



## Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014–2020

### Maaseutu ratkaisee

#maaseutufi #jottavoisimmehyvin #maaseuturatkaisee

### Viestintäsuunnitelma 2019

#### Taustaa

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014–2020 eli maaseutuohjelma on keskeinen väline uudistaa maataloutta ja muuta maaseudun yrittäjyyttä sekä kehittää maaseutua koko maan hyvinvoinnin kasvattamiseksi.

#### Viestinnän tavoitteet

##### Tavoitteet koko ohjelmakaudelle

Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman viestinnälle on laadittu strategiset tavoitteet koko ohjelmakaudelle. Vuosille 2014–2020 ne ovat:

- Ohjelman mahdollisuudet tunnetaan ja varat hyödynnetään (potentiaaliset tuensaajat)
- Ohjelman vaikutukset tiedostetaan, tietoa EU-rahoituksen tuloksista on saatavilla (tuensaajat, suuri yleisö, päättäjät)
- Yhteistyö maaseututoimijoiden kesken lisääntyy, hyvät ideat ja käytännöt leviävät, osaaminen lisääntyy (maaseutuverkoston toimijat, maaseudun kehittäjät)
- Yhä useampi allekirjoittaa väitteen, että maaseutu tuottaa hyvinvointia koko maalle ja voi osaltaan ratkaista kilpailukyky-, ilmasto- ja ympäristökysymyksiä (suuri yleisö, päättäjät)



## Tavoitteet vuodelle 2019

Vuoden 2019 viestinnän kattoteemana on ilmasto. Lisäksi viestinnässä panostetaan maaseutuverkoston vuonna 2019 aloittavien työryhmien, Älykkäät kylät ja Tulevaisuuden tuottajat, viestimiseen. Ohjelmakauden tässä vaiheessa erityisen tärkeää on viestiä vaikutuksista ja vaikuttavuudesta.

### **1. Tieto maaseutuohjelman mahdollistamista ilmastonmuutoksen hillintä- ja sopeutumistoimista kasvaa.**

Maaseutuohjelma tarjoaa monia välineitä ilmastonmuutokseen sopeutumiseen sekä hillintään. Maaseutuohjelman ympäristökorvauksen toimia on toteutettu innokkaasti, ja maaseutuohjelmalla on tarjottavanaan ympäristön tilaa parantavia innovaatioita, hankkeita sekä neuvontaa.

Maatalous on ilmastoratkaisujen ytimessä. Vuoden 2019 viestinnän kattoteema on ilmasto, ja maaseutuohjelman avulla toteutetut tulokset ja vaikutukset ovat keskiössä.

Ensi vuoden viestejä:

1. Suurelle yleisölle kerrotaan siitä, että maatalouden saralla on jo tehty ja tehdään edelleen työtä ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi ja hillitsemiseksi: muutetaan toimintatapoja, kehitetään innovaatioita ja etsitään uusia ratkaisuja.
2. Maatalousyrittäjille välitetään viestiä uusista mahdollisuuksista, tiedoista ja työkaluista, joiden avulla viljelijä pystyy paremmin paitsi osaltaan hillitsemään ilmastonmuutosta, mutta myös varautumaan tulevaisuuteen.

### **2. Tieto maaseutuohjelman EU-rahoituksen vaikutuksista ja merkityksestä lisääntyy.**

Maatalouden ja maaseudun kehittämisen rahoitus muodostaa merkittävän osan EU:sta tulevasta rahoituksesta. 95 prosenttia Suomesta on maaseutua, joten ohjelman rahoituksen kohderyhmänä on lähes koko Suomi. Suomi myös käyttää EU:n maaseuturahaston mahdollisuuksia tehokkaasti. Maaseutuohjelman avulla kehitetään maaseudun yritystoimintaa ja elinkeinoja, liikutaan, harrastetaan ja syödään ympäri Suomen. Maaseutuohjelman vaikutukset kohdistuvat koko Suomeen ja kaikkiin suomalaisiin.

Vuoden 2019 viestinnässä hyödynnetään arvioinneista ja seurantatiedoista saatavaa tietoa. Vuonna 2019 tuodaan esiin paitsi lukuja, mutta myös ohjelman toimien vaikutuksia yritystoimintaan, harrastustoimintaan ja ruokaketjuun.



Vaikuttavuusviestintä vaatii asiantuntijoiden ja viestinnän tiivistä yhteistyötä. Vuoden 2019 viestinnässä maaseutuohjelman toimien vaikuttavuutta ja monipuolisuutta korostetaan erilaisin kampanjoin, esimerkein ja juttujen avulla.

Suomen EU-puheenjohtajuuskauden aikana korostetaan maaseutuohjelman vaikuttavuutta. Vuoden 2019 syksyllä viedään puheenjohtajuuskauden kokousvieraita maaseutuohjelmalla rahoitettuihin kohteisiin ja kerrotaan maaseutuohjelmasta rahoitetuista, monipuolisista kohteista. Puheenjohtajuuskautta varten tuotetaan englanninkielistä materiaalia ohjelman vaikutuksista ja onnistumisista.

