

Virtuaaliset aamukahvit:

Hankeviestintä

 26.11.24 klo 8.30-9.30

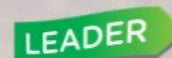
maaseutu.fi / Pirkanmaa



Paas kysyen
maaseutu-
rahoituksesta!



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Pirkanmaa

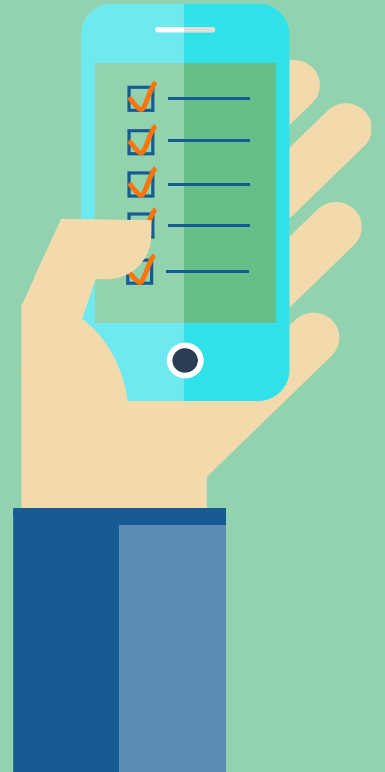


Euroopan unionin
rahoittama

Hankeviestintä

EU:n maaseuturahoitus 2023–2027

Laura Pekkala, Pirkanmaa ELY-keskus, 26.11.2024



Tuensaajan viestintävelvollisuudet

Viestintäohjeet ja -materiaalit

- Tuensaajan viestintävelvollisuuksista kerrotaan [maaseutu.fi -sivustolta](https://maaseutu.fi) ja hankkeen rahoituspäätöksessä. Tutustu ohjeisiin!
- Tarvittava viestintämateriaali löytyy maaseutu.fi-sivustolta: [Materiaalipankista \(maaseutu.kuvat.fi\)](https://maaseutu.kuvat.fi)
 - Logot ja tunnukset
 - Julistepohjat
 - Graafinen ohjeisto
 - Valokuvia ja paljon muuta materiaalia
- ELY-keskuksen logon voit ladata [ELY-keskuksen aineistopankista](#).



EU:n tunnus viestinnässä 1/2

- Kun viestit hankkeesta, muista aina kertoa, että se on saanut EU:n maaseuturahoitusta.
- Hankkeen kaikessa viestintämateriaalissa on oltava näkyvissä EU:n tunnus, eli EU-lippu ja teksti ”Euroopan unionin osarahoittama”.
 - Jos hanke on saanut rahoitusta Leader-ryhmältä, suositellaan Leader-logon käyttöä (Leader-lippu).
 - ELY-keskuksesta haetuissa hankkeissa voi halutessaan käyttää ELY-keskuksen logoa.
- Viestintämateriaalia ovat sekä painetut materiaalit että digitaaliset tuotteet, esimerkiksi verkkosivustot ja niiden mobiiliversiot, uutiskirjeet, sosiaalisen median tilit, esitteet, roll-upit ja muu PR-materiaali. Myös hankkeen rahoituksella maksetut printti- ja digimainokset ovat viestintämateriaalia.
- EU:n tunnuksen tulee olla samanarvoinen (koko ja sijoittelu) suhteessa muuten materiaalissa näkyviin logoihin. Katso graafinen ohjeisto [Materiaalipankista \(maaseutu.kuvat.fi\)](https://maaseutu.kuvat.fi).



