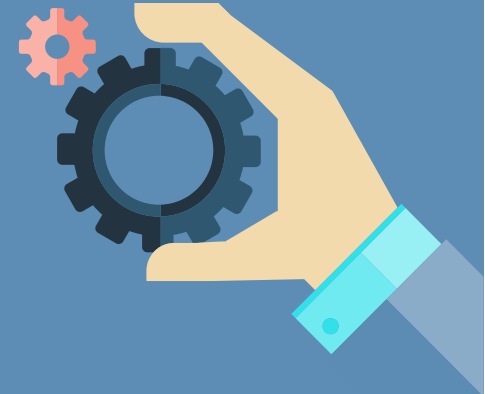


Viestintäsuunnitelma vuodelle 2024

Valtakunnallinen CAP-viestintäryhmä



Viestinnän päämäärä kaudelle 2023–2027

EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen mahdollisuudet ymmärretään ja tuensaajat osaavat hakea rahoitusta.

Suomalaiset ymmärtävät elävän maaseudun ja kotimaisen ruoantuotannon merkityksen koko Suomelle.



Tavoitteet vuosille 2023–2027

1. Tuensaajat saavat tiedon oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi
2. Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tavoitteet, tulokset ja vaikutukset
3. Uudet tuenhakijat löytävät rahoituksen pariin
4. Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä



Viestinnän tavoitteet vuodelle 2024



Tavoite: Tietoisuus rahoituksen ympäristö- ja ilmastotoimista on lisääntynyt ja tuonut lisää hakijoita rahoituksen pariin

Ympäristö- ja ilmastoaihe jaotellaan eri teemoihin vuoden aikana. Nostamme ympäristö- ja ilmastoteemoja esille kohderyhmä ja ydinviesti vaihdellen.

Tuomme koko EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen toimien kokonaisuutta ja vaikutuksia esille; viestimme sekä maatalouden että maaseudun ilmasto- ja ympäristötoimista.

Kanavat ja toimet listattuna erillisessä vuosisuunnitelmassa.

Teemat: (voivat vielä muuttua)

Luonnon monimuotoisuus, maatalouden päästöt (ravinteiden kierrätys),

- **Kohderyhmät:**
 - Suuri yleisö: päättäjät, järjestötoimijat, kuluttajat
 - Uudet tuenhakijat: ilmasto- ja ympäristöhankkeet
 - Viljelijät: hyvät käytänteet
- **Mittarit**
 - Mediaosumien määrä
 - Hakijamäärät
- **Vastuutahot (valtakunnallinen ja alueellinen)**
 - Valtakunnallinen: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu ja valtakunnallinen mediaviestintä.
 - Alueellinen: Mediaviestintä alueella
- **Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:**
 - Tavoite 2: Uudet tuenhakijat löytävät rahoituksen pariin.
 - Tavoite 3: Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tavoitteet, tulokset ja vaikutukset.
 - Tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä

Tavoite: EU:n maaseutu- ja maatalousrahoituksen vaikutukset ovat herättäneet julkista keskustelua

Tuomme viestinnässä esille koko rahoituksen vaikutuksia, ja kerromme maaseudun, maatalouden ja ympäristön yhteydestä koko toimintaan.

Viestintää tehdään ja suunnitellaan ELY-keskusten ja Leader-ryhmien vaikuttavuustyön pohjalta. Teemme viestinnässä (ja Leader-yhteistyössä) myös omia nostoja CAP-tavoitteisiin pohjautuen.

Viestimme faktapohjaisesti ja ajankohtaisiin ilmiöihin, kuten erilaisiin teemapäiviin tarttuen. Europarlamenttivaalit sekä tukien julkistaminen ovat tärkeitä ajankohtia viestinnälle.

Kanavat ja toimet listattuna erillisessä vuosisuunnitelmassa.

Teemat: (voivat vielä muuttua)

Ympäristö- ja ilmasto, kokonaisturvallisuus ja sosiaalinen pääoma, yrittäjyys, toimintakyky kantavana teemana talvella ja keväällä.

- **Kohderyhmät:**
 - Päättäjät valtakunnallisesti ja kuntatasolla (tietopaketti)
 - Kansalaiset
- **Mittarit:**
 - Mediaosumien määrä
 - Sosiaalisen median kanavien sitoutuneisuus
 - Hakukoneiden hakumäärät, avainsanojen kasvu
- **Vastuutahot (valtakunnallinen ja alueellinen):**
 - Valtakunnallinen: ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu ja valtakunnallinen mediaviestintä.
 - Alueellinen: Mediaviestintä alueella
- **Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:**
 - Tavoite 3: Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tavoitteet, tulokset ja vaikutukset.
 - Tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä

Tavoite: Maaseutuviestinnän koordinaattoreiden yhteistyö tehostuu ja päällekkäinen työ vähenee

Maaseutuviestinnän koordinaattoreiden työn ohjauksen keskeinen tehtävä on ohjata yhteistä tekemistä, jotta päällekkäisen työn tekeminen vähenee.

