middelen gereserveerd voor communicatie (zie tabel 1). Middelen voor Monitoring en Evaluatie lopen via de begroting van het Programmteam. De begroting wordt elk jaar opnieuw vastgesteld.

Tabel 1 *Begroting NSU 2018*

Onderdeel	Budget 2018
1. Bijeenkomsten en trainingen	€ 72.000,=
2. Websites Regiebureau POP en Netwerk Platteland	€ 42.000,=
3. Social media	€ -
4. Nieuwsbrieven e.a. infomateriaal	€ 55.000,=
5. Prijsvragen	€ 15.000,=
Overige / reserve	€ 16.000,=
Totaal budget NSU 2018	€ 200.000,=

In de jaren 2015 en 2016 was de begroting hoger vanwege de opstart van het programma. De begroting is in 2018 gelijk aan 2017 en de verwachting is dat dit voor 2019 gecontinueerd zal worden.

Personele kosten zijn geen onderdeel van de begroting van de NSU, maar vallen onder de algemene begroting van het Regiebureau POP. Binnen het Regiebureau POP is ca. 1,5 fte beschikbaar voor communicatieactiviteiten. Daarnaast leveren de overige medewerkers van het Regiebureau ook inzet, bijvoorbeeld als zij bijeenkomsten organiseren of teksten voor de website aanleveren.

6.2 Afstemming van de communicatieactiviteiten

- Overlegverbanden rondom communicatie, waar het Regiebureau POP bij betrokken is, zijn de volgende:
- gezamenlijk communicatieoverleg EU fondsen (LNV organiseert en Regiebureau neemt deel voor POP): gericht op samen optrekken bij het informeren van het brede publiek en de Europese Commissie.
 - communicatieoverleg met provincies (Regiebureau POP organiseert en faciliteert): gericht op het onderling uitwisselen van informatie en goede voorbeelden van communicatie.
 - bilateraal overleg met belanghebbenden, zoals met BIJ12 over agrarisch natuurbeheer, DAW/LTO over water of met de geographical expert over uitwisseling met de ENRD.

Bij de communicatie streeft het Regiebureau POP naar samenwerking met alle belanghebbenden waarbij ieder verantwoordelijk blijft voor de eigen communicatie. Zo is LNV verantwoordelijk voor de communicatie naar de Tweede Kamer, is communicatie over de openstellingen de verantwoordelijkheid van de betrokken provincies en communiceert DAW zelf over de volle breedte van het Deltaplan Agrarisch Waterbeheer. Het Regiebureau POP heeft haar eigen taken en streeft naar complementariteit met de andere partijen.

Contacten met de EU

Het Nederlandse Netwerk Platteland is onderdeel van het Europese Netwerk voor Plattelandsontwikkeling (European Network for Rural Development, ENRD) en van het Servicepoint EIP-Agri. De NSU neemt in dit kader deel aan bijeenkomsten die de ENRD en het Servicepoint organiseren of zorgt dat partners uit het Nederlandse netwerk deelnemen. Daarnaast wordt informatie uitgewisseld, zowel vanuit de ENRD naar Nederland als andersom. Binnen de NSU is 1 fte beschikbaar als aanspreekpunt voor het EIP-Agri netwerk.



7

Monitoring en evaluatie





7.1 Monitoring

Op diverse manieren wordt kwantitatieve informatie verzameld. Via Piwik wordt bijvoorbeeld het bezoek aan de beide websites gemeten (o.a. aantallen bezoekers, duur bezoek, bezochte pagina's, zoektermen, downloads). Daarnaast worden de social media gemonitord door het aantal volgers op Facebook bij te houden, de activiteiten en volgers op Twitter en de activiteiten en volgers op LinkedIn (groep Netwerk Platteland). Hierover wordt ongeveer eens per twee maanden een rapportage opgemaakt. Ook de door het Regiebureau POP georganiseerde bijeenkomsten en de aantallen deelnemers worden bijgehouden (via het zogenaamde 'CNS'-Excelbestand). Op verzoek van de EC wordt jaarlijks over verschillende aspecten gerapporteerd (zie verder onder evaluatie).

Het is de bedoeling om 2018 op twee momenten in het jaar een enquête uit te voeren om te zien of de communicatie aansluit bij de doelgroepen en welke behoeften men heeft. Op deze manier komt in aanvulling op de al beschikbare kwantitatieve gegevens ook kwalitatieve informatie beschikbaar. Door de enquête op twee momenten te houden, kan ook iets worden gezegd over het effect van de communicatie. De resultaten van beide rapportages kunnen worden gebruikt voor de uitgebreide evaluatie in 2019 (zie verder onder evaluatie).

7.2 Evaluatie

De ondernomen communicatieactiviteiten moeten bijdragen aan de in hoofdstuk 2 geformuleerde doelstellingen. De doelstellingen worden regelmatig geëvalueerd. Dit gebeurt in ieder geval tijdens de verplichte evaluatiemomenten (jaarverslagen, uitgebreide evaluaties in 2017 en 2019 en de ex-post evaluatie).

Verder worden de werkplannen, waarin de communicatieactiviteiten voor dat jaar zijn opgenomen, voorgelegd aan het Comité van Toezicht. Dit gebeurt zowel ter goedkeuring vooraf als ter verantwoording achteraf in de vorm van een jaarverslag.

De EC maakt gebruik van diverse parameters om het effect van de communicatieactiviteiten te meten. Het betreft daarbij onder andere:

- het aantal POP coördinatoren, medewerkers RVO.nl en LNV dat bijeenkomsten/workshops bijwoont;
- het aantal bijeenkomsten dat georganiseerd wordt om eindbegunstigden te informeren;
- het aantal bijeenkomsten dat georganiseerd wordt om kennis uit te wisselen;
- het aantal deelnemers aan een bijeenkomst;
- aantal unieke bezoekers van de websites en hoeveelheid interactie;
- interactie en gebruikers van social media (likes op Facebook en aantal bereikte personen & aantal twittervolgers en interactie);
- aantal bezoekers Europese Kijkdagen / Europa om de Hoek.

Het Regiebureau POP besteedt veel zorg aan een kwalitatief goede uitvoering van de communicatie. Deze kwaliteit toetst het Regiebureau POP ook extern door de doelgroepen regelmatig te benaderen met evaluerende vragen, bijvoorbeeld bij bijeenkomsten. Met deze informatie kan de communicatie steeds verder worden verbeterd.





Europees Landbouwfonds voor
Plattelandsontwikkeling:
Europa investeert in zijn platteland