

Väikehange teavituskampania “Keeleõpe Eesti kodakondsuse taotlemiseks” korraldamiseks

Integratsiooni Sihtasutuse missioon on valdkonna kompetentsikeskusena toetada lõimunud ja sidusa ühiskonna kujunemist. Integratsiooni Sihtasutuse (edaspidi ka Sihtasutus või Tellija) strateegilise eesmärgi kohaselt pakume tasuta keeleõpet inimestele, kes soovivad saada Eesti kodakondsust ja osata selleks vajalikul tasemel (B1) eesti keelt. Sõlmime selleks keeleõppelepingu:

<https://integratsioon.ee/keeleope-eesti-kodakondsuse-taotlemiseks>

1. Eesmärk ja tulemus

Hanke eesmärk on tellida kolme nädalase pikkusega teavituskampania “Keeleõpe Eesti kodakondsuse taotlemiseks” läbiviimine 2025. aasta aprillis-mais (hangitava teenuse CPV kood 79341400-0)

Kampaniaga “Keeleõpe Eesti kodakondsuse taotlemiseks” on soov tõsta Eestis elavate välismaalaste üldist teadlikkust kodakondsuse taotlemisel ning kaasata uusi osalejaid keeleõppelepingu programmi. Kampaniaga soovime jõuda sihtgrupini läbi sotsiaalmeedia, kodulehtede ja massimeedia. Eelkõige andes praktilist infot, mis aitab sihtgrupi liikmetel jõuda Eesti kodakondsuse taotlemise protsessi. Kampanias soovime näha võimalusel positiivseid kogemuslugusid.

Kampania tulemusena tõuseb eesti keelest erineva emakeelega mitte Eesti kodakondsusega inimeste teadlikkus neile olemasolevatest võimalustest kodakondsuse saamise tingimuste täitmiseks. Otseseks tulemuseks on ootus tuua programmi **vähemalt 500 uut liitujat**. Kampania kutsub inimesi õppima eesti keelt vajalikul (B1) tasemel ning seejärel taotlema Eesti kodakondsust, sõlmides selleks keeleõppelepingu (vt: [Keeleõpe Eesti kodakondsuse taotlemiseks | Integratsiooni Sihtasutus](#)).

2. Sihtrühm ja kanalid

Kampania sihtrühm on eesti keelest erineva emakeelega vähemalt viis aastat Eestis elamisloa või elamisõiguse alusel elanud välismaalased (k.a. määratlemata kodakondsusega elanikud), kes soovivad õppida eesti keelt ning taotleda Eesti kodakondsust. Sihtrühma paiknemisel on piirkonniti enam levinud kohad Tallinn, Harjumaa (Maardu, Keila, Paldiski) ning Ida-Virumaa ja sihtrühma suhtluskeel on 90% ulatuses vene keel.

2023. aasta andmetel elas Eestis ca 155 000 pikaajalise elamisloaga kolmandate riikide kodanikku (sh ligi 60 000 määratlemata kodakondsusega ja ca 75 000 Venemaa Föderatsiooni kodanikku) ja 10 000 alalise elamisõigusega ELi kodanikku.

Lähtuvalt Integratsiooni Sihtasutuse ja Balti Uuringute Instituudi 2024. aastal läbiviidud uuringust (vt: [Uuring](#)) kavatakse 65% vastanutest taotleda Eesti kodakondsust, sealjuures on see soov ühtlaselt kõrge kõigis vaadeldud vanuserühmades. Uuringust selgub aga ka, et määratlemata kodakondsusega elanikud soovivad Eesti kodakondsust erinevatel põhjustel. Arvestada tasub veel, et peamine takistus kodakondsuse taotlemisel on vastajate sõnul eesti keele vajaliku taseme (B1) saavutamine (53%) ning määratlemata kodakondsusega elanike sihtrühm on mitmekesine ja eriilmeline.

Kampaania läbiviimisel on soovitatav arvestada ka 2024. aastal Kultuuriministeeriumi tellimusel Norstat Eesti ASi poolt läbiviidud meediauuringut (vt [Meediauuring](#)), milles tuuakse välja muuhulgas ka vene emakeelega meediatarbijate eelistused ja hinnangud Eestis pakutavale meediasisule. Uuringust järeldub, et venekeelse elanikkonna informeerimisel on kõige olulisemad ja usaldusväärsemad meediakanalid:

1. ETV+, ERRi venekeelne portaal ja Raadio 4.
2. Rus.postimees ja rus.delfi.
3. Ida-Virumaal on oluliseks ja usaldusväärseks meediakanaliks ka Severnoje Pobrežije.

