

## Hankedokument

**Hankija:** Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus (registrikood: 90000831)

**Hanke nimetus:** Ettevõtlusnädal 2018 turundusstrateegia ja kommunikatsioon.

### 1. Hanke objekt

- 1.1 Hankija otsib teenusepakkujat üle-eestilise ettevõtlusnädala 2018 turundustegevuste elluviimiseks.
- 1.2 Ettevõtlusnädal on Maakondlike Arenduskeskuste (MAK võrgustik), EASi, Majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi, linna- ja vallavalitsuste ning ettevõtlusorganisatsioonide koostöös korraldatav üle-eestiline kampaania. Ettevõtlusnädala eesmärgiks on suurendada ettevõtlusteadlikkust, arendada inimestes ettevõtlikku eluhoiakut, motiveerida potentsiaalseid ettevõtjaid alustama ettevõtlusega, innustada kasvupotentsiaaliga ettevõtjaid astuma järgmisi samme ning arendada koostöövõrgustikke. Ettevõtlusnädala sihtgrupiks on noored, potentsiaalsed ettevõtjad ja juba tegutsevad ettevõtjad. Ettevõtlusnädal toimub traditsiooniliselt oktoobri alguses. Ettevõtlusnädala sündmused leiavad aset kõikides maakondades üle Eesti. Nädala jooksul korraldatakse ca 300 sündmust, kuhu oodatakse ca 11 000 osalejat. Peamised korraldajad on Maakondlikud Arenduskeskused (15 keskust üle Eesti), partneritena Kredex, Kaubandus-Tööstuskoda, Tallinna, Tartu, Narva linn jt.
- 1.3 Hankijal on õigus hange tühistada ja pakkumused tagasi lükata, kui kogumaksumus ületab oluliselt hankija eelarve võimalusi. Hankija eeldab teenuse maksumust alla riigihangete seaduses kehtestatud lihthanke piirmäära.

### 2. Agentuuri poolt tehtavad tegevused

- 2.1 Koostada ettevõtlusnädal 2018 turundusstrateegia, mis sisaldab:
  - 2.1.1 Ettevõtlusnädala reklaamikampaania keskne loovlahendus, mida rakendatakse üle-eestilise kampaania elluviimisel ning sündmuste temaatika valimisel, erinevate reklaammaterjalide ja -pindade kujundamisel. Keskne loovlahendus annab ette kujundussuunad ja -juhised reklaammaterjalide ning -pindade kujundamiseks, et need oleks äratuntavalt sarnased ja viitaks selgelt Ettevõtlusnädalale. Keskne loovlahendus peab võimaldama kõnetada Ettevõtlusnädala sihtgruppi tervikuna kui ka kitsamaid sihtgrupe eraldi, kui selline vajadus tekib. Loovlahenduse kirjeldus peab sisaldama kasutatava kujunduskeele ja sõnumite põhjendust (vähemalt 3 alternatiivi) ning näiteid kasutusvõimalustest (nt suuremõduline piirkondlik bussiootepaviljoni reklaam, üleriigiline reklaam linnaruumis, veebibänner jne). Lähtuda tuleb eelnevalt väljatöötatud märksõnadest (*Ettevõtlus 200ga, kantuna EV100 teemast; sidusteedad: põlvkondade vahetus, perefirmade kultuur, koostööskused, mikroettevõtluse areng*). Pakkuja ülesandeks on muuhulgas vähemalt kahel Ettevõtlusnädalat korraldavate partneritega peetaval kohtumisel olla moderaatori rollis – põhjendada ja selgitada valitud turundusstrateegia sobivust üleriigilise nähtavuse saavutamisel.
  - 2.1.2 MAK võrgustiku ühise läbiva tegevuse/sündmuse idee välja töötamine, mis toimub samal ajal igas Eesti maakonnas.
  - 2.1.3 Ettevõtlusnädalat sissejuhatava avasündmuse kontseptsioon. Avasündmuse kontseptsiooni väljatöötamisel tuleb lähtuda ka sellest, et sündmus oleks meediale hea uudisväärtusega ning leiaks kajastust üleriigilises meedias.

2.1.4 Turundusstrateegia, mis sisaldab sõnumeid, turunduskanaleid (sh kanalite osakaalu põhjendus), mida üleriigiliselt edastatakse, soovitud piirkondlikuks turundustegevuseks. Turundusstrateegia on sisendiks meediapindade hankeks sisaldades konkreetset kanalite valikut maakonnakeskuste lõikes (nt välipinnad, ajalehe reklaam, piilarid, raadio jne).

2.1.5 Visuaallahendused ning reklaamsõnumite välja töötamine välimeedia, paber- ja sotsiaalmeedia tarbeks (plakatite, bännerite, välilogode jne kujundus).

