



REGIONAAL- JA  
PÕLLUMAJANDUSMINISTEERIUM



# **Euroopa Merendus-, Kalandus- ja Vesiviljelusfondi kommunikatsiooni- strateegia 2021-2027**

## Kasutatavad lühendid

EMKfV – Euroopa Merendus-, Kalandus- ja Vesiviljelusfond

KIK – Keskkonnainvesteeringute Keskus

PRIA – Põllumajanduse Registrite ja Informatsiooni Amet

REM – Regionaal- ja Põllumajandusministeerium

RMK – Riigimetsa Majandamise Keskus

## Alusdokumendid ja strateegiad

EMKfVi kommunikatsioonistrateegia 2021–2027 toetub [fondi riiklikule rakenduskavale](#) ning [põllumajanduse ja kalanduse valdkonna arengukavale aastani 2030](#).

## Sise – ja väliskeskonna analüüs

Kommunikatsiooni sise- ja väliskeskonna analüüsimiseks viisime läbi SWOT analüüsi.

Organisatsioonisiseste **tugevustena** kommunikatsioonitöös näeme tõhusat dialoogi sektoriga ning tugevat valdkondlikku kompetentsi ministeeriumis. Oleme infoallikana sihtrühmadele juba tuttavad.

Kommunikatsioonitöö **nõrkused** on avalike suhete osakonna küllaltki suur tööjõu volavus ning sellest tulenev suurenenud töökoormus. Seni pole olnud kommunikatsioonitegevustes olnud pikaajalist vaadet, mille saavutame loodud kommunikatsioonistrateegiaga.

**Võimalustena** näeme sektori ja partnerite avatust ja valmidust senisest tihedamaks kommunikatsioonialaseks koostööks – infovahetuseks, tööülesannete jagamiseks ja üksteise sõnumite võimendamiseks. Samuti on meil tõhus koostöö valdkonna ajakirjanikena. Kalandussektori arendamisega seotud teemadesse suhtub avalikkus positiivselt. Toidujulgeoleku suurendamist ja sektori konkurentsivõime tõstmist nähakse positiivselt. Laiemale avalikkusele suunatud üritused, nagu näiteks avatud kalasadamate päev, on väga populaarsed.

**Ohtudena** näeme seda, et infokülluses ei pruugi üldine elanikkond seostada kõiki valdkonna üritusi või saavutusi fondiga. Teeme endast kõik, et fondi alati esile tuua, kuid sõnumi vastuvõtjad ei pruugi fondile eriti suurt tähelepanu pöörata.

## Riskide maandamise kava

Riskide maandamistegevusi jälgib ja viib eestvedajana ellu Regionaal- ja Põllumajandusministeeriumi avalike suhete osakond.

Riski realiseerumise tõenäosus: roheline – madal, keskmine – oranž, kõrge – punane

Risk	Mõju	Riski ennetamise või maandamise kava
Negatiivne, pahatahtlik või ebatäpne kajastus	Ebatäpne kajastus võetakse aluseks teiste väljaannete uudistes, tekib dominoefekt. Negatiivne või ebatäpne kajastus rikub fondi mainet.	Pöörata suurt tähelepanu sellele, et oleksime oma sõnumites väga selged. Monitoorida meediat regulaarselt, et negatiivse või ebatäpse kajastuse korral kiiresti reageerida.  Ebatäpse kajastuse puhul võtta kiiresti väljaandega ühendust ning paluda artiklit muuta. Ühtlasi ennetavalt võtta ühendust teiste asjakohaste väljaannetega, et piirata väärinformatsiooni levikut. Mõnikord keeldutakse väärinfot muutmast. Sellisel juhul tuleb astuda järgmisi samme, näiteks pöörduda pressinõukogu poole.
Negatiivsed kommentaarid ja reaktsioonid sotsiaalmeedias	Negatiivsed kommentaarid ja reaktsioonid sotsiaalmeedias loovad fondist negatiivset kuvandit.	Vastata kriitikale kiirelt ja empaatiliselt.
Kriis	Kehv kriisikommunikatsioon kahjustab fondi mainet, nii et kriisiolukordadeks tuleb eelnevalt valmistuda.	Lua kriisikommunikatsiooni plaan täpsete rollide ja vastamise protokolliga.  Kommunikatsioonis olla läbipaistev ja sõnumites järjepidev. Pakkuda regulaarsete ajavahemike järel ajakohastatud infot, vajadusel koostada meediale korduma kippuvate küsimuste dokument.  Ministeeriumi kriisikommunikatsiooni plaan valmib 2027 aastaks.

Vananenud info kättesaadavus	Vananenud info näiteks fondi kodulehel levitab väärinfot ning kahjustab fondi usaldusväarsust.	Info enne avaldamist valdkonna ekspertidega kooskõlastada. Kontrollida regulaarsete intervallidega avaldatud info relevantsust.
Võimaluste kasutamata jätmise, ebapiisav reageerimiskiirus	Saavutame väiksema positiivse mõju, kui oleks potentsiaalselt võimalik, mõned head võimalused jäävad kasutamata.	Monitoorime järjepidavalt oma teemade meediapotsiaali ja määrame vastavalt sellele prioriteetsuse.

## Kommunikatsiooni eesmärgid ja indikaatorid

Kommunikatsiooni peamine eesmärk on tagada sihtrühmade teadlikkus fondi eesmärkidest ja toetustest, mis hõlbustavad nende eesmärkideni jõudmist. Sihtrühmade teavitamiseks kasutame selget, avatud ja asjakohast kommunikatsiooni.

### Eesmärki toetavad alaeesmärgid

#### Teadlikkus fondist ja selle eesmärkidest kasvab

Teavitame sihtrühmi ja kogu elanikkonda fondi eesmärkidest, pakutavatest võimalustest ning tulemustest.

##### Indikaatorid

- Fondist teadlikkus suureneb eelmise teadlikkuse uuringuga võrreldes 10%.
- Meediakajastuste arv.
- Teavitussüritustel osalejate arv.

#### Teadlikkus fondi toetuste jagamise põhimõtetest, taotlemise võimalustest ja tingimustest kasvab

Tutvustame toetusi ja nende taotlemise võimalusi, tehes teabe lihtsasti kättesaadavaks nii toetuste jagamise põhimõtete kui ka toetuste kasutamise reeglite kohta.

##### Indikaatorid

- [EMKVFi maandumislehe](#) küllastajate arv PRIA kodulehel. Taotlejate rahulolu teabe selgusega mõõdame fookusgrupi intervjuuga, mida viib korra aastas läbi Regionaal- ja Põllumajandusministeerium.

#### Suurendame sidusrühmade kaasatust

Suurendame toetusetaotlejate, sektori esindajate ja kohalike kogukondade kaasatust fondi tegevustesse.

#### *Indikaatorid*

- Osalejate arv teavitussüritustel.
- Osalejate tagasiside teavitussüritustele.

### **Tõstame esile edukaid projekte ja häid tavasid**

Edulugusid jagades näitame fondi kasulikku mõju ning julgustame sidusrühmi toetusi taotlema ja projekte ellu viima.

#### *Indikaatorid*

- Edulugude meediakajastuste arv.
- Sotsiaalmeedia ulatus ja kaasatus.
- Uute toetusetaotlejate arv.

## **Kommunikatsiooni põhimõtted**

### **Kommunikatsioon on läbipaistev**

Tagame huvirühmadele täpse ja õigeaegse teabe. Teavitame fondi eesmärkidest, toetuste taotlemise kriteeriumitest ja protsessist lihtsas ja selges keeles. Teavitame avalikkust regulaarselt toetatud projektide tulemustest ja mõjust.

### **Kaasame teavitustegevustes kõiki asjakohaseid huvirühmi**

Peame teavitustegevustes silmas kaasatust, et teave jõuaks kõigi asjakohaste huvirühmadeni. Eri vanuses või piirkonnas elavate inimeste kõnetamiseks kasutame mitmekesisist kommunikatsioonikanalite valikut. Veendume, et teavitusmaterjalid on vajadusel olemas eri keeltes.

### **Hoolitseme teavitustegevuste asjakohasuse eest**

Kohandame sõnumeid eri sihtrühmade vajaduste ja huvide järgi. Toome fondi mõju esile edulugude kaudu, millega on sihtrühmal lihtne samastuda. Käsitleme sektorile olulisi küsimusi, nagu näiteks kohanemine kalavarude muutunud seisundiga.

### **Kommunikatsioon on kaasav ja kahe-suunaline**

Kaasame sektori esindajaid arutellu, võimaldame esitada küsimusi ja anda tagasisidet. Korraldame teavitussüritusi ja töötubasid, et tugevdada sektoriga koostööd ja usaldust.

### **Kommunikatsioon on järjepidev**

Edastame teavitustegevustes ühtseid ja järjepidevaid sõnumeid läbi erinevate kampaaniate ja kanalite. Joondame riiklikud teavitustegevused Euroopa Liidu tasandi eesmärkide ja sõnumitega.

### **Teeme kommunikatsioonialast koostööd**

Sõnumite võimendamiseks ja paremaks levikuks teeme koostööd asjakohaste Eesti organisatsioonidega ning jagame kogemusi ja häid tavasid Euroopa kolleegidega.

## Kommunikatsiooni sihtrühmad

Fondi teavitustegevuste sihtrühmad on sektori esindajad ehk kõik potentsiaalsed toetuste taotlejad, kohalikud kogukonnad, noored vanuses kuni 26 eluaastat ja terve Eesti elanikkond.

SIHTRÜHM	SIHTRÜHMA PROFIIL	VAJADUSED	OODATUD TEGEVUSED	KANALID
Olemasolevad ja potentsiaalsed taotlejad	Sektori esindajad, kes on toetust taotlenud ja ka need, kes pole veel toetuseid taotlenud, kuid võiksid seda teha	-täpset, konkreetset ja lihtsalt infot taotlustingimuste ja -protsessi kohta  -ülevaadet fondi pakutavatest võimalustest  -võimalust tutvuda teiste taotlejate edulugudega, et saada julgustust ja inspiratsiooni ise toetust taotleda	- tutvub täpsema infoga fondi veebilehel  -taotleb toetusi  -saab inspiratsiooni teiste taotlejate edulugudest	- fondi veebileht - infokirjad - teabeüritused -sotsiaalmeedia -kohalikud väljaanded
Kohalikud kogukonnad	Rannapiirkondade kohalikud kogukonnad	-haaravalt ja huvitavalt esitatud infot selle kohta, kuidas fondi abil saab tõsta piirkonna konkurentsivõimet ja edendada ettevõtlust  -kohalikke edulugusid	-suhtub fondi positiivselt -on kursis fondi võimalustega	-sotsiaalmeedia -kohalikud väljaanded -avalikkusele suunatud üritused -infosildid
Noored vanuses kuni 26 eluaastat	Noorem osa elanikkonnast, keda võib potentsiaalselt huvitada karjäär kalandus- või vesiviljelussektoris; potentsiaalne kala- ja vesiviljelustoodete tarbija	-haaravat ja inspireerivat infot selle kohta, mida on sektoril karjäärivalikuna pakkuda  -infot ja inspiratsiooni, tarbimaks rohkem kalatooteid tervislikuma ja tasakaalustatuma toitumise heaks	-kaalub või planeerib karjääri kalandus- või vesiviljelussektoris  -tarbib vähemalt korra või paar nädalas kala või kalatooteid	-sotsiaalmeedia -kohalik ja üleriigiline meedia -avalikkusele suunatud üritused -infosildid
Eesti elanikkond	Kõik Eestis elavad inimesed	-saab asjakohast infot selle kohta, kuidas fond kalandus- ja vesiviljelussektori kaudu Eesti elu edendab	-suhtub fondi positiivselt ja väärtustavalt  -suhtub positiivselt ja väärtustavalt sektori töötajatesse	-sotsiaalmeedia -kohalik ja üleriigiline meedia -avalikkusele suunatud üritused -infosildid

			-tarbib vähemalt korra või paar nädalas kala- või vesiviljelustooteid	
--	--	--	---	--

## Kommunikatsiooni põhisõnum ja valdkondlikud sõnumid

Kommunikatsiooni põhisõnumid lähtuvad teavitusstrateegia ja rakenduskava eesmärkidest ning oodatavatest tulemustest. Sõnumite koostamisel on arvestatud sihtrühmade eripära ja ootustega.

### Katussõnum

**Toetame kestlikku ja uuendusmeelset kalandust terve elukeskkonna, tervete inimeste ning elujõuliste rannapiirkondade hüvanguks.**

Rõhutame, et kestlik ja uuendusmeelne kalandus hoiab nii loodust kui ka inimeste tervist ja heaolu ning toetab rannapiirkondade arengut.

### Valdkondlikud sõnumid

#### Kala tarbimine

- Kala on tervislik, maitsev ja lihtne valmistada.
- Osta kala otse kalurilt.

Sõnumitega kõnetame eeskätt noorte, kuni 26-aastase elanikkonna sihtrühma, kelle seas on kalatarbimine kõige madalam. Kommunikatsiooni eesmärk on tõsta noorte teadlikkust sellest, et kala söömine on osa tervislikust ja mitmekülgsest toitumisest. Koolituste, degusteerimiste ning muude ürituste kaudu veename noori, et kala on maitsev, seda pole keeruline valmistada ning otse kalurilt ostes on see värskem ja soodsam kui poest soetades.

