

Värske piima ja piimatoodete teavitussprogramm 2015-2017

piim
Täeva pärl

Programmi eesmärgid



Mõõdetav näitaja	Baastaseme allikas ja mõõtmise aeg	Teadaolev baastase	Oodatav sihttase 2017. aastal
11–15-aastastest õpilastest joob iga päev piima (2010)	TAI (2010)	46%	50%
11–15-aastastest õpilastest joob piima 5-6 päeval (2010)	TAI (2010)	15%	20%
Piimatoodete tarbimine inimese kohta	TNS EMOR (2013)	309 kg	322 kg
Värskete piima toodete tarbimine inimese kohta	Statistikaamet (2012)	122 kg	129 kg
Inimeste hulk, kes ei joo üldse piima vanuses 16-64	TAI (2012)	23%	21%
Teadlikkus piimatoodete tarbimise olulisuse kohta erinevates vanusegruppides	TNS EMOR	Baastase määratakse 2015. aasta uuringuga	Teadlikkus suureneb võrreldes baastasemega

Valik tegevusi



EUROOPA ÜHENDUSE
JA EESTI ABIGA
RAHASTATUD
KAMPAANIA

Piim Päeva pärl

Saada oma lemmiktoidu retsept,
mille koostises on vähemalt üks
piimatoodet!

**Võida igal tööpäeval
2 kg juustu!**

**Hakka PIIM - PÄEVA PÄRL!
fänniks ja jaga!**

Kõikide retsepti saatnud fännide
vahel loosime kuu jooksul välja
kokku 60 kg juustu!

- Facebooki lehekülg
- Kampania toidupoodides
- Piimabaar ja multifilmiprogramm kinos Artis
- Piimaprogramm Vanamõisa jõulumaal
- Koolikokkade koolitused



Avatud piimafarmide päev

- 15-30 avatud farmi üle Eesti
- 1800-2500 kooliõpilast igal aastal
- Hea meediakajastus



Võrumaa Teataja

Nr 61 (3036) Laupäev, 30. mai 2015 1.10 €

Karjalaskepäeval robotlaudad

Inno Tähtsaim
LAUDAKÜLASTUS Võru Kruusvälki põllumajandusliku õppe- ja teaduskeskuse laste saalis selgitasid karjalaskepäeval võimaluse külastada Sirenepu väli. Alaküla külas asuvad Vihandu Põllumajanduse OÜ Pale farmi. Oleringilise karjalaskepäeva laste saalis tutvustasid põllumajanduse laste saali ja piimatootmist ühena EPKKO loodisid. Võru lapsed viisid laste saali tutvustamiseks ja tutvustamiseks piimatootmist Vihandu Põllumajanduse OÜ juht Toomas Pihu. Lapsed olid väga huvitatud, küsides väikeste juures loomadest ja piimatootmisest kuni ääresse. Lapsed said tutvustada vastanditud

Võru Kruusvälki põllumajandusliku õppe- ja teaduskeskuse laste saalis selgitasid karjalaskepäeval võimaluse külastada Sirenepu väli. Alaküla külas asuvad Vihandu Põllumajanduse OÜ Pale farmi. Oleringilise karjalaskepäeva laste saalis tutvustasid põllumajanduse laste saali ja piimatootmist ühena EPKKO loodisid. Võru lapsed viisid laste saali tutvustamiseks ja tutvustamiseks piimatootmist Vihandu Põllumajanduse OÜ juht Toomas Pihu. Lapsed olid väga huvitatud, küsides väikeste juures loomadest ja piimatootmisest kuni ääresse. Lapsed said tutvustada vastanditud



8 Sakala



Lastele meeldisid eriti lehmad



Lüpsrobotit tutvustas lastele Vihandu Põllumajanduse OÜ juht Toomas Pihu (vasakul). Lastel lubati toimuma välistada ja filmida.

LINNALAPSED MAAL: tore on lehmale päi teha



Rahvusvahelise põllumajandusliku õppe- ja teaduskeskuse laste saalis selgitasid karjalaskepäeval võimaluse külastada Sirenepu väli. Alaküla külas asuvad Vihandu Põllumajanduse OÜ Pale farmi. Oleringilise karjalaskepäeva laste saalis tutvustasid põllumajanduse laste saali ja piimatootmist ühena EPKKO loodisid. Võru lapsed viisid laste saali tutvustamiseks ja tutvustamiseks piimatootmist Vihandu Põllumajanduse OÜ juht Toomas Pihu. Lapsed olid väga huvitatud, küsides väikeste juures loomadest ja piimatootmisest kuni ääresse. Lapsed said tutvustada vastanditud

Kas sealt udarast tuleb vasikas?

