

## Hankedokument

**Hankija:** MTÜ Maakondlikud Arenduskeskused (registrikood 80424926)

**Hanke nimetus:** Ettevõtlusnädal 2019 meediapindade meediavahendusteenus

### 1. Hanke objekt

1.1 Hankija otsib meediavahendusteenuse teenusepakkujat üle-eestilise Ettevõtlusnädala 2019 meediapindadele

1.2 Ettevõtlusnädal (toimumisaeg: 7-13.10.2019) on Maakondlike Arenduskeskuste (MAK-võrgustik), linna- ja vallavalitsuste ning ettevõtlusorganisatsioonide koostöös korraldatav üle-eestiline kampaania. Planeeritava reklaamikampaania eesmärgiks on kutsuda inimesi üles osalema Ettevõtlusnädala sündmustel erinevates linnades ja maakondades ning tõsta Eesti elanikkonna ettevõtlusteadlikkust. Ettevõtlusnädala sündmused leiavad aset kõikides maakondades üle Eesti.

1.2.1 Ettevõtlusnädala turundustegevused on suunatud järgmisele sihtgrupile: 13- kuni 60-aastane mees ja naine (vastavalt 75% ja 25%), kellest 50% on kõrgema haridustasemega. 70% ulatuses eestlased ja 30% muukeelsed inimesed. Sündmused toimuvad üle-Eesti ja seetõttu peavad meediapinnad katma kõiki Eesti maakondade suuremaid linnasid. Sihtgrupi ja sündmuste toimumiskoha määratlust tuleb võtta alternatiivsete meediapindade valiku aluseks.

1.3 Hankijal on õigus hange tühistada ja pakkumused tagasi lükata, kui kogumaksumus ületab oluliselt hankija eelarve võimalusi. Hankija eeldab teenuse maksumuseks **kuni 14 000€+KM**.

### 2. Agentuuri poolt tehtavad tegevused

2.1 Korraldada ja pakkuda üle-eestiliseks teavituskampaaniaks meedia pindasid.

Meediapindade plaan peab sisaldama Ettevõtlusnädala 2019 reklaamikampaaniaks pakkuja poolt parimat meediapindade kooslust (kampaania periood 09.09.2019-11.10.2019), mis vastab soovituslikult punktides 2.1.1 – 2.1.4 esitatud kanalite ja asukohtade valikule. Meediapindade plaani võib lisada ka lisapindasid, kui need mahuvad eelarve piiridesse.

Juhul, kui mõni punktis 2.1.1 – 2.1.4 väljatoodud pind ei ole saadaval, pakub pakkuja samaväärselt alternatiivse lahenduse.

2.1.1 **Välimeedia pinnad maakonnakeskustes:** suurplakatid piilaritel ja/või treileritel, mis asuvad kõikides maakondades populaarsete ja kõrge külastatavusega ostu- ja/või meelelahutuskeskuste läheduses. Soovitud meediapindade mittesaamise korral võib kaaluda ka reklaami broneerimist alternatiivsetele treiler/piilaritele, mis asuvad kõrge käidavusega piirkondadesse maakonna keskustes. Välireklaam vahemikus 23.09-11.10.2019.

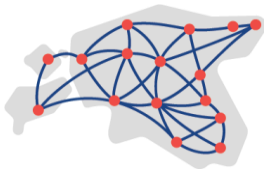
Soovituslikud välimeediapinnad, mis võiksid olla kaetud maakondade lõikes:

Harjumaa:

- Tallinn: välireklaam Laagri Tallinna sissesõidu maantee äärde jääv pind/treiler ja/või Ülemiste risti juures Tartu maantee ääres olev pind/treiler

Tartumaa:

- Tartu: välireklaam Tartu Kaubamaja/Kvartali/Tasku ees



Pärnumaa:

- Pärnu: välireklaam Martensi väljakul (Homniku 2)

Läänemaa:

- Haapsalu: välireklaam Kaubamaja (Tallinna mnt 1) lähistel

Ida-Virumaa:

- Jõhvi: välireklaam Jõhvi SEB kontori (Rakvere 3a) ees. Reklaam vene keeles.
- Narva: välireklaam Narva Prisma (Kangelaste prospekt) juurde. Reklaam vene keeles.

Lääne-Virumaa:

- Rakvere: välireklaam Põhjakeskuse (Haljala tee 4) juurde

Järvamaa:

- Paide: välireklaam E-piima spordihalli juurde (Aiavilja 1)

Jõgevamaa:

- Jõgeva: välireklaam Jõgeva kesklinna Coop (Aia 3) juurde

Põlvamaa:

- Põlva: Bauhofi juures, aadressil Jaama 12 a. Haldab: Gabriel Usin  
uritustehnika@gmail.com

Valgamaa:

- Valga: Välireklaam Maxima parkla (Jaama pst 2b)

Võrumaa:

- Võru: Võru Linnavalitusele kuuluv puidust reklaamalus (kõrgus 2,05m, laius 2,7m kahepoolne) asukoht Võru linn Keskväljak Tartu ja Jüri tn nurgal.

