

NEWSLETTER

APRIL/ HUHTIKUU 2018



I Samma Båt Samassa Veneessä

I samma båt - samassa veneessä fungerar som Leader-aktionsgrupp i Åbo skärgård. Via oss kan man söka projektstöd och företagsstöd. De finansierade åtgärderna skall bidra till att hålla skärgården levande och bebodd. Föreningen fungerar även som huvudman för Skärgårdshavets fiskerigrupp.



I samma båt - samassa veneessä toimii Turun saariston Leader-toimintaryhmänä. Meidän kauttamme voi hakea hanke- ja yritystukia. Rahoitettavien toimenpiteiden tulee edistää saariston elävänä ja asuttuna pysymistä. Yhdistys hallinnoi myös Saaristomeren kalatalouden toimintaryhmää.



Leader-kollegier på besök hos Turun Sanomat
Leader-kollegat vierailulla Turun Sanomissa

Bild/ Kuva: Anssi Ketonen @haloomaaseutu

Nyhetsbrev till medlemmar från Leader-aktionsgruppen i Åbo skärgård Uutiskirje jäsenille Turun saariston Leader-toimintaryhmästä

INNEHÅLL

SISÄLTÖ

FRÅN VERKSAMHETSLEDAREN	SID. 2	TOIMINNANJOHTAJALTA	SIVU. 2
AKTUELLA NYHETER	SID. 3	AJANKOHTAISTA	SIVU. 3
PROJEKTEXEMPEL	SID. 4	HANKE-ESIMERKKI	SIVU. 4

Yhteystiedot - Kontaktuppgifter

I samma båt-samassa veneessä r.f. Fredrikplan 1, 21600 Pargas

Kontorstid / Aukioloajat 9 -16

www.sameboat.fi

Emil Oljemark 0400 718 913, [emil.oljemark\(at\)sameboat.fi](mailto:emil.oljemark@sameboat.fi)

Hanna Hermansson 0400 260 411, [hanna.hermansson\(at\)sameboat.fi](mailto:hanna.hermansson@sameboat.fi)

Maria Saarinen 0400 260 094, [maria.saarinen\(at\)sameboat.fi](mailto:maria.saarinen@sameboat.fi)



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



I samma båt
samassa veneessä



FRÅN VERKSAMHETSLEDAREN

Uppfattningar om projekt – en tävlan om synlighet? Efter ett besök med kollegerna till *Turun Sanomats* redaktion blev jag och fundera på projektens synlighet. Spontant blir man och tänka på fräscha sätt att lyfta fram olika projekt som har fått finansiering. "Vi borde bli bättre på synlighet och kommunikation", lyder en fras som nästan alla organisationer upprepar efter diverse undersökningar och utredningar. Synlighet som en egen målsättning i all ära, men mer och mer handlar dagens hektiska medievärld om att skapa intressant innehåll som presenteras på ett lockande sätt.

Att ständigt pressa fram inlägg på sociala medier och sprida den ena suddiga mobilbilden efter den andra är passé. För vi vill ha ett intressant innehåll varvat med en lockande berättelse, som gör att text, bild och film fungerar som en helhet.

Det personliga lockar folk att hänga på sociala medier och man måste sätta sig själv på spel. De professionella mediehusen, såväl lokala som nationella, publicerar nyheter med konkreta resultat och anknytningar till vardagen.

Men, hur ska då ett projekt med mer allmänna målsättningar klara sig i en dylik tävlan om synlighet? Samma gäller för oss i Leadergruppen, som då ska sporra fram till goda projekt och konkretin hägrar långt borta i horisonten. Är det ansiktsbilder på Facebooksidan och nyrenoverade byahus med talkogänget i högsta hugg som gäller? Har vi då lyckats med att sprida projektens och EU-finansieringens glada budskap? Svaret är ett villkorligt ja. Vi ska givetvis kunna bjuda på ett innehåll som lockar läsare, för det visar att det finns ett lokalt intresse för ett projekt. Då kan man dra likhetstecken mellan synlighet och att projektet lyckats. Men, vi ska inte leva i en illusion om att utan eftertanke duplicera samma trick om och om genom hela projektet, då inlägget eller bilden en gång fått ordentlig genomslagskraft. Vi ska inte heller bli genast nedslagna om en mer allmänt skriven informativ text om kommande planeringsmöten inte får samma synlighet som förra inlägget med den glada talkojobbaren.

