

Kommunikasjonsplan for Sjøfartsdirektoratet



Foto: Haakon Nordvik



Forord

Sjøfartsdirektoratet skal være et åpent, tilgjengelig og serviceorientert direktorat. Derfor er det viktig å ha en plan for vår kommunikasjon eksternt og internt. Planen gjelder for alle ansatte i organisasjonen.

Kommunikasjonsplanen er en viktig del av omdømmebyggingen og synliggjøringen av Sjøfartsdirektoratet, slik at vi profilerer oss som tilsynsmyndighet og som en god arbeidsplass, samt bidrar til å markedsføre Norge som en attraktiv flaggstat.

Kommunikasjon skal integreres som et strategisk verktøy. God kommunikasjon er et av kvalitetskravene til direktoratets virksomhet.

Olav Akselsen
Sjøfartsdirektør

Sammen for økt sjøsikkerhet i et rent miljø

INNHold

1	Åpent, tilgjengelig og serviceorientert	4
2	Målgrupper	5
3	Kommunikasjonskanaler	6
	3.1 Eksterne kommunikasjonskanaler	6
	3.2 Interne kommunikasjonskanaler	7
4	Grafisk profil	8
5	Overordnet kommunikasjonsstrategi	9
	5.1 Mål for kommunikasjonsarbeidet	10
	5.2 Tiltaksplaner	10
	5.3 Kommunikasjon i kriser	11
6	Organisering av kommunikasjonsarbeidet	12
	6.1 Retningslinjer for mediekontakt	12
	6.2 Hvem uttaler seg på direktoratets vegne?	13
	6.3 Varsling	13
	6.4 Uttalelser på egne vegne	14
	6.5 Sosiale medier	14



1 Åpent, tilgjengelig og serviceorientert

Følgende prinsipper er viktige i direktoratets kommunikasjonsarbeid:

- Rask, riktig og utfyllende informasjon.
- Aktiv bruk av nett og nye teknologiske plattformer.
- Tilpasse vår kommunikasjon til direktoratets ulike målgrupper
- Framstå helhetlig og koordinert som direktorat og sammen med andre offentlige etater
- Tenke kommunikasjon i alle ledd; i planleggingsfasen, i saksbehandlingen, i møter, i dialogen med brukere og så videre.
- Direktoratet skal praktisere prinsippet om meroffentlighet, det vil si at opplysninger kan offentliggjøres selv om de kan unntas fra offentlighet.

Kommunikasjonsplanen for Sjøfartsdirektoratet er basert på forutsetningene i offentlighetsloven, forvaltningsloven, statens kommunikasjonspolitikk, Nærings- og handelsdepartementets kommunikasjonsplattform, samt Sjøfartsdirektoratets strategiplan og virksomhetsplan.

Planen revideres i forbindelse med endring av direktoratets strategiplan.



Foto: Haakon Nordvik

2 Målgrupper

For Sjøfartsdirektoratet er det viktig å forstå hvilke målgrupper man kommuniserer med, deres situasjon og hvordan budskapet oppfattes og tolkes. Ulike brukerundersøkelser og analyser vil være viktige verktøy i denne sammenheng. Dette gjelder like fullt i ekstern som i intern kommunikasjon.

I den løpende virksomheten forholder Sjøfartsdirektoratet seg til et stort antall aktører som på forskjellige måter er målgrupper for direktoratets arbeid. Blant disse er følgende målgrupper sentrale (listen er ikke fullstendig):

- Nærings- og handelsdepartementet, Miljøvern-departementet og andre offentlige etater
- Rederier med fartøyer eller flyttbare innretninger med NIS/NOR-flagg
- Seilende mannskaper innenfor alle fartøys-grupper med NIS/NOR-flagg
- Klaseselskaper
- Andre flaggstater
- Skipsverft, design- og teknologibedrifter, maritime FoU-miljøer
- Rederiforbund, mannskapsorganisasjoner og andre interesseorganisasjoner
- Fritidsbåteiere
- Meglere
- Finansinstitusjoner
- Importører og forhandlere
- Nasjonale og internasjonale maritime organisasjoner
- Maritime skoler og utdanningsinstitusjoner
- Myndighetsorganer med ansvar/grensesnitt mot skipsfart
- Frivillige lag og foreninger
- Media
- Egne medarbeidere
- Potensielle nye medarbeidere



// VIKTIGE MÅLGRUPPER. Rederiforbundets leder, Sturla Henriksen, og nærings- og handelsminister Trond Giske.

