

# **Länsi-Suomen aamukahvitilaisuus**

## **24.5.2023**

### **ESR+ rahoitus ja hankeviestintä**

Johanna Latvala  
Keski-Suomen ELY-keskus



Euroopan unionin  
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

# Uudistuva ja osaava Suomi 2021-2027

## Euroopan sosiaalirahasto plus

### Viestintä

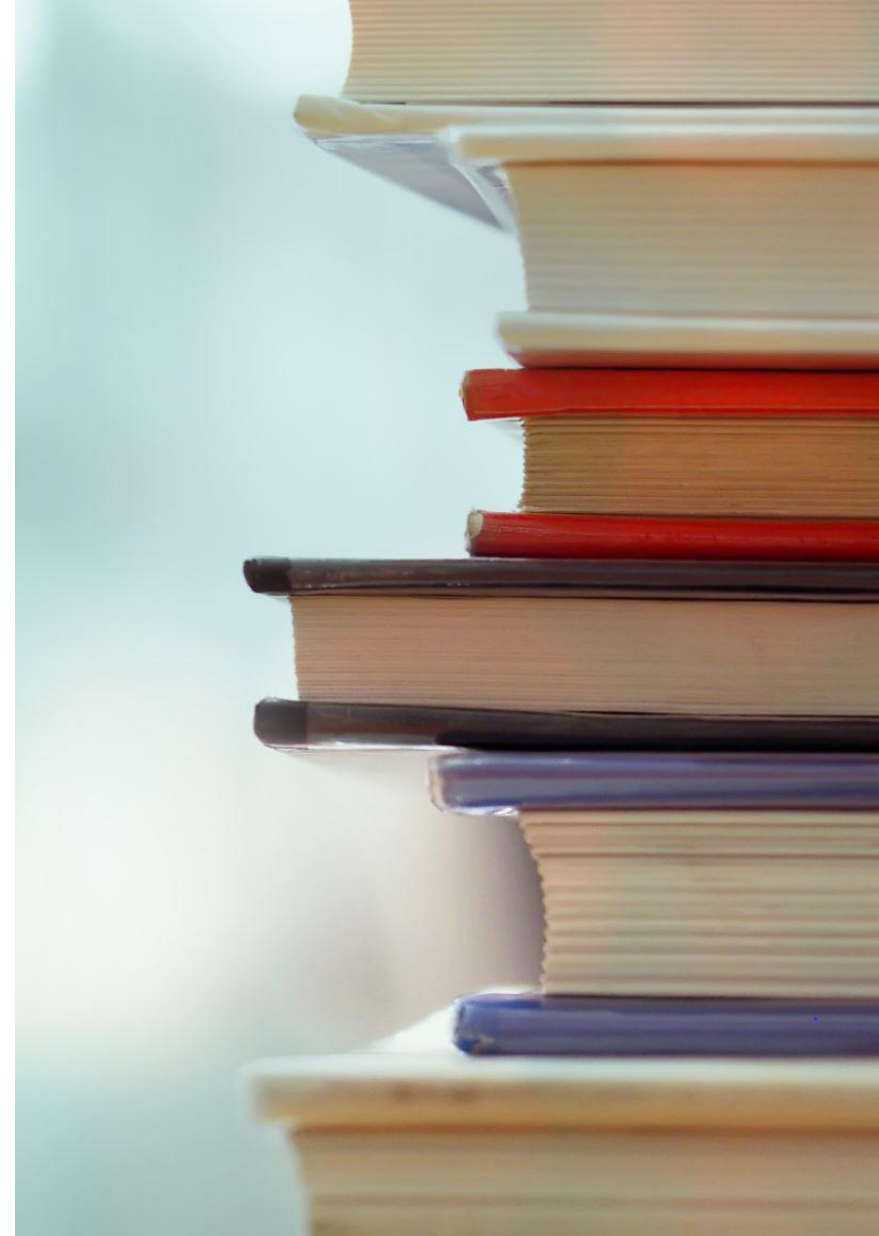
Viestinnässä on samanaikaisesti kyse sanomien välittämisestä, merkitysten tuottamisesta ja yhteisen ymmärryksen rakentamisesta.

Vuorovaikutuksella on kaksi viestinnän tasoa;

sanallinen viestintä (verbaalisuus) ja sanaton viestintä (nonverbaalisuus).

Sanallinen viestintä koostuu puhutusta tai kirjoitetusta kielestä.

Sanattomalla viestinnällä tarkoitetaan kehon kieltä, eleitä, ilmeitä ja katsetta.



Euroopan unionin  
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

# Viestintä: Logoista ja tiedotuskyltti 1/1

- EU-lippulogo Euroopan unionin osarahoittama
- Toteuttaja voi käyttää omaa logoaan, myös hankkeelle voi luoda oman ilmeen
- Rahoittajan logoa voi käyttää
- Muut logot saavat olla kooltaan korkeintaan EU-lippulogon kokoisia
- Lyhyt kuvaus hankkeesta ja EU-lippulogo organisaation/hankkeen verkkosivuilla sekä sosiaalisen median kanavilla
- Toteuttajan on asetettava **pysyvä tiedotuskyltti jos ESR+ tai JTF hankkeen kokonaiskustannukset ovat yli 100 000 €** (tämä tarkentuu vielä)
- Kokonaisrahoitukseltaan alle 100 000 € ESR+ ja JTF hankkeet tekevät A3-kokoisen julisteen tai vastaavan elektronisen näytön, jossa annetaan tietoa hankkeesta ja korostetaan rahastojen tukea. Juliste/ elektroninen näyttö sijoitetaan paikalle, jossa se on selvästi yleisön nähtävissä.