"Aga kuidas lehmalt lapseid saavad, et neil pole pampersid ja nad lihtsalt kakavad, kuhu tahavad?" küsis üks laps eile Võore Mõisa farmi juhatajalt.



8 Sakala

Hiiu Leht

Reede, 5. juuni 2015 Hind 1,20 eurot

madel käis külas sada last



Lüpsrobotit tutvustas lastele Vihandu Põllumajanduse OÜ juht Toomas Pihu (vasakul). Lastel lubati toimuma välistada ja filmida.

Kõrvaldajad Kõrvaldajad on inimesed, kes ei ole võimelised elama ühiskonnas. Nad võivad olla füüsiliselt, vaimsetult või mõlemal juhul puudega. Kõrvaldajad on inimesed, kes ei ole võimelised elama ühiskonnas. Nad võivad olla füüsiliselt, vaimsetult või mõlemal juhul puudega. Kõrvaldajad on inimesed, kes ei ole võimelised elama ühiskonnas. Nad võivad olla füüsiliselt, vaimsetult või mõlemal juhul puudega.

Linnalapsed käisid Texasest kopeeritud lauda elu uudistamas

SIGRID KOOPER väike piima ja piimatootmisel küsivad farmisid külla, et õppida

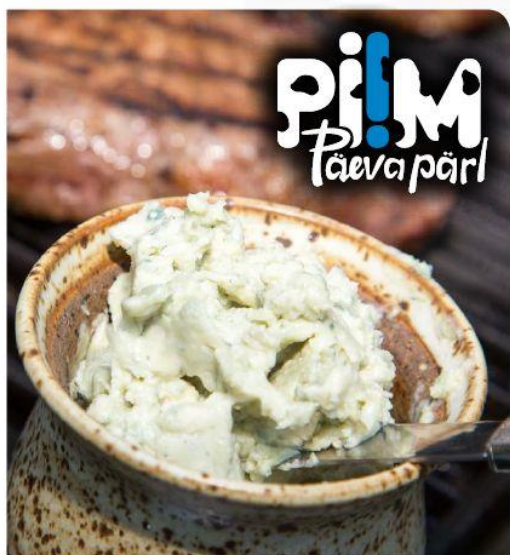
Messid ja sündmused



- Maamess
- Laps ja Pere
- Tallinna Toidumess
- Tartu Sügisnäitus
- Teeviit
- Vanamõisa laat
- Grillefest/Sööma!



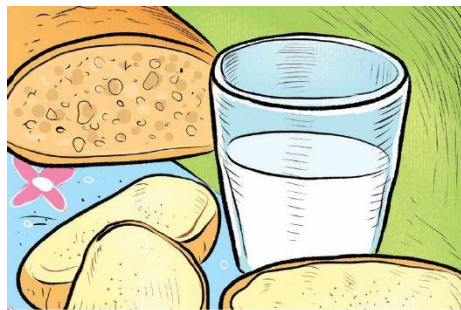
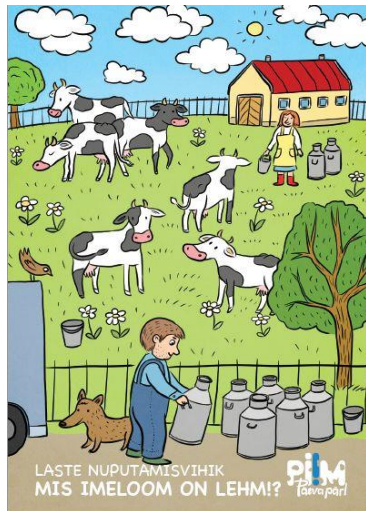
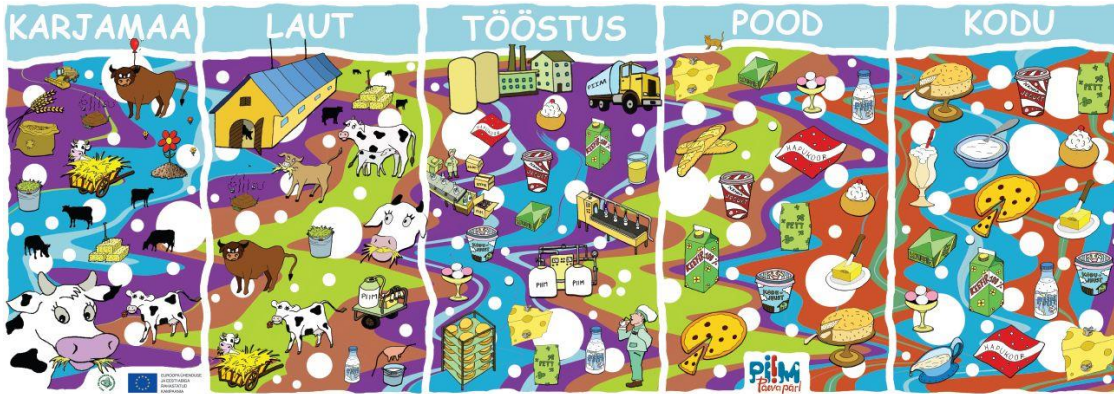
Kokaraamatud, trükised, kalendrid