3 Kommunikasjonskanaler



Hver enkelt avdeling har ansvaret for den direkte kontakten med brukerne, mens Avdeling for kommunikasjon og

samfunnskontakt har et overordnet ansvar kommunikasjonskanalene som er nevnt i punktene 3.1 og 3.2.

3.1 Eksterne kommunikasjonskanaler

Elektronisk kommunikasjon skal være den primære kanalen for dialogen med direktoratets brukere. Våre elektroniske kanaler er www.sjofartsdir.no, Facebook, Twitter, Youtube, samt nettstedene www.yrkesfisker.no og www.sjovett.no. Nye kommunikasjonskanaler skal vurderes fortløpende.

Vi har også direkte kontakt med våre brukere i møter eller gjennom annen korrespondanse som telefon, e-post, brev, på konferanser eller messer og så videre.

Våre trykte kommunikasjonskanaler er tidsskriftet Navigare og andre trykksaker.

Media er en viktig kommunikasjonskanal for Sjøfartsdirektoratet. Vår kontakt med media baseres på kommunikasjonsplanens overordnede prinsipper og målsettinger. Det innebærer at vi skal svare på spørsmål så langt det er mulig og forsvarlig - basert på vår rolle som forvaltningsorgan og tilsynsmyndighet og i tråd med direktoratets strategiplan. Sjøfartsdirektoratet skal også på eget initiativ bidra til at vi kommuniserer aktivt med våre brukere gjennom media.

Det vises til prosedyrer for Navigare, nettside, Navinett, utarbeidelse av informasjonsmateriell, deltagelse på messer, samt egen webplan.



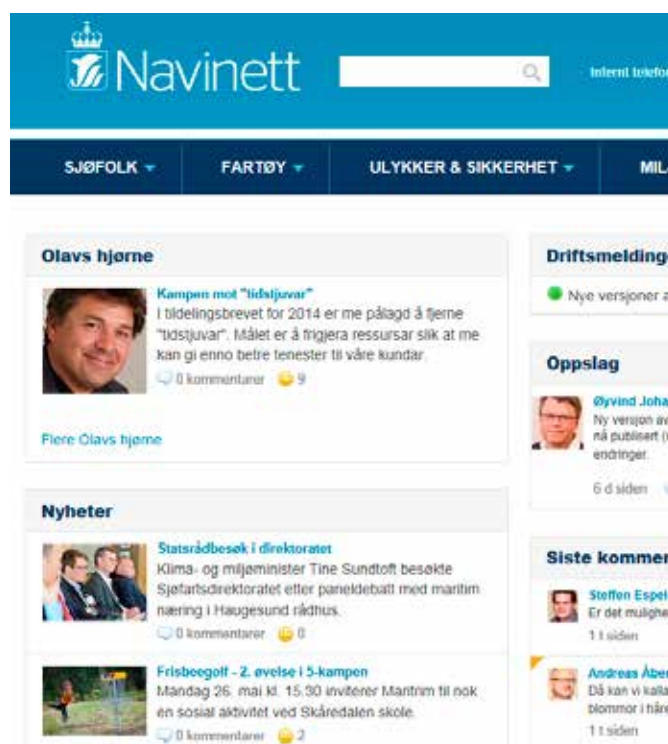
3.2 Interne kommunikasjonskanaler



// SOSIAL KOMMUNIKASJON. Sjøfartsdirektoratet har et trivelig arbeidsmiljø, og har dessuten mange fritidstilbud som gir kolleger muligheter for og møtes utenfor arbeidstiden

Intern kommunikasjon foregår gjennom direkte kontakt mellom kolleger – skriftlig og muntlig, og i interne møter som for eksempel avdelingsmøter, allmøter, etats- og regionsamlinger og kurset "Ny i Sjøfartsdirektoratet".

