



PÕLLUMAJANDUSMINISTER

KÄSKKIRI

Tallinn

23 .oktoober 2009 nr 155

Põllumajandusministri 03. septembri 2009. a käskkirja nr 125 "2009. aastal "Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskava" meetme 3.4 "Uute turgude arendamine ja reklaamikampaaniad" raames antava toetuse kasutamise kava kehtestamine" muutmise

Käskkiri kehtestatakse "Kalandusturu korraldamise seaduse" § 19⁴ lõike 1 ja põllumajandusministri 10. veebruari 2009. a määruse nr 17 "2009. aastal "Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskava" alusel antavad Euroopa Kalandusfondi meetmed ja tegevuste liigid" alusel ning kooskõlas nõukogu määruse (EÜ) nr 1198/2006 Euroopa Kalandusfondi kohta (ELT L 223, 15.08.2006, lk 1–44) artikli 17 lõike 6 alusel heaks kiidetud "Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskavaga ja põllumajandusministri 22. veebruari 2008. a määruse nr 14 "Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskava" meetme 3.4 "Uute turgude arendamine ja reklaamikampaaniad" raames toetuse andmise ja kasutamise tingimused ja kord" § 3 lõikega 1.

Kehtestan põllumajandusministri 03. septembri 2009. a käskkirja nr 125 "2009. aastal "Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskava" meetme 3.4 "Uute turgude arendamine ja reklaamikampaaniad" raames antava toetuse kasutamise kava kehtestamine" lisa uues sõnastuses (lisatud).

Saata: Põllumajanduse Registrate ja Informatsiooni Amet, kalamajandusosakond, finantsosakond, õigusosakond.

Helir-Valdor Seeder

09 06326

Reg nr 70000734

Põllumajandusministri 03. septembri 2009. a käskkirja nr 125 "2009. aastal "Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskava" meetme 3.4 "Uute turgude arendamine ja reklaamikampaaniad" raames antava toetuse kasutamise kava kehtestamine" lisa (põllumajandusministri 03.11.2009. a käskkirja nr 125 sõnastuses)

**"Euroopa Kalandusfondi 2007–2013 rakenduskava" meetme 3.4
"UUTE TURGUDE ARENDAMINE JA REKLAMIKAMPAANIAD"
RAAMES ANTAVA TOETUSE KASUTAMISE KAVA**

1. Messil ja näitusel osalemine

Nr	Projekti nimetus	Projekti maksimaalne maksumus kroonides	Projekti sisu	Projekti elluviimise tingimused
1.1	Prodexpo 2010, Moskva, Venemaa	1 250 000	Rahvusstendi esindamine ja organiseerimine eesmärgiga suurendada kalandusettevõtjate ekspordi jätkusuutlikust ja maandada ekspordigeograafia riske	Projekti elluviija teavitab avalikult kalandusettevõtjaid messil osalemise võimalusest ja tagab vähemalt nelja ettevõtja osalemise messil
1.2	International Seafood Show 2010, Boston, USA	1 250 000	Rahvusstendi esindamine ja organiseerimine eesmärgiga suurendada kalandusettevõtjate ekspordi jätkusuutlikust ja maandada ekspordigeograafia riske	Projekti elluviija teavitab avalikult kalandusettevõtjaid messil osalemise võimalusest ja tagab vähemalt nelja ettevõtja osalemise messil
1.3	European Seafood Exposition 2010, Brüssel, Belgia	2 000 000	Rahvusstendi esindamine ja organiseerimine eesmärgiga suurendada kalandusettevõtjate ekspordi jätkusuutlikust ja maandada ekspordigeograafia riske	Projekti elluviija teavitab avalikult kalandusettevõtjaid messil osalemise võimalusest ja tagab vähemalt nelja ettevõtja osalemise messil

