



Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014– 2020

#maaseutufi #jottavoisimmehyvin

Viestintäsuunnitelma 2021

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 2021

Vuonna 2021 maaseutuohjelman viestinnässä eletään murrosvaihetta. Edeltävien vuosien toiminnasta ja tuloksista on tarve viestiä. Siirtymäkaudella on tarve viestiä tuensaajille, että toiminta jatkuu normaalisti. Koronakriisistä toipumiseen tarkoitetut EU:n elvytysvarat ovat tärkeä viestinnällinen teema vuonna 2021.

Vuonna 2021 ydinviestimme on, että toiminta jatkuu normaalisti ja varoja on käytettävissä. Hallinnollisesti vuosi 2021 on siirtymävuosi, mutta tuensaajille viestiessä on tärkeä korostaa, että rahoitusta on saatavilla. Viestintä tukee sitä, että tieto ohjelman rahoitusmahdollisuuksista tavoittaa tuensaajat.

Vuoden 2021 viestinnässä keskitytään lisäksi siihen, että maaseuturahastoon saatavat elvytysvarat saadaan käytettyä tehokkaasti vuosien 2021 ja 2022 aikana. EU:n elvytysvarat ovat tarkoitettu koronakriisistä toipumiseen. Elvytysvarat kohdistetaan tiettyihin maaseutuohjelman toimenpiteisiin, jotka varmistuvat myöhemmin syksyn 2020 aikana.

Viestinnän keinoin nostetaan myös esiin vuosien 2014–2020 tuloksia tapahtumien, kampanjoiden ja monikanavaisen viestinnän kautta.

Maaseutuohjelman viestintää sovitetaan yhteen CAP-viestinnän kanssa.

1. Tuensaajat ovat tietoisia: rahoitusta on yhä saatavilla

Viestitään aktiivisesti rahoituksen jatkumisesta siirtymäkaudella ja elvytysvaroista. Siirtymäkauden aikana toiminta jatkuu normaalisti, ja varoja on käytettävissä.

Viestinnässä keskitytään erityisesti elvytysvarojen viestintään. On tärkeää, että tieto elvytysvaroista saadaan viestittyä tehokkaasti ja monikanavaisesti tuenhakijoille. Näin myös varat saadaan käytettyä täysimääräisesti. On hyvä huomata, että myös siirtymäkauden rahoituksella tehdään elvyttäviä toimia.

Elvytysrahoituksen kohderyhmät tarkentuvat, kun toimenpiteet varmistuvat syksyn 2020 aikana. Mahdollisia toimia elvytysvaroista viestimiseen on muun muassa viestintäkampanja(t). Viestintäverkosto välittää elvytysvarojen viestiä alueellisesti.

2. Maaseutuohjelman tulokset ovat esillä laajasti ja monikanavaisesti

Poikkeusolot ja koronatilanne ovat vaikuttaneet maaseuduista viestimiseen. Etätöitä tehdään monipaikkaisesti, ja maaseutu kiinnostaa uudella tavalla. Maaseuturahaston eri



toimien avulla vahvistetaan muun muassa monipaikkaista työtä. Maaseuturahaston toimet tarjoavat vastauksia uudenaikaiseen kiinnostukseen. Tähän vastaamme tulosviestinnällä.

Tulosviestintään panostettaessa vahvistetaan maaseuturahaston tunnettuutta ja kerrotaan tulevan rahoituskauden valmistelusta. Maaseuturahaston päättyvän ohjelmakauden tuloksista kerrotaan eri tapahtumissa, kampanjoiden yhteyksissä kuin myös perinteisessä viestinnässä.

Kohderymänä tulosviestinnälle ovat suuri yleisö ja maaseudun kehittäjät. Viestintäverkosto vahvistaa tulosviestintää.

3. Viestintäverkoston toimintaa tuetaan

Jotta viesti maaseudun kehittämisen tuloksista ja merkityksestä leviäisi eri puolille Suomea, tarvitaan toimivaa ja ammattitaitoista viestintäverkostoa. Viestintäverkosto on avainroolissa vuonna 2021, kun viestitään tulevan rahoituskauden muutoksista, elvytysvaroista ja kuluneen kauden tuloksista.

Viestintäverkoston osaamista vahvistetaan tarjoamalla koulutusta ja mahdollisuuksia hyvien käytäntöjen jakamiseen ja vertaistukeen. Siirtymäkaudella vertaistuen merkitys kasvaa, ja siihen panostetaan erityisesti vuonna 2021.

