



Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014–2020

Jotta voisimme hyvin.

Viestintäsuunnitelma 2018

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 käytössä olevat aihetunnisteet ovat #MaaseutuFi #jottavoisimmehyvin ja #maapuhuu.

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 2018

1. Lisätään tietoa maaseutuohjelman kautta tulevan EU-rahoituksen merkityksestä ja vaikutuksista koko maalle.

Maaseutuohjelma on merkittävä kanava, jolla Suomi saa palautusta EU-jäsenmaksulle. Tämä raha on käytettävissä koko Suomen hyvinvoinnin kasvattamiseen. 95 prosenttia Suomesta on maaseutua, joten ohjelman rahoituksen kohderyhmänä on lähes koko Suomi. Maaseuturahoituksella ratkotaan ilmastoon, ympäristöön, kilpailukykyyn ja hyvinvointiin liittyviä ongelmia, joiden kanssa koko maa painii. Rahoitus on piristysruiske talouskasvulle ja saa aikaan yksityisiä investointeja, joiden ansiosta sen



vipuvaikutus on suurempi kuin reilun kahdeksan miljardin euron julkinen rahoitus. Suomi myös käyttää EU:n maaseuturahaston mahdollisuuksia tehokkaasti.

Tämä perusviesti näkyy kaikessa viestinnässä. Erityisesti sitä voidaan tuoda esiin perusteltaessa maaseudun yritysrahoitusta ja uuden EU:n rahoituskauden viestinnässä.

2. Helpotetaan viestintäverkostoa viestimään rahoituksen vaikutuksista

Ohjelman vaikutuksista saadaan tietoa yhdistämällä seurantatietoja, arviointien havaintoja ja muuta tutkimustietoja. Vaikutuksia tarkasteltaessa on hyvä huomioida vähintäänkin edellisen ohjelmakauden havainnot. Vaikuttava viestintä aikaansaadusta vaatii asiantuntijoiden ja viestinnän tiivistä yhteistyötä. Koulutetaan asiantuntijoita ja viestintäverkostoa tunnistamaan merkittäviä muutoksia, joita maaseuturahoitus on saanut aikaan. Vastataan kysymykseen, minkälaisia ongelmia ohjelman ja rahoituksen avulla on ratkottu.

Maaseutu.fi-sivustolla on jatkuvasti ajantasainen tieto ohjelman edistymisestä. Mavi ja MMM kehittävät maaseutuohjelman seurantatietojen käytettävyyttä. Viestitään valmistuvista arvioinneista ja reagoidaan niiden osoittamiin viestintätarpeisiin.

Tuotetaan viestintäverkoston käyttöön visuaalista materiaalia, kuten kuvituksia, infografiikoita ja videoita. Osaa materiaaleista voidaan käyttää lisäämällä mukaan alueen omia tunnuslukuja. Uudistetaan asiakirjapohjat.

Viestintähankkeilla ja muilla alueiden viestinnän resursseilla on suuri merkitys ohjelman tulosten esiin tuomisessa. Varmistetaan viestintäverkoston valtakunnallinen kattavuus myös jatkossa.

Jatketaan rahoitusta saaneiden kohteiden esittelyä kaikissa viestintäkanavissa. Kehitetään sisältötuotantoa ja sisältöjen kierrättämistä eri kanavissa. Räätelöidään juttuja entistä tarkemmin kohderyhmittäin. Alueet tuottavat sisältöä omilla vastuuvuoroillaan ja sisältöjä jaetaan tehokkaasti viestintäverkoston kesken. Maaseutu.fi:n Terveiset maalta ja maailmalta -blogipalsta otetaan tehokkaaseen käyttöön yhteisöllisyyden kasvattajana ja hyvien käytäntöjen levittäjänä.

3. Tiivistetään yhteistyötä yhteisistä aiheista viestivien tahojen kanssa.

Viestintävoimat yhdistämällä saavutetaan suurempi vaikuttavuus viesteille. Kaikkien maaseutuohjelman teemojen osalta kartoitetaan tahoja, joiden



kanssa viestimällä voimme saavuttaa suurempia yleisöjä ja uusia näkökulmia teemaan. Tällaisia keskeisiä teemoja vuonna 2018 ovat maaseudun yrittäjyys, älykkäät kylät, ravinteiden kierrätys, CAP ja ruuan arvostus. Yhteistyössä sidosryhmien kanssa valmistaudutaan seuraavaan Maaseutuparlamenttiin sekä maaseudun kehittämisen parhaita esimerkkejä esitteleviin kilpailuihin.

