

K O M M U N I K A T I O N S P L A N

*Blå översiktsplan
och maritim näringslivsstrategi
2013-2016*

K O M M U N I K A T I O N S P L A N

Blå öp och maritim näringslivsstrategi

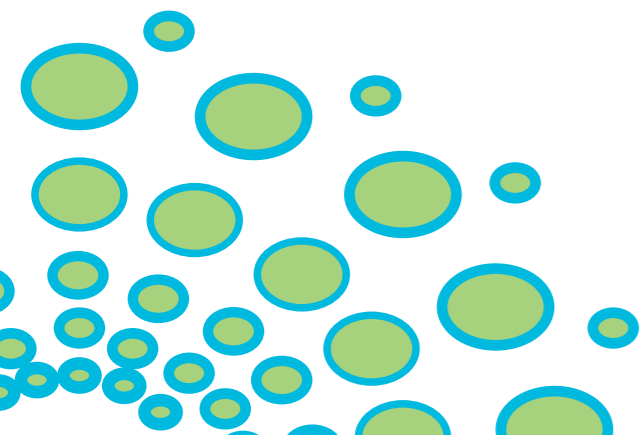
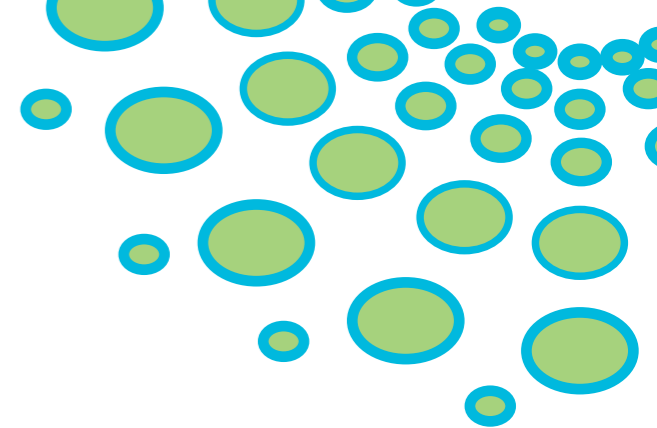
Mål - Ansats

Målgrupper

Kanaler

Budskap - essensen

Aktiviteter



K O M M U N I K A T I O N S P L A N

Blå öp och maritim näringslivsstrategi

Mål - ansats

Kommunikationen ska:

Bygga kunskap, nyansera och förankra

Bidra till byggandet av relationer

Skapa engagemang och sätta fokus på de marina frågorna

Stimulera till delaktighet, samförstånd och ansvarstagande

Visa upp det goda exemplet och bidra till en känsla av stolthet

Genom att vara:

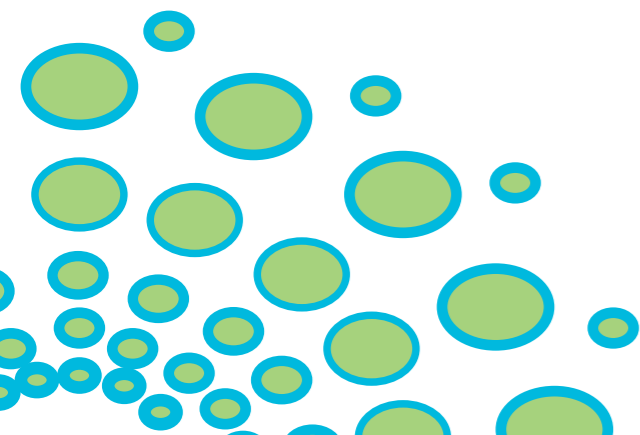
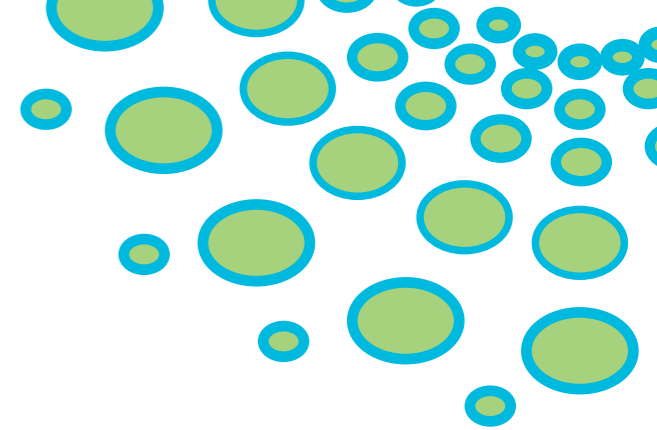
Öppen