PIIM & SUVINE GRILL
JUUSTUD – KASTMED – MARINAADID



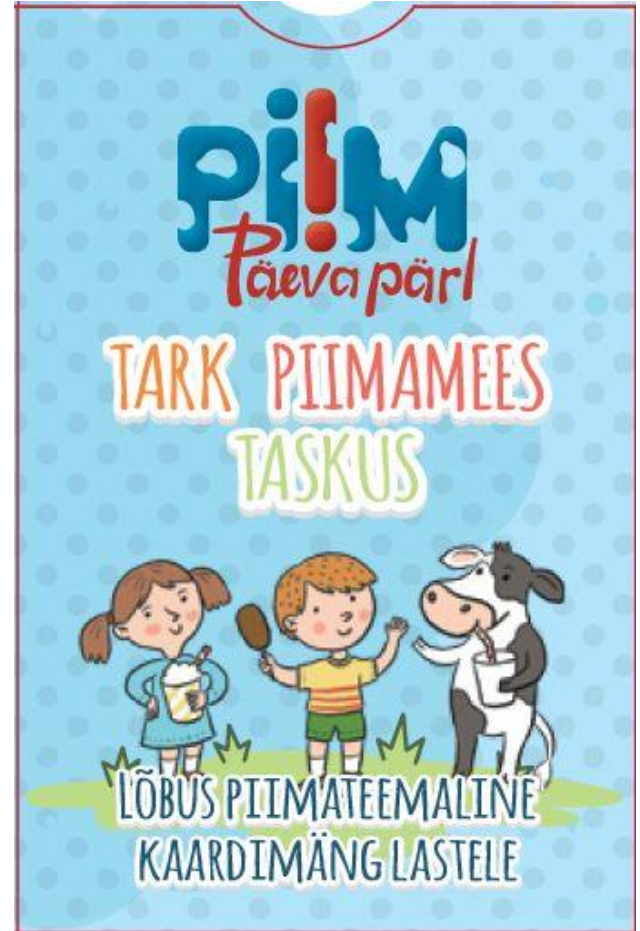
Lauamängud ja töövihikud lastele



Piim Täeva pärl
RETSEPTIVIHIK
PIIM - PÄEVA PÄRL!



EUROOPA ÜHENDUSE
JA ELUSTABIKKA
RAHASTATUD
KAMPANIA



Programmi tulemused



Mõõdetav näitaja	Baastaseme allikas ja mõõtmise aeg	Baastase	Eesmärk 2017	2015	2016	2017
11–15-aastastest õpilastest joob iga päev piima (2010)	TAI (2010)	46%	50%	54%*	55%*	47%*
11–15-aastastest õpilastest joob piima 5-6 päeval (2010) ***EMOR 6-14-aastastest joob piima üle päeva	TAI (2010)	15%	20%	27% ***	28%***	30%***
Inimeste hulk, kes ei joo üldse piima, vanuses 16-64	TAI (2012)	23%	21%	13%**	16%**	13%**
Piim on tervisele kasulik toiduaine (väga või pigem kasulik), vanuses 15-74 eluaastat	Kantar EMOR			87%	80%	81%
Piim on tervisele kasulik toiduaine (väga ja pigem kasulik), vanuses 6-14 eluaastat	Kantar EMOR			95%	92%	91%