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 ryhmässä erityisen merkittäviä ovat potentiaaliset tuensaajat, joille ohjelman mahdollisuudet eivät vielä ole tuttuja. Tuenhakijat ovat heterogeeninen kohderyhmä, jonka tietotarpeet vaihtelevat. Jokainen kansalainen on tärkeä viestinnän kohderyhmä, sillä ohjelman tulosten 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 tehdään kuudelle erilaiselle esimerkkipersonalle. Näistä viisi on potentiaalisia tuensaajia ja yksi edustaa maaseutuohjelman toteuttajien sisäpiiriä. Sosiaalisen median kanavien julkaisut kohdennetaan eri kohderyhmille. Facebookin Tilaa elämälle -sivustolla kohderyhmänä ovat keveille maaseutuaiheille lämpenevät. Instagramilla tahdotaan puhutella laajemmin hyvinvoinnista ja muun muassa luonnosta ja ruuasta kiinnostuneita. Twitterissä yleisönä on maaseutuasiantuntijoita, tutkijoita, päättäjiä ja mediaa.

Viestinnän budjetti

Budjetti koostuu verkostopalveluiden, MMM:n (90 000 e) ja Mavin (45 000 e) viestintään kohdistettujen teknisen avun varoista. Suluissa olevat summat ovat viestintään ohjelmakauden toisessa erässä eli vuosille 2017–2019 varattuja summia. Verkostopalveluiden varoista viestintään on budjetoitu 250 000 euroa / vuosi. Viimeinen erä tulee käytettäväksi vuonna 2020.



Viestinnän vastuut ja työnjaot

Maaseutuohjelman viestintää tekevät **kaikki ohjelman parissa työtä tekevät**. Ohjelman mahdollisuuksista ja merkityksestä kerrotaan erilaisissa kokouksissa, infotilaisuuksissa tai hankkeiden kertoessa toiminnastaan. Yhteinen viestintäsuunnitelma, -materiaalit ja viestinnän asiantuntijat ovat kaikkien tukena.

Maa- ja metsätalousministeriö johtaa ohjelmaviestintää viestintäryhmän puheenjohtajana ja sovittaa yhteen ohjelmaviestinnän vuotuiset suunnitelmat. Se vastaa viestinnän suunnittelusta, seurannasta, raportoinnista ja arvioinnista. Ministeriö viestii ohjelma-asiakirjan muutoksista, EU:n yhteisestä maaseutupolitiikasta ja rahastojen välisestä kumppanuudesta.

Maaseutuvirasto vastaa yksityiskohtaisista tukiehtojen kuvauksista ja hakuohjeista. Virasto pitää yllä hankkeiden hallinnointiin liittyviä tietorekistereitä ja varmistaa, että seurantadata on viestinnän hyödynnettävissä.

Verkostopalvelut viestii ohjelman mahdollisuuksista sekä tuloksista ja hyvistä käytännöistä. Verkostopalvelut koordinoi ohjelman viestintäverkostoa ja tuottaa viestintämateriaaleja ja -työkaluja yhteiseen käyttöön. Yksikkö ylläpitää ja kehittää Maaseutu.fi-sivustoa.

Viestintäyhdyshenkilöt ELY-keskuksissa ja Leader-ryhmissä tekevät alueellista ja paikallista maaseutuohjelman viestintää tuensaajille ja potentiaalisille tuensaajille. Viestintäyhdyshenkilöt ovat keskeisiä ohjelman vaikutusten esiin nostamisessa ja hyvien esimerkkien etsimisessä. Myös ELY-keskusten viestijät ovat tärkeitä yhdyshenkilöitä viestintäverkostossa.

Hanketiedottajat työskentelevät hankevaroin ELY-keskuksissa, Leader-ryhmissä tai muussa viestintähanketta hallinnoivassa organisaatiossa. Viestintähankkeet toimivat tiiviissä yhteistyössä paikallisten maaseudun kehittäjien sekä alue- ja paikallismedioiden kanssa, tekevät paikallisiin tarpeisiin räätälöityä viestintää ja nostavat esiin alueensa hyviä esimerkkejä niin paikallisesti kuin valtakunnallisesti. Viestintähankkeet tehostavat valtakunnallista viestintää ja jakavat viestinnän hyviä käytäntöjä muiden viestintähankkeiden käyttöön.

