**Hanke alla väikehanke piirmäära „****Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ameti 2025. aasta tarbijahariduse kampaania“ pakkumuse kutse**

**Töö sisu:** Pakkuja loob kampaania kontseptsiooni, läbi mille on TTJA-l võimalik tarbijate teadlikkust olulistel teemadel tõsta. Kampaania elluviimiseks loob pakkuja sisu ja materjalid, arvestades sihtgrupi harjumusi erinevate platvormide kasutamisel. Pakkuja annab TTJA-le üle materjalid koos nende tähtajatu kasutusõigusega. Töö tulemuseks on tarbijate teadlikkuse kasv punktis 2 välja toodud teemadel.

Pakkumusele esitatavad nõuded sisalduvad pakkumuse kutse punktis 7.

**Taustainfo**

Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ameti (edaspidi TTJA) juures tegutseb sõltumatu ning erapooletu **tarbijavaidluste komisjon** (edaspidi TVK), kuhu inimesed pöörduvad oma õiguste kaitseks. Tarbijavaidluste komisjoni pädevuses on lahendada tarbija ja kaupleja vahelisest lepingust tulenevaid tarbija algatatud tarbijavaidlusi. TVK-sse saavad pöörduda kõik tarbijad, kellel on kaebus Eestis registreeritud kaupleja vastu. TVK otsuseid mittetäitnud ettevõtted kantakse nn „musta nimekirja“, mis on avaldatud TTJA veebilehel.

1. **Kampaania eesmärk**

Kampaania eesmärgiks on tõsta sihtrühma teadlikkust tarbija õigustest ja lepingu sõlmimisel. Lisaks soovime kampaaniaga tähelepanu juhtida ka tarbija kohustustele ning vastutusele valikute langetamisel ja tehingute tegemisel. Samuti teavitada võimalusest lahendada tarbija ja kaupleja vahelisi vaidlusi tarbijavaidluste komisjonis.

Kampaania peab välja tooma aspekte, mida tarbija enne lepingu sõlmimist/allkirja panemist/linnukese tegemist/“nõustun” nupu vajutamist, tähele peaks panema. Kampaania peab rõhuma tõsiasjale, et leping on kahepoolne ning ka tarbijal on enne selle sõlmimist kohustus tingimustega tutvuda. Ühtlasi vastutab tarbija selle eest, et ta saab aru, millist teenust või toodet ta ostab või millised kokkulepped lepingu alusel sõlmitakse. Läbi erinevate valdkondade ning tarbijate näidete peab kampaania edastama juhtumeid, millisesse olukorda võivad tarbijad sattuda, nõustudes lepingutingimustega ilma neid lugemata, olles lepingu allkirjastamisel hooletud ning jättes kaupleja tausta kontrollimata. Samuti peab kampaania edasi andma tarbijale sõnumi, et vaidlusi on kohtuväliselt võimalik lahendada tarbijavaidluste komisjonis.

1. **Kampaania sisu**

Kampaania peab keskenduma sihtgrupi teadlikkuse tõstmisele oma õigustest lepingulistes suhetes. Eesmärk on näidata, et oluline on enne ükskõik millise lepingu sõlmimist tutvuda tähelepanelikult tingimustega, et olla kindel, milline toode või teenus ja millistel tingimustel soetatakse. Samuti soovime tarbijale edastada nõuandeid, kuidas ennast kaitsta ning mida teha juhul, kui tarbijaõigusi on juba rikutud. Kasutada võib praktilisi näiteid ja lugude rääkimist, et inimesed samastuksid ning tunnetaksid, et ka nendega võib sama juhtuda.

Kampaania peab edastama sõnumi, et juhul, kui kõik ei lähe ootuspäraselt ja tarbija ning kaupleja vahel tekib vaidlus, on võimalik tarbijal pöörduda lepingust tuleneva vaidluse lahendamiseks tarbijavaidluste komisjoni poole.

Võimalusel võiks loovlahenduses vältida eraldi maandumislehe loomist.