2.1.6 Kommunikatsiooniplaani koostamine ja elluviimine, mis sisaldab ettevõtlusnädala nähtavust suurendavaid meediakajastusi (online ja offline kanalites) kutsudes ettevõtlusnädala sihtgruppi üles osalema Ettevõtlusnädala sündmustel erinevates linnades ja maakondades ning suurendada Eesti elanikkonna ettevõtlusteadlikkust üldiselt. Ettevõtlusnädala raames ilmub vähemalt 100 meediakajastust ning nimetatud meediakajastused on ilmunud otseselt tänu pakkuja ja hankija ühisele või poolte iseseisvale aktiivsele tööle. Meediakajastuseks loetakse vähemalt 1000 tähemärgipikkust (koos tühikutega) artiklit paber- või online meedias (sh blogid). Ettevõtlusnädalale meediakajastuse saamine üleriigilistes ning kohalikes raadiojaamades ning teles. Ettevõtlusnädala lõppedes esitatakse hankijale meediakajastuste raport.

2.2 Ettevõtlusnädala kontseptsioon peab olema teostatav lähtudes ettevõtlusnädala elluviimiseks kavandatud eelarvest.

### 3. Tegevuse oodatavad tulemused

3.1 Agentuuri poolse tegevuse tulemusena:

- 3.1.1 On valminud esialgne nägemus Ettevõtlusnädala kontseptsioonist (Ettevõtlusnädala teema; sihtgrupp, avasündmus) ja agentuur on valmis seda tutvustama 12.04.2018 partnerite kohtumisel. Lõplik kontseptsioon on valminud 30.04.2018;
- 3.1.2 On valminud turundusstrateegia (turunduskanalite valik sõltuvalt sihtgrupist), mis on sisendiks korraldajatele sündmuste üldise temaatikaga sidumiseks, meediapindade hankeks ja reklaammeetmete tellimiseks 30.04.2018. Üldine kontseptsioon on valminud enne 12.04.2018 ja agentuur on valmis tutvustama üldist nägemust 12.04.2018;
- 3.1.3 On valminud kommunikatsiooniplaan (30.06.2018);
- 3.1.4 On valminud visuaallahendused välimeediale ja turundussõnumid sotsiaalmeedia tarbeks (plakatite, bännerite, logode jne kujunduse trükifailid) (30.08.2018);
- 3.1.5 Ettevõtlusnädala raames on ilmunud vähemalt 100 meediakajastust, ning nimetatud meediakajastused on ilmunud otseselt tänu pakkuja ja hankija ühisele või poolte iseseisvale aktiivsele tööle. Meediakajastuseks loetakse vähemalt 1000 tähemärgipikkust (koos tühikutega) artiklit paber- või online meedias (sh blogid);
- 3.1.6 Ettevõtlusnädala eelkommunikatsiooni perioodil alates 01.09.2018 kuni 30.09.2018 on ilmunud vähemalt 1 meediakajastus nädalas üleskutsega Ettevõtlusnädala sündmustest osa võtma;
- 3.1.7 Ettevõtlusnädala kommunikatsiooni perioodil alates 01.10.2018 kuni 07.10.2018 on ilmunud vähemalt 2 meediakajastust päevas;
- 3.1.8 Ettevõtlusnädala järelkommunikatsiooni perioodil 07.10.2018 kuni 14.10.2018 on ilmunud vähemalt 1 meediakajastus nädalas;
- 3.1.9 Üleriigilistes ja kohalikes raadiojaamades on ilmunud vähemalt 7 intervjuud piirkondlike sündmuste korraldajatega;
- 3.1.10 Üleriigilistes telekanalites on perioodil 01.10.2018-07.10.2018 ilmunud vähemalt 2 kajastust päevakajalistes saadetes (Aktuaalne Kaamera, Seitsmesed Uudised, Reporter, Terevisioon vms). Meediakajastuses on ettevõtlusnädala peakorraldajana välja toodud Maakondlikud Arenduskeskused.

- 3.1.11 Kommunikatsiooniplaan on tulemuslikult elluviidud (15.10);
- 3.1.12 Ettevõtlusnädala lõppedes esitatakse hankijale meediakajastuste raport (hiljemalt 20.10.2018);
- 3.1.13 Ettevõtlusnädalal osaleb ligikaudu 11 000 osalejat.