Viljandimaa:

- Viljandi: Tallinna tänaval asuvale plankseinale (asub Sakala keskuse vastas). Pinna eest vastutab ja reklaamid trükib OÜ Ants Helinurme Töötuba ehk F28 Viljandis.

Saaremaa:

- Parvlaevade Tõll ja Piret ekraanide reklaampilt

Hiiumaa:

- Hiiumaa praamide Leiger ja Tiiu ekraanidele reklaampilt

Raplamaa:

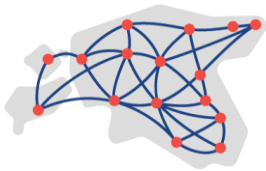
- Rapla: välibänner Konsumi (Tallinna mnt 16) ette või hoone pinnale

2.1.2 **Raadioreklaam peavoolu kanalites:** Ettevõtlusnädala audioreklaami (10 sekundit pikk) tellimine peavoolu raadiojaamadesse Sky Plus, Star FM, Narodnoe Radio (RUS), Raadio Elmar (viimase puhul on alternatiiviks ka Sky+). Raadioreklaam vahemikus 16.09-11.10.2019.

2.1.3 **Trükireklaam maakondlikes ajalehtedes:** värviline trükireklaam suurusega vähemalt 93x141 mm järgmistes kohalikes ajalehtedes: Lääne Elu, Gorod (vene keeles), Vooremaa, Vali Uudised, Saarte Hääl, Hiiu Leht, Raplamaa Sõnumid, Virumaa Teataja, Saarte Hääl, Sakala, Pärnu Postimees, Lõuna-Eesti Postimees, Tartu Postimees, Järva Teataja.

Trükireklaam ilmub üks kord vastavalt ajalehe ilmumisajale kas 27.09 või 28.09.2019 ajalehes või esimesel võimalikul ajal, mis eelneb Ettevõtlusnädala algusele ehk 07.10.2019.

2.1.4 **Internetireklaam:** reklaambännerid (desktop suurus 995x300 px ja mobiili suurus 600x500 px) peavoolu internetikanalites nagu Delfi/ Postimees kui ka punktis 1.2.1 sihtgrupi poolt kasutatavad teised portaalid nii desktop kui ka mobiilvaatele eesmärgiga



kuvada Ettevõtlusnädala reklaami kõikide maakondade elanikeni eesti ja vene keeles, Lisaks maakondadele sihitud Google display ja retargeting reklaam. Internetireklaam vahemikus 09.09-11.10.2019.

- 2.2 Välimeedia plakatite tootmine vastavalt Hankija poolt esitatud kujundus dokumentidele.
- 2.3 Kõikide meediaplaani lisatavate väli- või sisemeediapindade ning alternatiivkanalite, reklaamtrükiste, polstrite, kilede, bännerite, PVC kangaste või mistahes muude reklaampinna tehnilistest tingimustest tulenevate reklaamkandjate paigaldus ja eemaldamine peale kampaaniaperioodi lõppu.
- 2.4 Ettevõtlusnädala meediapindade pakkumine peab olema teostatav lähtudes Ettevõtlusnädala elluviimiseks kavandatud eelarvest.
- 2.5 Kampaania väljundite (reklaamid) kogumine ning arhiveerimine, esitamine lõplikus raportis (punkt 3.1.5).

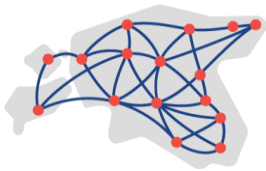
### **3. Tegevuse oodatavad tulemused**

#### **3.1 Agentuuri poolse tegevuse tulemusena:**

- 3.1.1 On broneeritud välimeedia pinnad (p 2.1.1) või alternatiivsed meediapinnad juhul, kui soovitud pinnad on juba broneeritud või ei suudeta tellida mõnel muul põhjusel.
- 3.1.2 On broneeritud punktis 2 esitatud raadioreklaam, trükireklaam maakonna lehtedes ja internetireklaam eelistatud kanalites või teistes alternatiivsetes kanalites kooskõlastuse puhul hankijaga.
- 3.1.3 On valminud täpne sisend meediapindade reklaami esitamiseks: välimeedia reklaami puhul reklaampinna mõõdud koos reklaamplakati vajalike mõõtmete ja kujunduse esitamistähtajaga; (sise)raadio reklaami pikkuse, formaadi ning esitamistähtajaga ning maakondlike ajalehtede trükireklaami suurus, formaat, esitamistähtaeg.
- 3.1.4 Meediapindade reklaam on tulemuslikult ellu viidud 11.10.2019.
- 3.1.5 Ettevõtlusnädala lõppedes esitatakse hankijale meediapindade raport (hiljemalt 21.10.2019), mis sisaldab nimekirja reaalsetest kasutatud meediapindadest, raadiokanalitest ning trükireklaamist maakonnalehtedes koos ilmunisaja, sageduse ning pilditõendusega.