#### Kalandussektori maine

- Töö kalandussektoris on tasuv, paindlik ning pakub nüüdisaegset töökeskkonda.

Kõnetame kuni 26-aastaseid noori, veenmaks neid kaaluma karjääri kalandussektoris. Töö kalandussektoris on majanduslikult tasuv, pakub võimalust viibida vabas looduses, on ajaliselt paindlik ning kasutusel on nüüdisaegsed tootmisvahendid.

- Kalandussektor on uuenduslik, ressursisäästlik ja keskkonnahoidlik.

Sõnum on suunatud tervele Eesti elanikkonnale, et teavitada inimesi uuendustest kalandussektoris, mis muudavad kala püügi, töötlemise ja turustamise kestlikumaks.

Kalandus on keskkonnahoidlik: kasutatakse selektiivseid keskkonnasäästlikke püügivahendeid ja -meetodeid. Kalavarude kasutamine põhineb teadussoovitustel ja varud on kestlikult majandatud. Töötlemine on energia- ja ressursisäästlik. Kalavarude hea seisundi tagamiseks taastatakse kalade kudealasiid ja elupaiku. Vesiviljeluses kasutatakse keskkonnahoidlikke tehnoloogiasid.

- Rannapiirkondades on elujõuline ettevõtlus.

Rannapiirkondades on ettevõtlikud inimesed ning toimub võrgustikupõhine koostöö. Piirkondade arengusse panustatakse laiemalt, kui vaid kalandussektorit toetades.

### Keskkonnateadlikkuse suurendamine

- Eesti kalavarud on rahvuslik rikkus. Hoiame seda ühiselt!

Kommunikatsiooni eesmärk on nügida inimesi keskkonnahoidlike hoiakute suunas. Inimesed peaksid vältima illegaalselt püütud kala või kalamarja ostmist ning andma Keskkonnaametile või MTÜle Vabatahtlik Kalakaitse teada, kui näevad röövpüüki.

- Kalurid panustavad kalavarude heasse seisule.

Toome kommunikatsioonis esile häid näiteid sellest, kuidas nii kutselised kui ka harrastuskalurid taastavad koelmualasid, eemaldavad rändetõkkeid ning aitavad ka muul moel suurendada Eesti kalapopulatsioone. **Tõhus järelevalve vähendab ebaausat konkurentsi tootjate vahel ja aitab kaasa kalavarude hea seisundi tagamisele.**

- Teavitame avalikkust vähemalt kord aastas kalavarude seisundist, et tõsta inimeste teadlikkust sellest, et kalavarusid tuleb hoida. Teavitame elanikkonda, et illegaalne kalapüük vähendab kalavarusid ning seab ausad tootjad ebaausasse konkurentsi. **Keskkonnasäästlike tehnoloogiate kasutamine võimaldab vesiviljelusega tegeleda keskkonnahoidlikult.**
- Levitame häid näiteid kestlikust vesiviljelusest, mis ei halvenda veekeskonna seisundit. **Kalavarude säästev majandamine tagab heas seisus kalavarud, millest sõltub kalurite sissetulek.**
- Kalavarude säästva majandamise kommunikatsioonis selgitame sektorile, miks püügikorralduslikke otsuseid langetatakse – milleks on piirangud vajalikud. **Kalavarusid ei mõjuta ainult kalurid.** Kalavarusid mõjutavad olulisel määral ka muutuvad loodusolud ja looduslikud tarbijad.

### Digipööre kalanduses

- Kalapüügiandmeid saab kõikidele ametitele esitada ühest rakendusest. See säästab nii aega kui ka raha.
- Digipööre aitab püüki ja müüki kiiresti ja tõhusalt planeerida.
- Harrastuspüügiloa taotlemine ja andmete esitamine on mugav ja lihtne.

Toome kommunikatsioonis esile püügiandmete digitaalse esitamise eelised. Kaasame kommunikatsiooni kalureid, kes jagavad oma häid kogemusi.

### Potentsiaalsed taotlejad ja sektor on teadlikud Euroopa Merendus-, Kalandus- ja Vesiviljelusfondi toetustest

- Pane teiste kogemus enda kasuks tööle!

Tutvustame häid näiteid edukatest projektidest, mis on ellu viidud fondi toetuste najal. Siin kõnetame sektoris hõivatuid, kes pole veel fondist toetust taotlenud.