#### 4. Nõuded pakkumusele

- 4.1 Kohustuslikud sõnumid, märgised ja logod:
  - 4.1.1 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“ (<http://www.struktuurifondid.ee/nouded-avalikustamise/>).
  - 4.1.2 Ettevõtlusnädala sõnumites tuleb kasutada Ettevõtlusnädala visuaalset identiteeti, MAK võrgustiku ja konkreetse linna ja/või maakondliku arenduskeskuse logo ning logode kasutamine tuleb eelnevalt kooskõlastada Hankijaga.
  - 4.1.3 Sõnumites kuvatakse edasise infoallikana veebiaadressi [www.ettevotlusnadal.ee](http://www.ettevotlusnadal.ee)

#### 5. Pakkumuse struktuur

- 5.1 Pakkumuses peab sisalduma:
  - 5.1.1 Ettevõtlusnädal 2018 slogan (lähtuvalt p.2.1.1 toodud märksõnadest) ja kirjeldus, kuidas valitud slogan täidab Ettevõtlusnädal 2018 eesmärgi ning kuidas jõutakse antud sõnumiga sihtgrupini;
  - 5.1.2 Meeskonnaliikmete CVd;
  - 5.1.3 Tasuline FB võimendus (kogumaksumus kuni 1000 eurot koos käibemaksuga);
  - 5.1.4 Pakkuja viimase 3 aasta portfoolio läbiviidud projektide kohta.
  - 5.1.5 Pakkuja kirjalik kinnitus p.6.1-6.3 vastavate asjaolude puudumise ning p. 6.4-6.5 tingimuste täitmise kohta.
- 5.2 Teenuse kogumaksumus etteantud vormil (**Lisa 1**).
- 5.3 Pakkumus tuleb esitada eesti keeles ja eurodes.
- 5.5 Täpsustav info pakkumuse koostamiseks: Riina Nõupuu, [riina.noupuu@arenduskeskused.ee](mailto:riina.noupuu@arenduskeskused.ee)

#### 6. Nõuded pakkujale ja kvalifitseerimistingimused

- 6.1 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.
- 6.2 Hankija ei sõlmi lepingut isikuga ja kõrvaldab hankemenetlusest mis tahes ajal pakkuja või tema allhankija, kes on pankrotis või likvideerimisel, kelle äritegevus on peatatud või kes on muus sellesarnases seisukorras tema asukohamaa seaduse kohaselt.
- 6.3 Hankija ei sõlmi lepingut isikuga ja kõrvaldab hankemenetlusest mis tahes ajal pakkuja või tema allhankija, kelle suhtes on algatatud sundlikvideerimine või muu sellesarnane menetlus tema asukohamaa seaduse kohaselt.

- 6.4 Pakkujate majanduslik seisund peab võimaldama teostada häireteta riigihanke objektiks olevat teenust.
- 6.5 Pakkujate projektijuhil peab olema ettevõtlus-, turundus- ning reklaamivaldkonna kogemus. Kasuks tuleb varasem turundusvaldkonna koolitaja ja/või sündmuste moderaatori kogemus p.2.1 väljatoodud tegevuste läbiviimiseks.
- 6.6 Hinnapäringus toodud p.5.1-5.3 pakkumuse tingimuste eiramine toob kaasa pakkumuse tagasilükkamise.

## 7. Pakkumuse esitamine

- 7.1 Hinnapakkumus tuleb esitada hiljemalt **12.03.2018 kell 15:00** digitaalselt allkirjastatult e-posti aadressile [info@heak.ee](mailto:info@heak.ee).
- 7.2 Hankijal on õigus vajadusel kutsuda pakkujaid oma hinnapakkumusi ükshaaval suuliselt esitlema.

## 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 20.10.2018.
- 8.4 Tööde eest tasumine toimub osade kaupa vastavalt tehtud tööde etappidele vastuvõtuakti alusel
- 8.4 Maksete graafik ja tähtajad lepatakse kokku lepingu sõlmimisel.

## 9. Pakkumuste hindamine

- 9.1 Hindamise üldpõhimõtted:
- 9.1.1 Hankija hindab vastavaks tunnistatud pakkumusi, mis ei ole tagasi lükatud vastavalt hankedokumendis esitatud tingimustele juhitud riigihangete seadusest;
- 9.1.2 Hankijal on õigus nõuda pakkujatelt põhjendatud selgitusi pakkumuses esinevate ebatäpsuste kohta vastavalt riigihangete seadusele;
- 9.1.3 Hankijal on õigus nõuda põhjendamatult madala maksumusega pakkumuse puhul pakkujalt asjassepuutuvaid selgitusi või lükata pakkumus tagasi vastavalt RHi sätetele;
- 9.1.4 Pakkumuste menetlemine, sh hindamine ja edukaks tunnistamine, toimub 1 nädala jooksul pakkumuste esitamise tähtajast arvates.
- 9.2 Hindamiskriteeriumid, mida kasutatakse pakkumuse edukuse üle otsustamisel ja nende suhteline osakaal väärtuspunktides on näha alljärgnevalt:

Kriteerium	Osakaal väärtuspunktides
9.2.1 Ettevõtlusnädal 2018 slogan (p.5.1.1)	20
9.2.2 Pakkujate kompetents ja kogemus	40
9.2.3 Pakkumuse maksumus KM-ta	40

- 9.3 Hindamiskriteeriumi 9.2.1. puhul väärtuspunktide leidmiseks arvestatakse järgnevas tabelis toodud hindamisaluseid:

Kriteerium	Hinne	Hindamisalused
------------	-------	----------------

Maksimum 20 punkti	20	Slogan vastab ettevõtlusnädala eesmärkidele ning on suunatud kogu ettevõtlusnädala sihtgrupi kõnetamiseks ning samas võimaldab täpselt kõnetada ka kitsamaid sihtgrupe eraldi, see köidab väga ja kõnetab inimesi, et nad osaleksid ettevõtlusnädala sündmustel. Pakkuja on slogani loomisel arvestanud väljatoodud märksõnu ning seda visualiseerinud. Slogani mõte on detailselt lahti kirjeldatud. Lahendus on uudne ettevõtlusnädala reklaamimisel ning seda pole varem sageli kasutatud, see on positiivselt silmatorkav ja eristuv.
	15	Slogan vastab üldiselt ettevõtlusnädala eesmärkidele, võimaldab kõnetada sihtgruppi üldiselt, teavitab inimesi ettevõtlusnädala toimumisest, kuid ei ole kõitev ning ei tekita erilist huvi Ettevõtlusnädala sündmuste vastu. Pakkuja on slogani loomisel arvestanud väljatoodud märksõnu ning seda visualiseerinud, kuid see ei ole piisavalt eristuv ega kõitev. Slogani mõte ei ole piisava detailsusega lahti kirjeldatud. Lahendus on ettevõtlusnädala reklaamimisel valdavas osas uudne.
	10	Slogan vastab üldiselt ettevõtlusnädala eesmärkidele, teavitab inimesi ettevõtlusnädala toimumisest, kuid ei köida ega kõneta piisavalt, et osaleda ettevõtlusnädala sündmustel. Pakkuja on slogani loomisel arvestanud väljatoodud märksõnu, kuid ei ole seda visualiseerinud. Slogani mõte ei ole detailselt lahti kirjeldatud. Lahendus ei eristu positiivselt silmatorkavalt ega ole uudne, see on klassikaline tavapäraselt varem sageli kasutatud lähenemine ettevõtlusnädala reklaamimisel.

9.4 Hindamiskriteeriumi 9.2.2. puhul väärtuspunktide leidmiseks arvestatakse järgnevas tabelis toodud hindamisaluseid:

Kriteerium	Hinne	Hindamisalused
Maksimum 40 punkti	40	Projektijuhil on turundus- ja reklaamivaldkonna kogemus üle 20 aasta. Projektijuhil on vähemalt 5-aastane ettevõtluse kogemus. Projektijuhil on koolitaja- ja/või moderaatori kogemus.
	30	Projektijuhil on turundus- ja reklaamivaldkonna kogemus üle 10 ja vähem kui 20 aastat. Projektijuhil on vähemalt 5-aastane ettevõtluse kogemus. Projektijuhil on koolitaja- ja/või moderaatori kogemus.
	20	Projektijuhil on turundus- ja reklaamivaldkonna kogemus vähem kui 10 aastat. Projektijuhil on vähemalt 5-aastane ettevõtluse kogemus. Projektijuhil puudub koolitaja- ja/või moderaatori kogemus.

9.5 Hankija hindab pakkumusi hindamiskriteeriumi 9.2.3 puhul pakkumuse kogumaksumuse alusel (ilma käibemaksuta). Pakkumuste maksumuse väärtuspunktide määramisel saab maksimaalsed väärtuspunktid kõige madalama kogumaksumusega pakkumus. Teised pakkumused saavad 40-st võimalikust punktist proportsionaalselt vähem punkte, mille võrra nende pakkumuse hinda eurodes tähistav arv on suurem kõige madalamast pakutud vastavast arvust ("punktimäär" =  $40 \times \frac{\text{kõige väiksem pakutud maksumus}}{\text{maksumus võrreldavas pakkumuses}}$ ). Hindamistäpsus on 2 (kaks) kohta peale koma.



## Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus



9.6 Edukaks tunnistatakse kõige enam väärtuspunkte saanud pakkumus. Teised pakkumused järjestatakse pingeritta lõpetades väikseima väärtuspunktide arvu saanud pakkumusega.

9.6 Võrdsete pakkumuste korral tunnistatakse edukaks pakkuja, kelle hindamiskriteerium „Pakkuja kompetents ja kogemus“ sai kokku rohkem punkte.

9.7 Hindamistäpsus on 2 (kaks) kohta peale koma.