Lätt att ta till sig

Aktiv

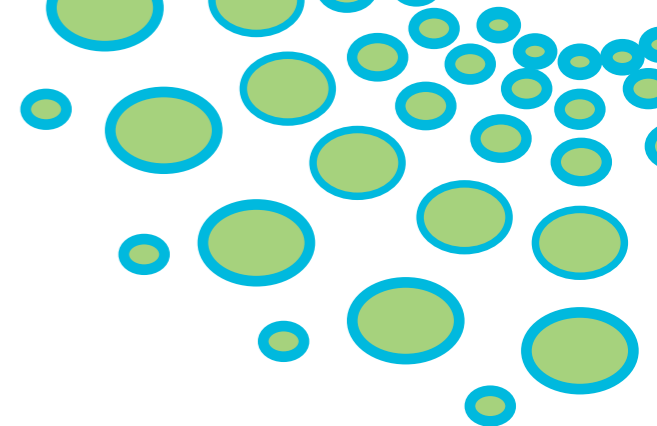
Nyanserad

Levandegörande



K O M M U N I K A T I O N S P L A N

Blå öp och maritim näringslivsstrategi M Å L G R U P P E R



Interna

Externa

Primära

Arbetsgruppen
Lilla kommungruppen
Blå näringslivsgruppen
Blå styrgrupp
Kommunala tjänstemän på plan/
bygg, näringsliv, kommunstyrelsen
Politisk referensgrupp
Informationsansvariga

VG-regionen, Anders Carlberg
Boverket
Länsstyrelsen, Ingela Isaksson
Energiföretag
Elbolag
Livsmedelsverket
Hav- och vattenmyndigheten
Vattenbrukscentrum Väst
Vattenbrukare och dess org

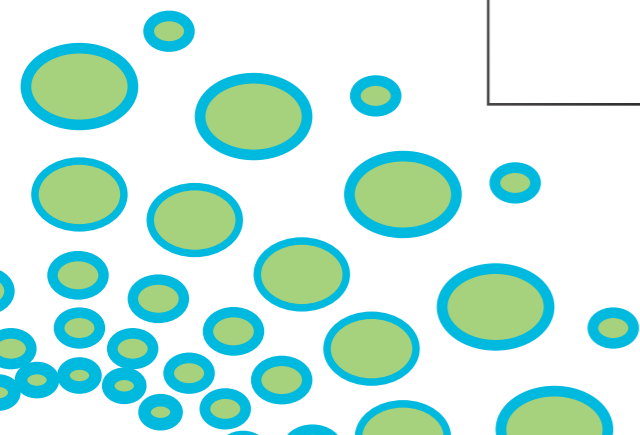
Fiskare och dess org
Forskare och dess institutioner
Turistorganisationer lokalt
RUN
Marina och maritima klustret
- delklusterambassadörerna
Marina och maritima näringsidkare

Sekundära

Kommunala tjänstemän övriga
Enhetschefer
Kommunstyrelserna
Lokala politiker
Turismansvariga
Hamnbolag

Politiker, regionala och riks
Näringsdepartementet
Miljödepartementet
Landsbygdsdepartementet
Samhällsföreningarna
Boendeanläggningar
Turistföretag
Hamnbolag
Restauranger
Sjöräddningen
Husbehovsfiskarna
Sportdykarna
Sportfiskarna
Skärgårdarnas riksförbund