- Rohepööre tagab elamisväärse elukeskkonna ka tulevikus. Toetused aitavad kaasa uute poliitikasuundadega kohanemisele.

Selgitame taotlejatele tavakeeles uute poliitikasuundade sisu ning tutvustame toetusi, mis aitavad uuendustega kohaneda. Näiteks on uus eesmärk energia- ja ressursitõhusus, mille saavutamiseks on võimalik fondist taotleda mitut toetust.

- **EMKVF hoiab loodust ja toetab ettevõtlikke inimesi.**

Tutvustame, kuidas fondi toetused panustavad rohepöörde eesmärkide saavutamisse, tagades samas sektori ettevõtluse elujõu.

- **Kalanduspiirkondade tegevusgrupid on pühendunud piirkonna arendamisele.**

Tutvustame kohalike tegevusrühmade tööd ja julgustame ettevõtjaid oma uuendusmeelsete ideedega nendega ühendust võtma nõuande saamiseks ja rahastuse taotlemiseks.

- **Ühistegevus tootmisel ja turustamisel võimaldab suurendada tulusust kogu tarneahelas.**

Selgitame sektoris hõivatutele, et ühistegevus on nutikas viis kulude optimeerimiseks.

## Kanalid

Kanalid sihtrühmade kõnetamiseks on omakanalid ja üleriigiline meedia.

### Omakanalid

- [Fondi, REMi, Tartu Ülikooli Eesti mereinstituudi kalanduse teabeskuse](#) ning kõigi teiste partnerite veebilehed ja sotsiaalmeediakanalid (Facebook, Instagram, YouTube).
- Ministeeriumi ja teiste kommunikatsioonipartnerite infokirjad (ministeeriumi igapäevane eelinfo ajakirjanikele, PRIA igakuine infokiri, METKi maaeluvõrgustiku infokirjad, mis ilmuvad sügisest kevadeni kaks korda kuus, kolmel suvekuul kord kuus).
- Teabepäevad, seminarid, konverentsid ja kõik teised üritused, mis võimaldavad erinevate huvipooltega vahetult suhelda.
- Avalikkusele suunatud üritused, nagu avatud kalasadamate päev, Eesti toidu kuu kalanädal jm.
- Kalanduspiirkondade tegevusrühmade esindajad, kes jagavad teavet toetuste taotlemise kohta.
- Infosildid, reklaamtahvlid ja kleebised.

### Üleriigiline meedia

- Üleriigiline trüki- ja digimeedia.
- Üleriigilise meedia teemapõhised väljaanded, näiteks Äripäeva põllumajandus.ee.
- Kohalikud väljaanded.
- Televisioon.
- Raadio.

Sektori kõnetamiseks on tõhusad kanalid seminarid, infotunnid, uudiskirjad ja maakonnalehed. Avalikusse teavitamisel annavad häid tulemusi televisioon, digi- ja sotsiaalmeedia. Hoolitseme selle eest, et teave [fondi kodulehel](#) oleks esitatud struktureeritult, selgelt ja kasutajasõbralikult.

## Taktika

Edastame sõnumeid mitmesugusel moel:

- saadame välja pressiteateid;
- korraldame pressiüritusi;
- peame seminare ja teabepäevi;
- korraldame koolitusi;
- esitame teemapakkumisi;
- anname intervjuusid;
- kirjutame ise postitusi ministeeriumi Maablogisse, millest teavitame e-kirja teel ka ajakirjanikke, ning avaldame artikleid teistes väljaannetes;
- avaldame häid näiteid fondi, kalanduse teabekeskuse ja kalanduse tegevusrühmade kodulehtedel;
- korraldame avalikke degusteerimisi ning õpitube kalaroogade valmistamisest;
- viime läbi mitmeaastase kalakampaania sotsiaal- ja välimeedias, televisioonis ja raadios;
- teeme kampaaniaid sotsiaalmeedias, näiteks vesiviljeluse propageerimiseks, kalanduse kui karjäärivaliku tutvustamiseks;
- korraldame kogu Eesti elanikkonnale suunatud suuri kalatarbimist populariseerivaid üritusi, nagu avatud kalasadamate päev, avatud talude päev, Eesti toidu kuu kalanädal, piirkondlikud kalafestivalid ja -laadad.

## Teavitusvõrgustiku koostöö

Kommunikatsiooni tõhusaks planeerimiseks, elluviimiseks ja teabevahetuseks on loodud teavitusvõrgustik. Võrgustiku tööd veab eest REM.

