**PROJEKTITOETUSE TAOTLUS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Taotleja nimi** | Enn Adoson |
| **Projekti nimetus** | Sinilillekampaania 2025 |
| **Projektitaotluse eesmärk**  *Määratlege konkursi eesmärk või eesmärgid, millele taotlus vastab (kehtestatud kaitseministri 13.03.2024 käskkirjaga nr 38; vt Kaitseministeeriumi toetuste* [*veebilehelt*](https://www.kaitseministeerium.ee/et/eesmargid-tegevused/laiapohjaline-riigikaitse/toetused-riigikaitselistele-projektidele)*)* | 1. Sinilillekampaania korraldamine 2. kaitseliitlastele, reservväelastele ja tegevväelaste ühtekuuluvuse ning tervise- ja spordiürituste korraldamine |
| **Projekti üldmaksumus** | 115 000 eurot |
| **sh taotletav summa** | 50 000 eurot |
| **sh omafinantseering** | 30 000 eurot |
| **sh kaasfinantseering** | 35 000 eurot |
| **Projekti toimumise aeg** | Aprill 2025 |
| **Toetuse kasutamise periood** | 01.01.2025 kuni 31.12.2025 |

**TAOTLEJA ANDMED**

|  |  |
| --- | --- |
| **Juriidiline nimetus** | Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ |
| **Registrikood** | 80364584 |
| **Postiaadress** | Endla 8, Tallinn |
| **E-post** | info@evvy.ee |
| **Telefon** | +372 55 922 290 |
| **Kodulehekülje aadress** | www.annameau.ee |
| **Käibemaksukohustuslase number** | - |
| **Taotleja põhikirjalised tegevused** | Eesti vigastatud võitlejate heategevuslik sotsiaalhoolekanne, nende omavahelise sidususe suurendamine ja igakülgne abistamine. |
| Pangakonto andmed | |
| **Panga nimetus** | Swedbank |
| **Kontoomaniku nimi** | Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ |
| **Pangakonto number (IBAN)** | EE712200221061154363 |
| **Viitenumber** (vajadusel) |  |
| **SWIFT kood** (vajadusel) |  |
| Kontaktisikute andmed | |
| **Allkirjaõigusliku isiku nimi** | Enn Adoson |
| **E-post** | info@evvy.ee |
| **Telefon** | +3725041556 |
| **Projektijuhi/kontaktisiku nimi** | Enn Adoson |
| **E-post** | Sinilill.ee@gmail.com |
| **Telefon** | +372 55 922 290 |