Osa viestintähankkeista päättyy vuoden 2018 aikana. Osaamisen säilyttämiseksi ja jatkuvuuden vuoksi on tärkeää, että ELY:t ja Leader-ryhmät käynnistävät jatkohankkeiden valmistelun hyvissä ajoin.

Viestinnän seuranta

Viestintää seurataan operatiivisella tasolla kuukausittaisissa ohjelmatiedottajien kokouksissa. Yksittäisistä operaatioista tehdään koosteita, joissa tarkastellaan



läpimenoja, sosiaalisen median kattavuutta ja yleistä onnistumista tavoitteessa. Seurannasta tehdään kooste viestinnän ja johdon puolivuositteisiin palavereihin, seurantakomiteaan ja maaseutuverkoston ohjausryhmälle. Vuoden aikana työestetään laajempaa ulkopuolista arviointia viestinnästä.

Tavoite 1: Lisätään tietoa maaseutuohjelman kautta tulevan EU-rahoituksen merkityksestä ja vaikutuksista koko maalle.

Seurannan mittarit: Verkkokävijätilastot, some-tilastot, medianäkyvyyden ja keskusteluiden sävy, tunnettuustutkimus, case-kohtaiset analyysit.

Tavoite 2: Helpotetaan viestintäverkostoa viestimään rahoituksen vaikutuksista.

Seurannan mittarit: Kysely viestintäverkostolle, viestintämateriaalien hyödyntämisen määrä, verkkokävijätilastot, some-reaktioiden määrä ja kattavuus sekä kommenttien luonne.

Tavoite 3: Tiivistetään yhteistyötä yhteisistä aiheista viestivien tahojen kanssa.

Seurannan mittarit: #maapuhuu-tunnisteella käydyn keskustelun ja sitä käyttäneiden organisaatioiden määrä. Maaseutuviestinnän leirille osallistuneiden organisaatioiden määrä. Eri organisaatioiden kanssa tehtävien yhteisten viestintätoimien määrä.

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 2018

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

Teemat

- **Älykkäät kylät** -kilpailu: lanseerataan kilpailu älykkäille kylille. Rakennetaan Maaseutu.fi-sivustolle Älykkäät kylät -teemasivut, jonne kerätään esimerkkejä, vinkkilistoja ja tietoa kylille, jotka haluavat pärjätä nyt ja tulevaisuudessa. Jaetaan tietoa asiasta myös Euroopan laajuisesti.
- Osallistutaan tavoitteeseen **monipuolistaa kuvaa modernista maaseudun yrittäjyydestä** yhdessä ProAgrian, MTK:n, MSL:n, 4H:n, SYTY:n, Kasvun Roihun ja Sitran kanssa. Kohderyhmänä erityisesti nuoret.
- Viestitään proaktiivisesti maaseudun **yritysrahoituksen** vaikutuksista. Aluetaloudellisten vaikutusten arviointi valmistuu loppuvuodesta.
- Tuodaan esiin maaseudun yritysten moninaisuutta ja uudistumista osana **Maaseudun kasvupolkua**.
- Osallistutaan yhteistyöhön **ravinteiden kierrätyksen ja kiertotalouden** kuluttajanäkökulman esiinnostamiseksi yhdessä LUKE:n, YM:n, Sitran, John Nurmisen säätiön ja BSAG:n kanssa.
- Osallistutaan **maakuntaudistuksen** viestintään. Vahvistetaan ja valmistellaan viestintäverkostoa muutokseen. Tuodaan esiin, miten suuri kokonaisuus uudistuksessa maaseutuasiat ovat ja että maaseutuohjelman rahoitus on suurin maakuntiin siirtyvä kokonaisuus.
- **Leader 2030**. Välitetään viestiä erityisesti Leaderin mahdollisuuksista kuntien ja maakuntien kumppanina ja elinvoimaisuuden kehittäjänä.
- Vuoden 2020 jälkeisen EU:n yhteisen maatalouspolitiikan (**CAP**) viestintä Brexitin tuoma huomioarvo hyödyntäen
- Ympäristökorvauksen vuoden 2020 muutoksista viestiminen.
- Hyödynnetään maaseutupolitiikan 30-vuotisetappi viestinnällisesti.
- Viestitään ministeriön panostuksista kyläkauppojen tulevaisuuteen
- Tuetaan **harvaan asutun maaseudun parlamentaarisen työryhmän** työskentelyä.
- **Maaseudun hyvinvointivaikutukset** nostetaan esiin infograafein kaupunkilaisille suunnatussa viestintäponnistuksessa juhannuksen alla.
- Tehdään tiivistä yhteistyötä Leader-ryhmä Liiverin vaikuttavuushankkeen kanssa ja levitetään hankkeen hyviä havaintoja.