Valdkondadeks, kus tarbijate teadlikkust on kõige rohkem vaja tõsta, hindame\*:

1. **Veebikauplustes ostude tegemine;**
2. **Reisiteenuste ostmine teenusepakkujalt;**
3. **Kasutatud auto ostmine;**
4. Broneeringute tühistamine;
5. Teenuste lepingud;
6. Finantsteenused.

\***Kohustuslikud valdkonnad**, mida loovlahendus kajastama peab: **veebikauplustes ostude tegemine, reisiteenuste ostmine teenusepakkujalt ja kasutatud auto ostmine**.  Oleme pakkumuse kutses soovinud välja tuua palju erinevaid näiteid, et probleemi ulatust ning sisu paremini edasi anda, mida aitavad täiendavalt kirjeldada ülejäänud valdkonnad, mida võib kajastada.

1. **Sihtgrupp**

Kampaania sihtgrupiks on 20-65 aastased eesti keelt kõnelevad kodanikud.

1. **Lepingu täitmine ja eelarve**

Lepingu täitmise tähtajad, sh kampaania materjalide üleandmise tähtajad on märgitud hankelepingu kavandis.

Kampaania eeldatav eelarve on 13 934,43 eurot (ilma käibemaksuta). Käesoleva hankega ei hangita materjalide levitamist.

Kampaaniat kaasrahastatakse Euroopa Liidu vahenditest. Toodetud materjalid peavad sisaldama teavet rahastuse kohta, Euroopa lipu embleemi ja Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ameti (TTJA) logo. Sellekohased täpsemad reeglid ja failid edastatakse edukale pakkujale.

1. **Valdkondade kirjeldused koos näidetega eeltoodud probleemidest tarbijate pöördumiste põhjal**

Punktis 2 nimetatud valdkondade kirjeldused ja põhilised probleemid koos eluliste näidetega on toodud alljärgnevates alapunktides a-f. Kõik näited sisaldavad reaalseid tarbijate pöördumisi, andmaks ülevaade tegelikest probleemidest valdkonnas. Näidete sõna-sõnaline kasutamine kampaanias ei ole lubatud.

1. **Veebikauplustes ostude tegemine:**

Internetist osta tundub väga lihtne ja mugav: kauba saad tellida vaid paari hiireklikiga ja mõne aja pärast tuuakse see ukse taha või pakiautomaati. Ka veebipoest tellimuse tegemine on lepingu sõlmimine, mida ei tasu teha tormakalt.

**Peamised sõnumid tarbijale:**

**Mida on oluline enne veebipoest tellimist silmas pidada?**

* tee selgeks, kes on müüja - kas kaupleja on juriidiline või eraisik ning kas tegemist on Eesti või välismaise ettevõttega.
* tee müüja kohta taustauuring - otsi lisainfot müüja varasema tegevuse kohta, vaata ameti veebilehel avaldatud kauplejate nimekirja, kes ei ole järginud komisjoni otsuseid (nn must nimekiri).
* tutvu kauba tellimistingimustega, kuidas ja millal peab kauba eest maksma ja millised võivad olla lisakulud (posti- ja/või teenustasud) ning kuidas saab kaupa tagastada.
* enne ostu sooritamist veendu, kes on tegelik kaupleja ja kus on ettevõte registreeritud. See on oluline nii kauba tagastamise aga ka teenuste soetamise puhul. Kui toode või teenus on ostetud Euroopa Liidus, saab tarbija arvestada kindlate õigustega.
* tea, et e-poe üldtingimustes peab olema kirjas teave maksetingimuste, taganemise või selle puudumise, kauba tagastamise võimaluste, pretensiooni esitamise jms kohta.
* ole kursis, et internetiostude eest on mõistlik tasuda krediitkaardiga, sest ebaausa kaupleja puhul on Sul nii suurem võimalus ette makstud summa panga abiga tagasi saada.

**E-poe veebilehel peab olema järgmine teave:**

* ettevõtte nimi, registrikood ja asukoht;
* kaupleja e-posti aadress, telefoninumber;
* kauba tagastamise, pretensioonide esitamise ja garantii tingimused;
* kauba kohaletoimetamise aeg;
* taganemistingimused;
* kes kannab tagastamiskulud.

**Näide tarbija pöördumisest:**

Tarbija pöördumine: “Sooritasin ostu ühes e-poes, nende lehel on lubatud tarne 72 tunniga. Enne jõule, lehe peal ilmus info, et kuna on palju tellimusi, siis tarne hilineb aga enne jõule kõik saavad omad pakid kätte. Mina siiamaani ei ole saanud oma kaupa, esialgu nemad ignoreerisid minu kirju. Jaanuaris ma sain nendega ühendust läbi Facebooki. Kaks nädalat lubavad uurida ja väidavad et probleem on kulleriga. Toodet ma rohkem ei taha ja tahan raha tagasi saada, mis õigused mul on?!”

1. **Reisiteenuste ostmine teenusepakkujalt**

Reisiteenuste kasutamiseks tuleb tarbijatel enamasti teha üsna suurte summade ulatuses ettemakseid ning sageli ostetakse välismaal tegutsevate ettevõtjate teenuseid. Seetõttu on reisimine valdkond, kus tarbija peaks eelkõige tähelepanu pöörama teenusepakkuja valikule – usaldusväärse ettevõtja leidmine säästab võimalikust hilisemast meelehärmist ja majanduslikust kahjust. Seda nii üksikute reisiteenuste (lend, majutus) kui ka mitmetest reisiteenustest koosnevate pakettreiside ja seotud reisikorraldusteenuste puhul.

**Peamised sõnumid tarbijale:**

**Enne reisi või reisiteenuse ostmist:**

* Uuri põhjalikult järele, mida reis või reisiteenus sisaldab ja mõtle järele, kas see vastab sinu vajadustele, sealjuures:
	+ kas ja millistel tingimustel saab lepingut (näiteks kuupäevade osas) muuta või sellest taganeda;
	+ mis on reisi või reisiteenuse lõpphind.
* Uuri teenusepakkuja tausta. Ühtlasi vaata üle tarbijavaidluste komisjoni must nimekiri, kuhu kantakse komisjoni otsuseid mittetäitnud ettevõtted. Otsi infot internetist ja loe foorumitest varasemate reisijate arvamusi.
* Kui ostad pakettreisi või seotud reisikorraldusteenuseid, kontrolli, kas reisiettevõtja on esitanud majandustegevuse registrile avaneb uues vahekaardis majandustegevusteate ja omab tagatist;
* Kui ostad pakettreisi reisivahendaja kaudu, kontrolli reisikorraldaja majandustegevusteatest ka seda, et reisikorraldaja on andnud enda koostatud pakettreiside pakkumise ja müügi õiguse sellele reisivahendajale.

**Näide tarbija pöördumisest:**

Tarbija pöördumine: “Tellisime pakettreisi (puhkuse- ja ringreis Portugalis), meile saadeti arve, mille ka tähtaegselt tasusime ning osalesime ka reisil. Kohe reisi esimesel päeval aga tabas meid  äärmiselt ebameeldiv üllatus hotelli asukoha ning meile antud hotellitoas osas. Nimelt meile saadetud reisikirjelduses oli hotelli kohta kirjutatud alljärgnev: asub Portimão’s Atlandi ookeani kuldse liivaga rannikust 10 min kaugusel. Ka kuulus Praia da Rocha rand jääb jalutuskäigu kaugusele. Piki kaljut kulgev rannapromenaad viib rohkete söögikohtadega ja kuurordimeluga piirkonda, kus saab õhtuti aega veeta ja kohalikke roogi maitsta, samas hotelli ümbrus on mõnusalt vaikne.
Hotell asus tegelikult 4-realise magistraali ääres ning meile antud tuba asus hotelli kõige tänavapoolsemas ääres (viimane tuba), s.o vahetult tänava ääres. 4- realine magistraal oli kohe vahetult meie akna all. Hotelli läheduses oli veel ka üks ristmik, kus samuti oli tihe liiklus (ja sellega kaasnev müra). Nimetatud tänavatel oli nii päeval kui öötundidel tihe liiklus. Eriti tegid müra (ja häirisid nii toas olemist, eriti aga magamist öötundidel) mööduvad mootorrattad, millede juhid just meie hotelli juures ka tegid kiirendusi, s.o tegid eriti suurt müra. Seetõttu oli meil oluliselt häiritud ka öine uni.
Kuna tegemist oli puhkusereisiga, kus puhkamine, sh öine magamine, oli häiritud (s.o hotell ei vastanud reisipakkumises kirjeldatule ja meie õigustatud ootustele), oli tegemist reisitingimuste ja meievahelise lepingu rikkumisega ja (magamatuse tõttu tervisele) kahju tekitamisega.   Soovime hinna alandamist vähemalt 20% reisi maksumusest.

