

## Kommunikationsstrategi för LRF Västra Götaland med bilaga arbetsordning med riktlinjer för engagemang i mässor, festivaler och liknande evenemang

- beslut i regionstyrelsen 15 maj 2018

Alla våra kommunikationsinsatser, såväl internt som externt, ska genomsyras av varumärket LRF Västra Götaland, vilket definieras på följande sätt:

- LRF Västra Götaland är en dynamisk företagarorganisation i länet som kännetecknas av att vara trovärdig, ifrågasättande, engagerad och tillgänglig.
- LRF Västra Götaland upplevs av såväl medlemmar såväl som allmänhet att vi visar stor hängivenhet, lojalitet och kompetens i uppdraget att:
  - A. **Skapa** så stor dispositionsrätt till sina fastigheter som möjligt för våra medlemmar.
  - B. **Driva** en tydlig näringspolitik för dels ett enklare regelverk och en smidigare tillämpning av detta med större helhetssyn, dels en förstärkt infrastruktur som både underlättar våra medlemmars vardag och utvecklingsmöjligheter.
  - C. **Inspirera** och stötta våra medlemmar för att de ska nå sina mål som företagare samt
  - D. **Lyssna in**, analysera och påverka allmänhetens uppfattning om våra gröna näringars företagande och dess roll i utvecklingen av ett hållbart samhälle.

Den **interna** kommunikationen ska medverka till att skapa delaktighet och dialog med och mellan medlemmar.

Den **externa** kommunikationen syftar till att profilera LRF Västra Götaland och ska medverka till att vi når vår vision.

**Syftet** med vår kommunikation är också att den ska bidra till att skapa en tydlig bild av och positiva attityder till samt öka intresset för LRF på lång sikt bland befintliga medlemmar, potentiella medlemmar, politiker och allmänhet.

### **LRFs kärnbudskap:**

Jord, skog, trädgård och landsbygdens miljö är resurser som behöver användas allt mer för att ett hållbart samhälle ska utvecklas.

En förutsättning för att LRFs vision ska förverkligas är att den delas av många. Vi vill därför tydliggöra att de gröna näringarna är ett samhällsintresse. Då är det viktigt att vi tar varje tillfälle i akt att framhålla de gröna näringarna som en långsiktig strategisk tillgång för Sverige. Att de gröna näringarna har många lösningar för de utmaningar världen står inför – miljön, klimatet, energi, maten, jobben.

### **Alla förtroendevalda i LRF Västra Götaland har ett kommunikationsansvar**

Det är varje förtroendevalds ansvar att;

- Inhämta, förmedla och söka den information som krävs för att verksamheten ska fungera.
- Att delta i de sociala medier som LRF Västra Götaland är ansluten till (Facebook och Twitter). De sociala medierna är en modern kommunikationsväg och ska ses som ett lika värdefullt alternativ till intern och extern kommunikation som veckobrev via mail och postala utskick.
- Bidra till en öppenhet och delaktighet genom kommunikation med kollegor, medlemmar, lokalt förtroendevalda och externa målgrupper.
- Vara en god ambassadör för LRF.

*Bilaga:*

### **Arbetsordning med riktlinjer för engagemang i mässor, festivaler och liknande evenemang**

LRF Västra Götaland lägger tyngdpunkten i den breda dialogen. Detta innebär bl a att:

- Vi är aktiva samhällssamtalet i lokala och regionala media.
- Vi deltar med vår monter på Ekocentrum, för att belysa den gröna näringens roll i det hållbara samhället.
- Vi är behjälpliga med tips och råd då externa grupper uttrycker önskemål om studiebesök.
- Vi fortsätter att utveckla våra regelbundna träffar med lärarstudenter.
- Internt informeras om aktiviteter och möten via LRF Västra Sveriges FB sida och via LRF Västra Götalands veckobrev, här uppmuntras alla förtroendevalda till att delta aktivt samt till att sprida dessa kommunikationskanaler.

Därutöver sker den breda dialogen även på flera andra sätt, bl a genom lokala och delregionala mässor, festivaler och liknande evenemang. Erfarenheten är entydigt att det lokala engagemanget är en absolut nyckel till en framgångsrik medverkan vid sådana engagemang. LRF Västra Götalands inriktning är därför att stödja de kommungrupper och lokalavdelningar som själva vill engagera sig operativt i en mäsas eller liknande.

Styrelsen skall svara för en viss samordning av budskap som LRF sänder ut i länet genom att stödja de lokala initiativen med uppslag kring hur argument etcetera kan läggas upp samt i övrigt svara för ett erfarenhetsutbyte i syfte att aktiviteten skall bli framgångsrik. Ekonomiskt sker medverkan vid dessa evenemang i första hand med ordinarie resurser men ekonomiska medel kan, efter särskild prövning, även anslås ur regionförbundets budget för extern kommunikation.

Vid **kris** ska kommunikationen planeras och genomföras på ett genomtänkt och strukturerat sätt. Den ska vara samstämmig till alla målgrupper och enbart baseras på kontrollerade fakta. För checklista se [axet.lrf.se](http://axet.lrf.se) – sök Beredningsplan.