



PÕLLUMAJANDUS-  
MINISTEERIUM



Maaelu Arengu Euroopa  
Põllumajandusfond:  
Euroopa investeeringud  
maapiirkondadesse

# Eesti maaelu arengukava 2014-2020 kommunikatsioonistrateegia

*Kinnitatud MAK 2014-2020 seirekomisjoni istungil 12.05.2015*

## Sisukord

Kasutatavad lühendid ja mõisted .....	3
Sissejuhatus .....	4
1 Lähtepositsioon .....	6
1.1 Sisekeskkonna analüüs .....	6
1.2 Väliskeskkonna analüüs .....	7
1.2.1 Avaliku arvamuse uuring .....	7
1.2.2 Fookusgrupi intervjuud sektori infovajadusest, sügis 2014 .....	9
1.2.3 PRIA maine ja klientide infovajaduse uuring 2012 .....	13
1.3 Tugevused, nõrkused, võimalused, riskid .....	16
1.3.1 Peamised järeldused maaelu arengukava 2014-2020 kommunikatsiooniks: .....	17
2 Kommunikatsiooni eesmärgid ja põhimõtted .....	18
2.1 Eesmärgid .....	18
2.2 Kommunikatsiooni põhimõtted .....	18
3 Sõnumid, sihtrühmad, kanalid .....	19
3.1 Siht- ja sidusrühmad .....	19
3.2 Kommunikatsiooni kanalid .....	21
3.2.1 Kodulehed .....	21
3.2.2 Otsesuhtlus- ja omatud kanalid .....	22
3.2.3 Meedia .....	23
3.2.4 Reklaamikandjad ja infomaterjalid .....	23
3.2.5 Kampaniad .....	23
3.3 Sõnumistrateegia .....	24
3.3.1 Põhisõnumid .....	24
3.3.2 Sõnumid toetuste taotlemise kohta .....	25
4 Strateegia elluviimine ja hindamine .....	26
4.1 Tegevused .....	26
4.1.1 Toetusvõimaluste, põhimõtete ja tingimuste kommunikatsioon .....	26
4.1.2 Maaelu ja põllumajanduse mainele suunatud kommunikatsioon .....	27
4.2 Koostöö ja ülesannete jaotus .....	27
4.3 Tegevuskava koostamine ja uuendamine .....	29
4.4 Tulemuslikkuse hindamine .....	29

## **Kasutatavad lühendid ja mõisted**

EAFRD – Euroopa Maaelu Arengu Põllumajandusfond

KA – korraldusasutus

MAK – maaelu arengukava

MMIK – Maamajanduse Infokeskus

PRIA – Põllumajanduse Registrate ja Informatsiooni Amet

TA – tehniline abi

## Sissejuhatus

Maaelu arengu poliitika on osa Euroopa Liidu ühisest põllumajanduspoliitikast ja seda rahastatakse Euroopa Maaelu Arengu Põllumajandusfondist (EAFRD). Maaelu arengu poliitika eesmärkideks on põllumajanduse konkurentsivõime, loodusvarade jätkusuutlik majandamine ning maapiirkondade tasakaalustatud territoriaalne areng. EAFRD toimib liikmesriikides maaelu arengu programmide kaudu. Eestis koostati Põllumajandusministeeriumi koordineerimisel EAFRD vahendite kasutamiseks maaelu arengukava 2014–2020.

Arvestades põllumajanduse ja maapiirkondade ees seisvaid väljakutseid, keskendutakse maaelu arengukava 2014-2020 raames teadmussiirdele, konkurentsivõimele, toidutarneahela toimimisele, keskkonnale ning maattevõtlusele ja kohalikule algatusele.

Maaelu arengukavas 2014-2020 seatud eesmärgid on:

- Toimiv tootja, töötaja, nõustaja ja teadlase vaheline koostöö, teadmussiirde ja innovatsiooni tugevdamine põllumajanduses, metsanduses ja maapiirkondades.
- Elujõulisele ja jätkusuutlikule toidutootmisele suunatud põllumajandussektor on konkurentsivõimeline, ressursitõhus ja jätkusuutliku vanuselise struktuuriga.
- Põllumajandussaaduste tootmise ja töötlemisega tegelevad ettevõtjad omavad turujõudu ning nende vahel toimub koostöö põllumajandussaaduste tootmisel, töötlemisel ja turustamisel.
- Põllumajandusmaa kasutamine on keskkonnasõbralik ja piirkondlikke eripärasid arvestav, tagatud on elurikkuse, traditsiooniliste maastike ja kõrge loodusväärtusega põllumajanduse ja metsanduse säilimine.
- Maamajandus ja maapiirkonna elukeskkond on mitmekesised, pakuvad alternatiivseid tööhõivevõimalusi põllumajandusest vabanevale tööjõule ning tuginevad kohalikul ressursil ja potentsiaalil põhinevatele lahendustele.

Nende eesmärkide saavutamisel ning avalikkuses maaelu arengukavast teadlikkuse suurendamisel on kommunikatsioonil oluline roll. Programmiperioodi 2014–2020 kommunikatsiooni läbimõeldud ja selgemaks planeerimiseks, on koostatud kommunikatsioonistrateegia, millest hakkab juhinduma korraldusasutuse, makseasutuse ning maaeluvõrgustiku kommunikatsioon maaelu arengukava 2014-2020 teemal. Strateegia annab läbimõeldud tegevuste ja sõnumitega selgema arusaama toetuste jagamise eesmärkidest, põhimõtetest ja mõjust Eesti arengule lähtuvalt sihtrühmade eripärast ja vajadusest.

Käesolev kommunikatsioonistrateegia on koostatud arvestades Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust nr 1303/2013<sup>1</sup>, millega kehtestatakse ühissätted Euroopa Regionaalarengu Fondi, Euroopa Sotsiaalfondi, Ühtekuuluvusfondi, Euroopa Maaelu Arengu Euroopa Põllumajandusfondi ning Euroopa Merendus- ja Kalandusfondi kohta; Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust nr 1305/2013<sup>2</sup>, mis käsitleb Euroopa Maaelu Arengu Põllumajandusfondist antavaid toetusi;

<sup>1</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus nr 1303/2013, 17.12.2013. Euroopa Liidu Teataja, 20.12.2013: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0320:0469:et:PDF>

<sup>2</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus nr 1305/2013, 17.12.2013. Euroopa Liidu Teataja, 20.12.2013: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0487:0548:ET:PDF>

Komisjoni rakendusmäärust nr 808/2014<sup>3</sup>, milles sätestatakse maaelu toetuste rakenduseeskirjad; ning Euroopa Komisjoni vastavasisulised juhendmaterjalid.

Strateegia koostatakse kogu 2014-2020 programmiperioodiks ning korraldusasutus koostöös makseasutuse ja maaeluvõrgustikuga uuendab seda vajadusel aastapõhiselt. Igaks aastaks koostatakse eraldi tegevuskava, mis valmib eelneva aasta lõpuks.

Kommunikatsioonistrateegia koosneb järgmistest osadest:

- Lähtepositsiooni kaardistamine, mis hõlmab ülevaadet senisest teavitustöö korraldusest ja kommunikatsioonitegevuste tulemuslikkusest. Peatükis antakse ülevaade MAKi kommunikatsiooni SWOT-analüüsist.
- Kommunikatsiooni eesmärkide seadmine ning võimaluste ja põhimõtete kaardistamine.
- Kommunikatsiooni siht- ja sidusrühmade ning sõnumite ja kanalite kaardistamine, mis koondab peamised rühmad maaelu arengukava toetuste kommunikatsioonis ning sõnumid ja kanalid.
- Strateegia elluviimise ja selle hindamise peatükk toob välja peamised kommunikatsiooni tulemuslikkuse hindamise põhimõtted. Samuti määratleb kommunikatsiooni korraldamise, vastutustasandid ning tegevuskava koostamise ja aruandluse põhimõtted.
- Strateegia lisad hõlmavad kommunikatsiooni tegevus- ja ajakava, teavitustöökava liikmete nimekirja, valdkondlikke põhisõnumeid ning ülevaadet sihtrühmade spetsiifikast lähtuvatest sõnumitest ja kanalitest.

---

<sup>3</sup> Komisjoni rakendusmäärus (EL) nr 808/2014, 17.07.2014. Euroopa Liidu Teataja, 31.07.2014: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/et/TXT/PDF/?uri=OJ:JOL\\_2014\\_227\\_R\\_0002](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/et/TXT/PDF/?uri=OJ:JOL_2014_227_R_0002)

# 1 Lähtepositsioon

Peatükis kaardistatakse kommunikatsiooni lähtepositsioon, hõlmates teavitustöö korraldust ja kommunikatsioonitegevuste tulemuslikkust. Tuuakse välja olulisemad avaliku arvamuse uuringu tulemused, sektori ootused kommunikatsioonile, seirearuannetes toodu ning maaelu arengukava teavitajate tähelepanekud uueks perioodiks. Peatükis antakse ülevaade MAKi kommunikatsiooni SWOT-analüüsist.

## 1.1 Sisekeskkonna analüüs

Programmiperioodil 2007-2013 koostati maaelu arengukavale kommunikatsioonistrateegia, mille elluviimise eest vastutas korraldusasutusena (KA) Põllumajandusministeerium. Perioodil 2014-2020 on peamised teavitustegevused koondatud KA koordineerimise alla ning Põllumajandusministeerium korraldusasutusena, PRIA makseasutusena ja Maamajanduse Infokeskus riikliku maaeluvõrgustikuna vastutavad käesoleva kommunikatsioonistrateegia elluviimise eest.

Lähtudes maaelu arengukava 2007–2013 seirearuannete andmetest <sup>4</sup>, on kommunikatsioonitegevused viimastel aastatel keskendunud erinevate teavitusürituste, pressiteadete, ametlike teadete ja artiklitega avalikkuse, potentsiaalsete taotlejate, toetuse saajate ning kasusaajate teavitamisele. Taotlejate jaoks on enimkasutatud kanaliks PRIA koduleht ja infotelefon. Teavet on jagatud taotlusvoorude avanemisest, lõppenud projektide tulemustest ning MAK 2014-2020 ettevalmistavatest tegevustest. MAK toetuste kommunikatsiooni parimate praktikatena tuuakse perioodi 2007-2013 seirearuannetes välja:

- erinevad tele- ja raadiosaated
- osalemine Maamessil;
- maaelu kajastav Maablogi;
- hindamistulemuste iga-aastane tutvustamine avalikkusele;
- koolinoortele suunatud lühifilmikonkurss;
- PRIA ja maaeluvõrgustiku uudiskirjad;
- PRIA veebileht;
- PRIA infotelefon;
- erinevad seminarid ja pressiüritused ajakirjanikele;
- erinevad infopäevad ja seminarid potentsiaalsetele taotlejatele;
- toetuste veebikaart;
- maaeluvõrgustiku korraldatud konkursid;
- edulugude levitamine;
- jpm

---

<sup>4</sup> MAK 2007-2013 seirearuanded on kättesaadavad: <http://www.agri.ee/et/eesmargid-tegevused/eesi-maaelu-arengukava-mak-2007-2013/seire-ja-hindamine>

Seega on maaelu arengu toetuste kommunikatsioonis kasutatud väga mitmekülgseid sõnumite edastamise viise ja kanaleid, millele 2014. aastal lisandus ka sotsiaalmeedia. Senine teavitustöö koordineerimine ja vastutusvaldkonnad tuleb aga üle vaadata ja täpsemalt piiritleda, kuna eelmise programmiperioodi jooksul on asutuste vahel esinenud dubleerimist (nt sarnaste telesaadete tellimine mitme asutuse poolt).