c) **Kasutatud auto ostmine**

Autoost on suur väljaminek. Seega on enne lepingu sõlmimist oluline mõelda läbi oma vajadused ja võimalused ning hoiduda kiirustades tehtud otsusest.

**Peamised sõnumid tarbijale:**

**Enne ostu tee taustakontroll!**

* Kontrolli Eestis arvel olnud auto tausta ja varasemat kasutusajalugu.
* Tee kindlaks, kas autot müüb eraisik või juriidiline isik.
* Ost eraisikult võib olla soodsam, kuid tea, et eraisikute vahelisi vaidlusi lahendab vaid kohus.
* Juriidilise isiku kohta saab teavet krediidiinfo kodulehelt ja äriregistrist.
* Ohumärk võib olla, kui firma on tegutsenud väga lühikest aega ja ettevõttel on maksuvõlad või esitamata kohustuslikud aruanded.
* Liikluskahjude ja liiklusõnnetustes osalemise kohta saab infot liikluskindlustuse kodulehelt.

**Enne ostu veendu sõiduki korrasolekus ja tee põhjalik proovisõit!**

* Auto ostueelsesse kontrolli kaasa spetsialist, kes oskab hinnata sõiduki tehnilist seisukorda. Kui müüja spetsialisti kaasamisest keeldub, on tegemist kahtlust tekitava tehinguga, millega ei ole soovitatav edasi minna.
* Sõiduki saab üle vaadata ja ostueelse kontrolli teha tehnoülevaatuse teenuse osutaja.
* Auto tuleb üle vaadata hästi valgustatud tingimustes, et oleks näha võimalikud välised kerevigastused, roostekahjustused, aknaklaaside, valgustusseadmete ja rehvide seisukord.
* Lepi müüjaga kokku piisavalt põhjalik ja pikk proovisõit, et saaksid sõita ka maanteekiirusel.

**Näide tarbija pöördumisest:**

Tarbija pöördumine: „Müüja turundas sõidukit kui tehniliselt ja visuaalselt heas korras, avariivaba ning margiesinduse ajalooga. Pärast tehingut tuvastati kontrollis rida varjatud puuduseid mida müüja tehingu tegemisel ei tutvustanud, mille kõrvaldamiseks kulub üle 5000€ - antud summa ei ole veel lõplik kuna remonttöid tuleb teha järjepidi ja lekkeid võib veelgi olla mida hetkel suurim leke (klapikambrikaas varjata võib). Hilisemas kirjavahetuses müüjaga selgus, et sõiduk müüdi teadlikute varjatud puudusega mida müüja üritas ebakvaliteetselt ja varjatult remontida. Tänaseks on ilmnenud veel lisapuuduseid – ilmade jahenedes selgus, et ei tööta juhipoolne peeglisoojendus ning pärast esimest autopesu hakkas müüja poolt värskelt värvitud velgedelt värv kooruma mis viitab ebakvaliteetsele värvitööle.
 Kuivõrd müüja valetas kuulutuses sõiduki kohta -tegemist ei ole heas tehnilises korras ja vaid margiesinduse ajalooga sõidukiga, kuivõrd sõidukil on üle 5000€ eest puudusi ning õlileket üritatud margiesinduse väliselt käepäraste vahenditega teadlikult varjata siis soovin tehingust taganeda ja ostusummat koos tehtud kulutustega tagasi. Tänaseks müüja kirjadele nõutud tähtaja jooksul vastanud ei ole.”

d) **Broneeringute tühistamine**

Viimastel aastatel on erinevad teenusepakkujad hakanud kehtestama teenusele aja broneerimisel täiendavaid tingimusi. See võib tähendada, et broneeringu tühistamisel või kohale tulemata jätmisel esitatakse tarbijale arve.

Vältimaks taolisi ebameeldivaid üllatusi teenusele aja broneerimisel, pööra alati tähelepanu järgnevale:

* Kui teenusepakkuja on kehtestanud broneerimise tingimused, siis loe need läbi.
* Jälgi, kas ja millal saab broneeritud aega muuta või üles öelda selliselt, et tasu ei kaasne. Tavaliselt on see 24 tundi enne teenuse toimumise kellaaega, kuid etteteatamise aeg võib olla erinev, nt 48 tundi.
* Pane tähele, kellele, kuhu ja mis vormis tuleb teenusele mitteilmumisest teada anda. Soovitame teavitada kirjalikult.
* Tingimustega tutvudes pööra tähelepanu ka võimalikule leppetrahvile ja selle suurusele.
* Broneeritud aja muutmisel tea, et eelnevalt samale teenusele kehtestatud tingimused jäävad kehtima, muutub ainult broneeringu aeg.

**Näide tarbija pöördumisest:**

Tarbija pöördumine: “Selgus, et mul ei ole võimalik autoga tehnoülevaatusele minna, palusin tehtud broneeringu tühistada enne minule määratud kellaaega ja raha tagastada. broneeringu tegin ja tasusin kell 17.17, broneeringu palusin tühistada kell 18.47, ülevaatuse aeg kell 19.30. Töökoda keeldub mulle raha tagastamast”.

Tarbija pöördumine: „Broneerisin järgmise nädala esmaspäevaks ilusalongi aja. Ilusalongi kodulehe järgi oli broneeringu tühistamine võimalik vaid telefoni teel. Samuti oli välja toodud, et „klient peab vähemalt 24 tundi ette teatama, vastasel juhul on ilusalongil õigus esitada arve 100% broneeritud teenuse eest.“ Pühapäeval püüdsin telefonitsi broneeringut tühistada, kuid keegi vastu ei võtnud. Hiljem esitatigi mulle arve, mida ma pole nõus maksma, sest lepingu lõpetamine telefoni teel pühapäeviti ei ole tegelikkuses võimalik.“

**e) Teenuste lepingud**

Tarbijaleping on tarbija ja kaupleja või teenusepakkuja vahel sõlmitud tehing, millega tekivad õigused ja kohustused nii tarbijale kui kauplejale või teenusepakkujale. Lepingus tuleb täpselt määratleda poolte õigused ja kohustused. Tarbijaga seonduvaid lepinguliike on mitmeid, näiteks kindlustus-, finantsteenuste ja kommunaalteenuste lepingud, reisimisega seotud lepingud, spordiklubide lepingud.