Kulturföreningarna
Västarvet
Fyrbodals kommunalförbund
Sjöfartsverket
Jordbruksverket
Leader
Ungdomar/skolan
Företagarföreningar
Näringslivsorganisationer
Lokal allmänhet
Västsvenska turistorganisationer
Naturskyddsföreningen
Greenpeace mfl
Energimyndigheten



K O M M U N I K A T I O N S P L A N

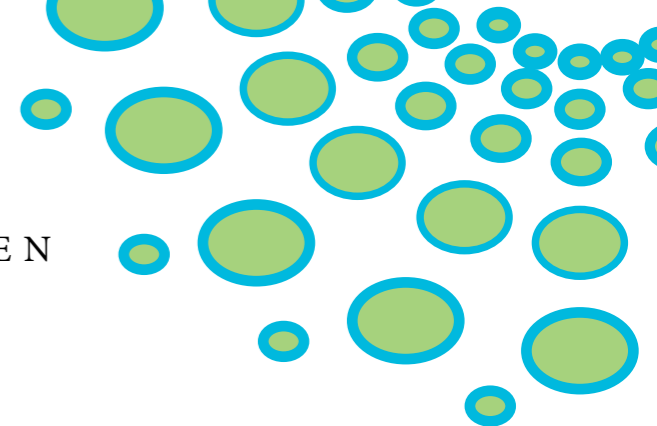
Blå öp och maritim näringslivsstrategi

K A N A L E R

	<i>Interna</i>	<i>Externa</i>
<i>Primära</i>	<p>Formella möten - minnesanteckningar</p> <p>Kommunernas ledningsgrupper</p> <p>Samhällsförvaltningens ledningsgrupp</p> <p>Blogg</p> <p>Informationsansvariga - nyhetsbrev, hemsidor</p> <p>Personliga kontakter</p> <p>Fysiska möten</p>	<p>Runda-bordssamtal</p> <p>Informera på befintliga möten</p> <p>Nyhetsbrev</p> <p>Konferenser</p> <p>Personliga kontakter</p> <p>Presentationer</p> <p>Media</p>
<i>Sekundära</i>	<p>Via informationsansvariga: kommunernas hemsida, nyhetsbrev</p>	<p>Infofolder</p> <p>Hemsida</p> <p>Befintliga möten, ex årsmöten Leader, Företagarna, samhällsföreningarna, Skärgårdarnas riksförbund</p> <p>Informationsplikt</p> <p>Programråd</p> <p>Samråd</p> <p>Utställning</p> <p>Presentationer</p> <p>Konferenser</p> <p>Media</p> <p>Happenings ex seglingsvecka, ostronfestival</p>

K O M M U N I K A T I O N S P L A N

Blå öp och maritim näringslivsstrategi B U D S K A P - E S S E N S E N



Interna

Externa

Primära

Samarbete

Politiker, fysiska planerare, näringslivsutvecklare och miljöstrateger i norra Bohuslän. Alla har vi olika perspektiv när vi närmar oss havet. Men ansvaret för dess framtid bär vi gemensamt. Tillsammans ska vi hålla balansen mellan att skydda och utveckla havets fantastiska värden. Vi ska arbeta med var vi gör vad på havet. Det handlar om gemensam planering för att utveckla våra samhällen. Därför är samarbete bokstavligen talat livsviktigt och vi ska vara stolta över det viktiga arbete vid åstadkommer.

Framtiden för kust och hav i norra Bohuslän

Härliga kustområden, med en välmående och attraktiv kust, som är levande hela året. Ett robust, hållbart näringsliv som hittat havets djupa möjligheter. Ett näringsliv i symbios med rekreation och turism där tillståndsgivning är ansvarsfull, väl förberedd, rak och snabb. Samhällen där kommunerna arbetar tillsammans med varandra och med näringslivet i en gemensam planering som värnar den unika miljön och dess möjligheter på ett självklart sätt.