### **4. Kohustuslikud sõnumid, märgised ja logod**

- 4.1 Kõigi hankelepingu raames tehtavate tööde sõnumid, visuaalid ja ideed peavad sisuliselt ja vormiliselt vastama Ettevõtlusnädala üld-kontseptsioonile ja olema kinnitatud Hankijaga.
- 4.2 Kohustuslikud kujunduselemendid: tehtavas töös tuleb kasutada Euroopa Liidu Regionaalarengu Fondi (või muu hankija poolt viidatud struktuuritoetuse) logo vastavalt Vabariigi Valitsuse määrusele „Perioodi 2014-2020 struktuuritoetuste andmisest avalikkuse teavitamise, toetusest rahastatud objektide tähistamise ja Euroopa Liidu osalusele viitamise nõuded ning kord“ – [www.struktuurifondid.ee](http://www.struktuurifondid.ee)



(<http://www.struktuurifondid.ee/nouded-avalikustamise/> ) koos Ettevõtlusnädala ja Maakondlikud Arenduskeskuste võrgustiku logodega.

4.3 Reklaamides kuvatakse infoallikana veebiaadressi [www.ettevotlusnadal.ee](http://www.ettevotlusnadal.ee)

## 5 Nõuded pakkumusele

Pakkumus tuleb digiallkirjastatult esitada hiljemalt **17.06.2019 kell 16:00** e-posti aadressile: [riina.noupuu@arenduskeskused.ee](mailto:riina.noupuu@arenduskeskused.ee)

Lisaküsimuste korral pöörduda kirjalikult Riina Nõupuu poole: [riina.noupuu@arenduskeskused.ee](mailto:riina.noupuu@arenduskeskused.ee)

5.1 Pakkumus peab koosnema järgmistest dokumentidest:

5.1.1 Meediapindade nimekiri, mis sisaldab pakkuja poolset üleriigilist meediapindasid koos ajaraamistikuga (kampaania aeg). Pakkuja peab ka põhjendama, miks üleriigilise kampaania puhul on kasutusele võetud alternatiivsed meediakanalid, mida ei ole punktis 2 välja toodud. Soovituslikult võiks meediapindade nimekirja esitada Excel formaadis.

5.1.2 Kampaania kogumaksumus, sh välja tuua:

5.1.2.1 Kampaania kogumaksumus ilma käibemaksuta;

5.1.2.2 Käibemaks;

5.1.2.3 Kampaania kogumaksumus käibemaksuga.

Hinnapäringus toodud pakkumuse tingimuste eiramine toob kaasa pakkumuse mittevastavaks tunnistamise.

5.1.3 Pakkumus lükatakse tagasi:

5.1.3.1 Kui meediapindade nimekirja ei ole esitatud;

5.1.3.2 Meediapindade valik on esitatud nii üldiselt või ebapiisavas mahus, et selle järgi pole võimalik meediapindade valiku ja osakaalu sobivust hinnata;

5.1.3.3 Kui punktis 5.1.2 toodud andmeid ei ole esitatud.

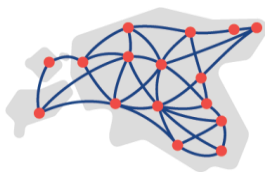
## 6 Pakkumuse maksumus

6.1 Pakkumuse maksumus tuleb esitada eurodes ning peab sisaldama kõiki hankija poolt tasumisele kuuluvaid makse ja tasusid.

6.2 Meediapindade maksumuseks (sh vajaminev välimeedia plakatite tootmine ja paigaldus) on arvestatud kuni **14 000** (neliteist tuhat) **eurot + KM** kogu meediaplaani kohta. Summa sisaldab ka agentuuri teenustasu.

## 7 Kvalifitseerimistingimused

7.1 Hankija ei sõlmi lepingut isikuga ja kõrvaldab hankemenetlusest mis tahes ajal pakkuja või tema allhankija, keda on või kelle seaduslikku esindajat on kriminaal- või väärteomenetluses karistatud kuritegeliku ühenduse organiseerimise või sinna kuulumise eest või riigihangete nõuete rikkumise või kelmuse või ametialaste või rahapesualaste või maksualaste süütegude



toimepanemise eest ja kelle karistusandmed ei ole karistusregistrist karistusregistri seaduse kohaselt kustutatud või karistus on tema elu- või asukohariigi õigusaktide alusel kehtiv.