**PROJEKTI EESMÄRK JA TEGEVUSED**

|  |  |
| --- | --- |
| **Projekti eesmärk**  *Kirjeldage, mida soovite projekti läbiviimisega saavutada, ja selgitage, kuidas see on seotud riigikaitse eesmärkidega.* | Sinilillekampaania missiooniks on väärtustada ja tunnustada veteranide panust ühiskonnas. Sinilillest on kujunenud üldtuntud sümbol, millega ühiskond tunnustab veterane ning pikemas perspektiivis toetab riigikaitset laiemalt. Meie väljakutseks on endiselt tutvustada ja uuendada tänapäeva veterani kuvandit kogu ühiskonnas ning kaasata ka venekeelset elanikkonda ja liitlaste esindajaid Eestis.  Selgeks mõõdetavaks tulemuseks kujuneb Sinilille märgi ja teiste toodete müügitulu, millest 2/3 on kavas suunata annetusteks. 1/3 märkide müügitulust aitab katta Sinilille märkide ja käepaelte tootmise, tootearenduse, teavituse ning tootmise koordineerimise. Eesmärk on koguda annetusteks vähemalt 85 000 eurot. |
| **Projekti lühikokkuvõte**  *Kirjeldage lühidalt projekti tegevusi ja partnereid, samuti kuidas kavandatud eesmärke ja oodatavaid tulemusi saavutatakse. Kui projekt jaguneb allprojektideks, siis allprojektide kaupa ja tegevuste puhul tegevussuundade kaupa.* | 2025. aasta aprilli kuus korraldab Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing koostöös Naiskodukaitsega kaheteistkümnendat Sinilille heategevuskampaaniat, mille peamiseks eesmärgiks on pöörata ühiskonna tähelepanu veteranide tunnustamisele. Kampaania kulmineerub veteranipäevaga 23. aprillil 2025.  2025. aastal alustame annetuste kogumist ehk Sinilille tooted on jaemüügi kettides saadaval 1. aprillist - 30. aprillini ja sellest tulenevalt keskendub turunduskampaania sõnumile: „Kanname aprillis Sinilille ning anname au!“. Koostöös Kaitseväe ja Naiskodukaitsega koondame kõik veteranikuu raames korraldatud üritused ühtseks Sinilillekampaania ürituste kalendriks ning olulisematele üritustele pöörame tähelepanu ka turundus- ja kommunikatsioonikampaanias.  2025. aasta turunduskampaania on suunatud nii sotsiaalmeediale kui ka traditsioonilisele välimeediale, kasutatakse ka raadio ja telelahendusi. Kaasatud on uus turundusagentuur, uute ideede ja lahendustega, et tuua kampaaniale värskust ja uut vaadet.  E-poe lahendus jätkub. Plaanime koostöös müügipartneritega kasutada Sinilillekampaania turunduses ka nende turunduskanaleid, et kampaania sõnumit laiema avalikkuseni viia.  Sinilillemärke valmistavad ja käepaelu punuvad ning pakendavad SA Hea Hoog vahendusel psüühilise erivajadusega inimesed üle Eesti, pakkudes täiendavat lisaväärtust erivajadustega inimeste tööjõu kaasamise näol.  Jätkuvalt teeme koostööd Kaitseväe, Eesti Kaitseväe Veteranide MTÜ ja Naiskodukaitsega Sinilille ürituste korraldamiseks üle Eesti. 2025. aastal on eesmärk toetada kampaaniaga seotud organisatsioone ühtsete turundusmaterjalide ja kommunikatsiooniga.  Samuti püüame jätkuvalt leida uusi partnereid Kaitsetööstuse liidu liikmete seast, kes aitaksid toetada kampaania läbiviimist. |
| **Projekti toimumise koht/piirkond** | Kogu Eesti |
| **Projekti sihtrühm**  *Määratlege täpne sihtrühm ehk inimesed, kellele projekti tegevused on suunatud, iseloomustage sihtrühma – võimalusel määratlege arv, vanus jne.* | Sihtrühmaks teavituskampaanial on kogu Eesti ühiskond kuid annetuste kogumine läbi toodete müügi on rohkem suunatud patriootlikule maksejõulisele eestlasele, kellel on soov panustada heategevusse. |
| **Projekti tegevused ja ajakava**  *Kirjeldage tegevusi, mida tehakse projekti elluviimiseks ning millises ajalises plaanis.* | Sinilille heategevuskampaania ettevalmistus, läbiviimine ja kokkuvõtete tegemine on kujunenud aastaringseks tegevuseks. Turundus- ja kommunikatsiooni kampaania viiakse läbi aprillikuus.  Heategevuskampaania täpsem ajaraam on järgmine:  • Annetuste kogumine Naiskodukaitse ja jaemüügi kettide vahendusel algab 1. aprillil ning lõppeb 30. aprillil.  •Kampaania plaanitakse avada Sinilillejooksu ning perepäevaga. Traditsiooniks on saanud ka kohe peale avalööki esimeste Sinilille märkide müük Riigikogus, Presidendi kantseleis ja Riigikantseleis.  •Koostöös kaitseväega on plaanis korraldada Sinilillejooksud erinevates linnades, lisaks ka virtuaaljooks neile, kes kohapeal osaleda ei saa. Kaitsevägi jätkab Veteranirocki traditsiooni ning Naiskodukaitse ja paljud teised organisatsioonid viivad läbi aprilli kuus üritusi veteranide auks.  •Aktiivne turunduskampaania algab avaüritusega ning kestab kuni veteranipäevani, 23.aprillil. Turunduskaampaania käigus viiakse läbi erinevaid sotsiaalmeedia väljakutseid ja konkursse inimeste aktiivseks kaasamiseks.  •Umbes kuu peale kampaania lõppu plaanime tänada kõiki kampaaniasse panustanud isikuid ja organisatsioone.  •Esimesed kampaania kokkuvõtted valmivad jooksvalt, kuid lõpliku ülevaate peab kokku saama juuni lõpuks. |
| **Aeg (kuu ja aasta) ning tegevus ja selle kirjeldus** *(lahtreid võib lisada)* | Aprill 2025 – detailne ajakava selgub märtsiks 2025. |