## 1.2 Väliskeskkonna analüüs

### 1.2.1 Avaliku arvamuse uuring

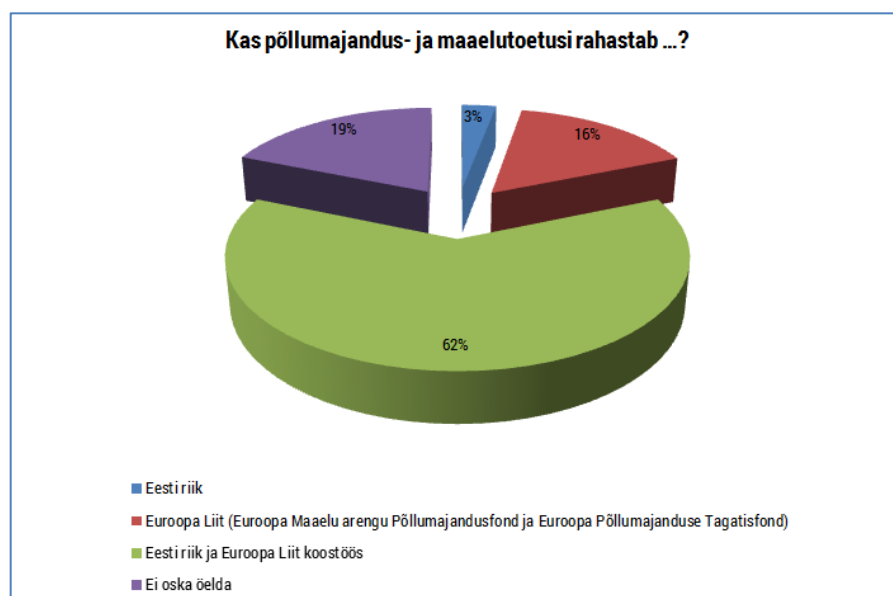
2015. aasta veebruaris tellis Põllumajandusministeerium uuringu „Maaelu, põllumajanduse ja kalanduse maine Eesti elanikkonna seas“, mis on aluseks kommunikatsiooni tulemuslikkuse hindamisele ja kommunikatsioonistrateegia ja –plaanide uuendamisele.

#### **Teadlikkus põllumajandus- ja maaelutoetustest ning nende rahastamisest**

Faktum & Ariko poolt läbi viidud uuringust<sup>5</sup> selgub, et 82% Eesti elanikest on kursis võimalusega saada riigilt või Euroopa Liidult toetusi. Keskmisest teadlikumad on maa-asulate elanikud, 30-44-aastased, eestlased ja kõrgharidusega inimesed.

Lisaks selgitas uuring välja, kui paljud Eesti elanikest on kuulnud Eesti maaelu arengukavast. Tulemused jagunevad peaaegu võrdselt pooleks, sealjuures MAKist on kuulnud 46% maaeluga mitteseotutest ja 63% põllumajanduse või kalandusega seotutest. Keskmisest veidi teadlikumad on naised, eestlased, kõrgema hariduse omajad ning maaelanikud. Keskmisest vähem on MAKist kuulnud noored vanuses 15-29 eluaastat.

Üle poole vastanutest (62%) teab, et põllumajandus- ja maaelutoetusi rahastavad Eesti riik ja Euroopa Liit koostöös (joonis 1).



Joonis 1 – Teadlikkus põllumajandus- ja maaelutoetuste rahastamisest

<sup>5</sup> Maaelu, põllumajanduse ja kalanduse maine Eesti elanikkonna seas, Faktum & Ariko, märts 2015  
<http://www.agri.ee/sites/default/files/content/uuringud/2015/uuring-2015-mak-ekf-teadlikkus.pdf>

### **Maaelu arengukava toetuste prioriteedid**

Uuringus küsiti ka vastajate teadlikkust maaelu arengukava toetuste valdkondadest. Tähtsaima toetuste valdkonnana nimetas kolmandik küsitletuist investeeringuid maaettevõtlusesse ja kogukonna arengusse. Teisena nimetati esimeses valikus investeeringuid põllumajanduse konkurentsivõime tõstmiseks (23%). Teises valikus (tähtsuset teisena) nimetati kahe peamisena investeeringuid põllumajanduse konkurentsivõime tõstmiseks (25%) ja investeeringuid toidutöötlemise konkurentsivõime tõstmiseks (24%). Kahe esimese valiku peale kokku nimetati kolme peamise valdkonnana maaettevõtluse ja kogukonna arengut, põllumajanduse konkurentsivõimet ning toidutöötlemise konkurentsivõimet.

Selgelt tagasihoidlikumalt nähakse prioriteedina investeeringuid põllumajanduse keskkonnamõjude vähendamiseks, mida nimetas esimese valikuna 5%, teise valikuna 15% ja viienda (viimase valikuna) 31% vastanutest. Arvestades eelarvemahtusid, mis maaelu arengukavast (aga ka otsetoetustest) tegelikult põllumajanduse keskkonnamõjude vähendamisse suunatakse, tuleb edaspidises kommunikatsioonis keskkonnatoetusi ja nende mõju senisest enam esile tõsta.

### **Hinnangud maaelu arengukava mõjudele**

Maaelu arengukava raames antud põllumajandus- ja maaelutoetuste mõju Eesti põllumajanduse ja maaelu arengule hinnati uuringus valdavalt positiivseks. Kokku on positiivsete hinnangute osakaal 66%. Negatiivsete hinnangute osakaal on 16% ning hinnangut ei osanud anda 18% vastanutest.

Kõige kasulikumaks senistest põllumajandus- ja maaelu toetustest hinnatakse investeeringuid põllumajanduse konkurentsivõime tõstmiseks (nimetab 23% küsitletutest). Suur osa vastanutest (47%) paraku ei oska hinnangut anda, mis annab märku, et toetuste tulemusi tuleb senisest veel enam avalikkusele tutvustada.

### **Hinnangud maaelu ja põllumajanduse üldisele mainele**

Hinnang maaelu üldisele mainele on kahetine. Positiivsete hinnangute (väga hea + hea + pigem hea) summa on kokkuvõttes 53%, negatiivsete summa aga 41% ning ülejäänud 7% ei osanud mainele hinnangut anda. Seega on hinnang kokkuvõttes küll positiivse poole peal, kuid ülekaal on väike. Väga halvaks hindab mainet 5%, väga heaks 3% küsitletutest.

Mõningane erinevus ilmnes vastajate maaeluga seotuse küsimuses. Kui põllumajanduse ja kalandusega isiklikult seotute hinnang maaelu mainele on keskmisest veidi parem, siis maamajanduse ja muu maaettevõtlusega seotute hinnang on keskmisest veidi madalam. Erinevused on statistiliselt küll väikesed, kuid viitavad probleemide tajumise erinevustele nende kahe rühma puhul.

Üldine hinnang Eesti põllumajanduse mainele on parem kui maaelul. Kokku annavad positiivse suunaga vastused 65% küsitletutest, negatiivse suunaga vastused aga 29% ning hinnata ei oska 7% vastanutest.

Vanuserühmade lõikes on nii maaelu kui põllumajanduse maine parem nooremate seas.



**Kokkuvõtlikult** on avalikkuse teadlikkus sellest, et Eesti põllumajandus ja maaettevõtlus saavad Euroopa Liidust toetusi suhteliselt kõrge, kuid vähem osatakse konkreetselt nimetada maaelu arengukava. Teadlikkus maaelu arengukava toetuste prioriteetidest on pigem kõrge, kuid ilmneb kaks probleemkohta – 1) enim osatakse nimetada maaettevõtluse ja kogukonna arengut, kuhu eelarvemahtudest läheb aga väiksem osa kui põllumajanduse ja toidutööstuse konkurentsivõime toetamiseks; ja 2) vähe ollakse kursis panusega põllumajanduse keskkonnamõjude vähendamisse.

### 1.2.2 Fookusgrupi intervjuud sektori infovajadusest, sügis 2014

Maaelu arengukava 2014-2020 sihtrühmade infovajaduse analüüsimiseks viis Põllumajandusministeeriumi avalike suhete osakond 2014. aasta sügisel läbi fookusgrupiintervjuud (kokku viis intervjuud), mille käigus küsitleti Eesti erinevate piirkondade põllumajandustootjaid, konsulente ning maaelu mitmekesistamisega tegelevaid sihtrühmi.

Uuringul oli kolm põhieesmärki: selgitada välja 1) põhilised maaelu arengukava toetuste kohta info otsimise praktikad; 2) peamised infovajadused ja probleemkohad; 3) võimalused põllumajanduse ja maaelu kuvandi kujundamisel.

#### **Kuidas sihtgrupid maaelu arengukava toetuste kohta infot on saanud?**

Fookusgrupi arutelude käigus toodi välja, et praeguseks on peamine info saamise kanal veeb, sh eriti **PRIA koduleht**, ning seejärel erinevad meililistid („*PRIA leht on põhiline, kus käidki konkreetselt tööd tegemas.*“ / „*PRIA kodulehte ja uudiskirja uuritakse ikka päris tõsiselt. PRIA koduleht on ikka väga kuum teema.*“ / „*Peamiselt ikkagi interneti teel. Aga jah, peamiselt kõik selline iseotsimine.*“).

Kuigi erinevaid veebikanaleid mainiti olulise infoallikana kõigis intervjuudes, siis tuleb hoida silma peal **info ajakohasusel ja vaadata üle info paigutus**.