**Peamised sõnumid tarbijale:**

**Enne lepingu sõlmimist:**

* kontrolli, kas kaupleja on teinud kättesaadavaks oma kontaktandmed, mille kaudu saad küsimuste või probleemide tekkimisel temaga ühendust võtta
* kontrolli kaupleja või teenusepakkuja tausta nii sõpradelt-tuttavatelt kui internetist, vaata ka tarbijakaitseameti musta nimekirja;
* tee kindlaks, kas kaupa pakub või teenust osutab era- või juriidiline isik (nt vaata, kas raha tuleb kanda eraisiku või firma arvele);
* tea, et kui ostad kauba või teenuse eraisikult, siis ei laiene Sulle tarbijakaitsereeglid. Seega ei saa Sa probleemide korral pöörduda Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Ameti poole, vaid üksnes kohtusse.
* küsi teenuse puhul pakkumisi vähemalt kahelt-kolmelt firmalt ning võrdle neid, pöörates tähelepanu lepingutingimustele ja hinnale;
* võta aega ja tutvu põhjalikult lepingu tingimustega ning küsi vajadusel täpsustavaid küsimusi;
* tee endale lepingut lugedes selgeks, millised on Sinu õigused ja kohustused, ning jälgi, et Sinu ja kaupleja või teenusepakkuja õigused ja kohustused oleksid tasakaalus;
* tee endale teenuse puhul selgeks, kas ja kuidas on võimalik lepingut lõpetada.

**Näide tarbija pöördumisest:**

Tarbija pöördumine: “Tellisime internetist leitud ettevõttelt vannitoa remonditööd Sõlmisime töövõtulepingu ja leppisime kokku tööde toimumise ajas - 2 kuud peale lepingu sõlmimist. Ettevõtte esindaja käis kohapeal vannitoaga tutvumas, täpsustasime detailid. Esitati ettemaksuarve 700 eurot mille tasusime. Pooleteist kuu pärast kirjutati ettevõtte meiliaadressil, et paari nädala pärast saaks töödega alustada. Vähene tööde edasi lükkumine on ehitussektoris küllalt tavapärane seega me ei teinud sellest numbrit. Arutasime ettevõtte esindajaga vajaminevate materjalide osas ning ta koostas materjalide ettemaksuarve 800 eurot, mille tasusime. Veidi peale viimase arve tasumist oli järsku ehitaja telefon pidevalt välja lülitatud ja andis kinnist tooni. Ei vastatud meilidele.”

**f) Finantsteenused**

Suuremate väljaminekute puhul on üsna tavapäraseks saanud kasutada tarbijakrediiti. Tarbijakrediidi all võib mõista nii laenu, liisingut, järelmaksu kui ka krediitkaardi kasutamist. Need kõik on tarbijakrediidi liigid ja neile laienevad ühesugused õigusaktid.

**Peamised sõnumid tarbijale:**

**Enne laenu, järelmaksu või liisingu võtmist või krediitkaardi kasutama hakkamist:**

* kaalu erinevate krediidiandjate pakkumisi: võta enne otsuse tegemist pakkumine paarilt-kolmelt eri firmalt;
* küsi tingimuste võrdlemiseks koos pakkumisega teabelehte (seal on  kirjas kõik olulised laenutingimused);
* küsi soovi korral krediidiandjalt lisaks teabelehele lepinguprojekti koopia, et sellega  enne allkirjastamist põhjalikult tutvuda;
* suhtu kriitiliselt lausetesse “intress 0 eurot”, “0% intress” või “buy now, pay later”, kuna tegemist võib olla ajutise perioodiga, mille puhul järelmaksu esimene kuu on 0% intressiga, kuid järgnevad kuud juba intressiga.

**Pea meeles!**

* Hinda adekvaatselt (arvestades kõiki oma igakuiseid väljaminekuid) oma maksevõimet ja ole selle info krediidiandjale edastamisel aus.
* Tee endale selgeks, mis võib juhtuda siis, kui Sa ei ole enam maksevõimeline.
* Loe lepingutingimusi ja kui midagi jääb selgusetuks, siis täpsusta see üle.
* Makseraskustesse sattumisel ära ignoreeri tekkinud olukorda, vaid suhtle krediidiandjaga.
* Vajadusel pea nõu võlanõustajaga.