| **Projekti või tegevuste elluviijate nimed ja nende lühitutvustus** | Enn Adoson, Eesti Vigastatud Võitlejate Ühingu esimees ja veteran. Enn Adoson on kaitseväe ülemveebel ning ta on kuulunud EVVÜsse alates selle loomisest 2013. On osalenud selle juhtimises ning panustanud vabatahtlikuna Sinilillekampaania korraldamisesse ja on olnud Sinilillekampaania kõneisik.  Elisa Jakson, Naiskodukaitse poolne Sinilillekampaania koordinaator. Elisa Jakson on kampaaniat Naiskodukaitses üle-eestiliselt juhtinud viimased 5 aastat, kuid sellele eelnevalt vastutanud aastaid kampaania eest Naiskodukaitse Tallinna ringkonnas. Igal aastal panustab kampaania õnnestumisesse mitusada vabatahtlikku naiskodukaitsjat, kes korraldavad erinevaid üritusi ja aitavad levitada kampaania sõnumit üle Eesti.  Urmas Rajaver, Kaitseväe toetuse väejuhatuse toetusteenuste keskuse kehalise kasvatuse spetsialist. Korraldab ja kordineerib Eesti Kaitseväe vigastatud veteranide spordielu, muuhulgas Eesti võistkonna mänedžer Invictus mängudel. Aprillis veteranikuu raames toimuvate Sinilillejooksude üks korraldaja. |
| **Meediaplaan**  *Kirjeldage millistes Eesti meediakanalites kavatsete projekti tutvustada ning teavitage võimalikust meediakajastusest.* | Sinilillekampaania on kuu aja vältel kajastatud kodulehel annameau.ee, ning oma sotsiaalmeediakanalites. Välja antakse pressiteateid, mida jagavad erinevad väljaanded.  Igal aastal on reklaamid nii teles kui ka raadios.  Kampaaniat on varasemalt kajastanud erinevad telesaated nagu Ringvaade, Terevisioon, Õhtu, Kofe+ jpt, loodame nende koostööle ja tuleval aastal. Samuti on erinevad intervjuud ning külalised kuu vältel raadiosaadetes.  Näide 2024. aasta meediaplaanist: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1k263FHPx14v_GZFrRkXGuVBZ8djGw6Fg/edit?usp=sharing&ouid=106692483298576743261&rtpof=true&sd=true> |
| **Lisateave**  *Täita juhul, kui on täiendavaid andmeid, mis on vajalikud projekti sisukuse hindamiseks.* | Möödunud aastate jooksul on Sinilillekampaania raames kogutud annetustest toetatud juba kümneid projekte taastusravi, vaimse tervise või tervisespordi valdkonnas:  2014 a. koguti annetusi 67 967 eurot Ida-Tallinna Keskhaigla taastusravikliinikule kõnniabiseadme ostuks  2015 a. koguti annetusi 100 235 eurot Haapsalu Neuroloogilisele Reha-bilitatsioonikeskusele kõnniroboti ostuks.  2016 a. koguti annetusi 82 124 eurot ja see summa jagati mitme organisatsiooni vahel. MTÜ-le Peaasjad, Pärnu haigla taastusravi- ja heaolukeskusele lihasjõutreeningu seadme ostuks, Eesti Füsioterapeutide Liitu spetsialistide koolitamiseks ning Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ-le vigastatud veteranide ja nende lähedaste taastusravi ning spordi- ja õppetegevuse toeta-miseks.  2017 a. koguti annetusi 80 879 eurot, mis jagati Haapsalu rannapromenaadile liikumispuudega inimestele välitrenažööride ala rajamiseks, Ida-Viru Keskhaigla taastusravi osakonnale invalifti soetamiseks, MTÜ-le Peaasjad meeste vaimse tervise edendamiseks ning Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ-le vigastatud veteranide ja nende lähedaste taastusravi ning spordi- ja õppetegevuse toetamiseks.  2018 a. koguti annetusi 71 500 eurot, mis jagati Tapa vallale välitrenažööride ala rajamiseks Tapa linna, Tartu Ülikooli Kliinikumile ja Rakvere Haiglale taastusravi seadmete soetamiseks, MTÜ-le Peaasjad meeste vaimse tervise edendamiseks ning Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ-le vigastatud veteranide ja nende lähedaste taastusravi ning spordi- ja õppetegevuse toetamiseks.  2019 a. koguti annetusi 84 900 eurot, mis jagati Lõuna-Eesti Haigla Sihtasutusele taastusravi seadmete soetamiseks, Võru linnale välijõusaali rajamiseks ning Eesti Invaspordi Liidule istevõrkpalli treeningute läbiviimise ning võistlustel osalemise toetuseks, MTÜ-le Peaasjad meeste vaimse tervise edendamiseks ning Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ-le vigastatud veteranide ja nende lähedaste taastusravi ning spordi- ja õppetegevuse toetamiseks.  2020. aaastal koguti annetusi 49 766 eurot, mis jagati Kuressaare Haiglale taastusravi seadmete soetamiseks, Narva Linna Arenduse Sihtasutusele välijõusaali rajamiseks, Eesti Invaspordi Liidule istevõrkpalli treeningute läbiviimise ning võistlustel osalemise toetuseks, MTÜ-le Peaasjad vaimse tervise edendamiseks ning Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ-le vigastatud veteranide ja nende lähedaste taastusravi ning spordi- ja õppetegevuse toetamiseks.  2021. aasta kevadel koguti annetusi, et toetada Narva Haiglat taastusravi seadme soetamisel, MTÜ’le Peaasjad, et jätkata tegevust vaimse tervise edendamisel, Viljandi linna, et rajada välijõusaal Männimäe piirkonda ning Eesti Invaspordi Liitu erivajadustega inimeste spordi arendamiseks. Kõigeks eelnevaks ning Eesti Vigastatud Võitlejate Ühing MTÜ-le vigastatud veteranide ja nende lähedaste taastusravi ning spordi- ja õppetegevuse toetamiseks koguti annetusi kokku 86 650 eurot.  2022. aastal koguti annetustena Sinilille sümboolika müügist rekordilised 103 000 eurot. Kogutud annetustega aidati lisaks Eesti ja Ukraina veteranidele soetada Ida-Tallinna Keskhaigla Taastusraviosakonnale käerobot Gloreha Sinfonia.  2023. aasta annetusteks koguti 116 000 eurot ning sellega toetati veterane ja nende lähedasi ning tervishoiu valdkonda laiemalt. Sinilille sümboolika müügist saadud tulu aitas koostöös Pärnu Lahe Rotary Klubiga luua Pärnu randa ujumisvõimaluse puuetega inimestele, soetada Hiiumaa Haiglale vajalik videokolonoskoop ning koostöös Paralümpiakomiteega loodi Kiviõli Seikluskeskusesse para-suusatamise võimalus.  2024. aasta kampaania kogus annetuseks 116 000 eurot. Lisaks veteranide toetamisele aidati saadud tuludega kaasa Põlva Haigla uudse taastusravilinnaku rajamisele, koostöös Eesti Discgolfi Liiduga loodi esimene puuetega inimestele ligipääsetav discgolfi rada ning soetati spordi- ning taastusvahendeid Otepää Tervisekeskusele. |