EU:n tunnus viestinnässä 2/2

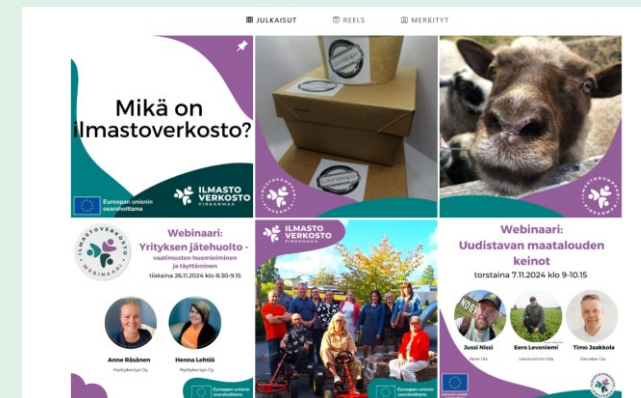
- Tekstissä voi kertoa hankkeen saaneen EU:n maaseuturahoitusta esimerkiksi seuraavalla tavalla:
 - Hanke on saanut EU:n maaseuturahoitusta Leader-ryhmältä X.
 - Hanke on saanut EU:n maaseuturahoitusta Pirkanmaan ELY-keskukselta.
- Jos hankkeella on verkkosivusto, sosiaalisen median tili tai uutiskirje, niissä on esitettävä hankkeesta lyhyt, tuen määrään suhteutettu kuvaus, josta käy ilmi hankkeen tavoitteet, tulokset ja EU:n rahoitusosuus. Tämä koskee myös tuensaajan omia viestintäkanavia, kun niillä kerrotaan hankkeesta.
- Jos tuensaaja on laiminlyönyt tuen ehtoihin sisältyneen tiedotusvelvoitteen noudattamisen, maksettavaan tukeen voidaan tehdä prosentuaalinen vähennys (1-5 % koko tuesta).



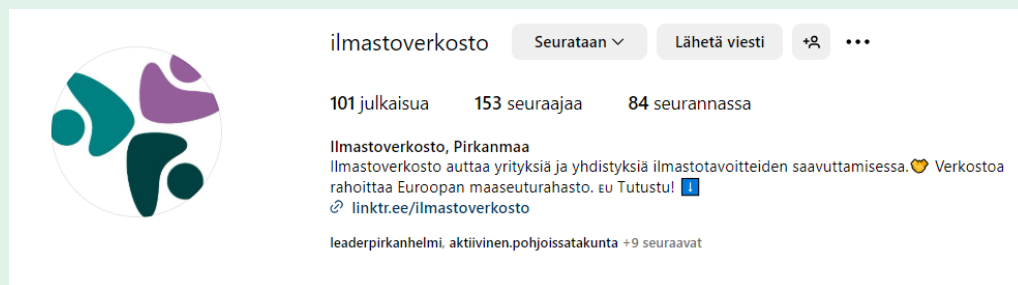
EU:n tunnus ja hankkeen tiedot someviestinnässä

- Sosiaalisen median tilillä tiedot hankkeen rahoituksesta voi kertoa esittelytekstissä/profiilikuvauksessa ja kiinnitettyssä julkaisussa.
- Jokaiseen erilliseen postaukseen EU:n tunnusta ei tarvitse laittaa.

Kiinnitetty julkaisu, jossa kerrotaan hankkeesta. →



EU:n tunnus näkyvissä hankkeen visuaalisessa materiaalissa. →



Kerro tieto rahoittajasta tilin kuvauksessa. ↑

Juliste ja tiedotuskyltti

- Jos hanke on saanut yli 10 000 euroa julkista tukea, on EU-rahoituksesta kerrottava **julisteessa**. Juliste voidaan sijoittaa esimerkiksi hankevetäjän työtiloihin.
- Julisteen tulee olla paikallaan hankkeen toteuttamisen ajan, eli vähintään siihen saakka, kun olet saanut loppumaksun.
- Juliste on A3-kokoinen, tulostettavat pohjat löytyvät [Materiaalipankista \(kuvat.maaseutu.fi\)](https://kuvat.maaseutu.fi). Julisteeseen kirjataan lyhyt kuvaus hankkeesta. Juliste voi myös olla digitaalinen.
- Yli 50 000 euroa julkista tukea saaneiden investointi- ja rakennushankkeiden tuensaajan on kiinnitettävä kohteeseen tai sen läheisyyteen A4-kokoinen tiedotuskyltti. ELY-keskus tai Leader-ryhmä tilaa kyltin.
- **Juliste/kyltti kannattaa kuvata, kun se on paikoillaan.**



