

Työpajan ohjelma

➤ **Työpajan pitäjiä esittely**

➤ **Viestinnän alueellinen organisointi**

➤ **Jakautuminen työpajan ryhmiin (25 min).**

➤ Työpaja 1: Viestinnän onnistumiset & mitä voidaan parantaa seuraavalle kierrokselle?

➤ Työpaja 2: Alueviestijöiden tehtävänkuva

➤ Työpaja 3: Viestinnän verkostoituminen tulevalla kaudella. Mitä tarpeita?

➤ **Keskustelujen purku – mitä jäi mieleen?**



MAASEUTU.FI

CAP27-viestinnän organisointi 2023-2027

Leader-päivät 12.5.2021

Nuoriso-Leader-ilme



- Nuoriso-Leader on saanut oman erottuvan, mutta kuitenkin yhteisen Leader-brändin kainaloon sopivan ilmeen! Mukana on visuaalisuuden lisäksi mm. arvolupauksia, jotka kuvastavat yleisesti nuoriso-Leader-toiminnan ideologiaa.
- Tutustu visuaalisuuteen, materiaaleihin, ohjeisiin ja työkaluihin [Maaseutu.fi:n kuvapankissa](https://maaseutu.fi/nkuvapankissa).
- Lue lisää: <https://event.prospectumlive.com/leader-ajankohtaispaiva-1252021/exhibition/partner/1813>

Kevään aikana kuultu:

- Keskusteltu eri työryhmissä ja tilaisuuksissa.
 - Viestintäverkoston kokous 9.2.
 - ELY-keskusten maaseutupäälliköt 17.2.
 - Leader-asiantuntijaryhmä 18.3.
- Saadut kommentit huomioitu esityksessä

Alueellinen viestintä



Alueviestijä

- Alueviestijä olisi koko alueen CAP-viestinnän voimavara: hän ei ole minkään yksittäisen organisaation viestijä vaan vastaa koko alueen CAP-viestinnästä.
- Rahoitus ELYn teknisestä avusta. Esimies maaseutuyksikön päällikkö, mutta toimii koko alueen sidosryhmien hyväksi.
- Toimii paikkariippumattomasti ja monipaikkaisesti.
- Alueen eri toimijoiden osallistuminen viestinnän suunnitteluun voitaisiin varmistaa esimerkiksi säännöllisesti kokoontuvalla ”ohjausryhmällä”, jossa toimijat ovat edustettuina (tai muu vastaava menettely).
- Osa viestintäverkostoa. Hyödyntää verkostolle yhteisiä alustoja ja materiaaleja.
- Oma viestintäbudjetti, josta rahoitus mm. viljelijätukikoulutukseen
 - Kuka vastuussa budjetista? ELYn esimies vai alueviestijä itse?
- Aloitus vuoden 2022 loppupuolella?
- Ahvenanmaan mukanaoloa kysytty
- Palkkakustannus noin 6-7 miljoonaa euroa. (7 vuotta)

Alueviestijän tehtäväkuva 1/2

- Alueviestijän tavoite viestiä koko CAPistä ja alueellisesta strategiasta, tukien hakemisesta ja hankkeiden, rahoituksen vaikutuksista omalla alueellaan. Myös Leader-toiminnan mahdollisuuksista alueen toimintaan suhteutettuna ja sopiviksi viesteiksi muotoiltuna. Viestii myös ykköspilarin tuista.
- Viestii hakijoille, alueen asukkaille, kunnille ja medialle
- Räättälöi valtakunnallista viestintää vastaamaan alueen erityispiirteitä (elinkeinorakenne, kaksikielisyys ym.)
- Vaikutusten esiin tuominen (varsinkin alueen näkökulmasta)
- Leader-ryhmien vaikuttavuusviestinnän tuki
- Viestintä maaseutuverkoston ja alueellisista hyvistä käytännöistä, yleisempi viestintä (hankkeiden päätyttyä) (ml. Leader-ryhmien rahoittamat hankkeet.)

Alueviestijän tehtäväkuva 2/2

Luo ja vankistaa omalta osaltaan alueellista toimijoiden verkostoa

- Alueviestijä sparraa Leader-ryhmiä omassa viestinnässään, joka tukee toimintarahalla tehtävää viestintää
 - Alueviestijät tukevat alueen sidosryhmiä ja alueen viestintää
 - Rahastojen välinen yhteistyö
-
- Alueviestijän tehtäväkuva laadittaisiin riittävällä tarkkuudella, jotta alueen toimijat tietävät oman roolinsa ja alueviestijän roolin. Alueviestinnän onnistuminen vaatii alueen toimijoiden vuorovaikutusta ja yhteistä suunnittelua.

Kommentteja alueellisen viestijän mallista:

”Eniten huolettaa kuntayhteistyö, helpon ja läheisen paikallisuuden katoaminen?”

”Suuret hankkeet pääsee esiin, hyvin paikalliset ja pienet ei välttämättä, viestijä ei pysty isoilla alueilla rakentaa sellaisia verkostoja kuin nyt on pystynyt tekemään hanketoimijoiden kanssa Leader-ryhmissä.”

”Meillä ainakin jako jo nyt aikalalla tämänmukainen, olisi järkevää että koko Suomessa olisi samankaltainen tilanne eikä vaihtelisi alueellisesti.”

”Jos viestintään tulee noin hyvä resurssi valtakunnallisesti ja alueellisesti, niin tuohon kannattaisi ehkä rakentaa pohjalle valtakunnallinen verkkosivusto, jossa olisi maakunnalliset alasivut, mutta yhteinen pohjatieto. Miettikää, mikä mahdollisuus, jos kaikki markkinoivat samaa sivustoa. Kaikki päivittävät samaa sivustoa. Ja maakunnalliset somekanavat voisi olla erikseen, kuten nykyisinkin. Ja alku sujuu paljon nopeammin, kun ei tarvitse luoda kaikille omaa brändiä ja tuottaa pohjamateriaalia. ”

Leader-ryhmän viestintä



- Leader-ryhmän viestintä (**toimintarahalla toteutettava**)
 - Paikalliseen strategiaan liittyvää viestintää
 - Omien somekanavien ja muiden alustojen päivitys ym.
 - Leader-ryhmän viestintäkulut (esim. kotisivujen päivitys ja ylläpito, toiminnasta kertovat esitteet ja lehdet, tiedotteet, ilmoituskulut ja mainostuotteet)
 - Aktivointi: viestintä, joka aiheutuu uusien toimijoiden mukaan saamiseksi ja oman alueen kehittäjäverkoston ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi

Mitä hyvää malli voisi tuoda?



- Viestinnän tarve on lisääntynyt ja tulee lisääntymään.
- Viestintään tarvitaan jatkuvuutta ja alueellista kattavuutta.
- Alueviestintä tavoittaa tuenhakijat ja alueen asukkaat sekä huomioi alueen erityispiirteet, esimerkiksi kaksikielisyyden.
- Yhteiset materiaalit ja alustat voisivat säästää kustannuksia.
- Rahoituksesta puhutaan monella eri nimellä. Tämä on haaste tunnettuudelle.