Arvestada tuleb ka internetiühenduse võimalustega maapiirkonnas. Konsulentide intervjuugrupis tõsteti korduvalt esile, et internetiühenduse kiirus ei võimalda klientidel avada mahukaid, piltidega lehekülgi („*See internet seal maal on ka jama. See pole selline välk ja pauk. Ja kui pildid on sees, siis ei jõuagi üldse laadida.*“). Internetiühendus ja võimalused arenevad aga pidevalt – seega pole tegemist esmatahtsa murekohaga, kuid tuleb arvestada, et info oleks vajadusel kättesaadav ka paberil, kas või väljaprintitav kohalikus PRIA teenindusbüroos.

Maaelu arengukava toetuste kohta info saamiseks hinnatakse kõrgelt juba mainitud infokirju: MMIK võrgukiri, PRIA infokiri ning esindusorganisatsioonide listid. Samas tuleb e-kirjade puhul arvestada lisaks eelpool kirjeldatud internetiühenduse probleemile ka e-kirjade avamise ja mitteavamise suhtega, mida töid esile kõik intervjuueeritud konsulendid („*80 meili saadan, siis 40-50 tuleb tagasi Võrumaalt. Ta ei hinga ka sulle vastu, kas ta sai kätte.*“ / „*165 liikmest 40-l ei ole e-posti ja jäävad siis nõrgemasse olukorda. Muidugi kui saadad masspostituse, siis on postkastid täis ja tulevad tagasi.*“).

Vastustest selgub, et konsulentide klientidest **hinnanguliselt viiendikul kuni veerandil ei ole kas meiliaadressi või oskusi veebimaterjalidega hakkama saada ning vajaksid seega materjale paberil**. Erinevate fookusgruppide lõikes tuuakse välja ka erinevused Põhja- ja Lõuna-Eesti vahel,

kus elektrooniliste infokandjatega on enam kohanenud Põhja-Eesti tootjad. Siinkohal tuleb lisaks pabermaterjalide võimalusele leida lahendusi ka nõ digitaalse kirjaoskuse parandamiseks. Hea panuse on sellesse andnud PRIA, kes koostöös KOVidega on teinud e-PRIA kasutamise koolitusi.

Pabermaterjalide aega võib intervjuude kokkuvõttes pidada lõppevaks, kuid siiski mitte veel lõppenuks. Kasutult jäävad seisma kiirelt aeguva infoga trükised; kasulikumad on aegumatu infoga õppematerjalid. Erinevates sihtgruppides peetakse vajalikuks edulugude kogumist ja väljaandmist. Positiivsete näidetena toodi trükistest esile „Abiks taotlejale“ ning MAKi meetmete lühikokkuvõtet perioodi 2007-2013 algusest.

**Taotlemise detailid on pigem kiirelt aeguv** ning seega on kõige ajakohasem hoida ja levitada sellist infot veebikanalites.

**Ajakirjanduse roll** toetuste teavitusel ei peaks intervjueritute hinnangul olema esmatähtis, kuivõrd tegemist on spetsiifilise infoga ja sihtgrupp kogu elanikkonnast väga väike. (*„Ei tule meelde, millal trükikanal oleks peamine infokanal olnud. Pigem mingi täiendav arvamislugu või edulugu sealt.“*) **Taotlemise detailide jaoks on sobivaim otseteavitust**, ning sellele loogikale on meedia võimalustest lähimad vallalehed jm KOVide võimalused. Samas toovad intervjueritud sihtgrupid ajakirjanduse rolli välja edulugude levitamisel – et jõuda linnainimesteni. Sealjuures võiks edulugude levitamisel arvestada ka nüansiga, et kajastatud saaksid väiksemad tootjad ja alternatiivsed tegevusalad maal, sest *„põllumajanduse ja uute suurte tootmisüksuste kohta tuleb ikka infot ka üleriigilises meedias.“*

Infoallikatena toodi esile ka **PRIA infotelefoni ja otsesuhtlust** laiemalt, mida sektor hindab kõrgelt juhul, kui õnnestub saada **konkreetne vastus**. Konkreetsus on ka teema, mis läbib kõiki erinevaid infokanaleid – konkreetsemaks ja lihtsamaks soovitakse muuta eelkõige õigusakte, aga ka infomaterjale.

Ka infopäevadest ja koolitustest rääkides toodi välja konkreetsuse/täpsuse küsimus ehk kas saadud info on täpne või vastaja enda tõlgendus. Infopäevadel on seega oluline anda väga konkreetseid vastused – vajadusel neid hiljem täpsustada ning hoiduda tuleks tõlgendustest. Sektor hindab, kui kohal on ministeeriumi või PRIA esindaja – vastuseid soovitakse saada võimalikult **otsestest allikast**. Aktiivsete veebikasutajateni jõudmiseks on hea võimalus sotsiaalmeedia. **Infopäevade rolli** osas on ootused samuti erinevad ja neid korraldades tuleb selgelt teada anda, kas tegemist on väga detailse koolitusega või siiski infopäevaga. Viimast hinnatakse pigem kui kohta, kus ideid hangitakse (*„Paned idu kasvama ja siis mõtled edasi. Ega seal projekti paika ei pane.“*).

Infoallikana on olulisel kohal olnud ka valdkondlikud organisatsioonid, nt põllumeeste esindusorganisatsioonid, LEADER tegevusgrupid (*„KTG-d on head info edastajad – KTG on oma piirkonnas maaelu info keskuseks kujunenud /.../ osatakse infot edastada.“*). Sektori **esindusorganisatsioonide kohta esitati aga vastandlikke arvamusi**. Ühelt poolt toodi välja, et ministeeriumi juures kaasatud organisatsioonide kaudu saab olulist infot varem kätte kui muudest allikatest ning sektori suurem organiseerumine oleks tootjate kõrgemale informeeritusele kasuks. Teisalt toodi arutelude käigus välja ka seda, et paljud tootjad ei kuulu organisatsioonidesse ning eelistavad infot omal käel hankida. Seega tuleb MAK kommunikatsiooni puhul arvestada, et lisaks kaasatud organisatsioonidele, oleks info

kättesaadav ka teistes kanalites ning **sajaprotsendiliselt ei saa loota kommunikatsioonile läbi sidusgruppide.**

### **Vajadused ja võimalused toetustest teavitamisel**

Kogu maaelu arengukava teavituse kohta tõsteti kõigis intervjuugruppides esile **vajadust tervikpildi järele** – mida tahetakse kogu MAKiga saavutada („*Siis ei oleks ka nii palju vaidlust, miks kellelgi on vähem vmt.*“). Üks võimalusi selle lahendamiseks on korraldada **MAKi kohta laiem teavituskampaania**, mis selgitaks ka laiale avalikkusele, mis on maaelu arengukava eesmärgid ja **kasu kogu ühiskonnale**. Tervikpildi loomisele aitaks kaasa, kui esitada seda visuaalselt.

Oluline märksõna MAKi teavitamisel on ka **selgus ja konkreetsus**, millest oli juttu ka infoallikate teema juures („*Ei taha näpuga järke ajada ühest määrusest teise /...*“), võtab tabavalt kokku intervjuugruppides kõlanud kriitika. Samuti toonitati, et „*tootjal pole aega pikalt lugeda*“ ja pakuti välja, et toetuste taotlemine võiks olla võimalikult palju nõ eeltäidetud, et tootja saaks taotlemisel võimaluse korral piirduda allkirja andmisega.

Konkreetsemalt toetustest teavitamisel on suurim vajadus saada info kätte võimalikult vara. Kolmes intervjuugrupis toonitati, et **optimaalne aeg teavituseks on võimalusel kuus kuud enne taotlusvooru**. Selline ajakava võimaldab intervjuueeritute hinnangul tootjal oma tegevusi planeerida, kuid tekitab teisalt küsimuse, kas tegemist on äriplaanist tulenevate tegevustega või tehakse teatud tegevusi toetuse saamiseks. Siinkohal peitub ka võimalus – senisest enam tuleks rõhutada äriplaanide olulisust ning rääkida maaelu arengukava toetustest kui ühest abistavast võimalusest äriplaani ellu viia.

Kahes intervjuugrupis toodi välja, et rohkem tähelepanu vajaksid nõ uued tulijad ja noored, sest nagu rõhutas üks intervjuueeritav „*vanad haistavad juba õhust ära, et midagi on tulemas.*“

Võimalustest kõlasid intervjuugruppides: **otseteavitus** (nt läbi e-PRIA süsteemi) **online** nõustamise (nn *chat'i*) võimalus kodulehel või e-PRIAS („*võrreldes infotelefoniga jääb vastustest kirjalik jälg*“), **Skype-nõustamine**, **korduma kippuvad küsimused kodulehel**, sotsiaalmeedia, sh **Youtube'i**, aktiivsem kasutamine, **organisatsioonide suurem aktiivsus** tootjate kaasamisel, **KOVide ametnike** kurssi viimine MAKi võimalustega ning **laiemad kampaaniad** MAKi tutvustamiseks.

### **Intervjuueeritavate arusaam põllumajanduse ja maaelu kuvandist avalikkuses**

Arusaam põllumajanduse ja maaelu kuvandist avalikkuses on väga erinev. Kui osad leidsid, et madalseisu aeg on möödas, siis teised toonitasid, et maale on jäänud vaid tugevamad, kes endaga hakkama saavad.

Põllumajanduse kohta tuuakse välja, et seda tajutakse avalikkuses juba tugevana ja ka hea ärina. Samas tõdeti kõigis intervjuugruppides, et üldkuvand põllumajandusest on „*toetuse taotlejad, mitte tootjad*“ ehk liiga palju keskendutakse toetuste teemale. Sealjuures leiti, et avalikkus pigem ei saa aru, mille jaoks toetused on ette nähtud ja miks nad on vajalikud.

Maaelu kohta üldiselt rõhutati probleeme tööhõivega („*Arvatakse, et maal pole tööd, kuigi tegelikult on hoopis puudu töökätest.*“). Leiti ka, et maal toimuva ega ka toidu päritolu kohta väga ei teata ning esineb palju väärarusaamu („*Eestlane unistab, et on maja ja aed, aga riik loob talle töökoha.*“) ja linnainimese jaoks negatiivseid üllatusi, millega ei osata arvestada (nt sõnniku

laotamine). Vähemalt ühes intervjuugrupis leiti, et laialt on levinud väärarusaam, et maaelu võrdub põllumajandusega.

### **Vajadused ja võimalused põllumajanduse ja maaelu kuvandi kujundamisel**

Kõigis intervjuugruppides tõstatunud ühine teema oli **maa- ja linnainimese / tootja ja tarbija kokkuviiimine** („*Et linnainimene teaks, kes teda toidab ja maastikud korras hoiab.*“ / „*Tuleb teadvustada, kust toit tuleb.*“). Lahendusena pakuti välja, et „*talud ja farmid peavad end avama võimalikult palju*“ ning tõsteti esile Järvamaad, kus juba praegu korraldatakse avatud talude päevi. Lisaks pakuti intervjuugruppides välja veel tehnika paraadide korraldamist ning aasta põllumehe valimisele lisada ka aasta väikepõllumehe valimine.

Põllumajanduse ja maaelu tutvustamisel tuleks rõhku panna **edulugudele**, mis näitaksid maaelu erinevaid võimalusi. Kui toetuste teavitamisel sooviti ajakirjanduse rolli vähendada, siis edulugude puhul vastupidi. Välja pakuti, et ETV saatesarja „Maahommik“ kõrval võiks olla maaelust rääkiv raadiosaade, kus aga ei tohiks rääkida toetustest („*Ma oleks ettevaatlik, kui me hakkame seal toetustest rääkima. Olulisem on ikka teisele sihtgrupile see raadio.*“). Intervjuugruppides juhiti tähelepanu ka sellele, et kommunikatsioonis ei tohi tekkida linna ja maa vastandamist.

Oluliste märksõnadena toodi esile maaelu romantikat, kodumaist toitu, traditsioone, lähedust, eksporti, teiste riikide näiteid ja julgeolekut.

Toidu tootmine tervikuna on fookusgruppidele tuginedes oluline teema, mida tuleb avada erinevate nurkade alt. Intervjuudes kõlas üksmeelselt, et rääkida tuleb senisest enam muu hulgas ka **toidu julgeolekust** („*et linnainimesel oleks arusaam, milleks see kõik on vajalik.*“ „*...ikkagi iseseisvust toetad ka. Nii kui rahvusvaheline kaubandus seisma jääb, siis supermarket on nädalaga tühi. Kui raha ei toimi enam, siis pole muud, kui kõnni maale ja vaata, kus on suits püsti veel.*“). Seega on esmatähtis luua arusaam, milline on kodumaise toidutootmise panus mh julgeolekusse – alles seejärel saab tekkida arusaam ja poolehoid toetustele.

Ühe olulisema punktina saab fookusgruppidest välja tuua ka tõdemuse, et maaelu erinevate tahkude esindajad peavad ka ise avalikkuse toetuse nimel tööd tegema („*Tuleb õpetada ja õppida rääkima hästi. Kui me ise viriseme, siis ...*“).

### **Fookusgrupi-intervjuude olulisimad järeldused:**

- **Suurem rõhk otsesuhtlusele toetuste sihtgruppidega ehk täpne sihtimine** – otseteavituse võimalused e-PRIs, meililistid, sotsiaalmeedia jmt. Suurem fookus täpsel sihtimisel nii sõnumite kui kanalite valikul. Väheneb traditsioonilise ajakirjanduse ja trükiste roll.
- **Teavitusega luua MAKi kohta selge tervikpilt** – fookusesse, mida soovime saavutada ja miks, juurde visuaalne esitus. Kui fookuses on detailide asemel eesmärgid, on MAK ka avalikkusele arusaadavam. Tervikpildi peale saab ehitada detailid, milles riigilt oodatakse lihtsust ja kiirust.
- **Kiirus ja selgus** – tuleb pingutada, et toetuste nõuded saaksid varem paika ja sihtgruppidele kättesaadavaks. Tootjate hinnangul on optimaalne aeg 6 kuud. Olulised on võimalikult lühikesed ja lihtsad juhised.

- Väiksem rõhk toetustele, suurem rõhk nende tulemustele.
- Maa- ja linnainimene / tootja ja tarbija tuleb kokku viia, et suureneks üksteise mõistmine, arusaam toidu päritolust ja kohaliku toidu tarbimine.

### 1.2.3 PRIA maine ja klientide infovajaduse uuring 2012

2012. aastal viidi PRIA 400 kliendi seas läbi uuring, mille käigus kaardistati mh PRIA klientide infovajadused<sup>6</sup>. Valimis olid enim esindatud äriühingud (29%) ja FIEd (29%). 23% vastanutest olid füüsilised isikud, 15% MTÜ-d ja SA-d. 4% moodustasid peamiselt vallavalitsused ning haridusasutused nagu koolid, lasteaiad.

#### Teemad

42% vastanutest on PRIAlt vajanud informatsiooni dokumentide täitmise kohta. Toetustingimuste kohta soovisid informatsiooni 24% vastanutest.

Uuringus osalenud kliendid loevad 55% juhtudest enne taotlusvormide täitmist PRIA koduleheküljelt või trükistest üldist kokkuvõtlikku informatsiooni.

#### Kanalid

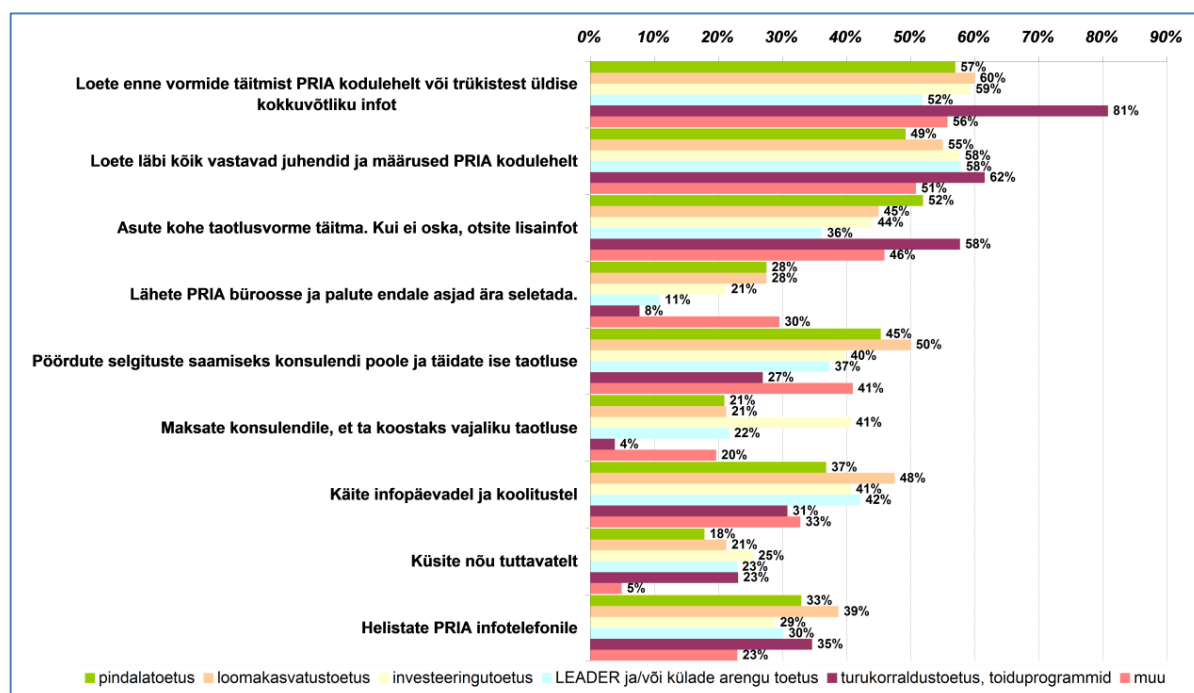
Uuringu kohaselt hangitakse infot toetuste kohta peamiselt PRIA kodulehelt (70% vastanutest). Umbes pooled vastanutest hangivad infot ka PRIA maakondlikest teenindusbüroodest.

---

<sup>6</sup> PRIA maine ja klientide infovajaduse uuring, Faktum & Ariko, 2012

<http://www.pria.ee/images/tinybrowser/useruploads/files/PRIA%20maine%20ja%20kliente%20infovajaduse%20uuringu%20kokkuv%C3%B5te%202012.pdf>

## Kui olete soovinud PRIAst toetust taotlelda, siis kuidas olete alustanud?



Joonis 2 – Info kasutamine MAKi toetuste taotlemisel.

47% vastajaist on informatsiooni leidnud PRIA ja põllumajandusministeeriumi trükistest ning 45% vastajatest töid välja, et see info on nendeni jõudnud läbi koolituste ja infopäevade. Kõige vähem jõuab taotlejateni informatsiooni läbi tootjate organisatsioonide (11%).

Kõige informatiivsemate kanalitena nimetati eeskätt samu kanaleid: PRIA kodulehte (45%) ja trükiseid (42%). Neile järgnesid võrdsete tulemustega PRIA maakondlikud teenindusbürood ja Maaleht (14%).

Kuigi uuringust on möödas ligi kolm aastat, näitavad tulemused, et seni vähe kasutatud võimaluseks on makseasutuse koostöö tootjaorganisatsioonidega.

### Koduleht

67% äriühingutest PRIA klientidest töötab kõigepealt läbi kõik PRIA kodulehel toodud vastavad juhendid ja määrused. Kõige aktiivsemad kodulehel olevate kokkuvõtete lugejad on ettevõtjad, kellel on üle 50 ha maad või üle 20 looma (63%).

Füüsilisest isikust kliendid alustavad 53% juhtudest koheselt taotluse vormi täitmist. Vaid kolmandik töötab kõigepealt läbi PRIA kodulehel toodud informatsiooni toetuse kohta.

### Teenindusbürood

Teistest enam kasutavad PRIA teenindusbüroosid ettevõtjad, kel on alla 50 ha haritavat maad või alla 20 looma (30%). Viimaste hulgas on 52% neid, kes asuvad kohe taotlust täitma ning otsivad lisainformatsiooni alles siis, kui tekib küsimusi.

Maakondlikud teenindusbürood on teistest paremini külastatavamad ka füüsilisest isikust ettevõtjate hulgas (16%). 12% FIE-dest peavad sellist info hankimise moodust üheks paremaks.

Füüsilisest isikust klientidest külastab maakondlikke teenindusbüroosid 19% vastanutest.

#### **PRIA infotelefon**

37% ettevõtjaist kasutab info saamiseks PRIA infotelefoni. PRIA infotelefon on olulisel kohal ka haridusasutuste ja omaavalitsuste informatsiooni hankimise allikate hulgas (20%).

#### **Konsulendid**

Konsulendi poole pöördub vastanute seast 50% ettevõtjatest, tasulist teenust kasutab enda sõnul 37% vastanud ettevõtjatest. 28% FIE-dest ja 28% füüsilistest isikutest klientidest kasutab võimalust maksta konsulendile, et too tema eest vajaliku taotluse ära koostaks.

MTÜ-dest ja SA-dest kasutab konsulendilt tasuta nõustamisteenuse saamise võimalust vaid 12% vastanutest.