# Viestintä: Logoista ja tiedotuskyltti 2/2

- Viestintävelvoitteiden laiminlyöminen tai rikkominen johtaa hankkeelle maksettavan tuen vähentämiseen tai maksettu tuki määrätään osin perittäväksi takaisin Yleisasetus 47 ja 50 artikla. Seuraamuksista säädetään rahoituslain 42 §:ssä.
- Sanktiouhka 3% hankkeelle maksettavan tuen määrästä
- Hankkeen verkkosivut tulee olla hankkeen päättymisen jälkeen todennettavissa ( arkistointi, tulostus, pdf-muodossa, näyttökuvat)



# Viestintä

- Aloita viestintä heti, jotta tavoitetaan kohderyhmä,

- *Viestintäsuunnitelmasta selviää miksi, kenelle, miten ja koska kerrotaan*

*Älä unohda talon omaa väkeä: sitouta jo suunnitteluvaiheessa ja kerro mitä hankkeessa tapahtuu*

Kohderyhmän oltava mukana  
sovi henkilökohtaisia tapaamisia hankkeen alkuun

Muista kysyä yhteistyökumppaneilta, millaisia tarpeita heillä on



# Viestintä

- Vaatii aikaa, ehkä ostopalveluita, ammattimaisuus lisää vaikuttavuutta
- Kerro hankkeen teemasta ja tekemisistä, myös epäonnistumisista sillä niistä voi oppia parhaiten.
- Viestintäsuunnitelman toteutumista kannattaa seurata esim ohjausryhmässä ja tarvittaessa päivittää sitä
- Tunnista kohderyhmät ja oikeat viestintäkanavat ja seuraa niissä näkyvyyttä
  - Videot ja podcastit
  - Sarjakuvat ja animaatiot
  - Pelillistämisen keinot
  - Vloggarit ja tubettajat



# Viestintä

- pk-yritykset tavoitetaan edelleen parhaiten henkilökohtaisesti kontaktoimalla, nuoret some-kanavien kautta, strategiset kumppanit esim. uutiskirjeellä ?
- Kaikki hanketyöntekijät mukana tekemisessä esim somevastuuviikot
- Hanketyöntekijöiden tukena toteuttajaorganisaation viestintäasiantuntijat
- Säännöllisyys; some vaatii jatkuvaa ”mielenkiintoista” sisältöä,
- Käytä aihetunnisteita somessa
- Muista muutkin kuin hankkeen pääkohderyhmä; esim sidosryhmät
- Yltäkylläisesti viestintäkanavia ja uutistulvaa -> jotta viestinsä saa läpi, täytyy tosissaan kiinnittää huomiota siihen, kenelle kulloinkin viestii ja mikä on viestin ydin (ei ”vähän kaikkea kaikille yleisesti”).



# Tulosviestintä: Tarinallistaminen

- Tarinallistamisen idea on viestiä tunteisiin vetoamalla, innostamalla ja tuomalla viestintään elämyksellisyyttä.
- Tarinallistaminen eli tarinalähtöinen strateginen muotoilu
- Hanke ja tarina rakentuvat samalla tavalla: on alku, loppu ja tapahtuman kaari, joka kuvaa jonkinlaisen muutosprosessin. Tarinalla luodaan hankkeelle punainen lanka, pitää sanallistaa, tiivistää ja yksinkertaistaa. Jos ja kun kokonaisuus on laaja, pienempiä ilmiöitä ja osioita voi purkaa tarinan muotoon.
- Viestiminen kokemusasiantuntijoiden tarinoiden kautta on tehokasta ja kiinnostavaa (yleensä pidetään kiinnostavampana kuulla ihmisistä kuin abstrakteista asioista). Kannattaa ottaa asiakkaat ja kohderyhmää viestinnän tuottamiseen mukaan.
- Vaikuttavuustarinat; mitä tapahtui hankkeen jälkeen?





# Viesti täsmällisesti

<https://www.facebook.com/kiinnityoelamaan/>

<https://twitter.com/KiinniEsr>

<https://oppimateriaalit.jamk.fi/kotopaikka/>

<https://projektit.seamk.fi/event/sparrausklinikka-1-3-vuotiaille-yrityksille-markkinointi/>

Kun kerrot hankkeesta, käytä oikeita toimivia nettiosoitteita

Muista logot



Euroopan unionin  
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

# Viestintä

- #rakennerahastot
- #UudistuvaJaOsaavaSuomi
- #ESRplus
- #TuloksiaLänneestä
- #JTF
  
- <https://rakennerahastot.fi/etusivu>
- <https://rakennerahastot.fi/lansi-suomi/toimintaa-ja-tuloksia>
- [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/home\\_fi](https://ec.europa.eu/regional_policy/home_fi)
- [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/policy/communication/support\\_kit\\_visibility\\_2127\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/policy/communication/support_kit_visibility_2127_en.pdf)
- [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/information-sources/logo-download-center\\_en?etrans=fi](https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en?etrans=fi)



# Kiitos!



Euroopan unionin  
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus