

# KOMMUNIKATIONSPLAN FÖR INGÅ FISKERIOMRÅDE

Godkänd av styrelsen 19.8.2024.

*Planen uppdateras och godkänns minst vart fjärde år. En årsklocka uppdateras årligen och införs i fiskeriområdets verksamhetsplan.*

Denna plan beskriver hur Ingå fiskeriområde kommunicerar. Kommunikationsplanen bygger på fiskeriområdets nyttjande- och vårdplan som är fiskeriområdets viktigaste styrdokument. Fiskeriområdets nyttjande- och vårdplan har ännu inte vunnit laga kraft.

Kommunikation är i nyckelställning för en effektiv fiskeriområdesverksamhet. Fiskeriområdets kommunikation är regelbunden och fiskeriområdet berättar öppet om sin verksamhet och de beslut som fattas vid stämmorna och verkställs av styrelsen. Fiskeriområdet är medveten om att vissa frågor delar åsikterna och välkomnar debatt. Fiskeriområdet använder en respektfull och vänlig ton i sin kommunikation.

## MÅL MED KOMMUNIKATIONEN

Målet med fiskeriområdets kommunikation är att

- Öka fiskeriområdets synlighet
- Förmedla en bild av en trovärdig verksamhet
- Stöda dialogen mellan olika intressenter och hjälpa till att uppnå måltillståndet och delmålen i nyttjande- och vårdplanen.
- Den fungerar åt båda hållen. Fiskeriområdet behöver bättre kunna aktivera i synnerhet vattenägarna.

## INTERN KOMMUNIKATION

Ansvar för den interna kommunikationen ligger hos verksamhetsledaren och ordföranden.

I den interna kommunikationen håller verksamhetsledaren, styrelsen och fiskeövervakarna varandra à jour om aktuella ärenden och förvaltningen. Det är viktigt att styrelsemedlemmarna och fiskeövervakarna delar med sig av sin lokala sakkännedom.

Kanaler för den interna kommunikationen är direkt personlig kontakt, e-post, WhatsApp och möten.

## EXTERN KOMMUNIKATION

Målgrupp är fiskeriområdets medlemmar i form av vattenägare samt intressentgrupperna så som fritidsfiskare, kommersiella fiskare och fiskeguider, men även den stora allmänheten.

Den externa kommunikationen omfattar i första hand fiskeriområdets verksamhet och beslut. I mån av resurser informeras även om fiskerilagstiftning och fisketillstånd som berör områdets medlemmar och fiskare

Fiskeriområdets främsta externa kommunikationskanal är de egna nätsidorna.

### Målgrupper:

- Vattenägare och Centralförbundet för Fiskerihushållning
- Olika fiskargrupper och deras organisationer; Ingå fiskargille, Ingå östra fiskargille, Inkoon virkistyskalastajat - Ingå fritidsfiskare; Nylands Fiskarförbund, Uudenmaan Kalatalouskeskus, Åbolands Fiskarförbund, Finlands yrkesfiskarförbund, Finlands Fritidsfiskarens Centralorganisation och Finlands Fiskeguideigille rf.
- Närliggande fiskeriområden; Ekenäs-Pojo fiskeriområde, Kyrkslätt-Sjundeå å fiskeriområde och Karjaanjoen vesistö kalatalousalue

- Ingå kommun
- Fiskerienheten vid Egentliga Finlands NTM-central och miljöenheten vid Nylands och Egentliga Finlands NTM-centraler
- Föreningar och forskning; Pro Ingå, Västra Nylands vatten och miljö, Naturresursinstitutet, Ingå lantmannagille, Degerby lantmannagille, SLC (Svenska lantbruksproducenternas centralförbund r.f.), Jordägarförbundet, Uuvi (Föreningen Nylands friluftsområden), Västra Nylands vatten och miljö
- Media; Västra Nyland, Kirkkonummen Sanomat, YLE Västnyland, Etelä-Uusimaa, Länsi-Uusimaa, Helsingin Sanomat, Hufvudstadsbladet, Landsbygdens Folk, Maaseudun Tulevaisuus

### Kommunikationsåtgärder

Fiskeriområdets kommunikation omfattar:

'1. Information om fiskeriområdets verksamhet, de beslut som fattas och verkställandet av besluten till medlemmar och intressenter så som:

- Lokal fiskereglering
- Säl- och skarvfrågan + andra predatorer
- Fiskutplanteringar
- Restaureringsåtgärder
- Fiskeövervakning
- Ägarersättningarna som fördelas till vattenområdenas ägare

'2. Information om aktuellt inom fiskerihushållningen som berör fiskeriområdets medlemmar och intressenter så som:

- Lokala fisketillstånd och försäljningen av dem
- nationell lagstiftning
- kommunala beslut och dylikt

'3. Skapandet av en dialog

- som aktiverar vattenområdenas ägare och övriga intressentgrupper och främjar samarbetet med dem
- med Ingå kommun samt de myndigheter som handhar fiske- och fiskerelaterade frågor

Fiskeövervakning är en viktig del av fiskeriområdets arbete. Fiskeövervakarnas uppgift är att övervaka fiskets laglighet och lovlighet men också att i förebyggande syfte informera om lokala och nationella fiskebestämmelser till alla fiskare och fiskeövervakarna ska ses som en viktig informationskanal.