Uue perioodi kogemus



- Esitasime 2016. aastal taotluse „EstMilk“, mis sai 75 punkti 100-st (min nõutud künnis 62 punkti), taotlust ei rahuldatud.
- Programmi eesmärgiks ELi ja Eesti piimatoodete turuosa suurendamine Lõuna-Koreas ja Jaapanis
- Suurendada Euroopa ja Eesti piimatoodete nähtavust nendel turgudel
- Suurendada piimatoodete eksporti nendele turgudele nii koguseliselt kui rahalises väärtuses
- Taotlemine toimub elektrooniliselt (kasuta Internet Explorer brauserit!)
- Kavas oli osaleda piirkonna olulisematel toidumessidel, projekti eelarve oli üle 700 000 euro

Projekti hindamise tulemus



- Contribution to general and specific objectives of information provision and promotion measures

Score: **16,00** (Threshold: 14/20.00 , Weight: 100.00%)

The following aspects will be taken into account

- (a) relevance of proposed information and promotion measures to priorities, objectives and expected results announced under the thematic priority;
- (b) relevance of proposed information and promotion measures to the general and specific objectives listed in Article 2 of Regulation (EU) No 1144/2014;
- (c) relevance of proposed information and promotion measures to aims listed in Article 3 of Regulation (EU) No 1144/2014; (d) Union dimension of the programme.

Taotluse prioriteetid ja oodatavad tulemused on täielikult kooskõlas projektikonkursi üld- ja erieesmärkidega. Oodatavad tulemused vastavad temaatilisele prioriteedile. Põhieesmärk on suurendada ELi ja Eesti piimatoodete nähtavust ja tarbimist Jaapanis ja Lõuna-Koreas. Kampaania on suunatud ettevõtjatevahelisele turule.

Kavandatud teavitus- ja müügiedendusmeetmed vastavad nõuetekohaselt prioriteetidele, eesmärkidele ja oodatavatele tulemustele ning üld- ja erieesmärkidele. Programmi eesmärk on suurendada sihtturge silmas pidades programmiga hõlmatud toodete turuosa ja ekspordimahtu ning seega on see kooskõlas määruse (EL) nr 1144/2014 artikliga 2.

Projekti raames keskendutakse müügiedendusmeetmete rakendamisele kahe sihtriigi turgudel – Jaapanis ja Lõuna-Koreas. Ehkki projekt on üles ehitatud ELi ja Eesti piimatoodete põhitunnustele (kõrge kvaliteet, toiduohutus, toodete jälgitavus, loomade heaolu, säästlikkus ja hea maitse), ei ole nendele omadustele pööratud taotluse eri osades piisavalt tähelepanu seoses lisaväärtusega, mida nad uutele turgudele toovad.

Taotlusel on ELi sõnum ja strateegia hõlmab ELi tunnuslauset „Nautige, see on Euroopast!“. Märgitud on ka taotleja päritoluriik. Kavandatud turundusstrateegia alusel on kavas nimetada kaubamärke kooskõlas määrusega. Positiivset mõju teiste ELi riikide ekspordile ei ole välja toodud. Kampaania oodatava kasuna on kavandatud võimalikud turueelised teistele sama sektori tootjatele, kuivõrd taotluse esitajal on nendega tihedad suhted.

Projekti hindamise tulemus



Criterion 2 - Technical quality of the project

Score: 28,00 (Threshold: 24/40.00 , Weight: 100.00%)

The following aspects will be taken into account:

- (a) quality of the analysis (description of target markets, challenges for competitors from the EU, consumer awareness, etc.);
- (b) suitability of the programme strategy, SMART (specific, measurable, achievable, results-focused, and time bound) objectives, key messages;
- (c) clear and detailed description of activities;
- (d) suitable choice of activities with respect to objectives and target groups, complementarity to other private or public activities carried out on the target market;
- (e) quality of the proposed evaluation methods and indicators.

Sihhturgude kirjeldus on programmi loogika selgitamiseks piisav ja seda toetavad asjakohased turuandmed. Sihtrühmad on hästi määratletud ja põhjendatud; programmi sõnumid on selged, nende edastamiskanaliid ja programmi meetmed vastavad nõuetele.

Analüüs hõlmab sihtriikide turuandmeid, konkurentsiolukorda ja struktuuri ning selles on lühidalt ja sisutihedalt kokku võetud imporditõkkesid. Andmeallikate kirjeldus on piiratud.

