



## Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014–2020

#maaseutufi #jottavoisimmehyvin

### Viestintäsuunnitelma 2020

#### 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 2020**

Vuoden 2020 viestinnän päätavoite on tukea sujuvaa siirtymistä vanhasta rahoituskaudesta uuteen. Viestintä tukee sitä, että tieto ohjelman rahoitusmahdollisuuksista tavoittaa tuensaajat sekä tulevan EU-rahoituskauden valmistelusta saadaan riittävästi tietoa. Maaseutuohjelma tarjoaa monia välineitä ilmastonmuutokseen sopeutumiseen sekä hillintään. Vuonna 2020 jatketaan ja kehitetään edellisvuoden kampanjoita, joiden keskiössä ovat maaseutuohjelmasta rahoitetut ilmastonmuutokseen sopeutumiseen pyrkivät toimet.

### **1. Tieto ohjelman rahoitusmahdollisuuksista tavoittaa tuensaajat**

Viestintäverkosto markkinoi aktiivisesti esimerkiksi yritystukia ja neuvontaa etenkin niillä alueilla, joilla niiden käyttö on ollut vähäisempää. Maaseutuohjelman viestintäverkosto on keskeisessä roolissa tiedon välittämisen suhteen.

### **2. Sujuva siirtyminen vanhasta rahoituskaudesta uuteen**

Tulevan EU-rahoituskauden muutoksista kerrotaan aktiivisesti ja säännöllisesti. Vuonna 2020 kohderyhmänä ovat varsinkin hallinto ja maaseudun kehittäjät.

### **3. Tieto maaseutuohjelman rahoituksen vaikutuksista varsinkin ilmastonmuutoksen hillinnässä kasvaa**

Ohjelman vaikutuksista viestitään ennakkoluulottomasti, monipuolisesti ja kansalaista lähellä. Vaikutuksista viestittäessä hyödynnetään arvioinneista ja seurantatiedoista saatavaa tietoa. Lokakuussa järjestettävä Maaseutuparlamentti 2020 -tapahtuma tukee maaseutuohjelman vaikuttavuusviestintää. Vaikutusten havainnollistamiseen sekä vaikutuksista viestimiseen tarvitaan mukaan koko maaseutuverkosto.

Maaseutuohjelma tarjoaa monia välineitä ilmastonmuutokseen sopeutumiseen sekä hillintään. Ohjelman vaikutuksista kerrotaan ilmastokärjellä: maaseutuohjelman vuoden 2019 ilmastoaiheisia viestintäkampanjoita kehitetään ja jatketaan. Kampanjoiden kehittäminen ja uusiminen tukevat myös maaseutuohjelman tunnettua. Ilmastonmuutokseen sopeutumisen vaikutuksista viestitään kansalaiset kohderyhmänä.

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

Alueellinen viestintäverkosto on erityisen tärkeässä roolissa, kun vuonna 2020 viestitään ohjelman monipuolisista onnistumisista ja vaikuttavuudesta. Vaikuttavuudesta viestiminen vaatii paikallista ja alueellista tietämystä sekä taitoa kohdentaa vaikutukset alueelliselle tasolle. Jotta viesti maaseudun kehittämisen merkityksestä leviäisi eri puolille Suomea, tarvitaan toimivaa ja ammattitaitoista viestintäverkostoa.



Viestintäverkoston osaamista vahvistetaan tarjoamalla koulutusta ja mahdollisuuksia hyvien käytäntöjen jakamiseen ja vertaistukeen. Viestintäverkosto korostaa viestinnän merkitystä ja kannustaa hanketoimijoita, hallintoa ja sidosryhmiä panostamaan ohjelmasta ja sen vaikutuksista viestimiseen.

Haasteena rahoituskausien vaihteessa on, että osa viestintähankkeista päättyy. Uusien viestinnällisten hankkeiden valmistelu on tärkeää, sillä alueellisen viestinnän merkitys korostuu rahoituskausien muutosvaiheessa.

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 2020 ovat maaseudun energiayrittäjäisyys, maaseudun hyvinvointiyrittäjäisyys, ruokasektori, matkailu ja ilmastonmuutokseen varautuminen maataloudessa.