**KOOSTÖÖPARTNERITE NIMEKIRI**

*Loetlege peamised koostööpartnerid ning kirjeldage nende ülesannet projektis. Koostööpartner on juriidiline isik, kes omab arvestatavat rolli projekti tegevuste elluviimises (võib, aga ei pruugi olla kaasfinantseerija).*

*(vajadusel tabelit korrata)*

|  |  |
| --- | --- |
| **Koostööpartneri nimi** | Naiskodukaitse |
| **Kodulehekülje aadress** | <https://www.naiskodukaitse.ee/> |
| **Ülesanne projektis** | Sinilillesümboolika müük ja annetuste kogumine, ürituste korraldamine |
|  |  |
| **Koostööpartneri nimi** | Eesti Kaitsevägi |
| **Kodulehekülje aadress** | <https://mil.ee/> |
| **Ülesanne projektis** | Veteranirocki ning Sinilillejooksude korralduslik abi |
|  |  |
| **Koostööpartneri nimi** | OÜ Havas |
| **Kodulehekülje aadress** | <https://ee.havas.com/havas-creative/> |
| **Ülesanne projektis** | Loovlahenduste välja töötamine, meediaplaanide koostamine |
|  |  |
| **Koostööpartneri nimi** | SA Hea Hoog |
| **Kodulehekülje aadress** | <https://heahoog.ee/> |
| **Ülesanne projektis** | Sinililletoodete valmistamine |

