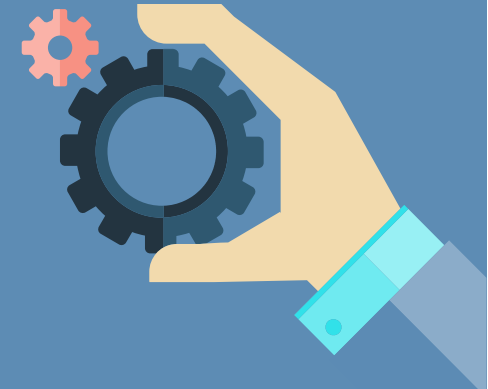


# Viestintäsuunnitelma vuodelle 2025

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 2025



## Tavoitteet vuodelle 2025

Vuonna 2025 painotamme viestinnässämme huoltovarmuuden ja turvallisuuden teemoja. Kerromme aiheeseen liittyvistä rahoitusmahdollisuuksista tuensaajille, mutta nostamme esiin myös jo toteutuneen rahoituksen vaikutuksia.

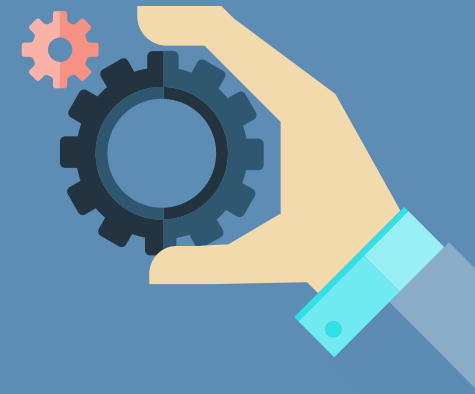
Lisäksi viestimme EU:n maaseuturahoituksen rahoittamista kulttuurikohteista sekä yritystukien mahdollisuuksista.

Sisäisessä viestinnän kehittämistyössämme keskitymme erityisesti ymmärrettävään kieleen sekä ympäristö- ja ilmastoasioihin.



# Ulkoisen viestinnän tavoitteet

Kohderyhmät: suuri yleisö eli suomalaiset ja tuensaajat



# Tavoite: EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen merkitys tunnistetaan huoltovarmuuden ja turvallisuuden takaajana

- Huoltovarmuus ja turvallisuus ovat aiheina ajankohtaisempia ja merkityksellisempiä kuin koskaan aiemmin. Tuomme esille EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen merkitystä huoltovarmuuden ja turvallisuuden teemoissa sekä kriittisen infran turvaamisessa. Lisäksi viestimme huoltovarmuuden ja turvallisuuden rahoituksen mahdollisuuksista esimerkiksi laajakaistatoimijoille ja vesihuoltoinvestointien rakentajille.
- Aihe on laaja, joten viestimme huoltovarmuudesta ja turvallisuudesta ruoantuotannon sekä maaseudun kehittämisen toimien ja saavutusten näkökulmista.

## Toimenpiteitä:

### Alateema: ruoantuotanto

- Toimenpide: Tukitietojen julkaisu
- Toimenpide: ELY-vaikuttavuus: Ruoka-alan merkittävyys Suomessa, ruokaketjun esilletuominen ja elintarvikkeita jalostavien yritysten tukeminen

### Alateema: maaseudun investoinnit

- Toimenpide: Laajakaistainvestoinnit
- Toimenpide: Vesihuoltoinvestoinnit
- Toimenpide: Vuonna 2024 alkaneet valtakunnalliset hankkeet

- **Kohderyhmät:**
  - Kansalaiset, poliittiset päättäjät, media
  - Uudet tuenhakijat: vesihuoltoinvestoinnit, laajakaistainvestoinnit, kunnat
- **Mittarit**
  - Mediaosumien määrä
  - Sosiaalisen median tavoitavuus ja sitouttavuus
  - Hakijamäärät
- **Vastuutahot**
  - Valtakunnallinen viestintäryhmä: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu ja valtakunnallinen mediaviestintä.
  - Maaseutuviestinnän koordinaattorit: Mediaviestintä alueella, kampanjoiden alueellistaminen
- **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 maaseuturahoituksen merkitys tunnistetaan kulttuurin edistäjänä