## **Viestinnän kohderyhmät**

### **Sisäiset kohderyhmät**

Sisäisen viestinnän kohderyhmään kuuluvat maa- ja metsätalousministeriö, Ruokavirasto, verkostopalvelut, ELY-keskukset, Leader-ryhmät, maakuntaliitot ja kuntien maaseutuhallinto. Lisäksi mukana on ohjelmaa toteuttavia järjestöjä sekä tutkimus- ja oppilaitoksia.

### **Ulkoiset kohderyhmät**

Ulkoisen viestinnän ryhmään kuuluvat niin potentiaaliset tuensaajat kuin myös jokainen kansalainen, joille 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 puolivuositaisiin palavereihin, seurantakomiteaan ja maaseutuverkoston ohjausryhmälle.

### Viestintäverkoston yhteiset viestinnän mittarit:

#### Määrälliset mittarit:

- Muutokset sähköisten viestintävälineiden käyttömäärissä; verkkoviestintä ja sosiaalinen media (kanavien määrä, kävijämäärät, seuraajamäärät)
- 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

#### Laadulliset mittarit:

- Medianäkyvyyden määrällinen ja laadullinen kehitys (tietolähde: mediaseuranta)



- Maaseutuohjelman tunnettuuden kasvu – miten maaseutuohjelman toimet ja tulokset nähdään koko Suomen hyväksi tehtävänä toimintana? (tietolähde: tunnettuustutkimukset 2015, 2017 ja 2019)

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 2020:**

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

Tammi-huhtikuu:

- Älykkäät maaseudut -kierros maaseutuverkostolle
- Tukitietojen julkistaminen edelliseltä vuodelta
- Kerrotaan Suomen älykkäin kylä -kilpailun kylien ratkaisusta

Touko-syyskuu:

- Mainostetaan Maaseutuparlamentti-tapahtumaa.
- Eurooppa-päivä 9.5. Tuodaan sosiaalisessa mediassa esiin EU-rahoituksen vaikutuksia. Hyödynnetään arvioinnit.
- Kotimaan matkailun kesäkampanja vuoden 2019 tapaan.
- Farmari-messut 2.–4.7. Aiheena CAP. (MMM/Ruokavirasto)
- Yrittäjän päivänä 5.9. Nostetaan esiin maaseutuohjelmasta rahoitettuja menestysyrityksiä- ja tarinoita.
- Osta tilalta -päivä 12.9.

Loka-joulukuu:

- Maaseutuparlamentti 1.–3.10.
- Suomen älykkäin kylä -kilpailu ratkeaa

Läpi vuoden:

- Kerrotaan maaseutuohjelman rahoituksella tehtävästä ilmastonmuutoksen hillintä- ja sopeutumistoimista: ympäristötoimista, hankkeista, ravinteiden kierrätyksestä, innovaatioista, neuvonnasta, ja myös kotimaan matkailun kohteista.
- Viestitään Tulevaisuuden tuottajat- ja Älykäs kylä -työryhmien teemoista.
- Valmistellaan tulevan rahoituskauden viestintää.



- Tiivistetään viestintäyhteistyötä koordinaatiohankkeiden kanssa: ilmastonmuutokseen varautuminen maataloudessa, ruokasektori, energiayrittäjyys, hyvinvointiyrittäjyys, matkailu. Tuodaan maaseutuohjelman vaikutukset näillä teema-alueilla esiin.
- Ideoidaan viestinnän teemaviikkoja tapahtumien tueksi.
- Kehitetään Maaseutu.fin sisältöä ja saavutettavuutta.

Toimia viestintäverkoston avuksi läpi vuoden:

- Viestinnän suuraluekierros
- Viestintäverkoston tapaamiset 1–2 kertaa vuodessa ja koulutukset. Lisäksi Skype-kokouksia tarpeen mukaan.
- Teemoittaiset Skype-tapaamiset aloitetaan, aikaväli kerran kuussa.
- Uutiskirje viestintäverkostolle.
- Tarjotaan viestintäverkoston käyttöön visuaalisia sosiaalisen median sisältöjä.
- Päivitetään kuvapankkia.

Lisää ajankohtaisia aiheita löytyy Maaseutu:fin tapahtumakalenterista:  
[www.maaseutu.fi/maaseutuverkosto](http://www.maaseutu.fi/maaseutuverkosto)