**PROJEKTI OODATAVAD TULEMUSED**

|  |  |
| --- | --- |
| **Oodatav valdkondlik mõju ja tulemused**  *Määratlege projekti tegevuste tagajärjel tekkivad konkreetsed tulemused. Kirjeldage projekti tulemuste mõju riigikaitse*  *eesmärkidele laiemalt - valdkonnale, sihtrühmale, partnerorganisatsioonidele, piirkonnale, kogukonnale jne.* | Veteranide panus ühiskonnas on väärtustatud ja tunnustatud. Sinilill on üldtuntud sümbol, millega ühiskond tunnustab veterane ning pikemas perspektiivis toetab riigikaitset laiemalt.  Konkreetne tulemus on kogutav annetussumma, mis läheb jagamisele erinevate valitud sihtide vahel.  Erinevatele koostööpartneritele on mõju laiem – tuntus, ettevõtte/organisatsiooni sotsiaalne vastutustundlikkus ning positiivne kuvand, koostöötahe suureneb, kogukonnatunde tekkimine. |
| **Oodatav mõju taotleja edasistele tegevustele**  *Kirjeldage projekti tulemuste mõju teie organisatsiooni tegevusele (näiteks: edasised tegevused, projekti jätkusuutlikkus,*  *liikmete või vabatahtlike kaasamine, pädevuse suurenemine, organisatsiooni tulubaasi laienemine, maine paranemine vms).* | Sinilillekampaania on juba traditsiooniks saanud projekt ning annetanud kümne aastaga Eesti riigis erinevate projektide tarbeks juba ligi miljon eurot. Kindlasti on kampaaniaga ka edaspidi plaan jätkata kuna tegemist on olulise ettevõtmisega nii riigikaitse, inimeste teadlikkuse kui ka ühiskonna laiema abistamise vaatevinklist. |
| **Mõõdetavad tulemused**  *Kirjeldage projekti eeldatavaid tulemusi koos mõõdetava mahuga (näiteks: üritustest osasaajate arv, trükiste maht jne)* | Selgeks mõõdetavaks tulemuseks on Sinilille märgi ja teiste toodete müügitulu, millest 2/3 on kavas suunata annetusteks. 1/3 märkide müügitulust aitab katta Sinilille märkide ja käepaelte tootmise, tootearenduse, teavituse ning tootmise koordineerimise. Eesmärk on koguda annetusteks vähemalt 85 000 eurot. |

**TULUD**

*Tulude ja kulude koondsumma peab olema võrdne (ehk eelarve tasakaalus).*

(vajadusel lisada ridu)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Summa /  % kogusummast | Selgitused  (kaasfinantseerijate poolt eraldatud toetustel otsuse kuupäev, taotlemisel olevatel toetustel orienteeruv otsuse tegemise aeg) |
| **Tulud kokku** | 230 000 € | Summa koos eeldatava müügituluga |
| **Taotletav toetus Kaitseministeeriumilt** | 50 000 € |  |
| **Omafinantseering** | 30 000 € | Omaosalus eelmise aasta jäägist |
| **Müügitulu** | 115 000 € | Eeldatav sinililletoodete müük |
| **Muu tulu** | 35 000 € | Eeldatav erasektori ettevõtete panus |
| **Mitterahaline panus** |  | Loosiauhinnad |
| **Kaasfinantseering** |  |  |

**KULUD**

*Tulude ja kulude koondsumma peab olema võrdne (ehk eelarve tasakaalus)*

(vajadusel lisada ridu)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Finantseerimisallikad | | |
|  | KOKKU | Taotlus Kaitse-ministeeriumilt | Oma-finantseering | Kaas-finantseering/Muu tulu |
| **Kulud kokku** | **230 000 €** | **50 000 €** | **30 000 €** | **35 000 €** |
| **Personalikulud** | 17 000 € | 17 000 € |  |  |
| **Majandamiskulud** | 8 000 € | 8 000 € |  |  |
| **Heategevuslike toodete loomine** | 45 000 € | 10 000 € | 10 000 € | 25 000 € |
| **Kampaaniat toetavate toodete loomine** | 14 000 € | 6000 € | 8 000 € |  |
| **Turundus- ja reklaam** | 31 000 € | 9000 € | 12 000 € | 10 000 € |
| **Eeldatav annetuste välja andmine sihtidele** | 85 000 € |  |  |  |
| **2026. aasta omaosalus** | 30 000 € |  |  |  |