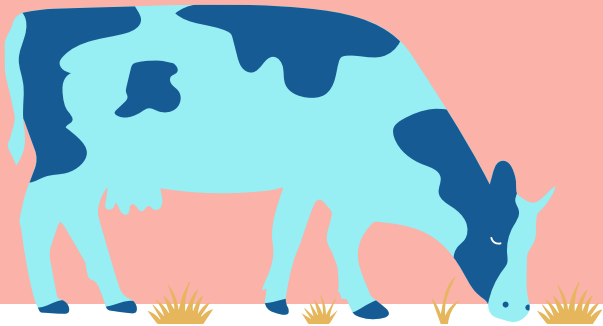
**Tämä kohde
on saanut EU:n
maaseuturahoitusta**

Tähän tulee kuvaus hankkeesta



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Maaseutuverkosto.fi- verkostoalusta ja alueellinen verkosto



Maaseutuverkosto.fi-verkostoalusta

- Sivusto maaseudun ja maatalouden kehittäjille: Maaseutuverkosto, Agrihub ja Kalatalousverkosto.
- Verkostoidu ja keskustele muiden kehittäjien kanssa.

Tapahtumakalenteri

- Hankkeen tapahtumat kannattaa ilmoittaa [Maaseutuverkoston tapahtumakalenteriin](#). Saat lisänäkyvyyttä toiminnallesi valtakunnallisesti ja omalla alueella.

Koulutuksia

- Pirkanmaan aamukahvit jatkuvat keväällä 2025
- Valtakunnallisen viestintäverkoston koulutukset:
 - Saavutettava viestintä 6.2.2025
 - Tiedotteen kirjoittaminen ja mediayhteistyö 13.3.2025
- Tapahtumat löytyvät [Maaseutuverkoston tapahtumakalenterista](#).





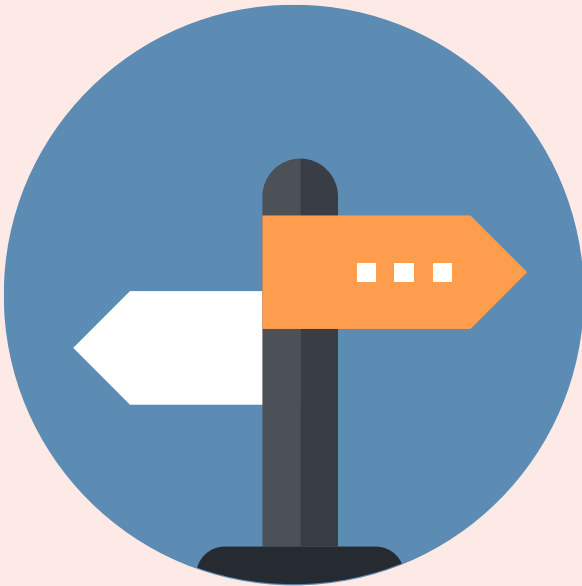
Hankerekisteri

- Hankkeesta luodaan automaattisesti hankekortti [Maaseutuverkoston hankerekisteriin](#).
- Hankekortti tehostaa hankkeen viestintää. Hakutoiminto auttaa hankkeen löytymistä ja voit myös itse etsiä sen avulla yhteistyökumppaneita.
- Hanke voi käyttää korttia omana verkkosivunaan. Hankekortille kannattaa lisätä ainakin mahdolliset linkit omille verkkosivuille ja someen sekä yhteystiedot.
- Päivitä korttia hankkeen edetessä hankkeen tekemisillä ja tuloksilla. Loppuraportti ja muut hankkeen tuotokset ovat helposti muiden löydettävissä.

Tapahtumakalenteri

- Hyödynnä [Maaseutuverkoston tapahtumakalenteria](#), kun haluat näkyvyyttä toiminnallesi.

Pirkanmaan viestintäkanavat



- EU:n maaseuturahoituksesta viestivät kaikki rahoitusta myöntävät tahot (ELY-keskus ja Leader-ryhmät) omilla sivuillaan.
- **Maaseutu.fi/pirkanmaa-sivu** kokoaa alueellista tietoa: uutisia, ohjeistuksia, hanketarinoita ja yhteystiedot.
- Pirkanmaan maaseutu-uutiskirje
- Alueellista viestintää somessa:
 - Instagram: @pirkanmaaseutu
 - Instagram, Facebook, LinkedIn: Pirkanmaan ELY-keskus