3. Sõnum ja materjalid

3.1 Eesmärgi toetamiseks peab kampaania sõnum olema:

- 3.1.1 taktitundeline ja lugupidav;
 - 3.1.2 positiivne ja julgustav;
 - 3.1.3 inimesi ühendav;
 - 3.1.4 suunatud mitte eesti keelt kõnelevatele inimestele, ennekõike vene ja inglise keelt kõnelevatele inimestele. Samas kampaania materjalid peavad olema kolmes keeles (eesti, vene ja inglise keeles).
- #### **3.2 Reklaammaterjalid kampaaniasõnumite edastamiseks on näiteks:**
- 3.2.1 videoklipid nt kogemuslugudega;
 - 3.2.2 sotsiaalmeediasse sobivad lahendused;
 - 3.2.3 infomaterjal inglise, vene ja eesti keeles;
 - 3.2.4 pakkuja ettepanekul muud materjalid ja/või reklaampinnad

4. Teavituskampaania eelarve, kirjeldus, töövõtja kohustused teavituskampaania läbiviimisel:

- 4.1 teavituskampaania eeldatav maksumus on kuni 14 000 eurot km-ta. Pakkuja esitab oma teavituskampaania korraldamise kogumaksumuse pakkumuse vormil (Lisa 2) sh ei tohi maksumus olla suurem kui 14 000 eurot km-ta;
- 4.2 teavituskampaanial peab olema projektijuht, kes vastutab terviku eest ja on kontaktisikuks Sihtasutusele kogu lepingu kehtivuse aja. Projektijuhil peab olema eelnev sotsiaalvaldkonna teavituskampaania korraldamise kogemus viimase kolme aasta jooksul. Kui töö teostamise käigus tekib vajadus projektijuhi vahetamiseks (nt haigestumine, töö vahetus), siis tuleb tagada vähemalt samaväärse kogemusega asendaja;
- 4.3 teavituskampaania aja- ja tegevuskava väljatöötamine ja tellijaga kooskõlastamine;
- 4.4 teavituskampaania kontseptsiooni (loovlahenduse) väljatöötamine, sh põhisõnum, visuaal, võimalikud riskid ja kitsaskohad ja lahendused nende maandamiseks;
- 4.5 kõik materjalid, lahendused ja kampaania tervikuna tuleb enne avalikustamist kooskõlastada tellijaga;
- 4.6 teavituskampaania teostamine vastavalt kooskõlastatud aja- ja tegevuskavale;
- 4.7 lahenduste teostamiseks vajalike materjalide loomine, tagamine ja tootmine ning nende levitamine, vajadusel paigaldamine;
- 4.8 lahenduste teostamiseks vajalike kohtumiste korraldamine ja korralduse juhtimine;
- 4.9 kampaaniat toetava meediaplaani väljatöötamine ja elluviimine (sh. vajadusel meediapindade ost);
- 4.10 kõiki kampaania raames valminud materjale ja videoklippe peab olema võimalik kasutada ka pärast kampaania lõppemist, need antakse tellijale üle algfailidena;
- 4.11 kõigi kampaaniamaterjalide keeleteometamine ja tõlge eesti, vene ja inglise keelde;



- 4.12 kõik pakutavad lahendused ja kujundused peavad olema kooskõlas kehtiva reklaamiseadusega;
- 4.13 Sihtasutus omandab edukaks tunnistatud pakkuja/töövõtja poolt loodud ja hankijale üle antud materjalide autoriõigused loovesitamiseks tähtajatult. Kampania pakkumus peab sisaldama ka kõiki autoriõigusega seotud tasusid;
- 4.14 kampania visuaalides tuleb arvestada Integratsiooni Sihtasutuse stiili, on sobivad valitud kanalites kaasamiseks ja võimaldavad levitamist. Kujunduse aluseks on soovitatav võtta Integratsiooni Sihtasutuse stiiliraamat: [Logod ja visuaalsed identiteedid | Integratsiooni Sihtasutus](#). Kujundustes tuleb kindlasti kasutada projekti rahastajate Integratsiooni Sihtasutuse ja Siseministeriumi logosid: [Logod ja visuaalsed identiteedid | Integratsiooni Sihtasutus](#) I [Siseministerium](#) .