7.2 Hankija ei sõlmi lepingut isikuga ja kõrvaldab hankemenetlusest mis tahes ajal pakkujat või tema allhankijat, kes on pankrotis või likvideerimisel, kelle äritegevus on peatatud või

kes on muus sellesarnases seisukorras tema asukohamaa seaduse kohaselt.

7.3 Hankija ei sõlmi lepingut isikuga ja kõrvaldab hankemenetlusest mis tahes ajal pakkujat või tema allhankijat, kelle suhtes on algatatud sundlikvideerimine või muu sellesarnane

menetlus tema asukohamaa seaduse kohaselt.

7.4 Pakkujat majanduslik seisund peab võimaldama teostada häireteta riigihanke objektiks olevat teenust.

## **8 Lepingu täitmine ja teenuse eest tasumine**

8.1 Kõikide tegevuste ja sõnumite lõpplahendused tuleb enne avalikustamist kooskõlastada Hankijaga.

8.2 Hankija poolne kooskõlastamise aeg on kuni 2 tööpäeva.

8.3 Lepingu täitmise tähtajaks on 21.10.2019.

8.4 Arve maksmise aeg lepitakse kokku lepingu sõlmimisel.

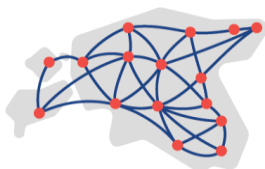
## **9 Pakkumuste hindamine**

9.1 Hindamiskriteeriumid, mida kasutatakse pakkumuse edukuse üle otsustamisel ja nende suhteline osakaal väärtuspunktides on näha alljärgnevalt:

<u>Hindamiskriteerium</u>	<u>osakaal väärtuspunktides</u>
1. Meediapindade sobilikkus	45
2. Kampania kogumaksumus KM-ta	55

Hindamiskriteeriumi nr 1 „Meediapindade sobilikkus“ puhul punktide leidmiseks arvestatakse järgnevas tabelis toodud hindamisaluseid (Veerus 2 märgitud väärtuspunktid antakse pakkumusele, milles on täidetud kõik Veerg 3 vastavate väärtuspunktide saamiseks märgitud hindamisalused. Kui mõni Veerus 3 väärtuspunktide saamiseks märgitud hindamisalus on nõutud ulatuses täitmata, antakse pakkumusele järgmised madalamad Veerus 2 toodud väärtuspunktid).

Hankija hindab pakkumusi hindamiskriteeriumi nr 2 puhul pakkumuse kogumaksumuse alusel (ilma käibemaksuta). Pakkumuste maksumuse väärtuspunktide määramisel saab maksimaalsed väärtuspunktid kõige madalama kogumaksumusega pakkumus. Teised pakkumused saavad 55-st



võimalikust punktist proportsionaalselt vähem punkte, mille võrra nende pakkumuse hinda eurodes tähistav arv on suurem kõige madalamast pakutud vastavast arvust (“punktimäär” =  $55 \times$  “kõige väiksem pakutud maksumus” / “maksumus võrreldavas pakkumuses”). Hindamistäpsus on 2 (kaks) kohta pärast koma.

Veerg 1	Veerg 2	Veerg 3
Kriteerium	Väärtuspunktid	Hindamisalused
Meediapindade sobilikkus (Max 45 punkti)	45	Meediapindade valiku osas on võetud arvesse hankes välja toodud meediapindasid ja kampaania ajaperioode. Alternatiivsete meediapindade kaasamisel vastavad välja toodud pinnad sihtrühmale ning geograafilise paigutusele ning sellest lähtuvalt on kanalite ja eelarve jaotus väga hästi põhjendatud.
	25	Meediapindade valik võimaldab valdavas osas täita Ettevõtlusnädala eesmärgid ja kattuvad enamjaolt välja toodud pindade valikuga. Alternatiivsed meediapinnad kattuvad osaliselt sihtrühma ja/või geograafilise paigutusega ning sellest lähtuvalt on kanalite ja eelarve jaotus olulises osas põhjendatud.
	5	Meediapindade valik on rahuldavalt argumenteeritud ja strateegia valik võimaldab rahuldavalt täita Ettevõtlusnädala eesmärgid. Alternatiivsete meediapindade valikus on vähesel määral arvestatud sihtrühma ja/või geograafilise paigutusega ning sellest lähtuvalt on kanalite ja eelarve jaotus ainult osaliselt põhjendatud.