

LEADER

# AISAPARI

## HANKETOIMIJAN VIESTINTÄOHJE



**Hankkeesi on saanut rahoitusta EU:n maaseuturahastosta. Kerro se kaikessa viestinnässä – esitteissä, julkaisuissa, hankkeen verkkosivuilla ja some-tileillä, haastatteluissa ja esiintymisissä seuraavin tavoin:**

- Käytä EU-lippulogoa kaikissa materiaaleissa. Suosittelemme myös Aisaparin logon käyttöä.
  - Esimerkiksi nettisivut, esitteet, julisteet, mainokset, PR-materiaalit, lehti-ilmoitukset ja kaikki muu vastaavaa materiaali.
  - Verkkosivustoilla tulee olla hankkeesta lyhyt kuvaus, josta käy ilmi hankkeen tavoitteet, tulokset ja EU:n rahoitusosuus sekä maininta, että Aisapari on rahoittanut hankkeen.
- Kiinnitä rahoituksesta kertova juliste/kylltti näkyvälle paikalle.
- Kerro rahoittajasta sanallisesti. Voit käyttää lausetta **”Hanke on saanut Aisapari ry:n myöntämää EU:n maaseuturahoitusta.”**
  - Myös toimittajan tehdessä juttua haastatteluna tulee mainita, että hankkeen on rahoittanut Aisapari.
    - Ely tekee laillisuustarkistuksen, mutta raha tulee Aisaparin hankepotista. EU-tuen lähde on maaseuturahasto ja julkisen tuen rahoittajina ovat EU:n lisäksi valtio ja alueen kunnat.
- Käytä sosiaalisessa mediassa aihetunnisteita: #maaseuturahoitus, #LeaderSuomi ja #LeaderAisapari.
- Jaamme mielellämme hankkeen kuulumisia omilla kanavillamme, joten merkitse @leaderaisapari sosiaalisessa mediassa julkaisuihin hankkeesta.

**Muista, että viestintä on osa hanketta alusta loppuun asti!**

- Hankkeilta odotetaan avoimuutta ja toivotaan aktiivista viestintää.
- Kerro, mitä hankkeessa tavoitellaan, mitä tehdään ja mitä saadaan aikaiseksi.



## LOGOT

Maaseuturahaston rahoittaman hankkeen **kaikissa viestintämateriaaleissa on käytettävä EU:n lippulogoa** tekstillä ”Euroopan unionin osarahoittama” **samanarvoisena** muiden logojen kanssa. Suosittelemme myös Aisaparin logon käyttöä.



**Euroopan unionin osarahoittama**

Logot löydät Maaseutu.fi -sivuston kuvapankista osoitteesta: <https://bit.ly/EUlogot> tai skannaa QR-koodi.



**Euroopan unionin osarahoittama**

**Valitse logo käytön mukaan.**

- PNG-logot ovat tarkoitettu näytölle, esimerkiksi someen
- PDF- ja EPS-logoja käytetään painotuotteissa

Valitse logon väri taustan mukaan:

vaalealle taustalle tumma logo ja tummalle taustalle vaalea logo.



**AISAPARI**

## TIEDOTUSJULISTE

Jos hankkeesi julkinen tuki on vähintään 10 000 euroa, rahoituksesta kertovan julisteen käyttö on pakollista.

- Saat Aisaparilta A3-kokoisen julisteen hanketietoineen aloituspalaverissa.
- Kiinnitä juliste näkyvälle paikalle. Tiedot voidaan esittää myös sähköisellä näytöllä.
- Juliste pitää olla näkyvissä hankkeen toteutusajan eli loppumaksuun asti.

## TIEDOTUSKYLTTI INVESTOINTIHANKKEISIIN

Jos hankkeesi julkinen tuki on yli 50 000 euroa (kone, laite, linjasto, infrastruktuuri- tai rakennushanke) on hankkeesta kerrottava tiedotuskyltillä.

- Kiinnitä kyltti näkyvälle paikalle investoinnin yhteyteen hankkeen toteutusajaksi eli loppumaksuun asti.
- Tiedot voidaan esittää myös sähköisellä näytöllä.
- Me Aisaparilla tilaamme kyltin ja se toimitetaan suoraan teille.