Myös uuden EU-rahoituskauden valmistelu ja sen merkitys näkyvät viestinnässä vuonna 2019. Valmisteluissa ratkaistaan, millaista ja minkä hintaista ruokaa syömme vuonna 2027.

### **3. Viestintäverkosto vahvistaa viestiä rahoituksen vaikutuksista.**

Alueellinen viestintäverkosto on erityisen tärkeässä roolissa, kun vuonna 2019 viestitään ohjelman monipuolisista onnistumisista ja vaikuttavuudesta. Vaikuttavuudesta viestiminen vaatii paikallista ja alueellista tietämystä sekä kykyä yhdistää asioita laajempiin kokonaisuuksiin. Jotta viesti maaseudun kehittämisen merkityksestä leviäisi eri puolille Suomea, tarvitaan toimivaa ja ammattitaitoista viestintäverkostoa.

Käytännössä on myös todettu, että viesti menee parhaiten läpi, kun siinä on sekä valtakunnallinen että alueellinen näkökulma. Maaseutuohjelman koordinaatiohankkeiden ja alueellisen viestintäverkoston kanssa tiivistetään vaikutuksista viestimistä koordinaatiohankkeiden teemoista. Koordinaatiohankkeiden teemat vuonna 2019 ovat maaseudun energiayrittäjyys, maaseudun hyvinvointiyrittäjyys, ruokasektori, matkailu ja ilmastonmuutokseen varautuminen maataloudessa.

Tavoitteena on, että koko viestintäverkosto korostaa viestinnän merkitystä ja kannustaa hanketoimijoita, hallintoa ja sidosryhmiä panostamaan ohjelmasta ja sen vaikutuksista viestimiseen.

Osa viestintähankkeista päättyy vuoden 2019 aikana. Osaamisen säilyttämiseksi ja tehokkaan viestinnän takaamiseksi on tärkeää, että ELY:t ja Leader-ryhmät käynnistävät uusien viestinnällisten hankkeiden valmistelun hyvissä ajoin ja pitävät huolta siitä, ettei oma alue jää viestinnällisesti katveeseen.



## Viestinnän kohderyhmät

### Sisäiset kohderyhmät

Sisäisen viestinnän kohderyhmään kuuluvat maa- ja metsätalousministeriö, Maaseutuvirasto, verkostopalvelut, ELY-keskukset, Leader-ryhmät, maakuntaliitot ja kuntien maaseutuhallinto. Lisäksi mukana on ohjelmaa toteuttavia järjestöjä sekä tutkimus- ja oppilaitoksia. Nämä ovat valtakunnallisen viestinnän tärkein kohderyhmä.

### Ulkoiset kohderyhmät

Ulkoisen viestinnän ryhmään kuuluvat niin potentiaaliset tuensaajat kuin myös jokainen kansalainen, jolle ohjelman mahdollisuudet eivät vielä ole tuttuja. Tuenhakijat ovat heterogeeninen kohderyhmä, jonka tietotarpeet vaihtelevat. Tässä vaiheessa ohjelmakautta jokainen kansalainen on tärkeä viestinnän kohderyhmä, sillä ohjelman tulosten sekä vaikuttavuuden esiin nostamisella voidaan perustella julkisten varojen käyttöä.

Vaikuttavuudesta kertominen on oleellista yhtä lailla maaseutuverkoston ulkopuoliselle hallinnolle, poliittisille päättäjille ja medialle. Alueellisilla ja paikallisilla toimijoilla on parhaat edellytykset tavoittaa tuenhakijoiden joukko, kun taas valtakunnallisen viestinnän kannattaa tavoitella ensisijaisesti muita ryhmiä.

### Viestien kohdentaminen

Maaseutu.fi-sivuston sisällöt kohdennetaan suurelle yleisölle ja maaseudun kehittämisen parissa työskentelevälle maaseutuverkostolle.

Sosiaalisen median kanavien julkaisut kohdennetaan eri kohderyhmille.



Tilaa elämälle -sivustolla: keveille maaseutuaiheille lämpenevät.



Yleisönä: maaseutuasiantuntijoita, tutkijoita, päättäjiä ja mediaa.



## Viestinnän seuranta

Viestintää seurataan kuukausittain ohjelmatiedottajien kokouksissa. Yksittäisistä toimista tehdään koosteita, joissa tarkastellaan läpimenoja, sosiaalisen median kattavuutta ja yleistä onnistumista tavoitteessa. Seurannasta tehdään kooste viestinnän ja johdon puolivuositilaisiin palavereihin, seurantakomiteaan ja maaseutuverkoston ohjausryhmälle.

### **Tavoite 1: Tieto maaseutuohjelman mahdollistamista ilmastonmuutoksen hillintä- ja sopeutumistoimista kasvaa.**

Seurannan mittarit: Sosiaalisen median tilastot ja -näkyvyys, medianäkyvyys, verkkokävijätilastot.

### **Tavoite 2: Tieto maaseutuohjelman EU-rahoituksen vaikutuksista ja merkityksestä lisääntyy.**

Seurannan mittarit: Verkkokävijätilastot, sosiaalisen median tilastot, medianäkyvyys, tunnettuustutkimus.

### **Tavoite 3: Viestintäverkosto vahvistaa viestiä rahoituksen vaikutuksista.**

Seurannan mittarit: Verkkokävijätilastot, sosiaalisen median tilastot ja -näkyvyys, alueellinen medianäkyvyys, tunnettuustutkimus.

### **Viestintäverkoston yhteiset viestinnän mittarit:**

- Muutokset sähköisten viestintävälineiden käyttömäärissä; verkkoviestintä ja sosiaalinen media (kanavien määrä, kävijämäärät, seuraajamäärät)
- Maaseutuohjelman tunnettuuden määrällinen kasvu (tietolähde: tunnettuustutkimukset 2015, 2017 ja 2019)
- Medianäkyvyyden määrällinen ja laadullinen kehitys (tietolähde: mediaseuranta)
- Tapahtumien kautta tavoitettujen henkilöiden osallistujamäärät
- Painettujen julkaisujen määrät ja verkkojulkaisut
- Itsearviointi ja palautekyselyt
- Aktiivisuus viestintäverkoston työssä, esimerkiksi valtakunnalliseen viestintään toimitetun materiaalin ja jaetun sisällön määrä

Seurantakomitea käsittelee vuosittaiset viestintäsuunnitelmat ja vuosiraportin ohjelman vuosikertomuksen osana. Vuosikertomuksen yhteydessä raportoidaan myös alueiden viestintähankkeiden työstä osana ohjelmaviestinnän kokonaisuutta. Viestinnän edustus



on myös laajemmassa ohjelman virkamieskoordinaation ryhmässä (VIRKO), josta kuullaan erityisesti ELY-keskusten toiveita viestinnälle.

## **Keskeisiä toimia ja tapahtumia vuonna 2019**

**Vastuut, aikataulut ja budjetin sisältävä tarkennettu suunnitelma laaditaan erikseen ja sitä päivitetään vuoden kuluessa.**

Läpi vuoden:

- Kerrotaan maaseutuohjelman rahoituksella tehtävästä ilmastonmuutoksen hillintä- ja sopeutumistoimista: ympäristötoimista, hankkeista, ravinteiden kierrätyksestä, innovaatioista ja neuvonnasta.
- Viestitään Tulevaisuuden tuottajat - ja Älykäs kylä -työryhmien teemoista.
- Tiivistetään viestintäyhteistyötä koordinaatiohankkeiden kanssa: ilmastonmuutokseen varautuminen maataloudessa, ruokasektori, energiayrittäjyys, hyvinvointiyrittäjyys, matkailu. Tuodaan maaseutuohjelman vaikutukset näillä tema-alueilla esiin.
- Ideoidaan viestinnän teemaviikkoja tapahtumien tueksi.
- Valmistellaan tulevan rahoituskauden viestintää.
- Valmistellaan maaseutuohjelman tunnettuustutkimusta.
- Maaseutu.fi:n kehittäminen

Toimia viestintäverkoston avuksi läpi vuoden:

- Viestintäverkoston tapaamiset 1-2 kertaa vuodessa ja koulutukset. Lisäksi Skype-kokouksia tarpeen mukaan.
- Tarjotaan viestintäverkoston käyttöön visuaalisia sosiaalisen median sisältöjä.
- Päivitetään kuvapankkia.

Tammi-huhtikuu:

- Uuden ympäristötiedon vaihtopäivät 12.–13.2.
- Ravinteet kiertoon -loppuseminaari 26.3.
- Euroopan maaseutuverkostojen konferenssi (ENRD Rural Networking Conference)



#### Touko-syyskuu:

- Eurooppa-päivä 9.5. Samalla viikolla tuodaan sosiaalisessa mediassa esiin EU-rahoituksen, ja erityisesti maaseutuohjelman vaikutuksia.
- Mahdollinen kesäkampanja vuoden 2018 tapaan.
- Rakennetukien kesäpäivät kesäkuussa.
- Suomen EU-puheenjohtajuuskausi alkaa 1.7.
- EU-puheenjohtajuuskauden biotalous-konferenssi
- OKRA-messuilla 3.-6.7., mukana mahdollisesti Ruokaviraston ja maa- ja metsätalousministeriön CAP-viestintä.
- Osta tilalta -päivä 16.9.
- Yrittäjän päivänä 5.9. nostetaan esiin maaseutuohjelmasta rahoitettuja menestysyrityksiä- ja tarinoita.

#### Loka-joulukuu:

- Suomen EU-puheenjohtajuuskausi vuoden loppuun asti.
- Innovaatiohankkeiden tuloksien viestintä.
- Viestitään Maaseutuparlamentti 2020 -tapahtuman valmisteluista.