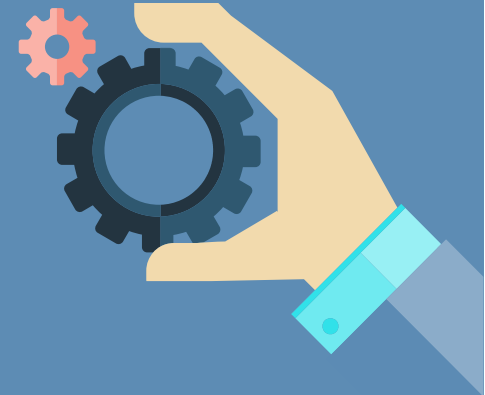


# Viestintäsuunnitelma vuodelle 2026

EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen viestintä



## Viestinnän päämäärä kaudelle 2023–2027

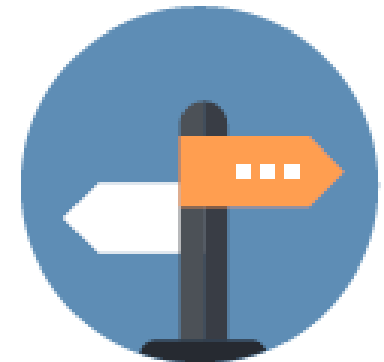
EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen mahdollisuudet ymmärretään ja tuensaajat osaavat hakea rahoitusta.

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 2026



# Viestinnän toimet ja teemat vuonna 2026:

## Tuenhakijoille:

- Ympäristö- ja ilmastotoimet

## Suurelle yleisölle:

- Huoltovarmuus ja turvallisuus

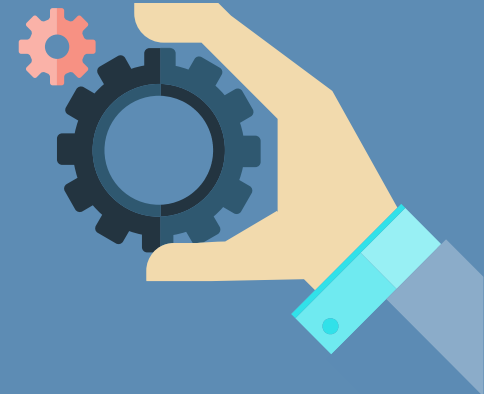
## Teemojen lisäksi huomioimme viestinnässä seuraavat:

- Elinvoimakeskusuudistus
- Maaseuturahoituksen vaikutukset
- Maaseutuohjelman (2014–2022) tulokset
- Leader-toiminnan 30-vuotisjuhlavuosi
- Viestinnän arviointi
- Rural Vision -työ

# Viestintästrategian tavoitteet 1 & 2:

**Tuensaajat saavat tiedon  
oikea-aikaisesti ja  
ymmärrettävästi**

**Uudet tuenhakijat löytävät  
rahoituksen pariin**



# Tavoite: Teemme ympäristö- ja ilmastotoimia tutuksi uusille kohderyhmille ja tuensaajille

- EU:n maatalous- ja maaseuturahoitusta ei välttämättä tunnisteta rahoituslähteenä ilmasto- ja ympäristötoimissa. Etsimme uusia kumppanuuksia viestimään rahoituksen mahdollisuuksista yhdessä.
- Toimenpiteet:
  - EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen ympäristö- ja ilmastotoimien viestinnän palvelumuotoilua tehdään vuosille 2026-2027.
  - Tavoite 1
    - Ympäristösitoumus:
      - Viestimme viljelijöille ilmasto- ja ympäristösuunnitelmasta ja verkkokoulutuksesta
  - Tavoite 2
    - Ei-tuotannolliset investoinnit (kosteikot):
      - Teemme viestintäyhteistyötä kosteikkoinvestointien kokonaisuudesta eri kumppanien kanssa
    - Yhteistyöhankkeet:
      - Tavoittelemme uusia kohderyhmiä
    - Luomu:
      - Tavoittelemme uusia luomualan kumppaneita Lähiruokapäivän yhteensovittamisessa
- **Kohderyhmät:**
  - Hanketoimijat
  - Järjestöt, säätiöt, yhdistykset
  - Lähiruokapäivän yleisö
  - Viljelijät
- **Mittarit:**
  - Yhteisten viestintätekojen määrä
- **Vastuutahot**
  - Valtakunnallinen viestintäryhmä: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu.
  - Maaseutuviestinnän koordinaattorit: Osallistuminen alueellisen viestintäsuunnitelman mukaan
- **Mihin muihin strategian tavoitteisiin vastaa:**
  - Tavoite 3: Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tavoitteet, tulokset ja vaikutukset.
  - Tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä

# Tavoite: Kirjoitamme asiakkaille ymmärrettävämmin

Ymmärrettävän kielen suositukset EU-tukien asiakasviestintään ovat apuna kaikille EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen parissa työskenteleville henkilöille, jotka kirjoittavat asiakkaille tarkoitettuja tekstejä.