#### **Trükised**

PRIA ja Põllumajandusministeeriumi trükiseid pidasid kõige informatiivsemateks füüsilisest isikust ettevõtjad (28%).

### 1.3 Tugevused, nõrkused, võimalused, riskid

SWOT analüüs kaardistab maaelu arengukava toetuste kommunikatsiooni tugevused, nõrkused, riskid ja võimalused, tuginedes eespool toodud lähtepositsiooni kaardistusele.

<p><b>Tugevused</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Teadlikkuse kõrge tase põllumajandus- ja maaelutoetustest üldiselt;</li><li>• Teadlikkuse tase põllumajandus- ja maaelutoetuste rahastamise allikast on suhteliselt kõrge;</li><li>• Info sihtgruppidele on igakülgset kättesaadav (veeb, aga ka trükised, nõustamine jne);</li><li>• Hästi sissetöötatud kanalid (veeb, PRIA infokiri, MMIK infokiri);</li><li>• Asutuste kodulehed on usaldusväärsed, kasulikud infoallikad;</li><li>• Põllumajanduse ja maaelu maine on suhteliselt parem nooremas vanuserühmas (15-29 eluaastat);</li><li>• Ressursside olemasolu TA vahendite näol.</li></ul>	<p><b>Nõrkused</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Teavitustöö koordineerimine ministeeriumi, PRIA ja MMIK vahel vajab tihendamist;</li><li>• Asutuste kommunikatsioonivõimekus on erinev;</li><li>• Sõnumid ja tegevused on killustatud – toetatavaid projekte on palju, ning on võrreldes teiste fondidega väikesemahulised ja väga erinevad;</li><li>• Erinevaid kõneisikuid on vähe kasutatud.</li><li>• 2007-2013 kommunikatsioonistrateegia elluviimise kogemus on vähene (inimeste sagedas vahetumine perioodi jooksul);</li><li>• Väga spetsiifilised teemad (põllumajandus, keskkond, toetused);</li><li>• KA ja makseasutuse keelekasutus ja sõnumid on kohati keerulised;</li><li>• Eesti elanike teadlikkus maaelu arengukavast on keskpärane;</li><li>• Teadlikkus maaelu arengukava toetuste keskkonnasuunitlusest on madal;</li><li>• Tootjaorganisatsioonide vastandumine;</li><li>• Teadlikkus maaelu arengukava mõjudest on vähene.</li></ul>
<p><b>Võimalused</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Meedia ja avalikkuse kõrgendatud huvi 2014-2020 programperioidi vastu;</li><li>• Potentsiaalsete taotlejate kõrgendatud huvi uute toetusvõimaluste tõttu;</li><li>• Palju põnevaid projekte, mille abil põllumajandust ja MAKi avalikkusele tutvustada;</li><li>• Uute meediaformaaside ja sotsiaalmeedia tähtsustumise kaudu oluliste sihtrühmade ni jõudmine, sh otsesuhtluse osakaalu tõus;</li><li>• Seniste toetusesaajate kogemuse ja edulugude esiletõstmine ning seeläbi toetuste mõjudest teadlikkuse tõstmine;</li><li>• Keskkonnateemade aktuaalsus ühiskonnas loob konteksti, et toetuste keskkonnafookust enam esile tuua;</li><li>• Nõuandeteenistuse kaasamine ja suurem koostöö;</li><li>• TA vahendite kasutamine teavitajate kompetentsi ühtlustamiseks ja tõstmiseks;</li><li>• Kõneisikute ringi laiendamine, sh arvamuslimidrite toomine põllumajanduse ja maaelu teemadesse;</li><li>• Tihedam koostöö tootjaorganisatsioonidega;</li></ul>	<p><b>Riskid</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kommunikatsiooni fookuse nihkumine suur- ja väiketootjate vastandumisele;</li><li>• Teemade vähene nähtavus meedias ajakirjanike madala teadlikkuse tõttu;</li><li>• Teemade arusaamatus väikesemahuliste projektide suure hulga tõttu;</li><li>• Toetuste maine langus negatiivsete teemade tõttu (kui selguvad 2007-2013 perioodi ebaõnnestunud projektid);</li><li>• Sihtrühmade teadlikkuse langus;</li><li>• Toetuse saajate vähene huvi projektidest teavitamisel;</li><li>• Kogemustega ja valdkonda tundva tööjõu muutumine – teavitajate vahetumine;</li><li>• Nõustamisteenuse uue pakkuja raskused sissetöötamisel;</li><li>• Teavitamise sõltuvus määruste valmimisest – liiga vähe on aega teavitamiseks.</li></ul>



### 1.3.1 Peamised järelused maaelu arengukava 2014-2020 kommunikatsiooniks:

- Avalikkuse teadlikkus põllumajandustoetuste olemasolust on kõrge, kuid sõnumi-, sihtrühma-, kanali- ja tegevuste täpsema valikuga saab tõsta teadlikkust:
  - maaelu arengukavast;
  - toetuste eesmärkidest ja valdkondadest;
  - elluviidud projektidest ja toetuste mõjust;
  - taotlusvõimalustest;
  - põllumajanduse ja maaelu valdkonnast üldiselt.
- Uuel perioodil tuleb:
  - seada asutustele ühised kommunikatsioonieesmärgid ja täpsustada ülesanded ja tööjaotus;
  - planeerida teavitustegevusi ühiselt, et kindlustada ühtne infovoog ja vältida teavitustegevuste dubleerimist;
  - suurendada ennetavate tegevuste osakaalu, sh läbi „omatavate kanalite“ (infokirjad, sotsiaalmeedia, veeb jne);
  - kasutada sihtrühmadele sobivaid sõnumeid ning arusaadavat keelekasutust;
  - sihtida infot täpsemalt, et toetuste taotlemise info jõuaks selgemalt täpse sihtgrupini ega koormaks avalikkuses inforuumi.

## 2 Kommunikatsiooni eesmärgid ja põhimõtted

### 2.1 Eesmärgid

Maaelu arengukava 2014-2020 eesmärk on kokkuvõtvalt, et Eesti põllumajandus- ja toidusektor oleks aastaks 2020 konkurentsivõimeline ja keskkonnahoidlik, maapiirkonnad oleksid mitmekesise ettevõtlusega ja elujõulised.

MAKi kommunikatsioonitegevuse eesmärk on muuta ELi põllumajanduse ja maaelu arengu toetused avalikkuses nähtavaks ning anda sihtrühmadele objektiivne ja ülevaatlik pilt MAKi eesmärkidest ja toetuse saamise põhimõtetest.

1. **Sihtrühmad on kursis teabega toetuste põhimõtetest, taotlemisest ja tingimustest;**
2. **Avalikkus on kursis ELi põllumajanduspoliitika (maaelu arengukava toetuste kontekstis) eesmärkide ja põhimõtetega ning maaelu arengukava toetuste panusega Eesti arengusse. Avalikkus peab maaelu ja põllumajanduse toetamist oluliseks;**
3. **Põllumajandust ja maettevõtlust tervikuna hinnatakse kui olulist majandusharu.**

### 2.2 Kommunikatsiooni põhimõtted

EAFRD alane teavitus- ja avalikustamistöö põhineb üldistel avalikustamise põhialustel, milleks on:

- avatus ja läbipaistvus;
- objektiivsus;
- operatiivsus;
- regulaarsus;
- info sisu ja kättesaadavuse lihtsus.

MAK 2014-2020 kommunikatsioon on **ennetav** nii positiivsete kui negatiivsete teemade puhul. Järjepidev meediamonitoring ning asjakohane kommunikatsioonikanalite, -tegevuste ja -sõnumite valik aitavad tegevusi täpselt kavandada, mis tagab oluliste teemade nähtavuse avalikkuses. Suhtlus erinevate sihtrühmadega võimaldab arvestada võimalikult paljude arvamuste, tagasiside ja ootustega, ning seeläbi planeerida paremini oma tegevusi ja sõnumeid.

MAKi rakendamise käigus tehakse **koostööd** erinevate sotsiaalpartneritega, peamiselt erinevate katusorganisatsioonidega (potentsiaalseid kasusaajaid esindavate kolmanda sektori organisatsioonidega). Sotsiaalpartnerite jt sihtgruppidega suheldes peab jätma piisavalt aega reageerida väljasaadetud sõnumile. See tähendab, et informatsioon eesisevate koolituste, avanevate taotlusvoorude jms kohta peab olema **aja- ja asjakohane**, st saadetud arvestusega, et sihtrühmal jääks aega koolitusele registreeruda, projektitaotlusi kirjutada jms.

Igasugune kommunikatsioon peab olema nii sisult kui esitlusviisilt lihtsasti **kättesaadav** ja sihtrühmadele **mõistetav**. Kommunikatsioon peab arvestama sihtrühmade eripäraga lähtuvalt nende meediakasutusest ja eelistustest, nt e-lahendused noortele jmt.

## 3 Sõnumid, sihtrühmad, kanalid

### 3.1 Siht- ja sidusrühmad

Maaelu arengukava 2014-2020 kommunikatsioonistrateegia esmased **sihtrühmad** on **potentsiaalsed taotlejad, toetuste taotlejad, toetuse saajad**: põllumajandustootjad, toiduainetööstused, muu maaettevõtlusega tegelevad ettevõtted, LEADER-tegevusgrupid. Esmased sihtrühmad on ka **kasusaajad**, kes saavad hüvesid toetatud projektide elluviimisest – see tähendab Eesti elanikke tervikuna, sh noori, maapiirkondade elanikke. Kasu saadakse läbi kohaliku toidu tarbimise, tööhõivevõimaluste, kohaliku elu arengu vms.

**Sidusrühmad** on **partnerid** (rakendamise seotud riiklikud organisatsioonid, valdkondlikud liidud, esindusorganisatsioonid, MAK juhtkomisjoni kaasatud sotsiaalpartnerid), nõuandeteenistus, PÕM valitsemisala ametnikud, sh eriti maakondlikes keskustes, EL institutsioonid, sh EK Eesti esindus.

Sidusrühmi iseloomustab soov või vajadus maaelu arengukava toetuste teemal kaasa rääkida, mistõttu on oluline neid kaasata nii planeerimise kui toetuste rakendamise protsessi, et saavutada teemale laiem kõlapind ja teabe selgus.