On tärkeää muistaa myös tukea viestinnän perustyötä, sillä malli on verrattain uusi.

- **Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:**
 - Tavoite 1:
Tuensaajat saavat tiedon oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi

Tavoite: CAP-viestinnän kieli on ymmärrettävämpää tuenhakijoille ja -saajille

CAP-viestinnän palvelumuotoilun tulosten perusteella viestinnän kieli on vaikeudessaan verrattavissa lakipykäliin. Lisäksi olennainen tieto on kiireessä hankala löytää pitkistä tekstimassoista. Vaikka viesti olisi kirkas, kielen ymmärrettävyyteen pitää kiinnittää huomiota.

Selvitämme merkittävimpiä ongelmia viestinnän ymmärrettävyydessä fokusryhmätestauksen avulla.

Järjestämme kielenhuollon työpajoja ja koulutusta asiantuntijoille, jotka kirjoittavat tuenhakijoille ja -saajille suunnattuja tekstejä.

Kirkastamme keskeiset ja hankalat termit yhdessä kumppaneidemme kanssa.

Kehitämme ruotsinkielisen viestinnän ymmärrettävyyttä yhteistyössä ruotsinkielisen viestintäverkoston kanssa.

Laadimme ohjeet ymmärrettävän CAP-viestinnän tueksi.

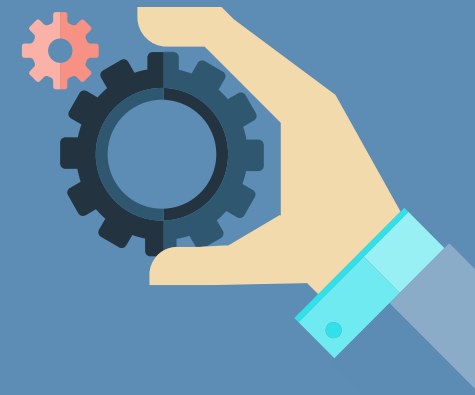
- **Kohderyhmät:**
 - Tuenhakijat ja -saajat
- **Mittarit**
 - Fokusryhmätestaus
 - Verkkosivustojen, uutiskirjeiden ja sosiaalisen median analytiikka ja palaute
- **Vastuutahot (valtakunnallinen ja alueellinen):**
 - Valtakunnallinen: Työn johtaminen ja koordinointi
 - Alueellinen: Osallistuminen ja osallistaminen
- **Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:**
 - Tavoite 1:
Tuensaajat saavat tiedon oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi.

Päivittyvä vuosikello

[Päivittyvä EU:n maaseuturahoituksen viestinnän vuosikello](#) (avautuu uuteen ikkunaan)



Viestinnän kohderyhmät ja toteuttajat



Viestinnän toteuttajat ja kumppanit

Viestinnän toteuttajat:

- Maa- ja metsätalousministeriö ja Ruokavirasto, maaseutuverkostoyksikkö, Maaseutuviestinnän koordinaattorit, ELY-keskukset, Leader-ryhmät ja kunnat

Viestinnän kumppanit:

- Neuvojat
- Maaseutu- ja maatalousjärjestöt (kuten MTK, SLC, ProAgria, Suomen Kylät, Maaseudun Sivistysliitto, Maa- ja kotitalousnaiset)
- Yritykset ja tuottajayhteisöt (kuten meijerit ja teurastamot)
- Rahastot ja verkostot (kuten EU-rahastot, Business Finland, Team Finland, Euroopan komission Suomen edustusto, Maaseutupolitiikan neuvosto MANE)
- Muut ministeriöt ja hallinnon verkostot (kuten ympäristöministeriö, AgriHubi)

Viestinnän kohderyhmät

Tuensaajat ja -hakijat

Viljelijät

Maaseudun yrittäjät

Ammattimaiset hankkeiden toteuttajat
(oppilaitokset)

Muut hankkeiden toteuttajat (yhdistykset,
yhteisöt)

Neuvojat

Ulkoiset sidosryhmät

- Oppilaitokset ja muut tutkimusorganisaatiot
- Yritykset (kauppa ja tuotanto)
- Järjestöt ja yhdistykset

Yleisöt

- Kansainväliset sidosryhmät (EU-virkahenkilöt ja muiden maiden maaseutuverkostot)
- Maaseudun asukkaat
- Suuri yleisö
- Media (alueelliset, paikalliset, kansainväliset)
- Alueelliset ja valtakunnalliset päättäjät