Jag tror att allt handlar om att vinkla in saker på ett intressant sätt. Varför har talkojobbaren satt 100 timmar av sin lediga tid till att bygga ett hus? Hur kom man på idén om en ljusfestival till skärgården mitt i november? Och vilket arbetsmoment var det som egentligen kostade pengar i ett projekt? Berättelsen är den gemensamma nämnaren. Och alla projekt har en berättelse utöver den där ena ansiktsbilden på Facebook som fick mest "tummar upp". Så våga pröva på och kommunicera till din omgivning.

En aktiv fortsättning på våren och en skön sommar,

Emil

TOIMINNANJOHTAJALTA

Luodaanko mielikuva hankkeesta sen mukaan, miten se näkyy julkisuudessa? Jäin ajattelemaan hankkeiden näkyvyyttä, kun olimme vierailleet kollegoiden kanssa *Turun Sanomien* toimituksessa. Spontaanisti ajatukseni kohdentui siihen, miten voisi keksiä uusia, tuoreita tapoja nostaa esiin rahoituksen saaneita hankkeita. "Meidän pitäisi parantaa toiminnan näkyvyyttä ja viestintää", on se vakiolause, jota lähes kaikki järjestöt toistavat luettuaan erinäisten arviointien ja selvitysten tuloksia. Näkyvyys voi olla tavoite itsessään, myönnettäköön, mutta tämän päivän hektinen maailmapiiri vaatii houkuttavasti esille tuotua ja kiinnostavaa sisältöä.

Jatkuva tiedonsuoltaminen sosiaalisiin medioihin ja epäselvien kännykkäkuviin toistuva julkaiseminen on jo aikansa elänyttä toimintaa. Haluamme koukuttavalla tarinalla höystettyä mielenkiintoista sisältöä, jossa teksti, kuva ja video toimivat kokonaisuutena.

Henkilökohtainen lähestymistapa saa ihmiset seuraamaan sosiaalisia medioita, ja näissä kanavissa on laitettava itsensä likoon. Media-alan ammattilaiset toimijat, niin paikalliset kuin myös valtakunnalliset, julkaisevat uutisia jokaisen arkeen vaikuttavista käytännön tapahtumista ja tuloksista.

Miten hanke, jonka tavoitteet ovat yleisellä tasolla, voi pärjätä tässä näkyvyyden kilpailussa? Tämä kysymys koskee yksittäisen hankkeen lisäksi myös Leader-ryhmää, jonka tehtävänä on aktivoita hyviä hankkeita ja käytännön tulokset ovat vielä jossain kaukana horisontissa. Vastaamme tähän omilla kasvoillamme ja talkooporukan yhteiskuvilla korjatun kylätalon edustalta? Olemme siten onnistuneet jakamaan hankkeiden ja EU-rahoituksen iloista sanomaa? Vastaus on kyllä, mutta tietyin ehdoin. Meidän on tietenkin tarjottava sisältöä, joka kiinnostaa lukijoita, sillä se tarkoittaa, että hankkeelle on paikallisella tasolla kiinnostusta. Silloin voi sanoa, että onnistunut hanke tarkoittaa samaa kuin hanke, joka on saanut näkyvyyttä. Mutta emme saa elää siinä illuusiassa, että saman tempun jatkuva toistaminen toimii koko hankkeen läpi vain siksi, että se yksi kuva tai julkaisu kerran sai näkyvyyttä. Emme saa myöskään lannistua heti, jos se yleisesti kirjoitettu tiedote suunnittelukokouksesta ei saa samaa julkisuutta kuin se viime viikon kuva iloisista talkoolaisista.