I tillegg har Sjøfartsdirektoratet en viktig kanal for intern kommunikasjon: Navinett som Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt har ansvar for å koordinere. Alle ansatte bør bruke og bidra aktivt på Navinett. Det vises til prosedyre for Navinett..

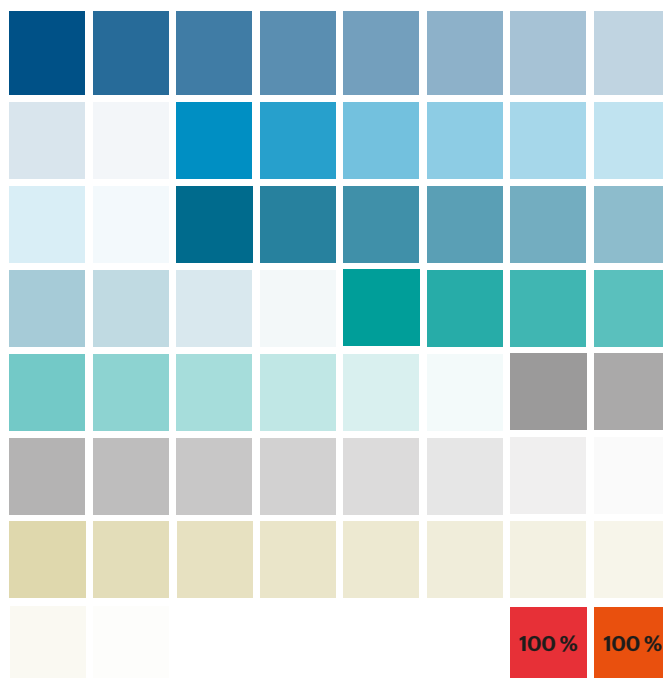


4 Grafisk profil

Sjøfartsdirektoratet skal framstå som en moderne organisasjon med et tydelig og enhetlig budskap. Et viktig virkemiddel for å oppnå dette, er en felles grafisk profil. Våre målgrupper skal kunne kjenne igjen Sjøfartsdirektoratet og det vi står for på "innpakningen".

En felles grafisk profil vil også kunne være kostnadsbesparende i form av samordning av annonsering, ferdigutviklede og tilgjengelige grafiske elementer og felles trykksakmaler, presentasjonsmaler et cetera. Det er derfor viktig at den er helhetlig og brukes konsekvent, slik at organisasjonens grafiske produkter er gjenkjennbare og identitetsskapende. Grafisk profil vil dessuten kunne styrke vår felles identitet internt. Denne profilen skal også være implementert i elektroniske kommunikasjonskanaler.

Det vises til prosedyre for grafisk profil og profilhåndbok.



**Sjøfartsdirektoratet**
Norwegian Maritime Authority



Tittel på presentasjon

Navn Etternavn



NIS NOR

Sammen for økt sjøsikkerhet i rent miljø



**Sjøfartsdirektoratet**
Norwegian Maritime Authority



EILIF FJON
Kommunikasjonsdirektør / Director of Communication
Kommunikasjon og samfunnskontakt / Communications and public relations

Tel: + 47 52 74 56 66 / Mob: + 47 416 35 222
E-mail: efj@sjofartsdir.no

5 Overordnet kommunikasjonsstrategi

Kommunikasjonsplanen skal bidra til å synliggjøre regjeringens nærings- og verdiskapingspolitikk. For Sjøfartsdirektoratet innebærer dette å framstå som en helhetlig og naturlig forlengelse av regjeringens maritime strategi, slik at helheten i politikk, virkemidler og resultater kommer tydelig og godt fram.

Sjøfartsdirektoratets visjon er:

Sammen for økt sjøsikkerhet i rent miljø

Direktoratets overordnede mål er:

En attraktiv flaggstat med høy sikkerhet for liv, helse, miljø og materielle verdier.

For å nå dette, er det i direktoratets strategiplan satt opp syv mål:

1. Godt kvalifiserte sjøfolk som har gode arbeids- og levevilkår.
2. Sikre og miljøvennlige fartøy
3. NIS og NOR skal være attraktive kvalitetsregistre
4. Klart, brukervennlig og lett tilgjengelig regelverk
5. Kvalitet i alle ledd
6. Attraktiv arbeidsplass
7. Godt omdømme

Kommunikasjonsarbeidet er viktig for å nå både visjon, overordnet mål og de ulike hovedmålene.



// AVDELING FOR KOMMUNIKASJON OG SAMFUNNSKONTAKT. Bente Amandussen, Dag Inge Aarhus, Eilif Fjon og Hedda Grip Vikse. I tillegg består avdelingen av Steinar Haugberg, Lorna Dyrkolbotn og Bjarte Amble som er midlertidig ansatt.

5.1 Mål for kommunikasjonsarbeidet



Gjennom sitt kommunikasjonsarbeid skal Sjøfartsdirektoratet:

- bidra til å markedsføre Norge som et attraktivt vertsland for kvalitetsskipsfart, jfr. regjeringens maritime strategi
- bidra til å skape forståelse for betydningen av en god sikkerhetskultur til sjøs
- synliggjøre rollen som en aktiv og faglig sterk tilsynsmyndighet - både i forhold til godt kvalifiserte sjøfolk, sikre fartøy og rent miljø
- synliggjøre at vi er en pådriver i utviklingen av nasjonalt og internasjonalt regelverk som fremmer økt sjøsikkerhet
- vise fram direktoratet som en attraktiv arbeidsplass
- framstå som en moderne offentlig etat
- bruke intern kommunikasjon til å skape en god bedriftskultur og etablere god serviceholdning innad i organisasjonen og ut mot våre brukere
- sørge for å få fram de gode historiene og eksemplene fra vårt og andres arbeid
- styrke direktoratets omdømme

5.2 Tiltaksplaner

Sjøfartsdirektoratet skal hvert år utarbeide en tiltaksplan for kommunikasjonsarbeidet. Status for tiltaksplanen skal årlig rapporteres til NHD, jfr. departementets kommunikasjonsplattform.

Hver avdeling skal utarbeide egne tiltaksplaner med utgangspunkt i kommunikasjonsplanen og dens hovedmål. En egen mal for tiltaksplanene utarbeides av Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt. Denne malen sendes til hver avdeling, som gir en kort beskrivelse av kommunikasjons tiltakene i forbindelse med den årlige virksomhetsplanen.

Tiltaksplanen skal inneholde en oversikt over kommunikasjonsoppgaver i avdelingen, for eksempel knyttet til holdningskampanjer, konferanser, endringer i regelverk og så videre. Felles for innholdet i de ulike tiltaksplanene, er at de skal underbygge overordnede mål og hovedmål i kommunikasjonsplanen.

Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt koordinerer alle tiltaksplanene og lager en samlet tiltaksplan for direktoratet. Direktoratets kommunikasjonsarbeid evalueres derfor løpende og årlig ved en gjennomgang av status for tiltaksplanene.



5.3 Kommunikasjon i kriser



Foto: Kystverket

Det er utarbeidet en kriseplan for Sjøfartsdirektoratet. I tillegg finnes en beredskapsmanual for sjøulykker og forurensingsaksjoner. Beredskapsmanualen er en prosedyre for håndtering av sjøulykker og forurensingsaksjoner. Slike hendelser vil bli løftet opp på øverste nivå og medføre mobilisering etter Kriseplanen dersom

omfanget av hendelsen tilsier dette. Vurderingen av en slik mobilisering gjøres fortløpende. Stor pågang fra media er et moment i denne vurderingen.

Det vises også til egen prosedyre for informasjonsarbeid og mediehåndtering i kriser, som er et vedlegg til direktoratets kriseplan.

6 Organisering av kommunikasjonsarbeidet

Alle ledere i Sjøfartsdirektoratet har et ansvar for intern og ekstern kommunikasjon. Det innebærer å medvirke til at kommunikasjonsplanen følges. Alle ansatte har også et ansvar for å kjenne til og etterleve denne planen slik at målene for kommunikasjonsarbeidet nås.

Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt har et særskilt ansvar for:

- koordinering i kommunikasjonsspørsmål og generell mediekontakt
- identifisering av Sjøfartsdirektoratets kommunikasjonsutfordringer og utarbeidelse av kommunikasjonsstrategier, -planer og -budsjetter
- redaktør- og utgivelsesansvar for publikasjoner, samt redaktør- og innholdsansvarlig for direktoratets virksomhetsportaler (internett og intranett)
- utarbeidelse av kommunikasjonsmateriell, visuell profil, profilering, messe- og utstillingsdeltagelse samt bistand til fagavdelingene i kommunikasjonsspørsmål
- medieovervåking

Det vises for øvrig til egen kvalitetshåndbok for Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt, samt prosedyrer på Navinett.

For spørsmål vedrørende dokumentoffentlighet, vises det til egen prosedyre om innsynsbegjæringer.



Foto: Haakon Nordvik

6.1 Retningslinjer for mediekontakt



Foto: Bente Amandussen

Media er en viktig kanal i Sjøfartsdirektoratets arbeid med kommunikasjon og omdømme. Det gjelder både ved henvendelser fra media, og ved aktiv bruk av media i forhold til egeninitierte saker.

For å oppnå målene i kommunikasjonsplanen, er det viktig å ha retningslinjer for mediekontakt på Sjøfartsdirektoratets vegne for å sikre at direktoratet fremstår helhetlig og koordinert.

Med unntak av de begrensninger lovverket gir – herunder taushetsplikt og saker som skal unntas offentlighet – skal Sjøfartsdirektoratet tilstrebe å være en åpen etat og følge prinsippene for meroffentlighet.

Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt skal overvåke mediene i forhold til saker som har relevans for Sjøfartsdirektoratets ansvars- og virksomhetsområder. Avdelingen skal initiere saker overfor media og følge opp aktuelle mediasaker som initieres av avdelingsdirektørene. Kommunikasjonsdirektøren skal bistå ledelsen med mediefaglige råd.

Målet for det presserelaterte arbeidet er å sørge for at media dekker direktoratets virksomhet på en korrekt og realistisk måte, slik at det oppnås en troverdig og helhetlig profilering av Sjøfartsdirektoratet.

// PÅ HAUGESUNDKONFERANSEN. Bjørn Pedersen og Eilif Fjon.

6.2 Hvem uttaler seg på direktoratets vegne?



Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt har hovedansvaret for å koordinere uttalelser til media. Avdelingen skal holdes orientert om alle henvendelser fra media der det skal gis (er gitt) uttalelser på Sjøfartsdirektoratets vegne, slik at avdelingen i størst mulig grad skal kunne koordinere slike henvendelser og besvarelser. Avdelingen vil også ha en støtte- og veiledningsfunksjon i forhold til media.

God internkommunikasjon er viktig. Ved uttalelser til media skal kommunikasjonsavdelingen, aktuell(e) avdelingsdirektør(er) og sjøfartsdirektøren informeres. Avdelingsdirektøren bør også viderefremme informasjonen til aktuell fagperson/avdeling.

- Sjøfartsdirektøren kan uttale seg om alle spørsmål.
- Kommunikasjonsdirektør kan på vegne av sjøfartsdirektøren uttale seg om alle spørsmål.
- Avdelingsdirektører kan uttale seg om alle

spørsmål som hører inn under vedkommendes ansvarsområde.

- Underdirektører, regionledere, stasjonssjefer og seksjonssjefer kan gi faktiske og faglige opplysninger om spørsmål som hører inn under eget ansvarsområde. Ved spørsmål av mer prinsipiell, omfattende og politisk karakter henvises disse til egen avdelingsdirektør eller kommunikasjonsdirektør. Respektive avdelingsdirektører skal også underrettes om medie-henvendelser.
- Uttalelser til media på Sjøfartsdirektoratets vegne fra andre enn de som er nevnt i punktene over skal bare skje etter nærmere avtale med avdelingsdirektør, eventuelt kommunikasjonsdirektør.

Når det gjelder kommunikasjon i krisesituasjoner, vises det eget punkt om dette.