**Näide tarbija pöördumisest:**

Tarbija pöördumine: “Olen üsna nõutu ja ei oska kuhugi pöörduda abi saamiseks. Proovin lühidalt seletada oma probleemi sisu. Võtsin paar aastat tagasi laenu ja raskes rahalises olukorras võtsin pakutavat maksepuhkust kolm kuud. Nüüd aga kui puhkus läbi sai ja arve saadeti sain ehmatuse osaliseks. Pean maksma kolme kuu arve korraga . Olen ettevõttega  suhelnud nii meiliga kui ka telefoni teel, aga selgust asjasse ei saa. Olen päris nõutu ja ei oska ka maksepuhkuse lepingust seda välja lugeda, et peale kolme kuu puhkust tuleb mul tasuda ka kolme kuu arved korraga. Palun ehk saate mind aidata. Kelle poole ma peaksin pöörduma? Ei soovi väga inkassosse sattuda ja samuti oleks väga kurnav iga kuu tasuda viivist ja meeldetuletus tasu. Kas ma olen ise süüdi kuna ei osanud lepingut lugeda ? Lisan ka maksepuhkuse lepingu.

**6.Pakkumusele esitatavad nõuded ja pakkumuste hindamine**

6.1 Nõuded pakkumusele

Pakkuja esitab pakkumuses kampaania loovlahenduse kontseptsiooni koos ideelahendustega. Kontseptsiooni ning materjalide formaatide osas töö tellija kohustuslikke elemente ei esita. Kontseptsiooni juures peab pakkuja selgitama, miks pakutud ideelahendus tema hinnangul kampaania eesmärke kõige paremini täidab ehk kuidas materjalid aitavad sihtrühma parimal moel kõnetada. Loovlahendus peab sisaldama kampaania nime ning hüüdlauset, mis on nähtav kõikides materjalides, mida kampaania raames jagatakse. Kampaania materjalide loomisel on oluline jälgida kanaleid ja formaate, mida kasutavad sihtgruppi kuuluvad inimesed.

Pakkumuse maksumus tuleb esitada käibemaksuta ning see peab sisaldama kõiki kulusid, sh litsentsi-, näitlejatasusid jmt.

6.2. Pakkumuse esitamine

6.2.1 Hankija aktsepteerib elektrooniliselt esitatavate pakkumuse dokumentide osas kõiki üldlevinud dokumendi formaate, nagu .pdf (Portable Document Format), .rtf (RichTextFormat), .odt (Open Office) ning ka MS Office formaate.

6.2.2 Pakkuja kannab kõik pakkumuse ettevalmistamisega ning esitamisega seotud kulud.

6.2.3 Hankija koostab pakkumuste hindamise kohta protokolli.

6.2.4 Hankija ei rakenda hankelepingu sõlmimisel ooteaega.

6.2.5 Pakkumuste esitamise tähtaeg on **6. märts 2025 kell 23.59**. Pakkumused esitatakse e-posti aadressile press@ttja.ee

6.2.6 Eelkirjeldatud nõuetele mittevastavaid, sh hilinenult esitatud pakkumusi arvesse ei võeta.

6.3   Pakkumuste hindamine

Hindamiskomisjon hindab nõuetele vastavaid pakkumusi allolevas tabelis toodud hindamiskriteeriumite alusel, mille osakaalud on järgmised:

|  |  |
| --- | --- |
| **Kriteerium** | **Osakaal (%)** |
| Pakkumuse maksumus | 10 |
| Töö kirjelduse vastavus hanke eesmärgile ja sisule | 90 |

Kriteeriumite hindamine toimub alljärgnevalt:

6.3.1. **Pakkumuse maksumus**. Maksimaalne pakkumuse maksumuse osas omistatav punktide arv on 10 (kriteeriumi osakaal).

Madalaima maksumusega pakkumusele omistatakse 10 punkti. Teistele pakkumustele omistatakse väärtuspunktid vastavalt valemile:

"10" - ("pakkumuse väärtus" - madalaim väärtus") / "suurim väärtus" \* "10"

6.3.2. **Töö kirjelduse vastavus hanke eesmärgile ja sisule**. Maksimaalne pakkumusele töö kirjelduse vastavuse osas omistatav punktide arv on 90 (kriteeriumi osakaal).