2. Tarbija- ja turu-uuringu korraldamine

Nr	Projekti nimetus	Projekti maksimaalne maksumus kroonides	Projekti sisu	Projekti elluviimise tingimused
2.1	Kalandustoodete tarbimise suurendamise võimaluste uuring	1 500 000	<p>Uuring keskendub küsimusele, milliste tegevuste kaudu on võimalik kaasa aidata kalandustoodete tarbimise suurendamisele Eestis, sealhulgas käsitab uuring küsimusi, kuidas saavutada kalandustoodete tarbimise võimalikult efektiivne suurenemine optimaalsete vahenditega; kuidas saaks kalandustoodete tarbimise suurenemisele kaasa aidata nii riik kui ka tootjad ja töötajad; kuidas kujundada kalandustoodete positiivset kuvandit ning mõjutada Eesti tarbijat tarbima rohkem kalandustooteid, suurendada tarbija teadlikkust ning oskusi kala toiduks valmistada. Uuring kirjeldab ka seda, kuidas toetavad üksteist tegevused, millega peaks saavutama eeltoodud eesmärgid. Uuring kirjeldab selgelt järgmist:</p> <ul style="list-style-type: none"> meetodid ja tegevused uuringu aluste ning tarbijate teadlikkuse selgitamiseks kalast ja kalatoitudest, nende tarbimise ja mittetarbimise põhjustest, hoiakutest kala ja kalatoitude suhtes, tarbimisharjumustest, väärtustest ja muudest olulistest uuringu eesmärkidega seotud aspektidest, sealhulgas 	<p>Uuringu korraldaja kaasab uuringu läbiviimisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> vähemalt ühe turunduse alal tegutseva ettevõtja, kelle poolt moodustatud ja antud projektiga tegelevasse meeskonda kuulub vähemalt üks tarbijapsühholoogia haridust vähemalt magistritasemel omav spetsialist ning vähemalt üks strateegilise turundusega seotud haridust vähemalt magistritasemel omav spetsialist; vähemalt ühe turu-uuringute alal tegutseva ettevõtja, kelle poolt moodustatud ja antud projektiga tegelevasse meeskonda kuulub vähemalt üks turundus- või tarbijapsühholoogia valdkonna haridust vähemalt magistritasemel omav spetsialist. <p>Uuringu korraldaja valib uuringu metoodika lähtudes uuringu sihtgrupist ja teemast ning kooskõlastab metoodika Põllumajandusministeeriumiga.</p> <p>Uuringu tulemusi tutvustatakse avalikult vähemalt ühel konverentsil ja ühel</p>

		<p>efektiivsematest mõjutusvõimalustest ning eel- ja järeluringute ning monitooringu meetoditest kampaania eel, jooksul ja lõpus;</p> <ul style="list-style-type: none"> • riigi võimalikud tegevused kalandustoodete tarbimise suurendamiseks, teadlikkuse tõstmiseks nendest, hoiakute kujundamiseks ning tarbimisstruktuuri parandamiseks erinevate sihtrühmade seas; • kalandustoodete tootjate ja -töötlejate võimalikud tegevused suurendamaks kala ja kalandustoodete kvaliteeti, kättesaadavust, tarbimist ning nendest teadlikkust erinevate sihtrühmade seas; • jae- ja hulgi kaubandusega (sh <i>HoReCa</i>) tegelevate ettevõtjate võimalikud tegevused suurendamaks kala ja kalandustoodete tarbimist ning nendest teadlikkust erinevate sihtrühmade seas; • kalandustoodete pakkumisvormid sihtrühmiti: kuidas, mida ja kellele; • kava kalandustoodete positiivse maine kujundamiseks ning nende tarbimisvalmiduse loomiseks; • võimalused tarbija teadlikkuse suurendamiseks kala ja kalatoitude toiteväärtuse, tervislikkuse, eripärade, hooajalisuse, jm oluliste aspektide osas; • võimalused tarbija oskuste suurendamiseks kala toiduks valmistada; • võimalused toiduainete tarbimis- 	<p>seminaril, kuhu on kaasatud erinevate sihtgruppide esindajad</p>
--	--	---	---

		<p>struktuuri muutmiseks eesmärgiga integreerida kala ja kalatoidud tarbijate igapäevasesse toiduratsiooni selle mitmekesisitajana ja balanseeriva toiduainete klassina;</p> <ul style="list-style-type: none">• uuringu tulemuste võimaliku rakendamise tulemuslikkuse hindamise mõõdikud ja meetodid. <p>Uuringu sihtgrupi moodustavad riigi- ja KOV ametnikud (sh haridusasutuste esindajad), kalandustoodete tootjad ja töötajad; jae- ja hulgikaubandusega (sh <i>HoReCa</i>) tegelevad ettevõtjad; reklaami ja meediaga seotud ettevõtjad ning tarbijad.</p>	
--	--	--	--

Ants Noot
Kantsler