Osa viestintähankkeista päättyy vuonna 2021. On tärkeää tukea hankkeiden toimintaa säännöllisin yhteydenpidoin.

4. Maaseuturahaston rooli tunnistetaan monipaikkaisuuden ja vihreän kasvun teemoissa

Vuoden 2021 alusta maaseutuverkostossa aloittavat uudet työryhmät, jotka toimivat monipaikkaisuuden ja vihreän kasvun teemojen parissa. Viestintä auttaa nostamaan esiin maaseutuverkoston kaksivuotisten teemaryhmien aiheita.

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.

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.



Tee Se Suomessa –Instagram-tili perustettiin kesällä 2020.

Maaseuturahastosta rahoitettuja kotimaan kohteita päivitetään tilille. Yleisönä suuri yleisö.

Viestinnän seuranta

Viestintää seurataan ohjelmatiedottajien kokouksissa kahdesti kuukaudessa. Yksittäisistä toimista tehdään koosteita, joissa tarkastellaan läpimenoja, sosiaalisen median kattavuutta ja yleistä onnistumista tavoitteessa. Seurannasta tehdään kooste 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 2021:

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

Tammi-huhtikuu:

- Maaseutuohjelman muutoksen hyväksyntä ja viestinnän suunnittelu (siirtymäkausi, elvytysvarat)
- Viestitään Maaseutuparlamentti-tapahtumasta ja siihen liittyvistä keskusteluista.
- Suunnitellaan Maaseutuparlamentti-tapahtumaa.
- Keväällä julkistetaan edellisvuonna maksetut tuet.
- CAP-suunnitelman lausuntokierroksen viestin välittäminen.
- Osta tilalta -päivän (tapahtuman nimi saattaa muuttua) ennakkoviestintä
- Suunnitellaan ja toteutetaan viestintää maaseutuverkoston työryhmien teemoista (vihreä kasvu ja monipaikkaisuus) yhdessä ryhmien kanssa



Touko-syyskuu:

- Viestitään Maaseutuparlamentti-tapahtumasta ja siihen liittyvistä keskusteluista.
- Suunnitellaan Maaseutuparlamentti-tapahtumaa.
- Viestitään työryhmien teemoista (vihreä kasvu ja monipaikkaisuus) yhdessä työryhmän kanssa
- Osta tilalta -päivän (tapahtuman nimi saattaa muuttua) viestintä
- Eurooppa-päivä 9.5. Tuodaan sosiaalisessa mediassa esiin EU-rahoituksen vaikutuksia ja maaseuturahaston toimien tuloksia. Hyödynnetään arvioinnit.
- Kotimaan matkailun kesäkampanja Tee Se Suomessa alkaa.
- Viestitään IlmastoAreena-tapahtumasta.

Loka-joulukuu:

- Maaseutuparlamentti 1.–3.10.2021
- Viestitään työryhmien teemoista (vihreä kasvu ja monipaikkaisuus) yhdessä työryhmän kanssa

Läpi vuoden:

- Viestitään, että rahoituksen haku ja toiminta jatkuu siirtymäkaudella.
- Viestitään, että elvytysrahoituksen kohteisiin on saatavilla rahoitusta.
- Viestitään uusien työryhmien teemoista. (vihreä kasvu ja monipaikkaisuus)
- Viestitään aktiivisesti tulevan rahoituskauden suunnittelusta.
- Valmistellaan tulevan rahoituskauden viestintää.
- Kehitetään Maaseutu.fi sisältöä ja saavutettavuutta.

Toimia viestintäverkoston avuksi läpi vuoden:

- Viestintäverkoston tapaamiset 1–2 kertaa vuodessa. Koulutuksia ajankohtaisista aiheista. Mikäli työskentelemme etänä poikkeusoloissa, voimaannutetaan viestintäverkostoa tarjoamalla säännöllisiä vapaampia tapaamisia virtuaalisesti. Lisäksi virtuaalisia kokouksia tarpeen mukaan.
- Uutiskirje viestintäverkostolle.
- Tarjotaan viestintäverkoston käyttöön visuaalisia sosiaalisen median sisältöjä.
- Päivitetään kuvapankkia.

Lisää ajankohtaisia aiheita löytyy Maaseutu.fi tapahtumakalenterista:

www.maaseutu.fi/maaseutuverkosto