- Nostamme esiin EU:n maaseuturahoituksen avulla rahoitettuja kulttuurikohteita ja kulttuurihankkeita.
- Toimenpiteet:
  - Leader-vaikuttavuustyö: Pienimuotoinen kampanja, jossa tuodaan esille Leader-ryhmien kautta rahoitettuja kulttuurikohteita ja kulttuurihankkeita.
- **Kohderyhmät:**
  - Suuri yleisö
- **Mittarit**
  - Sosiaalisen median tavoitavuus ja sitouttavuus
- **Vastuutahot**
  - Valtakunnallinen viestintäryhmä: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu.
  - Leader-ryhmät: Kampanja-aineiston välittäminen, viestiminen ja välittäminen alueella
  - Maaseutuviestinnän koordinaattorit: Osallistuminen alueellisen viestintäsuunnitelman mukaan
- **Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:**
  - Tavoite 3:  
Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tavoitteet, tulokset ja vaikutukset.



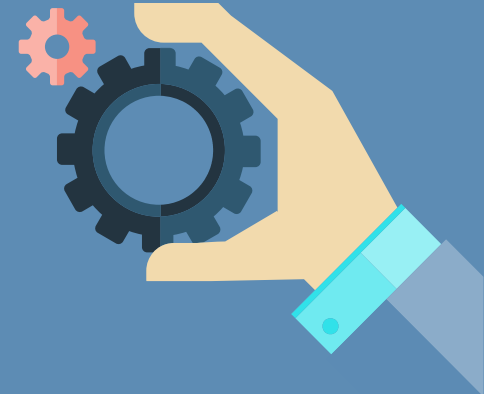
# Tavoite: Yhä useampi yrittäjä löytää maaseuturahoituksen mahdollisuudet

- Viestimme yritysten investointituen mahdollisuuksista. Tavoitteena on saada yrittäjiä hakemaan enemmän investointitukia yritystoimintansa kehittämiseksi.

## Toimenpiteitä:

- Yrittäjiä tavoitellaan markkinointiviestinnän keinoin.
  - Tavoitellaan pankkeja suoralla kontaktoinnilla, eli esimerkiksi erilaisilla info-tilaisuuksilla.
  - Tehdään yhteistyötä viestinnässä eri yhteistyökumppanien kanssa.
- **Kohderyhmät:**
    - Elintarvikealan yrittäjät sekä maaseudun mikro- ja pienyritykset
    - Pankit
  - **Mittarit**
    - Hakijamäärät
  - **Vastuutahot (valtakunnallinen ja alueellinen)**
    - Valtakunnallinen viestintäryhmä: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu
  - **Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:**
    - Tavoite 2: Uudet tuenhakijat löytävät rahoituksen pariin.
    - Tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä

# Verkostotyön tavoitteet



# Tavoite: Viestintämme ympäristö- ja ilmastoteemoista on vaikuttavampaa

Sisäinen kehittäminen ilmasto- ja ympäristöasioiden viestinnässä jatkuu, sillä se on pitkäjänteistä työtä.

Työstämme pitkän aikavälin viestintäsuunnitelman ympäristö- ja ilmastoteemoille, jossa huomioidaan muun muassa ennallistamis- ja metsäkatoasetus. CAP-suunnitelman väliarviointi ilmasto- ja ympäristöasioista valmistuu kesällä 2025.

Tuemme asiantuntijoita työssään ja keskitymme lisäksi viestintämateriaalin kehittämiseen.

## Toimenpiteitä:

- Laaditaan pitkän aikavälin viestintäsuunnitelma ilmasto- ja ympäristöteemoille vuosille 2025-2027
- Viestitään väliarvioinnista silmällä pitäen vuoden 2027 tulostavoitteet
- Asiantuntijoiden työn tukeminen media- ja viestintätyössä (esim. tarjotaan mielipidekirjoituksia, asiantuntijapuheenvuoroja podcasteihin)
- Juttusarja viljelijöistä, jolloin esiin voidaan nostaa myös yksittäisiä tukimuotoja (bioturvallisuusinvestoinnit ja yhteisöjätustaloukset, biotalous, turvepellot, ilmasto- ja ympäristösuunnitelmat), jotta uudet hakijat löytäisivät rahoituksen pariin
- Kehitetään sidosryhmäyhteistyötä esimerkiksi ELY-keskuksen ympäristö- ja ilmastoyksikön kanssa