5. Teavituskampania korraldamise ajakava

Teavituskampania ettevalmistamise, läbiviimise ja kokkuvõtmise ajakava:

- 5.1 aprill 2025: lepingu sõlmimine ja ettevalmistustööd (sh sõnumid, kõneisikud ja visuaalid)
- 5.2 aprill-mai 2025: kampania kestvus kolm (3) nädalat, täpse alguse kuupäeva lepime kokku valituks osutunud pakkujaga koostöös;
- 5.3 hiljemalt 05. juuni: kokkuvõtte tegemine, lõpparuande esitamine.

6. Nõuded pakkumusele:

- 6.1 Pakkuja esitab käesoleva pakkumuskutse kirjeldusele vastava teavituskampania loovlahenduse esialgse **kontseptsiooni**, mis sisaldab vähemalt ühte sotsiaalmeedia lahenduse ideed, ühte trükimaterjali ideed ning põhisõnumit (slogan) eesti, vene ja inglise keeles koos visuaalsete lahendustega.
- 6.2 Pakkuja esitab käesoleva pakkumuskutse kirjeldusele vastava **meediaplaani**, mis kajastab planeeritud kajastuste mahtu, sealhulgas tuues välja teabekanalid koos kirjeldusega kuidas kantakse loovlahendust valitud teabekanaliga sihtrühmadeni edasi ning võimalikult täpse ajakava.
- 6.3 Pakkuja esitab kampania läbiviimise korralduse ja indikatiivse tegevuste **ajakava**, kus on selgitatud lihtsustatult kampania korraldamisega seotud tööprotsesse, tegevuste järjekorda, hankijaga suhtlemise korraldust, võimalikke riske ja kitsaskohti ning lahendusi nende maandamiseks. Tegevused tuleb esitada nädalate lõikes alates hankelepingu sõlmimisest. Koos hankijaga on lepingu sõlmimisel võimalik tegevuskava korrigeerida vastavalt vajadusele.
- 6.4 Kontseptsiooni, meediaplaani ja asjakava esitamiseks palume kasutada Lisas 1 toodud teavituskampania tegevuskava põhja kahel eraldi leheküljel, millele võib lisada juurde ridu ja infovälju.
- 6.5 Pakkuja esitab koos põhjendustega kampania **kogumaksumuse** kulud peamiste kuluartiklite kaupa pakkumusvormil (Lisa 2).
- 6.6 Pakkuja esitab info **projektijuhi kogemuse** kohta (Lisa 3), millest nähtub tema viimase kolme aasta sotsiaalvaldkonna kampaniate läbiviimise kogemus.
- 6.7 Pakkuja kinnitab, et teeb koostööd ja arvestab lahenduste lõpliku kinnitamise protsessis Integratsiooni Sihtasutuse arvamusega.

7. Pakkumuse sisu ja esitamine

Hinnapakumuse peab sisaldama andmeid pakkuja kohta ning kõiki kulusid kokku ning on Integratsiooni Sihtasutuse jaoks lõplik. Pakkuja kohustub kandma kõik pakkumuse

ettevalmistamise ja esitamisega seotud kulud. Pakkumuse jõusoleku tähtaeg algab pakkumuse esitamise tähtpäevast ning peab olema vähemalt 30 kalendripäeva ehk 1 kuu.

Pakkumuse esitamiseks tuleb täita Lisa 1 „Teavituskampaania kontseptsioon, meediaplaan ja ajakava“; Lisa 2 „Pakkumuse vorm“ ja Lisa 3 „Elulookirjelduse vorm“.

Kõik kolm lisa tuleb allkirjastada ühes digikonteineris pakkuja esindaja (juriidilise isiku allkirjaõiguslik esindaja) poolt ja kui projektijuht ei ole pakkumuse allkirjastaja, siis peab Lisa 3 olema allkirjastatud ka projektijuhi poolt.

Pakkumuse esitamiseks tuleb Lisad 1, 2 ja 3 saata digitaalselt allkirjastatult e-posti aadressile elmira.hozjaitsikova@integratsioon.ee hiljemalt **07.04.2025 kell 10.00**. Tähtajast hiljem saabunud pakkumused ei kuulu läbivaatamisele.

Pakkujad võivad esitada kirjalikke küsimusi **kuni 03.04.2025 kell 16.00** e-posti aadressil elmira.hozjaitsikova@integratsioon.ee, esitatud küsimustele vastatakse kolme tööpäeva jooksul.