Võrgustikku kuuluvad:

- REM;
- PRIA;
- Tartu Ülikooli Eesti mereinstituudi kalanduse teabekeskus;
- kalanduspiirkondade tegevusrühmad;
- RMK;
- KIK;

- Keskkonnaamet;
- Eesti Maaülikool;
- Tervise Arengu Instituut;
- Inform EU.

Iga teavitustegevuse puhul on määratud eestvedav asutus ja kaasatud asutused, kes aitavad sõnumit võimendada ning sihtrühmani viia.

Määruste või muudatuste jõustumisel teeb pressiteate ja muud teavitustegevused REM. Määruste jõustumisel teeme ka teemakohased postitused ministeeriumi sotsiaalmeediakanalitesse. Sageli kirjutame määruse sisu tavakeeles ja rohkete näidetega lahti REMi Maablogi postituses, mida kutsume ajakirjanikke üles avaldama. Sihtrühm saab postitusi lugeda nii otse Maablogist kui ka väljaannetest, kus need avaldatakse.

Toetuste taotlusvoorude avanemisel avaldab pressiteate ning teeb teisi teavitustegevusi lähtuvalt vajadusest ja kommunikatsiooniplaanist PRIA.

## Koostöö põhimõtted

Kommunikatsioonivõrgustiku töö põhimõtted on järgmised.

- Peamised sõnumid, sihtrühmad ja eesmärgid on kokku lepitud.
- Vastastikku teavitatakse üksteist suurematest kommunikatsioonialgatustest ning kooskõlastatakse tegevusi.
- Vajadusel valmistatakse kommunikatsioonitegevused ette ühiselt.

Koostöökäsitatakse peamiselt veebikoosolekuid ning e-posti.

## Perioodid, tähtajad ja eelarve

Iga teavitustegevuse tähtaeg või kestus on kirjas teavitustevõrgustiku jagatud kommunikatsioonistrateegia Exceli failis (lisa 1). Exceli faili haldab REM.

EMKVF-i rakenduskava kohaselt on fondi teavitustegevusteks REM-i eelarves indikatiivselt ette nähtud 245 000 eurot. Tegevused rahastatakse EMKVF-i tehnilise abi eelarvest.

## Kommunikatsiooni tulemuslikkuse hindamine

Kõik üksikud kommunikatsioonitegevused peavad toetama strateegias seatud eesmäärke.

## Teavitustegevuste tulemuslikkuse mõõtmiseks kasutatavad vahendid

### Fondist teadlikkuse uuring

Viime regulaarselt läbi fondist teadlikkuse uuringu ja jagame selle tulemusi fondi kodulehel. Värske uuringu tulemusi eelmise uuringu tulemustega võrreldes saame hinnata, kas ja kuidas on muutunud sihtrühmade teadlikkus fondist ning kui hästi oleme tõstnud sektori ja elanikkonna teadlikkust teistes strateegias kirjeldatud valdkondades, nagu näiteks kalandussektori maine või keskkonnateadlikkuse suurendamine.

## **Kalatarbimise uuring**

Iga kahe aasta järel viime läbi kalatarbimise uuringu, mille leiab Regionaal- ja Põllumajandusministeeriumi veebilehelt uuringute rubriigist. Võrdleme värsket uuringu tulemusi eelmise uuringu tulemustega ning saame teada, kas ja kuidas on kala tarbimine muutunud elanikkonna eri vanuserühmades ja segmentides ning elanikkonnas üldiselt.

## **Meediakajastuste analüüs**

**Analüüsime meediakajastusi.** Iga teavitustegevuse puhul analüüsime kajastuste arvu, tooni, kanalite mitmekülgsust ja sõnumiga sobivust.

## **Üritustel osalejate arv, huvipoolte kaasatus**

**Mõõdame üritustel osalejate arvu ja analüüsime eri huvipoolte kaasatust.** Ürituste puhul mõõdame osalejate arvu ning analüüsime, kas kõik asjakohased huvipooled on hästi esindatud.

## **Veebilehe külastatavus**

Mõõdame [fondi kodulehe](#) külastajate arvu, võrdleme tulemusi ning teeme vajadusel kodulehel parandusi.

## **Sotsiaalmeediasisu tulemuste mõõtmine**

Mõõdame sotsiaalmeediasisu näitamisi, kaasamismäära, klikkimise määra, reaktsioonide arvu ja tooni ning teisi sotsiaalmeedia sisu hindamise mõõdikuid.