Itse uskon, että kaikessa on kyse asioiden oikeasta kohdentamisesta ja mielenkiintoisen näkökulman valinnasta. Miksi talkoolainen on käyttänyt 100 tuntia vapaa-ajastaan talon rakentamiseen? Miten keksittiin järjestää valofestivaali saaristoon keskellä marraskuuta? Ja mikä olikaan se työmomentti tässä hankkeessa, joka kustansi kaikkein eniten? Tarina on se yhdistävä tekijä. Ja kaikilla hankkeilla on enemmänkin kerrottavaa kuin se yksi naamakuva, joka sai eniten "tykkäyksiä" Facebookissa. Joten olkaa uskaliaita ja viestikää alueellanne.

Aktiivista kevään jatkoa ja hyvää kesää,

Emil

Följ oss på Twitter, Facebook och Instagram

Seuraa meitä Twitterissä, Facebookissa ja

Instagramissa

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

<https://twitter.com/SameboatLAG>

Insta: sameboatlag #leaderisammabåt



twitter

Emil Oljemark

verksamhetsledare - toiminnanjohtaja

I samma båt - samassa veneessä r.f.



AKTUELLA NYHETER

Vart ska en ansökan riktas, till Leader eller till ELY-centralen?

Vi utgår från att de projekt som behandlas hos oss har en lokal förankring och förverkligas lokalt. I den bedömning som görs om ett projekt får finansiering, grundar styrelsen sitt beslut på valkriterierna i strategin, våra finansieringsprinciper och den tillgängliga finansieringsramen. Finansieringsprinciperna och valkriterierna är tillgängliga på våra webbsidor. Då finansieringsramen kan variera år till år, försöker vi hitta en lämplig balans enligt efterfrågan på projekt och tillgänglig finansiering. Det betyder att ibland hänvisar vi sökande till ELY-centralen i Åbo. Här följer de riktlinjer vi generellt tillämpar:

Större företagsstöd kan gärna vända sig direkt till ELY-centralen, då vår egen finansieringskvot är för liten för att finansiera dessa. Med större företagsstöd menas sådana företagsstöd som har budgeter på över 200 000 € eller en offentlig finansiering på över 60 000 €. Men, man kan gärna vara i kontakt med oss på Leader-gruppen, så ser vi vilken finansieringskanal som passar bäst. Vi försöker i ett tidigt skede ge besked om vilken finansiering ansökan riktas till.

När det gäller projektstöd, så utgår vi från att större lokala projektstöd med offentligt stöd över 180 000 € alltid söks via ELY-centralen. Även mindre projektstöd kan riktas direkt till ELY-centralen, om man ser att projektets profil är mer regional än lokal. Detta blir aktuellt i projekt som jobbar med större områden än vårt eget verksamhetsområde, dvs. Gustavs, Kimitoön och Pargas.

Var syns vi under våren, kommande tillfällen

— **Evenemanget LINC-2018 äger rum den 12-14.6.** Vi kommer att ta en busslast internationella gäster ut till Iniö och evenemangets aktivitetsdag ordnas på fortön Katapult i Gustavs. Följ med lokaltidningar och våra kanaler för sociala medier om mer information. Genom LINC skapar vi kontakter till Leader-aktörer i hela Europa.

— **Avdelningen på jordbruksmässan OKRA 4-7.7. är en satsning för vårt kommunikationsprojekt, Haloo maaseutu.** I samma båt är med på evenemanget tillsammans med de andra Leader-grupperna i regionen.