Asiakas voi olla tuenhakija tai tuenhakijaa auttava viranomais.

## Toimenpiteet

- Viemme käytäntöön ymmärrettävän kielen suosituksia EU-tukien asiakasviestintään
  - Koulutamme ja sparraamme asiantuntijoita, jotka kirjoittavat tekstejä tuenhakijoille tai tuenhakijaa auttaville viranomaisille
- Teemme termipankkia tutuksi
  - Kannustamme kirjoittajia hyödyntämään suosituksia asiakkaille sopivista termeistä

## • Kohderyhmät:

- Asiakkaille suunnattuja tekstejä kirjoittavat asiantuntijat Ruokavirastossa ja maa- ja metsätalousministeriössä

## • Mittarit

- Koulutusten ja sparrausten palaute
- Asiakkaiden palaute suositusten mukaisiksi kehitetyistä teksteistä

## • Vastuutahot:

- Valtakunnallinen viestintäryhmä

# Tavoite: Kehitämme verkkosivustoja ja viestintämateriaalia paremmin tuensaajien tarpeita vastaaviksi

## Toimenpiteet:

### Verkkosivustojen kehittäminen

- Kehitämme sisältöjä hakukoneoptimoinnin, käyttäjäpalautteen ja analytiikan pohjalta, jotta sivuston löydettävyys ja käytettävyys paranevat.

### Viestintämateriaalien tuotanto tuensaajien ja hallinnon tarpeisiin

- Selvitämme mahdollisuuksia kuunneltavan sisällön tuottamiseksi

- **Kohderyhmät**

- Tuensaajat- ja hakijat

- **Mittarit**

- Hakukonenäkyvyyden ja orgaanisen liikenteen kasvu
- Avainsanojen sijoitusten nousu
- SEO-laatuluokitusten paraneminen
- Kävijöiden sitoutuneisuus (esim. sivustolla vietetty aika ja sivulataukset per käynti).
- Viestintämateriaaleista saatu palaute

- **Vastuutahot**

- Valtakunnallinen viestintäryhmä

- **Mihin muihin strategian tavoitteisiin vastaa**

- Tavoite 3: Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tulokset, tavoitteet ja vaikutukset

# Tavoite: Ruotsinkieliset tuensaajat saavat tiedon ymmärrettävästi

## Toimenpiteet:

- Varmistamme, että ruotsinkielinen materiaali on selkeästi löydettävissä ja tieto saavuttaa oikean kohderyhmän.
- Toteutamme ymmärrettävän kielen koulutuksen ruotsinkieliselle verkostolle.
- Edistämme yhteistyötä Ruotsin verkostoyksikön viestinnän kanssa.
- Jatkamme säännöllisiä tapaamisia Ahvenanmaan toimijoiden kanssa.
- Tapaamme ruotsinkielisen verkoston kanssa noin neljä kertaa vuodessa

## • Kohderyhmät

- Ruotsinkieliset toimijat Manner-Suomessa ja Ahvenanmaalla

## • Mittarit

- Kysely verkoston toiminnasta vuoden 2026 lopussa

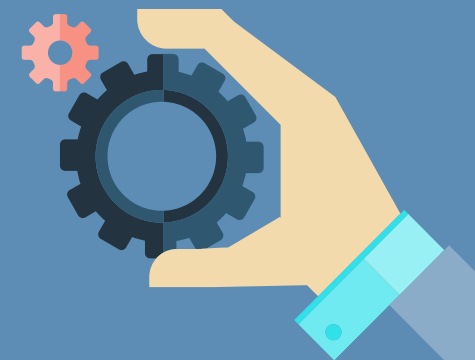
## • Vastuutahot

- Valtakunnallinen viestintäryhmä ja verkostoyksikkö

## • Mihin muihin strategian tavoitteisiin vastaa

- Tavoite 3: Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tulokset, tavoitteet ja vaikutukset

# Viestintästrategian tavoite 3: Kansalaiset ja sidosryhmät ymmärtävät rahoituksen tavoitteet, tulokset ja vaikutukset



# Tavoite: Nostamme EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen vaikutuksia esiin

## Viestinnän toimenpiteitä:

- Viestimme maaseutuohjelman (2014–2022) tuloksista ja maaseuturahoituksen vaikutuksista
- Viestimme Leaderin 30-vuotisjuhlavuodesta
- Toteutamme viestinnän arvioinnin
- Kontaktoimme maakuntaliittoja