NB! Nii küsimuste kui pakkumuste esitamisel palun kirjutada e-kirja pealkirjaks: **Väikehange teavituskampaania “Keeleõpe Eesti kodakondsuse taotlemiseks” korraldamiseks.**

8. Pakkumuste hindamine ja pakkumuse edukaks tunnistamine

Hinnatakse ainult neid pakkujaid, kes on täitnud kõik pakkumise esitamise kriteeriumid (tähtaegselt esitatud, allkirjastatud, lisatud nõutud dokumendid, maksumused pakkumuse vormi kohaselt välja toodud). Pakkumuste hindamisel kasutatakse väärtuspunktide meetodit. Edukas pakkumus selgitatakse välja järgmiste suhteliste osakaaludega:

- a) Pakkumise maksumus, kaaluga 25% - Maksimaalse väärtuspunktide arvu saanud pakkumusele (so madalaima hinnaga pakkumus) omistatakse 25 punkti. Teised pakkumused saavad punkte proportsionaalselt vähem, kasutades valemit *madalaima pakkumuse hind / konkreetse pakkumuse hind x 25*.
- b) Teavituskampaania terviklik sobivus (teavituskanalid, slogan, visuaalid, meediaplaan, ajakava jms), kaaluga 75%. Arvestatakse terviklikku vastavust kampaania eesmärgile ja realistlikkust, eelkõige pakkumuskutses välja toodud tingimuste täitmise kohaselt. Sobivaimale pakkumusele omistatakse 75 punkti. Teised pakkumused saavad 75-st võimalikust punktist proportsionaalselt vähem punkte ulatuses, mille võrra nende keskmine hinne on madalam kõige kõrgema keskmise hinne saanud pakkumuse sobivusest (“punktimäär” = $(75 \times \text{hinne võrreldavas pakkumuses}) / \text{“kõige kõrgem hinne”}$).

Pakutava kontseptsiooni sobivust hinnatakse hankija poolt järgmise punktiskaala alusel:

5 – vastab täielikult hankija ootustele – teavituskampaania kontseptsioon vastab täielikult pakkumuskutses toodud tingimustele. Pakkuja on pakunud oma poolt täiendavaid ideid, teavituskanaleid jms, mis aitavad kaasa kampaania eesmärgi täitmisele. Pakkuja projektijuht omab sotsiaalvaldkonna kampaania läbiviimise kogemust ja tema töödega on võimalik tutvuda.

4 - vastab keskmiselt hankija ootustele – teavituskampaania kontseptsioon vastab suures osas pakkumuskutses toodud tingimustele. Pakkuja on pakkunud oma poolt täiendavaid ideid, teavituskanaleid jms, mis aitavad kaasa kampaania eesmärgi täitmisele. Pakkuja projektijuht omab sotsiaalvaldkonna kampaania läbiviimise kogemust.

3 - vastab alla keskmise hankija ootustele – teavituskampaania kontseptsioon vastab pakkumuskutses toodud tingimustele, kuid pakkuja ei ole pakkunud oma poolt täiendavaid ideid, teavituskanaleid jms, mis aitavad kaasa kampaania eesmärgi täitmisele. Pakkuja projektijuht omab sotsiaalvaldkonna kampaania läbiviimise kogemust.

9. Info lepingu sõlmimise ja maksetingimuste kohta

Edukaks tunnistatud pakkujaga sõlmib Integratsiooni Sihtasutus lepingu. Lepinguga fikseeritakse poolte õigused ja kohustused ning muud teenuse osutamise seotud kokkulepped. Peale lepingu sõlmimist 5 tööpäeva jooksul korraldab Tellija koostöö avakohtumise, kus ootame pakkuja esmase (pakkumuses esitatud) kontseptsiooni tutvustust.

Sihtasutus ei kasuta arveldamises ettemaksu. Tööde eest tasumine toimub vastavalt hinnapaksumuses toodud kogumaksumusele kahes osas:

I makse toimub enne teavituskampaania käivitamist, kui töövõtja esitab tellijale kampaania materjalid (algfailidena) ja lõpliku ajakava koos kanalitega. Peale seda, kui Sihtasutuse poolt määratud kontaktisik on materjalid ja ajakava kinnitanud (edastades vastava e-kirja töövõtjale), on Töövõtjal õigus esitada pakkumuse maksumusest 50% osale Tellijale arve.

II makse toimub peale teavituskampaania läbiviimist ja lõpparuande esitamist, milles töövõtja kirjutab loetelu tehtud tegevustest sh realiseeritud kampaania võrdlus plaaniga ja omapoolsed tähelepanekud.

Töövõtja peab esitama tellijale e-arve ning märkima lisaks raamatupidamise seaduses nõutule arvele tellija kontaktisiku nime ja lepingu numbri. Arve maksetähtaeg peab olema vähemalt 10 päeva.