maaseutu.fi / Pirkanmaa

Vaikuttava hankeviestintä

Viisi syytä satsata hankkeen viestintään

1. Aktiivinen viestintä lisää hankkeen näkyvyyttä ja vaikuttavuutta.
2. Viestinnällä on tärkeä osa hankkeen onnistumisessa. Viestintä aktivoi ja sitouttaa hankkeessa mukana olevia ihmisiä ja toimijoita. Viestintä kokoaa ihmisiä yhteen ja auttaa verkostojen luomisessa.
3. Viestinnän avulla välitetään tietoa hankkeen etenemisestä sidosryhmille ja rahoittajalle.
4. Hankkeissa kehitetään uutta, joten onnistuneella viestinnällä varmistetaan uusien ideoiden ja luotujen toimintamallien leviäminen.
5. Viestintä lisää avoimuutta ja ymmärrystä siitä, mitä julkisella rahalla saadaan aikaan.

Lähteenä käytetty Keski-Suomen ELY-keskuksen ja Leader-ryhmien sekä Pohjanmaan ELY-keskuksen materiaaleja.



Miten erottautua viestinnässä?

3 + 1 vinkkiä

Viesti kohderyhmälähtöisesti

- Hankkeet eivät useinkaan ole itsessään kiinnostavia, mutta onneksi niissä tehdään paljon kiinnostavaa viestittävää. Vaikuttava viestintä puhutteleeikin tavoiteltua kohderyhmää sen omista kiinnostuksen kohteista käsin. Haluaako viestinnän vastaanottaja uutta tietoa, viihdykettä tai esimerkiksi yhteisöllisyyttä? Voitteko vastata tähän tarpeeseen hankkeen viestinnällä?

Yksinkertainen on kaunista

- Jos asiasi on monimutkainen tai kohderyhmälle uusi, niin käytä hetki viestin selkeyttämiseen. Myös kanavan valinnassa yksinkertainen voi olla kaunista. Yksinkertaisen ei kuitenkaan tarvitse olla tylsää!

○ Verkosto on voimavara myös viestinnässä

- Luo verkostoja, joiden avulla saat viestisi leviämään laajemmalle. Etsi yhteisiä intressejä ja muista vastavuoroisuus!

○ Havainnoi ja kuuntele, arvioi ja muuta tarvittaessa suuntaa

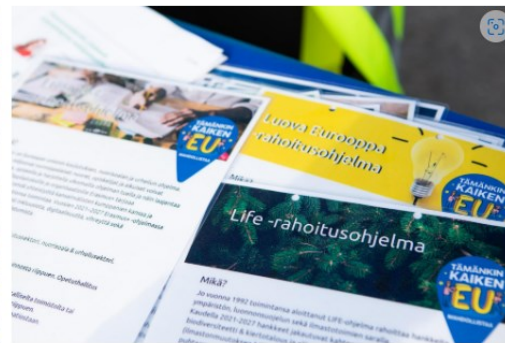
- Viestinnällä on vaikutusta, jos se tavoittaa kohderyhmän ja saa aikaan muutoksen. Onnistuminen voi vaatia kokeiluja ja oikeiden keinojen etsimistä.

Hyviä esimerkkejä verkoston hyödyntämisestä viestinnässä

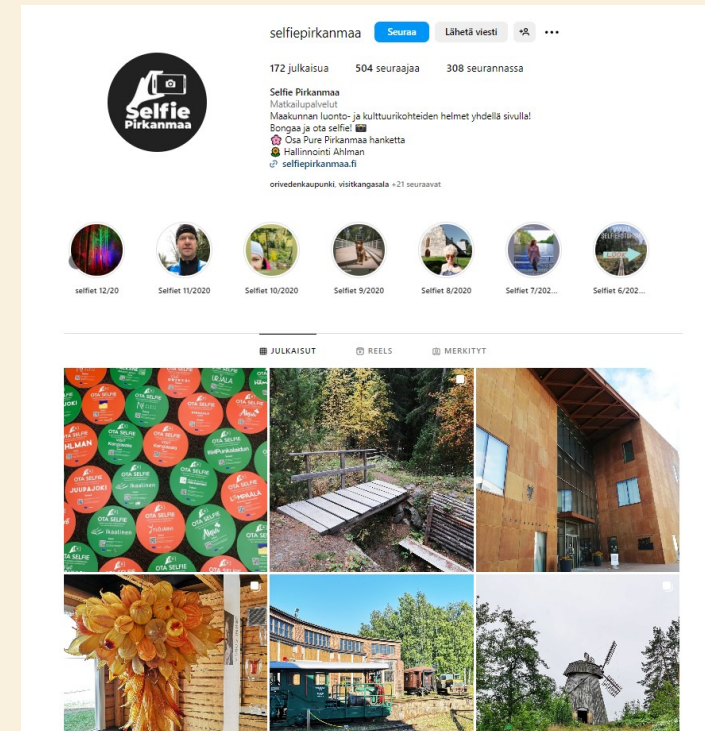
- Kutsu tai haasta toimijat mukaan toimintaan kertomaan yhteistä viestiä.