## • Kohderyhmät:

- Maa- ja metsätalousministeriön sekä Ruokaviraston asiantuntijat
- Suuri yleisö: päättäjät, järjestötoimijat, media
- Viljelijät

## • Mittarit:

- Mediaosumien määrä
- Mielipidekirjoitusten ja yliöiden määrä

## • Vastuutahot:

- Valtakunnallinen viestintäryhmä
- Maaseutuviestinnän koordinaattorit viljelijäjuttusarjan osalta

## • 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: Viestinnän kieli on ymmärrettävämpää tuenhakijoille ja -saajille

EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen viestinnän palvelumuotoilun tulosten perusteella rahoitukseen liittyvä kieli on vaikeudessaan verrattavissa lakipykäliin. Lisäksi olennainen tieto on kiireessä hankala löytää pitkistä tekstimassoista. Vaikka viesti olisi kirkas, kielen ymmärrettävyyteen pitää kiinnittää huomiota.

## Toimenpiteet

- Laadimme ohjeet ymmärrettävän viestinnän tueksi.
  - Selvitämme ohjeita varten lukijoiden ja kirjoittajien tarpeita ja näkökulmia.
  - Järjestämme ohjeiden pohjalta koulutuksia asiantuntijoille, jotka kirjoittavat tekstejä tuenhakijoille ja -saajille.
- Kokoamme termipankin tärkeimmistä suomen- ja ruotsinkielisistä termeistä.

## • Kohderyhmät:

- Tuenhakijoille ja -saajille suunnattuja tekstejä kirjoittavat asiantuntijat

## • Mittarit

- Koulutusten palaute

## • Vastuutahot:

- Valtakunnallinen viestintäryhmä

## • Mihin strategian tavoitteeseen vastaa:

- Tavoite 1:  
Tuensaajat saavat tiedon oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi.

# Tavoite: Maaseutuviestinnän koordinaattoreiden keskinäinen yhteistyö vakiintuu

Vuonna 2025 keskitytään siihen, että maaseutuviestinnän koordinaattoreiden keskinäisen yhteistyön tavat vakiintuvat ja niitä löydetään myös lisää. Tuemme koordinaattoreiden ammatillista osaamista ja edistetään osaamisen jakamista verkostossa.

Aluehallinnon uudistus huomioidaan myös maaseutuviestinnän koordinaattoreiden työn tukemisessa.

- **Mittari**
  - Kyselyt maaseutuviestinnän koordinaattoreille
- **Vastuutahot:**
  - Valtakunnallinen viestintäryhmä
  - Maaseutuviestinnän koordinaattorit

# Tavoite: Kehitämme verkkosivustoja ja visuaalisuutta sekä tuotamme materiaalia

Ulkoisen viestinnän kampanjoiden ja verkostotyön lisäksi kehitämme verkkosivustojamme, tuotamme monikielistä materiaalia sekä kehitämme visuaalisuuttamme vastaamaan aluehallinnon uudistusta.

## Toimenpiteet:

Visuaalisuus:

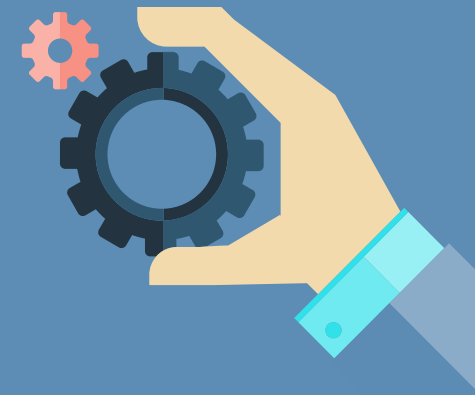
- Aluehallinnon uudistus: visuaalisen ilmeen muokkaaminen ELY-pohjiin ja verkkosivustoille
- Täydennämme kuvapankkia
- Materiaalintuotanto: englanninkielinen materiaali
- Maaseutu.fi-sivuston kehitystyö:
  - Rakenteen ja sisältöjen kehittäminen analytiikan ja palautteen pohjalta
  - Englanninkielisen sivuston rakentaminen

# 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