AJANKOHTAISTA

Minne hakemus jätetään sisään, Leaderiin vai ELY-keskukseen

Lähtökohtamme on, että hankkeet jotka käsitellään meillä ovat paikallislähtöisiä ja toteutetaan paikallisesti. Hallituksen rahoituspäätökset perustuvat strategian valintakriteereihin, rahoitusperiaatteisiimme ja käytettävissä olevaan rahoituskehykseen. Rahoitusperiaatteet ja valintakriteerit ovat luettavissa nettisivuillamme. Koska rahoituskehys vaihtelee vuositasaalla, yritämme löytää sopivan tasapainon hankkeiden kysynnän ja käytettävissä olevan rahoituksen välillä. Tämä tarkoittaa, että ohjaamme ajoittain hakijoita ELY-keskukseen Turkuun. Alta löytyvät yleiset ohjeet minkä mukaan mennään:

Suuremmat yritystuet voivat suoraan kääntyä ELY-keskukseen, sillä oma rahoituskiintiömme on tältä osin liian pieni. Suuremmilla yritystuilla tarkoitetaan yritystukia joiden kustannusarvio on yli 200 000 € tai, että julkisen tuen osuus on yli 60 000 €. Mutta, saa mielellään olla yhteydessä meihin Leader-ryhmässä, niin katsotaan yhdessä jo alussa mikä rahoituskanava ja minkä rahoittajan hakumenettely sopii parhaiten kyseessä olevaan toimintaan.

Hanketuissa lähtökohtamme on, että hakemukset joissa julkisen tuen osuus on yli 180 000 € haetaan aina ELY-keskuksesta. Myös pienemmät hanketuet ohjataan ELY-keskukseen, jos nähdään, että hanke on luonteeltaan enemmän alueellinen kuin paikallinen. Tämä aktualisoituu hankkeissa, joiden toiminta-alue on suurempi kuin Kustavi, Kemiönsaari ja Parainen.

Missä käymme keväällä, tulevat tapahtumat

— **LINC-2018 tapahtuma järjestetään 12-14.6.** Viemme bussiin mahtuvan ryhmän kansainvälisiä vieraita Iniöön ja tapahtuman aktiviteettipäivä järjestetään Katapultin linnakesaarella Kustavissa. Seuratkaa paikallismedioita ja sosiaalisen median kanavia tapahtuman aikana. LINC:in kautta luodaan yhteyksiä Leader-toimijoihin ympäri Euroopan.

— **OKRA-maatalousnäyttelyn 4-7.7. osasto on viestintähankkeemme, Haloo maaseutu, suurpanostus.** I samma båt on tapahtumassa mukana muiden alueen Leader-ryhmien kanssa.

Värmöte - kevätkokous
23.04.2018

Värmötet äger rum i Kimito, Villa Lande.
Kaffeservering och företagspresentationer innan
mötet. Kallelsen och möteshandlingarna på webben

Kevätkokous pidetään Kemiössä, Villa
Landessa. Kahvitarjoilu ja yrittäjäesitelmät ennen
kokousta. Kutsu ja kokousasiakirjat netissä

I samma båt - samassa veneessä

www.sameboat.fi

LEADER
I samma båt
samassa veneessä

PROJEKTEXEMPEL

Fiskebodarna i Skärgårdshavet satte fisken på kartan

Målet för L-S Kalatalouskeskus projekt "Saaristomeren kala-aitat" var att öka synligheten för tjänsterna i fiskbranschen på Skärgårdshavet och göra dem mer kända, det vill säga kort och kärnfullt sätta fisken på kartan.

– I Skärgårdshavet finns det allt från försäljningsställen som säljer lokal fisk, fiskeguider, försäljning av fisketillbehör och platser för specialfiske, men det gick inte att hitta information om deras placering eller kontaktpuppgifter till dem någonstans, säger fiskerådgivare **Anu Niinikorpi**, som driver projektet. Företagets kunder har huvudsakligen bestått av lokalinvärnare, men man visste att även sporadiska sommargäster och turister på exempelvis Skärgårdens Ringväg gärna skulle köpa närfiskad eller närödlad fisk och använda de lokala tjänsterna.

