
Kommunikasjonsplan for VKM 2021 - 2024 – ekstern kommunikasjon

Innledning

Kommunikasjon er ett av de tre elementene i risikoanalysen (risikovurdering, risikohåndtering og risikokommunikasjon), og er en bærebjelke i VKM. Kommunikasjonsplanen skal bidra til at VKM oppfyller sitt samfunnsoppdrag, og når målene i strategien for 2021 – 2024. VKM skal følge statlig kommunikasjonspolicy, som blant annet innebærer å utøve meroffentlighet.

Ekstern kommunikasjon utøves av alle i VKM. Planen spenner derfor vidt, fra møter med eksterne målgrupper og personer, til nettsidene og poster i sosiale medier. VKMs eksterne kommunikasjon er både enveis (formidling/informasjon) og toveis (dialog).

Kommunikasjonsenheten utøver først og fremst enveis kommunikasjon/formidling, mens prosjektledere og ledergruppen i stor grad har toveis kommunikasjon, blant annet i møter med representanter fra målgruppene.

Overordnet kommunikasjonsmål

VKM's eksterne kommunikasjon skal bidra til at samfunnet har tillit til VKM og til arbeidet vi utfører. For at samfunnet skal ha tillit til VKM, må VKM oppfattes som:

- Faglig sterk og kompetent på sine fagområder
- Uavhengig, åpen, vitenskapelig og forutsigbar
- Imøtekommende og serviceinnstilt

VKM skal formidle informasjon og kunnskap om bestillinger, resultater og samfunnsoppdrag til målgruppene på et språk som målgruppene forstår.

VKM skal fremstå som ekspert på risikovurderinger i den offentlige debatten om trygg mat og miljø. VKM skal formidle resultater fra om sine enkeltvurderinger og om risikovurdering som metode/verktøy, inkludert usikkerhet. VKM skal bidra til at målgruppene får en bedre forståelse av kompleksitet og nyanser som våre risikovurderinger er bygget på. VKM skal formidle informasjon om EFSA til et norsk publikum.

VKM skal gi enhetlig informasjon i alle kanaler. Den visuelle profilen skal sikre at vi er gjenkjennelige og fremstår likt og profesjonelt, uavhengig av personer, tid og sted.

Organisering av kommunikasjonsarbeidet

Kommunikasjonsansvaret følger linjen. Det vil si at ansvaret for informasjon og kommunikasjon følger saksansvaret, både for ledere, medarbeidere og medlemmer.

Ledergruppen har det overordnede ansvaret for det eksterne kommunikasjonsarbeidet, og beslutninger om dette.

Kommunikasjonsenheten har ansvar for å holde i det daglige kommunikasjons- og formidlingsarbeidet. Det innebærer drift og videreutvikling av nettstedet vkm.no etter føringer fra ledergruppen, og kommunikasjons- og formidlingsoppgaver i tilknytning til publisering av risikovurderinger og andre kunnskapssynteser.

VKM's målgrupper

Primære målgrupper

1) Oppdragsgivere og departementer

- skal kjenne godt til VKM's rolle, oppgaver og arbeidsmetoder. Saksbehandlere hos oppdragsgiverne kjenner detaljer i rapportene de er observatør for, men har sjelden spisskompetanse på fagområdene hver rapport omhandler.

2) Kunnskapsinstitusjoner/institusjoner hvor medlemmene jobber

- kjenner i større eller mindre grad til VKM's rolle, oppgaver og arbeidsmetoder. De kjenner godt til fagområdene de selv dekker. De vil være opptatt av å synliggjøre at deres ansatte har bidratt i arbeid som publiseres. Institusjonene er rekrutteringsbase for nye medlemmer.

3) Interesseorganisasjoner, fagmiljøer og næringer som forholder seg til VKM gjennom arbeid eller organisasjonstilknytning.

- det vil være stor variasjon i graden av kjennskap til VKM og til fagområdet som den enkelte rapport omhandler.

4) Videreformidlere – for eksempel journalister og kommunikasjonsfolk

- det vil være stor variasjon i graden av kjennskap til VKM og til fagområdet som den enkelte rapport omhandler.

Sekundære målgrupper

I tillegg er VKM omgitt av interessenter, for eksempel forbrukere. De er ikke primær målgruppe for våre rapporter, men nås blant annet via videreformidlere og via sosiale medier.

VKM's visjon i perioden 2021 - 2024

Kunnskapsbasert bærekraftig samfunnsutvikling

VKM's strategiske mål og satsingsområder i perioden 2021 – 2025

Mål: *Samfunnsnyttig leverandør av kunnskapsgrunnlag som holder høy kvalitet*

Strategiske satsingsområder:

1. Uavhengig kunnskapsgrunnlag av høy kvalitet
2. Tverrsektorielt kunnskapsgrunnlag
3. Stimulere til økt forskning innen relevante fagfelt
4. Synlig og relevant aktør
5. Attraktivt VKM

Det er først og fremst mål 4, *Synlig og relevant aktør*, som er relevant for kommunikasjonsplanen. Mål 5, *Attraktivt VKM*, ivaretas ved at vi gir et godt inntrykk via våre nettsider og andre kanaler.

Mål 4 har fire underpunkter. Kommunikasjonsstrategiske tiltak skal bidra til at målet blir nådd.

- Vi har god dialog med berørte parter (målgrupper)
- Vi er en aktiv og nyansert samfunnsdebattant
- Tydelig kommunikasjon
- Vi deltar aktivt i relevante nettverk, nasjonalt og internasjonalt

Overordnede tiltak for *Vi har god dialog med berørte parter* og *Vi er en aktiv og nyansert samfunnsdebattant*

-
- Opprette årsplan, hvor det fremgår hvilke risikovurderinger som av strategiske grunner skal prioriteres spesielt det kommende året
 - Røkte, drifte og videreutvikle vkm.no, slik at den fremstår tydelig og enhetlig og bygger opp under VKM som en vitenskapelig, faglig uavhengig, åpen og imøtekommende virksomhet.

Ansvarlig: ledergruppen i samarbeid med kommunikasjonsenheten

Tiltak for *Vi har god dialog med berørte parter (målgrupper)*

Vi legger til rette for god dialog med målgruppene ved å

- Arrangere overleveringsmøte/lanseringsseminar/fagseminar - enten fysiske eller digitale, basert på årshjul/årsplan.
- Gjøre opptak av digitale møter og gjøre dem tilgjengelig på YouTube. Omtale/promotere møter og seminarer på vkm.no og våre andre kanaler.
- Videreføre bruk av offentlige høringer på vkm.no.
- Gjennomføre kontaktmøter med oppdragsgiverne og departementene.
- Utvide kontaktpunktets samarbeid med EFSA (åpenhetsforordningen), omstrukturere arbeidet i kontaktpunktet.
- Sende pressemeldinger om resultater til relevante journalister og ved epost til relevante målgrupper

Ansvarlig: kommunikasjonsenheten og ledergruppen

Tiltak for *Vi er en aktiv og nyansert samfunnsdebattant*

- Debattinnlegg av overordnet art, f.eks. knyttet til VKMs samfunnsoppdrag: ledergruppen beslutter tema.
- Skrive debattinnlegg dersom saker som berører VKMs resultater og/eller kunnskapsområde debatteres i det offentlige rom
- Omtale/promotere resultater på vkm.no og i våre andre kanaler.

Ansvarlig: ledergruppen og kommunikasjon

Tiltak for *Tydelig kommunikasjon*

-
- Følge kriterier for klarspråk i alle kanaler - nettomtaler, sosiale medier og i sammendrag. Gjelder både norsk og engelsk.
 - Fremstå enhetlig, blant annet i begrepsbruk, i alle kanaler vi benytter
 - Bruke illustrativ grafikk og bilder, gjennomgående og konsistent i alle kanaler.
 - Videreutvikle nettsidene for å tydeliggjøre VKMs oppdrag.
 - Videreutvikle presentasjon av våre resultater på vkm.no (story maps, interaktive rapporter og lignende).
 - Informasjon om VKM-report på vkm.no.
 - Bruke videoopptak med komitémedlemmer fra webinarer og andre arrangementer når det er hensiktsmessig.

Ansvarlig: kommunikasjonsenheten etter føringer fra og i samarbeid med ledergruppen

Tiltak for *Vi deltar aktivt i relevante nettverk, nasjonalt og internasjonalt*

- Legge ut relevant innhold fra våre nettverk på vkm.no og våre andre kanaler

Ansvarlig: kommunikasjonsenheten

Kanaler

Vkm.no - VKMs viktigste kanal til omverdenen

Sosiale medier – skal trekke brukere til vkm.no og bidra til økt synlighet.

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Youtube
- Instagram

Forskning.no

Wikipedia på aktuelle emneord

Fagtidsskrifter

Fysiske møter, webinarer

Måle effekt av tiltak

- Nettsider: Antall unike besøkende, referrals (trafikkilder), mest leste sider.
 - Sosiale medier: Antall følgere, antall "views", antall lesere, likes, deling per innlegg i ulike kanaler.
 - Arrangementer: antall deltakere (og seere ved opptak)
 - Medieoppslag
 - Forskning.no, fagtidsskrifter: artikkelvisninger, referrals.
 - Wikipedia: sidevisninger (240 i år totalt, 371 i fjor).
 - E-post sendte med Meltwater eller Mailchimp: antall åpnet, antall lenker klikket på
-