Töö kirjelduse vastavuse eesmärki hindavad hankekomisjoni liikmed eraldi. Hindamiskomisjoni liikmete poolt omistatud väärtuspunktidest pakkumusele arvutatakse aritmeetiline keskmine.

Töö kirjelduse eesmärk on anda hankijale arusaam pakkuja suutlikkusest hankeleping täita. Töö kirjeldus peab andma hankijale kindluse, et pakkuja mõistab lähteülesannet ja hangitava töö eesmärke ning suudab tagada töö teostamise vastavalt hankelepingule, sh selle osaks olevale lähteülesandele ja esialgsele ajakavale.

Hindamiskomisjon omistab töö kirjelduse vastavusele hanke eesmärgile punkte alljärgnevalt:

|  |  |
| --- | --- |
| **Põhjendus punktide andmiseks** | **Väärtuspunktide arv** |
| Loovlahenduse esitamisel on pakkuja saanud suurepäraselt aru töö üldistest eesmärkidest, ulatusest, sisust, hankija püstitatud nõuetest ja/või vajadustest ning tegevustest, mida tuleb tulemuste saavutamiseks teha. Loovlahendus vastab täielikult kampaania eesmärkidele ning kõnetab sihtgruppi. | 90 p |
| Loovlahenduse esitamisel on pakkuja osaliselt mõistnud töö eesmärke, ulatust, sisu, hankija püstitatud nõudeid ja/või vajadusi ning tegevusi, mida tuleb tulemuste saavutamiseks teha. Pakkumusest ei nähtu veenvalt, kuidas aitab loovlahenduse kontseptsioon kaasa kampaaniale seatud eesmärkide täitmisele ning seetõttu ei ole hankijal kindlust, et materjalid sihtgruppi piisavalt kõnetaks.  | 45 p  |
| Loovlahenduse esitamisel ei mõista pakkuja töö eesmärke, ulatust, sisu, hankija püstitatud nõudeid ja/või vajadusi ning tegevusi, mida tuleb tulemuste saavutamiseks teha. Pakkumusest ei selgu, kuidas aitab loovlahenduse kontseptsioon kaasa kampaaniale seatud eesmärkide täitmisele. |  0 p |

**7. Pakkumuse edukaks tunnistamine**

Punktides 6.3.1-6.3.2 saavutatud punktisummad summeeritakse ja hankija tunnistab edukaks eeltoodud kriteeriumide alusel enim väärtuspunkte kokku kogunud pakkumuse. Hindamistäpsus on kaks kohta pärast koma.

Juhul, kui kaks või enam pakkumust on võrdsete punktisummadega, selgitatakse edukas pakkumus välja liisuheitmise teel. Liisuheitmise korra määrab hankija. Võrdväärse pakkumuse esitanud pakkujatel on õigus viibida liisuheitmise juures. Liisuheitmise korrast, ajast ja kohast teavitab hankija pakkujaid e-maili teel pakkuja poolt esitatud kontaktandmetel.

Pakkumuse esitamisega kinnitab pakkuja, et ta:

• nõustub kõikide pakkumuse kutses esitatud tingimustega, sh hankelepingu projektis sätestatud lepingu tingimustega;

• pakkumus on jõus vähemalt 90 päeva pakkumuste esitamise tähtpäevast arvates.

Hankija kontaktisik, kes jagab selgitusi hankega seotud küsimustes, on Britt-Heleen Kandimaa, brittheleen.kandimaa@ttja.ee. Hankijal ei ole kohustust vastata hankega seotud küsimustele, mis on esitatud hiljem kui 2 tööpäeva enne pakkumuste esitamise tähtaja saabumist.

**TTJA jätab endale õiguse lükata tagasi kõik esitatud pakkumused sõltumata põhjus(t)est.**

Vaidlustuse esitamisele riigihankes, mille eeldatav maksumus on väiksem kui RHS § 14 lõikes 1 sätestatud lihthanke piirmäär, kohaldatakse lihthankemenetluses vaidlustuse esitamisele sätestatud tähtaegu (RHS § 189 lg 41).

Lisa 1 – Hankelepingu projekt