Det fanns ett behov av tjänsterna

Företagare och företag inom fiskerinäringen erbjöds möjligheten att lägga upp sina uppgifter på nätverkets webbplats, där kunderna kunde hitta information om fiskeföretagarna och annan information om tjänsterna i skärgården på en och samma plats. Kontakten med företagen skedde via telefon.

– De förhöll sig huvudsakligen mycket vänligt och intresserat till det hela: en enkel och kostnadsfri möjlighet att få större synlighet togs emot med öppna armar, konstaterar **Niinikorpi**. Den insamlade informationen skickades vidare till Finserve Oy, som även upprätt håller och producerar andra turistrelaterade webbsidor och en nättidning. I tjänsten som Finserve öppnat <http://www.finlandarchipelago.com/> fanns det i slutet av projektet 48 fiskförsäljare och fiskare, 5 försäljare av fisketillbehör, 16 fiskeguider och 4 platser för specialfiske. Webbsidorna finns på finska, svenska och engelska.

Viktigt med information

Man informerade företagen om öppnandet av webbsidorna Finland Archipelago och Facebook-sidorna, så att de skulle kunna dela information om tjänsten även via sina kanaler på sociala medier. Facebook-sidans synlighet ökades genom att man köpte reklamtid till den första publiceringen. Tack vare det såg över 1 700 personer publiceringen. Kommunerna och dagstidningarna i regionen fick egna meddelanden. Projektet har även presenterats på L-S Kalatalouskeskus webbplats sedan augusti och har marknadsförts på föreningens Facebook-sida och delats på Twitter.

Smidig projektfinansiering och ansökan om utbetalning

Niinikorpi upplevde ansökan om finansiering som relativt enkel.

– Det här projektet var min första kontakt med Hyrrä och EHFF-projekt, så det var mycket att lära sig, men Hyrrä gav vägledning till nya användare och dessutom svarade fiskeriaktivatorn alltid snabbt på de många frågor jag ställde. En gång tvingades vi komplettera ansökan på grund av bristfälliga bilagor.

Utbetalningsprocessen krävde att man satte sig in i organiseringen av bokföringen, men enligt **Niinikorpi** verkade den i övrigt helt rimlig och kraven på exempelvis bilagor är vettiga och praktiska.

– Det är en stor lättnad när det gäller utbetalningsansökan att ett standardbelopp är reserverat för allmänna kostnader och att man inte behöver göra en beräkning av varje samtal, kontorsmaterial eller del av kostnaderna för arbetslokal.

Projektet realiserade tyngdpunkten "Höjning av fiskresursernas utnyttjande- och förädlingsgrad" i Skärgårdshavets fiskeristrategi och beviljades 6 100 euro i stöd från finansieringsramen för Skärgårdshavets fiskeaktionsgrupp.

Koko juttu on luettavaissa Meri- ja kalatalousverkoston sivuilla. <https://merijakalatalous.fi/saaristomeren-kala-aitat-toi-kalan-kartalle/>

Hela artikeln finns att läsa på Havs- och fiskerinätverkets sidor <https://merijakalatalous.fi/sv/fiskebodarna-i-skargardshavet-satte-fisken-pa-kartan/>

HANKE-ESIMERKKI

Saaristomeren kala-aitat toi kalan kartalle

L-S Kalatalouskeskuksen "Saaristomeren kala-aitat" -hankkeen tavoitteena oli parantaa Saaristomerellä tarjottavien kala-alan palveluiden näkyvyyttä ja tunnettavuutta eli lyhyesti ja ytimekkäästi laittaa kala kartalle.