Järgnevalt ülevaade, millistele teemadele tuleb keskenduda kommunikatsioonis siht- ja sidusrühmadega:

<b>Siht- ja sidusrühmad</b>	<b>Infovajadus</b>
<b>Potentsiaalsed taotlejad</b> (sh - piimasektor - lihasektor - teraviljasektor - aiandus - mahasektor - toiduainetööstus - muu maaettevõtlus - noored põllumehed - maaettevõtlusest huvitatud)	<ul style="list-style-type: none"><li>• MAK 2014-2020 toetuste olemasolu</li><li>• MAKi eesmärkide ja toetatavate valdkondade tundmine;</li><li>• millistele tegevustele ja millisel eesmärgil toetust on võimalik taotleda;</li><li>• millised ülesanded, kohustus ja vastutus kaasneb toetuse saamisega;</li><li>• millised on toetust vahendavad asutused ja infoallikad;</li><li>• millised on varasemalt rahastust saanud projektide edulood;</li><li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele;</li><li>• milline on konkurents rahale (kui suured on ühikumäärad/ projektide piirsummad, taotlusvoorude eelarved, kui palju on taotlejaid, kuidas toimub hindamine).</li></ul>
<b>Taotlejad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Millistele tegevustele ja millisel eesmärgil toetust on võimalik taotleda;</li><li>• milline on taotlemise ja taotluste menetlemise protsess ja</li></ul>

	<p>tingimused;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• millised on olulised õigusaktid, infoallikad, abistavad asutused;</li> <li>• millised ülesanded, kohustus ja vastutus kaasneb toetuse saamisega;</li> <li>• millised on seniste rahastatud projektide edulood;</li> <li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele.</li> </ul>
<b><u>Toetuse saajad</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised on rahastamisega kaasnevad ülesanded, kohustused ja vastutus;</li> <li>• millised on avalikkuse teavitamisega kaasnevad kohustused;</li> <li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele.</li> </ul>
<b><u>Kasusaajad</u> (Eesti elanikud, sh noored, maapiirkondade elanikud)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised on MAKi võimalused (<i>nn mida see mulle võiks anda</i>);</li> <li>• mille tarbeks kasutatakse avalikku raha, mida minu kodukohas tehakse / on tehtud;</li> <li>• mis on rahastatud projektide eesmärgid ja tulemused;</li> <li>• kuidas mina saaksin kodukoha arengule kaasa aidata;</li> <li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele.</li> </ul>
<b><u>Partnerid</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Olla kaasatud toetuste põhimõtteid puudutavate otsuste tegemisse;</li> <li>• olla muudatustega varakult kursis, et tutvustada neid oma liikmetele;</li> <li>• olla kursis toetusvõimaluste ja täpsete ajakavadega.</li> </ul>
<b><u>Tugistruktuurid</u></b> - tunnustatud nõuandekeskused; - riiklik maaeluvõrgustik; - maa- ja vallavalitsused; - Euroopa Komisjoni Eesti esindus; - konsulendid ja nõustajad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised on MAKi eesmärgid</li> <li>• Millistele tegevustele ja millisel eesmärgil toetust on võimalik taotleda;</li> <li>• millistest allikatest saab lisainfot MAK toetuste kohta;</li> <li>• milline on taotlemise ja taotluste menetlemise protsess ja tingimused;</li> <li>• millised ülesanded, kohustused ja vastutus kaasneb toetuse saamisega;</li> <li>• millised on rahastatud projektide eesmärgid ja tulemused;</li> <li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja</li> </ul>

	inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele.
<b>Ametnikud</b> (PÕM, PRIA, PMA, VTA, MMIK)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised on MAKi eesmärgid (et osata neid vajadusel sektorile ja ajakirjandusele selgitada);</li> <li>• millised on MAKi puudutavad võimalikud muudatused;</li> <li>• millistele tegevustele ja millisel eesmärgil toetust on võimalik taotleda;</li> <li>• millistest allikatest saab infot toetuste kohta;</li> <li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele</li> </ul>
<b>Poliitikut</b> ja <b>arvamusliidrid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MAKi eesmärgid ja toetatavad valdkonnad;</li> <li>• milline on toetustest saadud kasu Eesti riigi arengule ja inimestele, mh toetuse saajatele ja kasusaajatele, keskkonnale.</li> </ul>

## 3.2 Kommunikatsiooni kanalid

### 3.2.1 Kodulehed

76% Eesti elanikkonnast kasutab interneti ning nendest enamus teeb seda igapäevaselt. Rahandusministeeriumi tellitud avaliku arvamuse uuringust nähtub, et just toetusi vahendavate asutuste kodulehti peetakse kõige selgemaks ja usaldusväärsemaks infokanaliks. Seetõttu peab veebilehtedele infokanalitena pöörama jätkuvalt suurt tähelepanu ka 2014-2020 toetusperioodil.

MAK 2014-2020 veebikanalid koondatakse lehele [www.agri.ee/mak](http://www.agri.ee/mak). Veebilehelt peab sihtrühmadele muuhulgas olema kättesaadav (samal veebilehel või viited otseste allikate juurde) üldine ülevaade EL ühisest põllumajanduspoliitikast ([www.agri.ee](http://www.agri.ee)), toetatavatest valdkondadest ja rahastatud projektidest (nii edulood kui ka info toetuse saajate kohta – toetuste veebikaart, toetuse saajate otsing makseasutuse kodulehel, maaeluvõrgustiku veebileht). Samuti peab leht sisaldama infot saabuvatest ja käimasolevatest taotlusvoorudest ([www.pria.ee](http://www.pria.ee)), infopäevadest ([www.nouandeteenistus.ee](http://www.nouandeteenistus.ee) *sündmuste kalender*) ning andma teavet uuringutest ja hindamiste aruannetest, seirearuannetest ja toetuste kasutamise statistikast.

Lehekülje hoolduse ja info ülespanemise eest vastutab Põllumajandusministeerium. Makseasutus ja maaeluvõrgustik vastutavad oma veebilehel oleva info aktuaalsuse, täpsuse ja asjakohasuse eest.

Informatsiooni levitamine toimub ka nt püsihindajate, LEADER tegevusgruppide, nõuandeteenistuse ja Erametsakeskuse kodulehekülgedel.

### 3.2.2 Otsesuhtlus- ja omatud kanalid

Mitmete sihtrühmade jaoks on otsesuhtlus toetusi vahendavate asutuste esindajatega üks olulisemaid kanaleid. Infot soovitakse saada nii ministeeriumist, toetusi vahendavatest asutusest kui infopäevade ja seminaride raames.

#### **Pressiteated**

Põllumajandusministeerium ja PRIA avaldavad pressiteateid MAKi meetmetega seotud teemadel. Teated avaldatakse asutuste veebilehtedel, edastatakse meediale ning sotsiaalpartneritele. Pressiteadete retoorikas räägitakse läbivalt maaelu arengukava toetustest (MAK toetused mitte PRIA toetused). Iga pressiteate lõpus on tutvustav lõik maaelu arengukava kohta.

#### **Infokirjad**

Makseasutusel on olemas paljude taotlejate e-posti aadressid, mis annab võimaluse taotlejate poole otse pöörduda.

Alates septembrist 2009 ilmub igakuine elektrooniline infokiri, mis võtab kokku perioodi olulisemad teemad ja annab ülevaate lähiajal saabuvast. PRIA infokiri ilmub iga kuu alguses ja on kättesaadav ka kodulehelt. Samas pole teada, millise toetuse sihtgrupp üks või teine infokirja tellija on.

Maamajanduse Infokeskus annab välja maaeluvõrgustiku uudiskirja (ilmub iganädalaselt, suveperioodil üle nädala), innovatsiooni võrgukirja (vähemalt 6 korda aastas) ja kohalike toiduvõrgustike infokirja (vähemalt üks kord kuus).

Eraldi on käigus infolistid, mis on mõeldud suhtlemiseks nii Põllumajanduse ja Maaelu Arengu Nõukogu (PMAN) kui ka MAK seirekomisjoniga.

#### **Konsulendid**

Otsene ja oluline allikas toetuste taotlejate ja saajate jaoks on konsulendid. PRIA teeb konsulentidega koostööd e-PRIA tugisüsteemi ülesehitamiseks – e-taotluste esitamise populariseerimiseks.

Riigiinfo edastamine nõuandesüsteemis toimub läbi nõuandeteenuse osutaja meililisti, kus edastatakse nii ministeeriumide, teadusasutuste kui partnerite pressiteateid ja infot õigusaktide kohta.

#### **Infopäevad, seminarid, kohtumised**

Maaelu arengukava toetuste info võimalikult laialdaseks tutvustamiseks tuleb läbi viia infopäevi, koolitusi, kohtumisi nii laiemale avalikkusele, potentsiaalsetele taotlejatele ja toetuse saajatele. Samuti võib olla vajalik organiseerida suuremaid teavitussüritusi, et kaasata ka sihtrühmi, keda muul moel pole võimalik kõnetada või kui see on vajalik konkreetse sõnumi edastamiseks.

Potentsiaalsetele taotlejatele ning konsulentidele suunatud infoürituste ja koolituste puhul on rõhk suunatud eelkõige meetme- ja taotlemispetsiifilise info edastamisele. Toetusmeetmete infopäevi korraldatakse üldjuhul läbi MAK teadmussiirde ja teavituse vastava pikaajalise programmi. Maaeluvõrgustiku vastutusalasse kuuluvaid infopäevi ja seminare korraldab Maamajanduse Infokeskus.

### 3.2.3 Meedia

Meediakanalid on määrava tähtsusega maaelu arengu toetuste info viimisel sihtrühmadeni, seda eriti kasusaajate puhul. Valdavalt hangivad eestimaalased oma igapäevainfot interneti- ja trükimeediast ning tele- ja raadiokanalitest.

#### **Üleriigilised, kohalikud ja valdkonnaspetsiifilised meediakanalid**

Maaelu arengukavaga seotud suuremate ürituste, sündmuste, taotlusvoorude, statistika jm kohta tuleb edastada pressiteateid, artikleid, kuulutusi. Samavõrd tuleb organiseerida temaatilisi intervjuusid televisioonis ja raadios; artiklite, arvamuste ja intervjuude avaldamist kohalikus ja üleriigilises *online*- ja trükiajakirjanduses.

#### **Sotsiaalmeedia**

Sotsiaalmeedia on efektiivne kanal kahepoolseks kommunikatsiooniks sihtrühmadega ja noorema sihtrühmani pääsemiseks. Selleks kasutame maaelu arengukava 2014-2020 kommunikatsioonis sotsiaalmeedia keskkondade võimalusi (Maablogi, Facebook, Youtube, Flickr jt).

### 3.2.4 Reklaamikandjad ja infomaterjalid

Lisaks mitmekülgetele võimalustele veebis, võib osutada vajalikuks välja töötada ja jagada erinevaid infomaterjale. Lähtuvalt õigusaktidest, tuleb toetust saanud objektid märgistada infotahvlite, stendide ja kleebistega, mis viitavad maaelu arengukava 2014-2020 ning Euroopa Maaelu Arengu Põllumajandusfondi rahastusele.

#### **Aastaaruanded**

Iga aasta II kvartalis annab Põllumajandusministerium välja seirearuande eelneva aasta kohta, mis sisaldab finantsnäitajaid ja tulemusi. MAKi edendamine ja sellega seotud teavitustöö tegevused kajastuvad ka ministeeriumi aastaaruandes.

#### **Infomaterjalid**

Vastavalt vajadusele võib olla otstarbekas koostada ja levitada mitmesuguseid juhendmaterjale või infotrükiseid taotlejate ja toetuse saajate abistamiseks. Kõikide materjalide koostamisel ja väljaandmisel tuleb arvestada nende levitamisega ka digitaalsel kujul, kas kodulehtede, e-posti või sotsiaalmeedia vahendusel. Infomaterjalide koostamisele peab eelnema analüüs selle vajalikkuse ja asjakohasuse kohta – kas on olemas selline infovajadus, milline on parim kanal selle rahuldamiseks ja kuidas infomaterjale levitatakse.

#### **Infosildid, reklaamtahvlid, kleebised**

Toetuste nähtavaks tegemiseks tuleb kasutada maaelu arengukava logoga kleebiseid, stende ja infotahvleid vastavalt Komisjoni rakendusmäärusele (EL) nr 808/2014.<sup>7</sup>

### 3.2.5 Kampaniad

Igal aastal viiakse KA juhtimisel läbi üleriiklik suurüritus ja/või kampania, mille eesmärk on tutvustada EL põllumajandustoetusi, Eesti maaelu arengukava ning selle eesmärke ja tulemusi. Suurürituse/ kampania teema otsustatakse eelneval aastal koos järgneva aasta

<sup>7</sup> Komisjoni rakendusmäärus (EL) nr 808/2014 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0808&from=Et> Euroopa Liidu Teataja, 31.07.2014

kommunikatsiooni tegevuskava koostamisega. Katussõnumi valikul võivad olla aluseks rahvusvaheliselt päevakajalised teemad, nt ÜRO teema-aastad.

### 3.3 Sõnumistrateegia

Avalikkust tuleb teavitada maaelu ja põllumajandustoetuste eesmärkidest ja tähtsusest. Programmiperioodi lõpus tuleb näidata, mis on muutunud ning mida on EAFRD toetuste abil saavutatud.

Taotlejatele ja toetuse saajatele tuleb EAFRDd käsitlevas teavitustöös tagada piisav ja lihtsalt arusaadav info MAKi meetmete sisust ja eesmärkidest, finantseerimisvõimalustest ja -tingimustest, taotlemisprotsessist ja -protseduuridest, finantseerimisega kaasnevatest kohustustest ning ELi panusest projektide elluviimisel.

MAKi kommunikatsiooni sõnumistrateegia jaguneb kaheks: üldised katussõnumid MAKi kohta (põhisõnumid) ning sõnumid taotlemise kohta.

#### 3.3.1 Põhisõnumid

MAKi põhisõnumid lähtuvad MAKi eesmärkidest:

#### 1. Leiame uued võimalused kasvuks põllumajanduses ja toidutootmises.

1.1. Pöörame suuremat tähelepanu teadus- ja arendustegevusele ning innovatsioonile.

*Aastaks 2020 teeb Eesti põllumajandustootja koostööd teadlaste ja nõustajatega, rakendab oma tegevuses teadustulemusi ja on seeläbi konkurentsivõimeline. Erasektori panus põllumajanduse valdkonna teadus- ja arendustegevusse kahekordistub.*

#### 2. Investeerime põllumajanduse ja toidutootmise uuendamiseks, konkurentsivõime tõstmiseks.

2.1. Soovime, et suureneks kõigi põllumeeste konkurentsivõime toidutarneahelas. MAKi investeringutoetused peavad aitama põllumajandusettevõtte järjele, kus tema sissetulek tuleb turult ja väheneb toetussõltuvus.

2.2. Pöörame erilist tähelepanu ühistegevusele ja teistele koostöövormidele. Passiivse toorainetootja positsioonist tuleb areneda edasi ja anda toodangule lisandväärtust. Selleks tuleb teha koostööd tootjatel omavahel, töötajatega, teadlastega.

2.3. Soovime, et põllumajandusmaa oleks aktiivses põllumajanduslikus kasutuses.

2.4. Eelisarendame aiandussektorit ja teisi põllumajandustootmise valdkondi, kus isevarustatuse tase on madal.

*Aastaks 2020 kasvab põllumajanduse ja toidutööstuse tootlikkus vähemalt 3% aastas, suurenenud on lisandväärtusega toodangu eksport.*

#### 3. Soovime, et säiliks põllumajandustootmise mitmekesine struktuur, sh peretalud.

3.1. Soovime toetustega kaasa aidata sellele, et igas peretalus oleks vähemalt üks tasustatud töökoht.



#### **4. Hoiame ja säilitame keskkonda.**

*Põllumajandustootja hindab keskkonda kui oma olulisimat ressursi, mida tuleb hoida. Muld, vesi, elurikkus ja maastike mitmekesisus on kaitstud, sest tootmisotsustes arvestatakse ka keskkonnaaspekti.*

#### **5. Hoiame maapiirkonnad elujõulised.** Selleks edendame kohalikku arengut ja toetame mitmekülgset maategevõtlust, sh kohaliku toiduga seotud tegevusi.

5.1. Mitmekülgsed väikeettevõtted annavad piirkonnale oma näo ja on olulised eripärase toidu tootjad.

5.2. "Maal on mõnus". (Maapiirkondade elujõulisuse teema toetav hüüdlause)

*Aastaks 2020 on maapiirkondades mitmekesine ettevõtlus ja olemas atraktiivsed töökohad nii põllumajanduses, kui ka teistes valdkondades. Kohalikku elukeskkonda puudutavad otsused tehakse kohalikul tasandil kogukondade poolt. Maapiirkonna tööhõive aastaks 2020 on 61%.*

#### **6. MAK tugineb põhjalikule ülevaatele sektori vajadustest ja arengusoovidest ning on kokku pandud koostöös sektori esindajatega.**

6.1. MAK on paindlik ja käib ajaga kaasas.

#### **3.3.2 Sõnumid toetuste taotlemise kohta**

Lisaks eelpool nimetatud põhisõnumitele on eraldi sõnumid toetuste taotlemise kommunikatsioonis:

- ***Toetuse saamine on privileeg, millega kaasneb vastutus ja kohustused;***
- ***Toetuse taotlused ja muud taotlemisega kaasas käivad dokumendid peavad olema nõuetekohaselt koostatud;***
- ***Toetuse saamisel tuleb täita reegleid: hankeprotseduuride järgimine, omafinantseeringu olemasolu, aruandlus, teavitamisnõuete järgimine jmt;***
- ***MAKi projektid peavad aitama kaasa toetussõltuvuse vähendamisele ja aitama kaasa MAKi eesmärkide täitmisele.***

Toetuste taotlemisega kaasneva kommunikatsiooni retoorikas kasutavad nii korraldusasutus, PRIA, MMIK kui hindajad läbivalt viidet maaelu arengukava toetustele.

## 4 Strateegia elluviimine ja hindamine

### 4.1 Tegevused

Tegevused MAKi kommunikatsioonis jaotuvad kahte etappi:

#### 1. MAKi rakendamise teavitus:

- MAK 2007-2013 tulemuste teavitus;
- MAK 2014-2020 kinnitamise protsess ja eesmärgid;
- MAK 2014-2020 ettevalmistused: plaanitav toetuste ajakava, meetmete kirjeldused
- MAKi lõplik versioon oma eesmärkidega;
- MAKi ja otsetoetuste teabeüritused maakondades, kus selgitatakse tehtud valikuid ja eesseisvaid ajakavasid;
- Rakendusaktide koostamise ja kinnitamise kommunikatsioon;
- Infopäevad taotlejatele;
- Taotlusvoorude info (ajakava, konkreetsete toetuste nõuded, taotlusvoorude kokkuvõtted);
- Vahekokkuvõtted ja edulood;
- Maaelu ja põllumajanduse maine tõstmisele suunatud tegevused.

#### 2. Kokkuvõttev kommunikatsioon (perioodi 2014-2020 kokkuvõtted, tegevused vajadusel kuni aastani 2023)

##### 4.1.1 Toetusvõimaluste, põhimõtete ja tingimuste kommunikatsioon

Toetusvõimaluste, põhimõtete ja tingimuste kommunikatsioon jaguneb peamiselt Põllumajandusministeeriumi ja PRIA vahel. Jaotus toimub põhimõttel, kus selgitused eesmärkide ja üldiste põhimõtete kohta tulevad ministeeriumilt ning tehniline kommunikatsioon taotlemise protsessi kohta makseasutuselt.

**Toetuste kommunikatsioon jaguneb järgmisteks etappideks:**

**Toetuste ajakava avaldamine aasta kohta** – iga kalendriaasta kohta avaldatakse PRIA kodulehel toetuste ajakava. Põllumajandusministeerium annab pressiteatega teada, kui põllumajandusminister kinnitab kalendriaastaks planeeritud toetuste nimekirja ja nende eelarved.

##### **Meetmemääruste menetlemise teavitus**

Meetmemääruste menetlemise teavituse eest vastutab Põllumajandusministeerium.

Meetmemäärusi tutvustatakse seirekomisjonis ning materjalid avaldatakse Põllumajandusministeeriumi kodulehel. Vajadusel võib lisada teavituse sobivates sotsiaalmeedia kanalites (Facebook, Maablogi vm kanalid).

Meetmemääruse esitamisel EISi, teavitatakse otse seirekomisjoni liikmeid. Lisaks toimub teavitus sotsiaalmeedia kanalites.

Meetmemääruse allkirjastamisest teavitab ministeerium pressi- ja sotsiaalmeedia teatega. Pärast meetmemääruse allkirjastamist lisatakse toetuse taotlemise tehniline info esimesel võimalusel PRIA kodulehele. Teavituseks kasutatakse ka sobivaid uudiskirju ning vajadusel otseteavitust toetuse sihtgruppidele.

Enne meetmete taotlusvoore korraldatakse infopäevi konsulentidele ja potentsiaalsetele toetuse taotlejatele läbi MAK teadmussiirde ja teavituse vastava pikaajalise programmi.