Meetme potentsiaal võrreldes teiste ELi ja väljastpoolt ELi pärit konkurentidega on välja toodud mõlema käesoleva projektiga hõlmatud sihtriigi puhul. Kindlaks on tehtud mõlema sihtriigi imporditingimused.

Taotlus ei sisalda selget ja sidusat strateegiat koos konkreetsete üksikasjadega, mis kinnitaksid piisava rakendusprotsessi olemasolu. SMART-eesmärgid on aimulaadselt kindlaks määratud iga aasta müüginäitajates. 2018. aasta käibeprognoos on kõrgelemuline; investeeringutasuvus on sellegipoolest realistlik. Kavandatavate meetmete põhisõnumeid kohandatakse kavandatud sihtrühmadele ja turgudele nende tõlkimisel kohalikesse keeltesse.

Tegevuste kirjeldus ei ole piisavalt põhjalik ja vajaks seoses üksikasjaliku eelarvega, eeskätt haldustasude eelarveridadega, põhjendamist. Eri tabelites on tegevuste loetelu ja tegevuste kirjelduse vahel vastuolu.

Tegevuste valik eesmärkide ja sihtrühmade vaatamusest on vastuvõetav; programmi mõne tegevuse vastavus programmi eesmärkidele ja sihtrühmadele vajab siiski põhjendamist, eriti tegevus rubriigis „Jaapani ja Lõuna-Korea toiduaineturuga seotud turu-uuringud ja nõustamine“. On ebaselge, kas käesolev projekt on sinergiline või kas see täiendab muid meetmeid, mille taotluse esitanud organisatsiooni on samadel sihtturgudel välja töötanud.

Kavandatud hindamismeetodid ja näitajad on asjakohased ja hästi sõnastatud. Hindamisasutusi on nimetatud sõltumatuteks, kuid üksikasju nende väljavalimise kohta ei ole esitatud.

Projekti hindamise tulemus



Criterion 3 - Management quality

Score: 7,00 (Threshold: 6/10.00 , Weight: 100.00%)

The following aspects will be taken into account:

(a) project organisation and management structure; (b) quality control mechanisms and risk management.

Taotluse esitaja kavatses võtta piisavad meetmed, et viia projekt rakendusasutuse kaudu ellu. Lühidalt on kirjeldatud nii projekti juhtimist kui ka kavandatud kaasrahastamist.

Kvaliteedikontrolli mehhanismi on kirjeldatud üldiselt, ilma konkreetsete üksikasjadeta. Taotluse esitaja ja rakendusasutuse selgete vastutusvaldkondade ja ülesannete kirjeldamisel esineb projektis väikeseid puudusi.

On ebaselge, kuidas kontrollitakse eelarvest ja ajakavast kinnipidamist. Riske ja nende maandamise meetmeid on kirjeldatud lühidalt.

Criterion 4 - Cost-effectiveness

Score: 24,00 (Threshold: 18/30.00 , Weight: 100.00%)

The following aspects will be taken into account:

(a) balanced split of budget in relation to the scope of the activities;
(b) consistency between the estimated cost and the corresponding description of the activities;
(c) realistic estimation of person/days for activities implemented by the proposing organisation, including costs of project coordination.

Üldises eelarvestruktuuris valitseb projekti 24 kuu pikkuse kestuse ning kavandatud tegevuste ja nende keerukuse vahel tasakaal, ehkki nende vaheline seos ei ole piisavalt selge. Üldeelarves on ülekaalus kaubandusmessidega seotud kulud, kuid need on õigustatud, kuna taotlus hõlmab ettevõtjatevahelisi meetmeid.

Eeldatava maksumuse ja programmi tegevuste vastava kirjelduse vahel on hea kooskõla, eriti kuna tegevused, nende eesmärgid, tulemused ja eelarved on selgelt kirjeldatud ja põhjendatud. Üldised ühikukulud on õiglased, kuigi osalejate arvu ja kavandatud reise ei ole selgelt põhjendatud. Taotluse esitanud organisatsiooni töötajate messidel osalemisega seotud majutus- ja reisikulud sisalduvad otsustes allhankekuludes, mitte muudes otsustes kuludes.

Tegevuste kulud ja meetmete koordineerimise kulud on kavandatud asjakohaselt. Kulud töötaja/tööpäeva kohta on kooskõlas turumääradega. Muude ühikukulude puhul on lähtutud tavapäraest määradest.