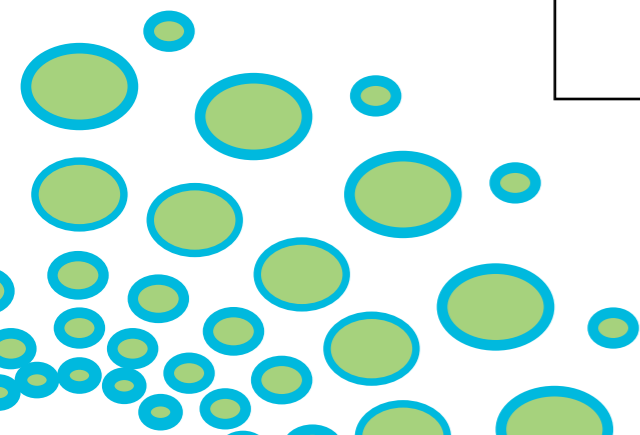
Sekundära

Gemensamma strategier

Det är många intressen som konkurrerar om havet som resurs. Därför behövs en gemensam plan som långsiktigt både skyddar och utvecklar livet på och under ytan. Planer och strategier som bygger på djup kunskap. Det är anledningen till Blå översiktsplan och Maritim näringslivsstrategi för kust och hav i norra Bohuslän. Gemensamma planer som ger styrka och trygghet.

Vilket Bohuslän vill vi lämna över till våra barn?

Om hundra år sitter en man på en brygga med sina barnbarn. Havet ligger blankt och barnens koncentration är djup och förtjust då de drar upp krabbor och lägger i en hink, för att sedan släppa ner dem i det livgivande havsvattnet igen. Om hundra år sitter en man på en brygga strax intill det lilla samhället som lever gott på det som havet har att ge. Han ser den lilla eldrivna fiskerbåten varsamt dra upp vittling som konsumenterna är villiga att betala för. Han ser musselodlingarna och bojarna för vågkraft. Han njuter av av livet och ler åt barnen som glittrar i kapp med havet. Det är magiskt, tänker han. Det havet ger och betyder för oss människor, det är magiskt. Nu, som för hundra år sedan.



K O M M U N I K A T I O N S P L A N

Blå öp och maritim näringslivsstrategi A K T I V I T E T E R

- Identifiera VIP:are - boka personliga möten
- Gör ambassadörer av arbetsgruppernas medlemmar - de är budbärarna - utbilda dem och ge dem uppdrag att inspirera i sina respektive verksamheter.
- Utse ansvariga för målgrupper: Ex Elsie ansvarar för styrgruppen, referensgruppen och kommuncheferna. Carl ansvarar för plangruppen, näringslivsgruppen samt informationsansvariga.
- Kartlägg i varje kommun: Vilka ledningsmöten ska vi informera på. Vi vill nå, plan, bygg, miljö, näringsliv, kommunstyrelsen och fullmäktige.
- Boka in oss på Fullmäktigemöte våren 2014, när programmet är på samråd.
- Planera för planprocessen - haka i kreativa idéer som skapar förståelse och en positiv bild.
- Planera presskonferensen vid strategiska tidpunkter.
- Gör en
- Samla ”allas” presentationer som vi kan placera ifrån.
- Fundera på hur vi kan vända ifrågasättande till engagemang
- Kontakta informationsansvariga
- Identifiera och boka möten med interna nyckelpersoner - bygga relation och förankring.
- Identifiera externa nyhetsbrev och för de dessa med info.
- Identifiera möten och sammanhang bland externa primära och bjuda in oss för att samtala/presentera
- Formulera ett mantra i tre punkter.
- Engagera gymnasier/högskolor i problemlösning - identifiera de utbildningar som har marin koppling.