## Kohderyhmät

- Kansalaiset, poliittiset päättäjät, media

## Mittarit

- Mahdollisesti: verkkosivujen kävijämääriä
- Uusien kontaktien määrä
- Mediaosumat

## Vastuutahot

- Valtakunnallinen viestintäryhmä: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu ja valtakunnallinen mediaviestintä.
- Maaseutuviestinnän koordinaattorit: Omien alueellisten viestintäsuunnitelmien mukaan

## Mihin muihin strategian tavoitteisiin vastaa

- Tavoite 2: Uudet tuenhakijat löytävät rahoituksen pariin
- Tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä

# Tavoite: Teemme tutuksi EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen merkitystä huoltovarmuuden ja turvallisuuden takaajana

Huoltovarmuus ja turvallisuus ovat aiheina ajankohtaisempia ja merkityksellisempiä kuin koskaan aiemmin. Tuomme esille EU:n maatalous- ja maaseuturahoituksen merkitystä, erityisesti kotimaisen ruoantuotannon merkitystä huoltovarmuuden, varautumisen ja turvallisuuden teemoissa.

## Toimenpiteitä:

- Viestintäkampanja: Ruoka-alan merkittävyys Suomessa
- Tukitietojen julkaisu
- Lähiruokapäivä

## Kohderyhmät

- Kansalaiset, poliittiset päättäjät, media

## Mittarit

- Mediaosumat
- Näyttökerrat sosiaalisessa mediassa

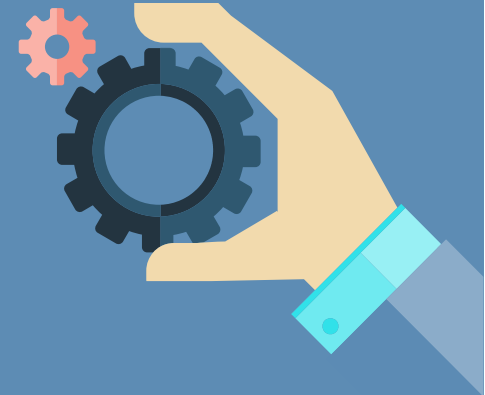
## Vastuutahot

- Valtakunnallinen viestintäryhmä: Ydinviestit, viestintätoimien koordinointi ja suunnittelu ja valtakunnallinen mediaviestintä.
- Maaseutuviestinnän koordinaattorit: Kampanjan alueellistaminen

## Mihin strategian tavoitteeseen vastaa

- Tavoite 2: Uudet tuenhakijat löytävät rahoituksen pariin.
- Tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä

# Viestintästrategian tavoite 4: Toimivien kumppanuuksien avulla tavoitetaan uusia ja keskeisiä kohderyhmiä



# Tavoite: Vahvistetaan maaseutuviestinnän keskinäistä yhteistyötä

Toimenpiteet:

- Vuonna 2026 keskitytään siihen, että maaseutuviestinnän koordinaattoreiden keskinäisen yhteistyön tavat vahvistuvat ja niitä löydetään myös lisää. Elinvoimakeskusuudistus huomioidaan myös maaseutuviestinnän koordinaattoreiden työn tukemisessa.
- Tuemme koordinaattoreiden ammatillista osaamista ja edistetään osaamisen jakamista verkostossa
- Järjestämme yhdessä Opi ja innostu -koulutuksia
- Alueiden yhteiset temaattiset viestintäyhteistyöt jatkuvat
- Vertaisoppimista jatketaan

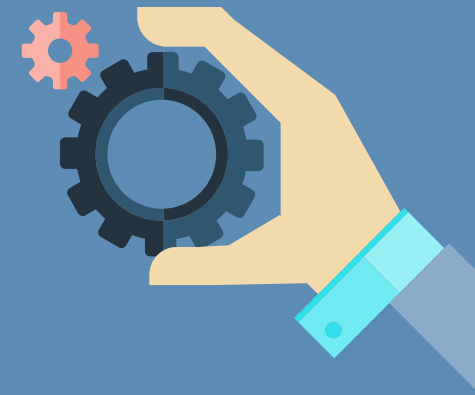
- **Mittari**

- Kyselyt maaseutuviestinnän koordinaattoreille

- **Vastuutahot:**

- Valtakunnallinen viestintäryhmä
- Maaseutuviestinnän koordinaattorit

# Viestinnän kohderyhmät ja toteuttajat



# Viestinnän toteuttajat ja kumppanit

## **Viestinnän toteuttajat:**

- Maa- ja metsätalousministeriö ja Ruokavirasto, maaseutuverkostoyksikkö, maaseutuviestinnän koordinaattorit, elinvoimakeskukset, 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