### Kommunikationskanaler

- Fiskeriområdets främsta externa kommunikationskanal är de egna nätsidorna, **www.ingafiskeriomrade.fi**. Fiskeriområdet strävar efter att framsidan uppdateras med minst tre månaders mellanrum och att allt övrigt material hålls à jour. Fiskeriområdet erbjuder delägarlag/vattenägare möjlighet att ha egna undersidor på hemsidan. Anslutningsavgiften är 100 euro, därefter 50 euro per år. Betalningen sker lämpligast genom överlåtelse av ägarersättningen. Fiskeriområdet förbinder sig att uppdatera materialet högst två gånger per år. Då delägarlaget önskar få med endast sin kontaktuppgift eller länk till egen sida är tjänsten kostnadsfri.
- Fiskeövervakaren kan ha en WhatsApp-grupp, tillsammans med intilliggande fiskeriområdets övervakare.
- Fiskeövervakaren är en viktig kommunikationskanal för fiskeriområdet. Han träffar kunderna på vattnet och svarar på frågor via telefon och epost och kan dela ut tryckt material samt hämta fiskarnas hälsningar från fältet till styrelsens kännedom. Styrelsen stöder fiskeövervakaren i deras jobb och erbjuder tydliga linjedragningar för deras uppdrag.
- Fiskeriområdets stämma samt utskick av stämmokallelse. I samband med utskick av stämmokallelser kan fiskeriområdet också informera om annat aktuellt.

- Pressmeddelanden - ett pressmeddelande bör vara skrivet som en nyhetsnotis och gärna kompletteras med en bild av hög kvalitet. Om möjligt lönar det sig även att vara i direkt kontakt med journalisterna vid de olika tidningarna/radiostationerna/YLE Västnyland för bättre synlighet.
- Tryckt material. Exempelvis information om fisket och fiskebestämmelser inom fiskeriområdet. Kan delas ut av fiskeövervakare och finnas till utdelning vid strategiska platser. Biblioteket i Ingå, Magasinet i Barösund.
- Utlåtanden. De utlåtanden som skrivs i intressebevakningstillfällen kan publiceras på hemsidorna för att ge synlighet åt fiskeriområdet. Likaså kan de omformuleras även till pressmeddelanden eller insändare till lokala media.
- Länknings till fiskeriområdets nätsida från Ingå kommuns hemsida och turistinformationssidor (Visit Inkoo)
- Fiskeriområdet upprätthåller inte egna sociala media kanaler. Styrelsemedlemmar aktiva på social media, uppmanas dela fiskeriområdets hemsida i olika lokala Facebookgrupper och dylikt, då sidan uppdaterats.
- Verksamhetsledaren upprätthåller en kontaktlista till områdets media och relevanta tjänstemän och andra samarbetsparter gällande kommunikation. Denna uppdateras årligen tillsammans med styrelsen i samband med att årsklockan uppdateras.

### **KOMMUNIKATIONSANSVARIGA**

Fiskeriområdets verksamhetsledare fungerar som kommunikationsansvarig tillsammans med styrelsens ordförande. Styrelsen kommer inom sig överens om ansvarspersoner i enskilda sakfrågor. Styrelsen och fiskeövervakaren delar ut tryckt material och fiskeövervakaren är fiskeriområdets ansikte utåt på fiskevattnen. Styrelsen förser fiskeövervakaren med behövligt material och fiskeriområdets linjedragningar.

Det är viktigt att styrelsemedlemmar som talar i fiskeriområdets namn också framför fiskeriområdets syn och inte sin egen. Då man framför sina egna åsikter, som kanske skiljer sig från fiskeriområdets, ska man vara tydlig med att det är en privat åsikt. Utåt ska fiskeriområdet gå med ett budskap, för att nå dit förs en intern dialog. Visa respekt och förståelse för andras åsikter.

### **UPPFÖLJNING AV KOMMUNIKATIONEN**

En uppföljning av kommunikationen presenteras i fiskeriområdets årsberättelse. Man följer upp vilken kommunikation som gjorts och hemsidorna följs upp med relevant verktyg så att man får besöksstatistik.

Uppföljning av kommunikationen ger information om hur kommunikationen fungerar, vilka problempunkterna är och hur kommunikationen borde utvecklas.