# AISAPARI

## VINKKEJÄ VIESTINTÄÄN



### HANKEREKISTERI

Maaseutuverkosto.fi-sivuston hankekortti tehostaa hankkeen viestintää ja sen hakutoiminto helpottaa hankkeen löytymistä. Voit myös selata muita hankkeita ja saada ideoita jo hankkeen suunnitteluun sekä löytää yhteistyökumppaneita.

- Hanke voi käyttää korttia omana verkkosivunaan.
- Lisää kortille hankkeen yhteystiedot, mahdolliset linkit verkkosivuille ja someen, ja pidä ne ajan tasalla.
- Päivitä korttia hankkeen edetessä hankkeen tekemisillä ja tuloksilla.
- Hankerekisteri on siitä kätevä, että hankkeen päätyttyä materiaalit jäävät talteen ja ovat myöhemminkin muiden hyödynnettävissä.
- Hankekorttiin voi liittää myös loppuraportin ja muita hankkeen aikana tehtyjä materiaaleja.

Tarkemmat ohjeet  
Maaseuturahaston hankkeiden  
viestinnästä on koottu  
Maaseutu-sivustolle.



[bit.ly/viestintaohjeet2023-27](https://bit.ly/viestintaohjeet2023-27)

## VINKIT VIESTINTÄKANAVIEN KÄYTTÖÖN

### SOSIAALINEN MEDIA

- Sosiaalisen median avulla voit tavoittaa suuria yleisöjä etenkin maksullisen markkinoinnin avulla. Pienikin summa maksettuun mainontaan lisää näkyvyyttä.
- Hashtag (#) – eli aihetunniste toimii hakusanana.
  - Millä sanoilla lähtisit hakemaan verkosta aiheeseen liittyviä julkaisuja? Esim. #leaderaisapari #hankerahoitus #Kauhava
- Tägää eli merkitse julkaisuihin muita tilejä (@) – muiden merkitseminen lisää postauksesi näkyvyyttä. Merkitty taho voi jakaa postauksesi omalla kanavallaan.
  - Merkitse meidät Facebookissa, Instagramissa, LinkedInissä @leaderaisapari. Jaamme mielellämme julkaisuja omassa syötteessämme.
- Hankkeelle ei aina kannata perustaa omaa tiliä, koska seuraajien kerääminen vie aikaa. Mieti voisiko hankkeesta viestiä esimerkiksi toteuttajaorganisaation tilillä.

### MEDIAVIESTINTÄ

- Median kautta voit tavoittaa laajan yleisön.
- Uutisoida kannattaa hankkeen saavutuksista ja toimenpiteistä, ei hankkeesta sinänsä.
- Mainitse haastattelussa myös rahoittaja.
- Valitse mediat sen mukaan, mitä aluetta hankkeesi koskee.

### LOGOJEN KÄYTTÖ SOMESSA

- Jos hankkeella on verkkosivusto tai sosiaalisen median tili, esitä niissä hankkeesta lyhyt, josta käy ilmi hankkeen tavoitteet, tulokset ja EU:n rahoitusosuus. Tiedot voidaan antaa tilin esittelytekstissä tai profiilikuvauksessa.
- Kun rahoituslähde käy ilmi sosiaalisen median tilin kuvauksesta, se riittää, eikä jokaiseen erilliseen sosiaalisen median kuvaan tai postaukseen tarvitse sisällyttää EU-tunnusta.
- Jos hankkeesta kerrotaan toteuttajan omassa sosiaalisen median kanavassa (esimerkiksi kyläyhdistyksen tili), tulee hankkeen rahoitus mainita sanallisesti julkaisun kuvatekstissä tai liittämällä EU:n osarahoittama -logo sekä Aisaparin logo kuvaan.
- Maksetussa somemainonnassa EU:n osarahoittama -logon käyttö on pakollista.

### MEDIATIEDOTE

- Tiedote tulisi laatia ja jakaa ennen merkittävää tapahtumaa, julkaisua tai hankkeen merkittävää vaihetta.
- Lähetä tiedote ajoissa
- Viisi vinkkiä tiedotteen laatimiseen:
  - Selkeä otsikko ja tiivis leipäteksti
  - Tärkein tieto on ensimmäisenä ja vähemmän olennainen tieto seuraa perässä.
  - Selkeä kieli ja tyyli.
  - Varmista, että tiedotteessa on vastaukset peruskysymyksiin kuten kuka, mitä, missä, milloin ja miksi.
  - Yhteystiedot