Yli 120 EU-hanketta, 95 toteuttajaa, 135 videohaastattelua! Tämänkin kaiken EU mahdollistaa -roadshow onnistui yli odotusten

15.9.2021



- [Tämänkin kaiken EU mahdollistaa -roadshow \(pirkanhelmi.fi\)](https://pirkanhelmi.fi)



- Pure Pirkanmaa -hanke: Selfie Pirkanmaa -kampanja

Vaikuttavuusviestintää tarvitaan

- Vaikuttavuus tarkoittaa muutosta: hankkeen toiminnan myönteisiä vaikutuksia ihmisiin, yhteisöön ja laajemmin yhteiskuntaan.
- Hankkeen toiminnasta, tuloksista ja vaikutuksista kerrotaan aina vähintään rahoittajalle raporteissa, mutta niistä kannattaa viestiä myös laajemmin sidosryhmille ja yleisölle, jolloin hankkeen toiminta saadaan laajempaan tietoisuuteen.
- Tarinallistettu viesti on tehokas! Kerro vaikutuksista ihmisten kokemusten tai konkretian kautta.

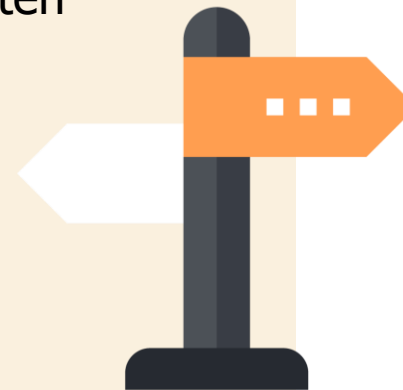
Lähteenä käytetty Keski-Suomen ELY-keskuksen ja Leader-ryhmien sekä Pohjanmaan ELY-keskuksen materiaaleja.

Miten muutosta voidaan seurata ja mitata?

Mitä halutaan saada aikaan?

Mitä halutaan muuttaa?

Miten voidaan osoittaa muutos, joka hankkeen avulla on saatu aikaan?



Liikkeelle viestintäsuunnitelmasta:

- **Tavoitteet:** Mitä viestinnällä tavoitellaan?
- **Kohderyhmät:** Kenelle halutaan viestiä?
- **Ydinviestit:** Mitä halutaan kertoa?
- **Kanavat:** Missä viestitään?
- **Aikataulu:** Milloin viestitään?
- **Mittarit:** Miten onnistumista arvioidaan?
- **Budjetti:** Mihin raha käytetään?
- **Vastuut ja roolit:** Kuka tekee?



Linkkejä eteenpäin

- [Viestintävinkit hankkeelle \(maaseutu.fi\)](https://maaseutu.fi)
- [Keski-Suomen ELY:n ja Leader-ryhmien Hankeviestinnän tehotunnit \(maaseutu.fi\)](https://maaseutu.fi)
- [Pohjois-Pohjanmaan Vaikuttavuuden työkalupakki \(maaseutu.fi\)](https://maaseutu.fi) → myös viestintäsuunnitelman pohja.



Käytännön kokemuksia hankeviestinnästä

Keskustelemassa Jenni Arjoranta, projektiasiantuntija, AhlmanEdu

- Parasta Pirkanmaalta -koordinaatiohanke, 2019–2023 (parastapirkanmaalta.fi)
- Pientuottajat yhteistyössä markkinoille -kehittämishanke, 2019–2023
- Pure Pirkanmaa – Yrityksen edellä -kehittämishanke, 2018–2020
- AhlmanEdun hanketoiminnan materiaalit (paja.ahlman.fi)