- Nostetaan viestinnällisesti esiin **hyvinvointiteemaan liittyvä kiertue, sähköinen työhyvinvointipalvelu (eSyty), ilmianna hyvinvointiteko-kampanja** sekä **käy kylässä-kampanja**.

Tapahtumat

- Road show: maakuntauudistuksen muutosjohtajat arjen palveluiden viidakossa, mukana maaseutuvaikutusten arviointi ja Leaderin palvelulupaus.
- Eurooppa-päivä 9.5.
- Yrittäjän päivä 5.9.: Nostetaan esiin kultakin alueelta Kauppalehden menestyvien yritysten ranking-listalla menestyneitä yrityksiä. Viikon tehokampanja.
- Kuntamarkkinat 12.–13.9. kunnat kohderyhmänä, maakuntauudistus ja Leader, Älykkäät kylät ja Laajakaistainfo.
- Osta tilalta 15.9.
- Maaseutuparlamentti: seuraavan tapahtuman järjestämisestä päätetään joulukuussa. (Euroopan maaseutuparlamentti 2019.)
- LINC-tapahtuma: Suomalaisille nostetaan esiin suomalaisen Leaderin erinomaisuutta ja eurooppalaista viitekehystä. Leaderin yhteiskunnallinen vaikuttavuus.
- ...

Kanavat

- **Ruuan arvostuskampanja:** Tuetaan MMM:n ja ruokapoliittisen selonteon kampanjaviestintää.
- Virtaviivaistetaan viestinnän **visuaalisuutta**, lisätään infografiikoiden ja videoiden käyttöä, uusitaan asiakirja- ja kalvopohjat.
- Parhaiden maaseuturahoitettujen esimerkkien esiin nostaminen kilpailun avulla (**Parhaat käytännöt**): valmistelu alkaa.
- Euroopan parhaat käytännöt ja Nordic-Baltic-kisa
- Tuetaan **koordinaatio- ja valtakunnallisten hankkeiden** viestintää sekä yhteistyötä maaseutupolitiikan neuvoston **teemaverkostojen** kanssa. Hyödynnetään maaseutupolitiikan neuvoston rahoittamien hankkeiden tuloksia.
- Rahoitetaan **Kartalla ruuasta -tv-sarjaa** ja tarjotaan asiantuntijoita ohjelman tekoon.
- **Paikallislehdet** tavoittavat jo nyt hyvin ja kertovat mielellään hankkeista. Tuotetaan hissipuhe, jonka avulla rahoituksesta on helppo kertoa yhdenmukaisesti ydinasiat.
- Jatketaan **Maaseutu.fi-toimitusneuvoston** työtä viestintätoimiston kanssa sekä sisällöntuotantoa alueilta. Jaetaan ruotsinkielisten alueiden tuottamaa materiaalia Landsbygd.fi-sivustolla.



- **Maaseutu.fi-jatkokehitys:** Käyttäjätestaukset; asiansanoitus; responsiivisuus; sisällön kehittäminen
- Tuodaan **Rural.fi-sivustolle** lisää sisältöä, joka kertoo suomalaisesta maaseudun kehittämisestä laajemmin. portaali, joka ohjaa muiden toimijoiden sisältöihin.
- **Laajakaistainfo.fi**-sivuston markkinointi
- Maaseutuverkostopalvelut tukee paikallisten toimijoiden **messuosallistumisia**. Maaseutuverkostopalvelut ei osallistu vuoden aikana yleismessuille omalla osastolla. Yhteisessä käytössä on messutarpeistoa.
- **Suomi-Areena:** Pyritään saamaan yrittäjyysaihe mukaan keskusteluihin.
- **Viestintäverkoston koulutukset** ja maaseutuviestinnän leiri, mahdollinen opintomatka
- ENRD- ja ERI-rahastojen **viestintäseminaarit:** osallistutaan viestintäverkoston mahdollisimman suurella delegaatiolla.