**TAOTLEJA MEETMED RISKIDE ENNETAMISEKS VÕI NENDE MAANDAMISEKS**

*Hinnata võimalikke riske, olukordi või sündmuseid, mis võivad takistada projekti eesmärgini jõudmist planeeritud aja, -ressursside ja -eelarvega.*

Sinilillekampaania suurimad riskid ja meetmed nende maandamiseks on:

2025. aasta suurimaks riskiks võib pidada meeletus tõusutrendis olevaid igapäevakulusid nagu elekter ja kütus, mis mõjutavad hindasid ja seega ka Sinilillekampaania toodete tellimusi, tarnet jm. Riski maandamiseks oleme pidevalt valmis reageerima muutustele ning hoiame kriitiliselt kinni etteantud eelarvest, lisaks proovime suurendada erasektori toetuste summasid.

Sinilillekampaania ajaks planeeritud ürituste ära jätmine riiklikest piirangutest tulenevalt. Riski maandamiseks planeerime sotsiaalmeedia väljakutseid ja virtuaalüritusi inimeste aktiivseks kaasamiseks ja sõnumi levitamiseks.

Ühe või mitme müügipartneri loobumine Sinililletoodete müümisest annetuste eest. Riski maandamiseks tegeleme jätkuvalt heade partnersuhete hoidmisega ning otsime jätkuvalt uusi müügipartnereid, kellel oleks soov ja huvi Sinilillekampaaniasse panustada.

Vähenev huvi Sinililille toodete soetamise vastu. Tegeleme pidevalt ka tootearendusega, et pakkuda inimestele uusi ja atraktiivseid tooteid, mille abil koguda annetusi veteranidele.

Ühe või mitme toetajapartneri loobumine. Riski maandamiseks tegeleme jätkuvalt partnersuhete hoidmisega, kuid oleme valmis ka eelarves leidma kokkuhoiu võimalusi või suurendama omafinantseeringut.

Erakorralised ettenägematud kulud või mõne teenuse hinna oluline tõus. Võimalusel oleme paindlikult valmis eelarves otsima kokkuhoiu võimalusi, otsima uusi toetajaid ning vajadusel on EVVÜ valmis suurendama omafinantseeringut.

**TAOTLEJA KINNITUS**

Allkirjaga kinnitan järgnevat:

* kõik käesolevas taotluses esitatud andmed on õiged ning esitatud dokumendid on kehtivad ning vajadusel võimaldan neid kontrollida;
* taotleja ei ole raskustes olev ettevõtja Euroopa Komisjoni määruse (EL) nr 651/2014 artikli 2 punkti 18 tähenduses;
* taotlejal ei ole maksuvõlga riiklike ja kohalike maksude osas või see on ajatatud ning maksed on tasutud kokkulepitud ajakava järgi;
* kui taotleja on varem saanud toetust riigieelarvelistest vahenditest või Euroopa Liidu või muudest välisvahenditest, mis on kuulunud tagasimaksmisele, on tagasimaksed tehtud tähtaegselt ja nõutud summas;
* taotlejale ei ole esitatud seni täitmata korraldust Euroopa Komisjoni või Euroopa Kohtu poolt riigiabi tagasimaksmiseks;
* taotleja suhtes ei ole algatatud pankroti- või likvideerimismenetlust;
* taotlejal ei ole majandusaasta aruande esitamise võlga;
* taotlejal ei ole täitmata kohustusi Kaitseministeeriumi ees;
* taotlejal on taotluses kavandatud vahendid projekti omafinantseeringu tagamiseks;
* taotleja esindajaks ei ole isik, keda on karistatud majandusalase, ametialase, varavastase või avaliku usalduse vastase süüteo eest ja tema karistusandmed ei ole karistusregistrist kustutatud.

|  |  |
| --- | --- |
| **Allkirjaõigusliku esindaja ees- ja perenimi** | Enn Adoson |
| **Isikukood** | 37505200221 |
| **Ametikoht** | Juhatuse esimees |
| **Allkiri** | Allkirjastatud digitaalselt |
| **Kuupäev** | 21.11.2024 |