6.3 Varsling

Det vises her til egen prosedyre for varsling

6.4 Uttalelser på egne vegne

Ytringsfriheten er en av hjørnesteinene i det norske demokratiet, og det er en rettighet for ansatte i direktoratet å få uttale seg i det offentlige rom. Dette punktet vil gi en kort veiledning for forhold som faller utenfor bestemmelsene om varsling, det vil si det som i dagligtale kan karakteriseres som meningsytringer.



// FAGFORENING. Sjøfartsdirektoratet har engasjerte tillitsvalgte.

På egne vegne har offentlig ansatte i sin alminnelighet samme adgang som andre til å rette offentlig kritikk mot den institusjonen de er ansatt i - hele tiden innenfor grenser satt av lovbestemt taushetsplikt. Den enkelte ansatte skal gjøre oppmerksom på at det dreier seg om personlige ytringer og ikke ytringer eller uttalelser på vegne av direktoratet. Bruk av kommunikasjonsmidler (e-post, telefon, faks osv.), brevmailer med logo, stillingstittel, bekledning m.m. som kan gi inntrykk av at man uttaler seg på Sjøfartsdirektoratets vegne, skal derfor unngås.

Ingen i Sjøfartsdirektoratet skal komme med uttalelser eller vurderinger som kan virke personlig krenkende på enkeltindivider i vår organisasjon.

Uttalelser på egne vegne bør ha en forsvarlig form (se nærmere beskrivelse i prosedyre for varsling), og det er god praksis å ta opp forholdet internt først. Uttalelser på egne vegne vil ikke få følger for den enkelte ansatte, så lenge man har holdt seg innenfor de rammer som er gitt i dette punktet.

De tillitsvalgte er et talerør for arbeidstakerne. For dem må derfor ytringsfriheten være stor, samtidig som de har plikt til å verne om samarbeidet, arbeidsmiljøet og Sjøfartsdirektoratets renommé.

6.5 Sosiale medier



Sosiale medier er en viktig og nyttig kommunikasjonskanal for direktoratet, hvor vi når mange. Kommunikasjon via sosiale medier kan være noe mer uformell enn normen er i brev og e-poster. Gjennom å bruke sosiale medier skal vi:

- bidra til omdømmebygging
- synliggjøre egne aktiviteter, arrangementer og saker
- svare på spørsmål fra våre kunder - men ikke drive saksbehandling
- synliggjøre direktoratet som en attraktiv arbeidsplass
- bygge omdømme internt ved at direktoratet fremstår som moderne og attraktivt

Organisering

Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt har hovedansvaret for opprettelse og vedlikehold av offisielle sider/kanaler på de ulike sosiale mediene, og utpeker redaktører/administratører for disse.

Det skal ikke drives saksbehandling via sosiale medier. Direktoratet kan informere om vedtak dersom disse er av allmenn interesse, eller kan tjene til å øke servicegraden fra direktoratets side. Som hovedregel skal personlige forhold, søknader, saker under behandling eller lignende ikke omtales i sosiale medier. Unntak skal godkjennes av kommunikasjonsdirektør.

Særlig om Facebook

Sjøfartsdirektoratets hovedside på Facebook administreres av Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt. Enkelte andre avdelinger har også tilgang til å publisere, men skal gjøre dette i samråd med kommunikasjonsavdelingen.

Behov for særskilte temasider (for eksempel Sjøvett) skal drøftes med Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt. Slike sider skal opprettes i samarbeid med Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt. Direktoratet skal også være nøye med å følge de retningslinjer som Facebook selv har satt. Ansatte i direktoratet skal ikke opprette Facebooksider/-grupper som kan fremstå som uklare i forhold til om de er tilknyttet direktoratet eller ikke.

Twitter

Sjøfartsdirektoratets Twitter-konto benyttes etter behov. Kontoen administreres av Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt.



Sjøfartsdirektoratet
Norwegian Maritime Authority

Postboks 2222, 5509 Haugesund
Smedasundet 50A, 5528 Haugesund
Telefon: 52 74 50 00
Telefaks: 52 74 50 01
E-post: postmottak@sjofartsdir.no

www.sjofartsdir.no