– Saaristomereltä löytyy paikallisen kalan myyntipaikkoja, kalastusoppaita, kalastustarvikemyyntiä ja erityiskalastuskohteita, mutta niiden sijainti- ja yhteystietoja ei ole ollut löydettävissä mistään, kertoo hankkeen vetäjä, kalatalousneuvoja **Anu Niinikorpi**. Yritysten asiakaskunta on koostunut pääasiassa paikallisista asukkaista, mutta tiedossa oli, että satunnaisestikin kesäasukkaat ja matkailijat esimerkiksi Saariston rengastiellä ostaisivat mielellään lähellä kalastettua tai kasvatettua kalaa ja hyödyntäisivät paikallisia palveluja.

Palvelulle oli tarvetta

Kala-alan yrittäjille ja yrityksille tarjottiin mahdollisuutta saada tietonsa verkkosivustolle, josta asiakkaat löytäisivät keskitetyt kala-alan liittyvien yritysten tiedot sekä muuta saariston palveluihin liittyvää tietoa. Yhteydenotot yrityksiin tapahtuivat puhelimitse.

– Suhtautuminen oli pääasiassa hyvin ystävällistä ja kiinnostunutta; yrittäjälle vaivaton ja maksuton mahdollisuus saada lisää näkyvyyttä otettiin avosylin vastaan, **Niinikorpi** toteaa. Kerätyt tiedot toimitettiin Finserve Oy:lle, joka ylläpitää ja tuottaa muitakin matkailuaiheisia Internet-sivustoja sekä nettilehtiä. Finnservern avaamassa palvelussa <http://www.finlandarchipelago.com/> oli hankkeen päättyessä kartalla 48 kalanmyyjää ja kalastajaa, 5 kalastustarvikemyyjää, 16 kalastusopasta ja 4 erityiskalastuskohdetta. Sivut ovat suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi.

Tiedottaminen tärkeässä roolissa

Finland Archipelago verkkosivujen ja Facebook-sivujen avautumisesta tiedotettiin yrityksiä, jotta ne voisivat jakaa tietoa palvelusta myös omilla sosiaalisen median kanavillaan. Facebook-sivun näkyvyyttä lisättiin ostamalla ensimmäiselle julkaisulle mainosaikeita, jonka ansiosta yli 1 700 ihmistä näki julkaisun. Alueen kunnat ja sanomalehdet saivat omat tiedotteet. Hanke on ollut esillä myös L-S Kalatalouskeskuksen kotisivuilla elokuusta lähtien, ja sitä on markkinoitu yhdistyksen Facebook-sivulla sekä jaettu Twitterissä.

Hankerahoituksen ja maksatuksen haku sujuvaa

Rahoituksen haun **Niinikorpi** koki kohtuullisen helpoksi.

– Tämä hanke oli ensimmäinen kosketukseni Hyrrään ja EMKR-hankkeisiin, joten opeteltavaa riitti, mutta Hyrrä ohjasi uutta käyttäjää, ja lisäksi kalatalousaktivaattori vastasi lukuisiin esitettyihin kysymyksiin aina nopeasti. Jouduimme yhden kerran täydentämään hakemusta puutteellisten liitteiden vuoksi.

Maksatusprosessi vaati perehtymistä kirjanpidon järjestämisen osalta, mutta vaikutti **Niinikorven** mukaan muuten aivan kohtuulliselta ja vaatimukset esimerkiksi liitteiden suhteen ovat järkeenkäyviä ja käytännöllisiä.

– On suuri helpotus maksatushakemuksen laatimisen kannalta, että yleiskuluihin on varattu kiinteämääräinen rahoitus, eikä joka puhelusta, toimistotarvikkeesta tai osuudesta työtilakuluihin tarvitse olla laskelmaa.

Hanke toteutti Saaristomeren kalatalousstrategian painopistettä "Kalavarojen hyödyntämis- ja jalostusasteen nosto", ja sille myönnettiin 6 100 euron tuki Saaristomeren kalatalouden toimintaryhmän rahoituskehiksestä.

Maria Saarinen

fiskeriaktivator / Skärgårdshavets fiskeriaktionsgrupp
kalatalousaktivaattori / Saaristomeren kalatalousryhmä