### **Taotlusvooru teavitus**

Taotlusvooriga seotud kommunikatsiooniga – taotlusvooru avamine, taotlemise tehnilised detailid ja juhendid, taotluste vastuvõtu lõpp ja tulemustest teavitamine – tegeleb makseagentuur, kes valib selleks sobivad kanalid.

Konkreetses meetme taotlusvooru avamisest antakse üldjuhul pressiteatega teada esimese taotlusvooru korral, edaspidi on põhikanaliteks PRIA koduleht ja uudiskiri, võimalusel toimub otseteavitust läbi e-PRIA. Kui meede avatakse esimest korda, kooskõlastab PRIA pressiteate ministeeriumiga.

Taotlusvoorude teavitus sõltub meetmemääruste valmimisest, kuid lähtub põhimõttest, et taotlemiseks vajalik info oleks potentsiaalsetele taotlejatele kättesaadav võimalikult vara enne taotlusvooru.

#### **4.1.2 Maaelu ja põllumajanduse mainele suunatud kommunikatsioon**

Maaelu ja põllumajanduse mainele suunatud kommunikatsiooni eest on põhivastutajateks Põllumajandusministeerium ja Maamajanduse Infokeskus, kes kaasavad erinevaid partnereid vastavalt vajadusele ja projektidele.

Antud teemal on kommunikatsiooni planeerimise aluseks meedia-analüüs ja regulaarne avaliku arvamuse uuring. Kalendriaasta tegevused arutatakse läbi MAK teavitusrühmas, mille järel lisatakse planeeritavad tegevused MAK TA taotlusesse.

Maaelu ja põllumajanduse mainele suunatud kommunikatsioonis tehakse vajadusel teavituskampaaniaid, levitatakse edukaid projektinäiteid, aastas viiakse läbi vähemalt üks avalikkusele ja võimalusel vähemalt üks noortele suunatud projekt. Kord kvartalis toimub teavitajate töökohtumine.

## **4.2 Koostöö ja ülesannete jaotus**

MAKi korraldusasutusena koordineerib **Põllumajandusministeerium** info ja avalikustamisega seotud kohustuste täitmist.

Põllumajandusministeeriumis jagavad teavitustööga seotud ülesandeid avalike suhete osakond, maaelu arengu osakond jt MAK meetmetega seotud osakonnad. **Avalike suhete osakond** koordineerib MAKi kommunikatsioonistrateegia täitmist ja vastutab korraldusasutuse igapäevase kommunikatsioonitegevuse ja meediasuhtluse eest. Avalike suhete osakonna ülesanne on anda ka teavitustegevuse ülevaateid seirekomisjonides.

**Maaelu arengu osakond** vastutab koostöö eest sotsiaalpartneritega toetusmeetmete väljatöötamisel ja ajakohastamisel.

**Teadus- ja arendusosakond** vastutab teavitustegevuse eest seoses konsulentide ja tunnustatud nõuandekeskustega. Koostöös teiste seotud osakondadega vastutab teadus- ja arendusosakond teadmussiirde pikaajaliste programmide rakendamise eest.

**Kaubanduse ja põllumajandussaadusi töötleva tööstuse osakond** ning **taimeterwise osakond** vastutavad koostöö eest sotsiaalpartneritega oma valdkonna toetusmeetmete väljatöötamisel ja ajakohastamisel.

**Põllumajandusministeerium korraldusasutusena** vastutab järgmiste ülesannete täitmise eest:

- avalikkuse teavitamine Euroopa Liidu ühise põllumajanduspoliitika eesmärkidest ja selle mõjudest Eesti põllumajandusele ja maaelule;
- põllumajanduse ja maaelu arengu toetuste üldine tutvustamine ehk avalikkuse teavitamine nendest võimalustest;
- MAKi eesmärkide, prioriteetide, meetmete ja tulemuste avalikustamine – toetusvõimalused, toetuste nõuded, tulemused;
- teavitustöö koordineerimine makseasutuse ja maaeluvõrgustikuga;
- EAFRD toetustega seonduvate avalikustamise ja näitlikustamise nõuete väljatöötamine ja avalikustamine.

**PRIA makseasutusena** vastutab järgmiste ülesannete täitmise eest:

- potentsiaalsete taotlejate teavitamine toetuse saamise tingimustest – mida peab toetuse taotlemiseks tegema;
- taotlusvormide täitmiseks vajalike juhendmaterjalide koostamine ja levitamine;
- toetuse taotlejate teavitamine taotluste menetlemisega seonduvatest protseduuridest;
- toetuse saajate teavitamine EAFRD toetustega seonduvatest avalikustamise ja näitlikustamise nõuetest;
- toetuse saajate ning toetussummade avalikustamine Internetis.

Lisaks eelnevale peavad kõik MAKi rakendamisega seotud asutused tagama avaliku juurdepääsu asjasse puutuvatele õigusaktidele ning teavitama toetuse saajaid ja avalikkust MAKi rakendamisega seotud asjaoludest.

**Maamajanduse Infokeskus** riikliku maaeluvõrgustikuna vastutab järgmiste ülesannete täitmise eest:

- MAKi projektinäidete kogumine ja levitamine;
- valdkondliku ja analüütilise teabe vahetamine maaelu arengu sidusrühmade vahel ning tulemuste jagamine ja levitamine;
- teabevahetuse- ja koolitustegevuse korraldamine LEADER tegevusgruppidele, sh kohaliku arengu strateegiate koostamise, rakendamise, seire ja hindamise ning territooriumitevaheliste ja rahvusvaheliste koostööprojektide algatamise ja elluviimise hõlbustamiseks;
- teabevahetuse korraldamine MAKi innovatsioonialases võrgustikutöös, lühikese tarneahela toiduvõrgustike vahel ja koostööpartnerite leidmisel.

Riikliku maaeluvõrgustiku kommunikatsiooniplaani aluseks on käesolev kommunikatsioonistrateegia ning maaeluvõrgustiku rolli kirjeldava määruse EL 1305/2013 artikkel 54 (3)(vi).

### 4.3 Tegevuskava koostamine ja uuendamine

Kommunikatsioonistrateegia osana koostab korraldusasutus koostöös PRIA ja MMIK-ga iga-aastase kommunikatsiooni tegevuskava, mis sisaldab kõigi osapoolte tegevuste loetelu (vastavalt p 4.2 toodud ülesannete jaotusele) käesolevas strateegias seatud ühiseesmärkide saavutamiseks. Iga kalendriaasta tehtud ja planeeritavad tegevused arutatakse vähemalt 1 kord aastas läbi MAK seirekomisjoniga.

Uue kalendriaasta tegevuskava koostamiseks toimub kolmanda kvartali lõpus MAK teavitajate kohtumine, kus püstitatakse täpsed kommunikationieesmärgid uueks kalendriaastaks. Kommunikationieesmärgid seatakse vastavalt uuringute tulemustele ja laekunud tagasisidele, sh seirekomisjoni ja püsihindamise, soovitudele. PRIA, MMIK ja Põllumajandusministeeriumis MAKi teavitusega seotud osakonnad esitavad oma sisendi tegevuskavasse hiljemalt **eelneva aasta 1. novembriks**.

Tegevuskavas tuuakse välja tegevuste orienteeruv ajakava, sisukirjeldused, kanalivalikud, sihtrühmad ja vastutajad. Samuti kuulub tegevuskava juurde indikatiivne eelarve, mida rahastatakse MAK TA vahenditest.

Tegevuste planeerimise efektiivsuse tagamiseks jälgib korraldusasutus tegevuskava täitmist kord kvartalis. Selleks tuleb asutustel hiljemalt igale kvartalile järgneva kuu 10. kuupäevaks anda ülevaade toimunust ning vajadusel muudatustest seoses uude kvartalisse kavandatud kommunikationitegevustes. Vajadusel toimub samal ajal ka MAK teavitajate kohtumine.

Hiljemalt iga aasta 31. märtsiks koostab korraldusasutus koostöös PRIA ja MMIK-iga ülevaate eelmise aasta kommunikatsiooni tegevuskava elluviimisest ja tulemustest. Samuti esitatakse vajadusel ettepanekud kommunikationistrateegia muutmiseks. Ülevaade esitatakse maaelu arengukava seirearuandes ja juunis koguneval seirekomisjoni istungil.

Kommunikatsiooni tegevuskava esitatakse strateegia lisa 1.

### 4.4 Tulemuslikkuse hindamine

Kõik kommunikationitegevused peavad toetama käesolevas strateegias seatud eesmärke. Kommunikationistrateegia tulemuslikkuse hindamiseks koostab korraldusasutus maaelu arengukava seirearuandes ülevaate teavitustegevustest, tegevuskava ja eelarve täitmisest, mõõdikute tulemustest. Samuti esitatakse strateegia või eelarve muudatusettepanekud.

Sisendi ülevaatesse annavad korraldusasutuse avalike suhete osakonnale kõik MAKi kommunikationiga seotud osakonnad ministeeriumis, PRIA ja MMIK.

MAK 2014-2020 kommunikatsioonieesmärkide täitmist mõõdetakse järgnevalt (täpsed indikaatorid on toodud lisas 2) :

<u>Eesmärgid</u>	<u>Mõõdikud</u>	<u>Kuidas mõõdame?</u>
<b>E1: Sihtrühmad on kursis vajaliku teabega toetusvõimalustest, põhimõtetest, taotlemise võimalustest ja tingimustest</b>	Toetusesaajate hinnang info kättesaadavusele (leitavus, piisavus)	PRIA kliendiuuring (vähemalt 1x kahe aasta jooksul)
	Toetusesaajate hinnang info arusaadavusele	PRIA kliendiuuring (vähemalt 1x kahe aasta jooksul)
<b>E2: Avalikkus on kursis ELi põllumajanduspoliitika (maaelu arengukava toetuste kontekstis) eesmärkide ja põhimõtete ning maaelu arengukava toetuste panusega Eesti arengusse. Avalikkus peab maaelu ja põllumajanduse toetamist oluliseks</b>	Elanike osakaal, kes on teadlikud MAK 2014-2020-st	Avaliku arvamuse uuring
	Elanike osakaal, kes on teadlikud MAK 2014-2020 eesmärkidest / mida toetatakse läbi MAKi	Avaliku arvamuse uuring
	Elanike osakaal, kes peavad MAK 2014-2020 toetusi vajalikuks	Avaliku arvamuse uuring
<b>E3: Põllumajandust ja maaettevõtlust hinnatakse tervikuna kui olulist majandusharu</b>	Elanike osakaal, kes peavad põllumajandust ja maaettevõtlust Eesti arengule oluliseks	Avaliku arvamuse uuring
	Elanike osakaal, kes peavad põllumajandusega tegelemist perspektiivikaks	Avaliku arvamuse uuring

