

Lisa 1 töövõtuleping juurde

VÄIKEHANGE „Heaolutehnoloogiate festival 2026“ korralduspartneri leidmine“

Tehniline kirjeldus

Pakkumuskutsega otsitakse „Heaolutehnoloogiate festival 2026“ korralduspartnerit.

1. Taust

Eesti elanikkond vananeb, väheneb maksumaksjate hulk ja suureneb inimeste arv, kes elavad pikaajaliste terviseprobleemide ja tegevuspiirangutega ning vajavad igapäevases toimetulekus kõrvalist abi. Kasvab nõudlus tervise- ja sotsiaalteenuste järele ja inimeste ootused teenuste kvaliteedile. Kulude kasv ja spetsialistide puudus on seadnud ohtu tervise- ja hoolekandesüsteemi jätkusuutlikkuse ning vaja on leida muutuval olukorralle vastavaid lahendusi.

Üks võimalus on tehnoloogiate ulatuslikum rakendamine. Tehnoloogiline areng on kiire ja sarnaselt teistele sektoritele omavad digitaliseerimine ja digitehnoloogiad ka tervise- ja hoolekandevaldkonnas potentsiaali lahendusi pakkuda, kuid nende laialtlevik kasutuselevõtt on erinevatel põhjustel olnud aeglane. Valdkonna teadlikkus tehnoloogia võimalustest ja saadaolevatest lahendustest on madal, samuti võimekus tehnoloogiate kasutuselevõttuga kaasnevaid muudatusi organisatsioonis ja tööprotsessides juhtida. Koostöö teadusasutuste ja ettevõtetega on juhuslik ja projektipõhine.

Valituse ülesandel käivitas Sotsiaalministeerium 2025. aastal heaolutehnoloogiate innovatsiooniprogrammi, mille eesmärk on tõsta tervise- ja hoolekandevaldkonna innovatsioonivõimekust ja kiirendada tehnoloogiate kasutuselevõttu. Neli aastat kestva programmi fookus on **heaolutehnoloogiatel, mis aitavad eakatel ja erivajadusega inimestel kauem iseseisvust säilitada, vähendada lähedaste ja hooldajate koormust ning tõsta teenuste kvaliteeti ja kättesaadavust**. Programmi raames pakutakse mõjusate, jätkusuutlike ja skaleeritavate lahenduste leidmiseks ja kasutuselevõtuks avaliku ja erasektori koostöös [rahastust](#) (2026-2029 eelarve ligikaudu 16 miljonit eurot) ning innovatsioonituge ([arendusprogramm](#), mille elluviimisel on Sotsiaalministeeriumile partneriteks Tehnopol, Civitta ja Eesti Kunstiakadeemia). Heaolutehnoloogiate ökosüsteemi tugevdamiseks ja kogukonna ehitamiseks korraldatakse regulaarseid üritusi (näiteks igakuised veebiseminarid [„Heaolu tehnoloogiatest“](#) ja iga-aastane Heaolutehnoloogiate festival).

Heaolutehnoloogiate festivali algatas Sotsiaalministeerium 2025. aastal. Mõte on kord aastas suurema ürituse raames tuua kokku innovatsiooni ökosüsteemi osapooled eesmärgiga tõsta teadlikkust valdkonna väljakutsetest ja heaolutehnoloogiate võimalustest ning julgustada koostööle, et uudseid lahendusi luua.

Festivali idee teostamiseks leiti hankega partner, kellega koos töötati välja ürituse lõplik kontseptsioon ja viidi festival esimest korda 2. juunil 2025. a edukalt ellu. Festivalil osales kohapeal 183 inimest ja näitusealal oli väljas 23 heaolutehnoloogia lahendusi pakkuvat ettevõtet Eestist ja välismaalt. Osalejad hindasid festivali kasulikkust ja korraldust väga heaks või heaks. Festivali koduleht programmi, esitluste, näituseala lahenduste jm materjaliga on leitav [siin](#) ja hankepartneri koostatud lõppraport [siin](#).

Käesoleva hankega otsitakse partnerit festivali korraldamiseks 2026. aastal, kes koostöös hankijaga ning esimesel korral saadud kogemust arvesse võttes festivali edasi arendaks ja teistkordselt ellu viiks.

2. Festivali eesmärk ja sihtrühm

Heaolutehnoloogiate festival **toob kokku** tervise- ja hoolekandevaldkonna innovatsiooni ökosüsteemi erinevad osapooled **eesmärgiga**:

1) jagada valdkonna suurimaid väljakutseid, millele tehnoloogiatest abi oodatakse;

- 2) avada tehnoloogia arengutrende ja aidata mõista nende tähendust;
- 2) tõsta teadlikkust turul juba olemasolevatest lahendustest ja nende kasust;
- 2) jagada tehnoloogiliste lahenduste kasutuselevõtu praktilisi kogemusi ja õppetunde;
- 3) soodustada ideede ja partnerluste tekkimist, et koostöös innovaatilisi, mõjusaid ja jätkusuutlikke lahendusi arendada.

Heaolutehnoloogiate innovatsiooni ökosüsteemi peamiseks **osapoolteks** on:

- Vanemaealisi, krooniliste haiguste ja erivajadusega inimesi ja omastehooldajaid esindavad organisatsioonid;
- Riigi- ja kohaliku omavalitsuse asutused, kes tervise- ja sotsiaalhoolekannet korraldavad ja rahastavad, piirkondlikud arendusorganisatsioonid;
- Tervishoiu- ja hoolekandeteenuseid osutavad asutused/ettevõtted ja nende ühendused (seltsid, liidud);
- Heaolutehnoloogia lahendusi pakkuvad ettevõtted Eestist ja teistest riikidest (eelkõige Põhjamaadest);
- Tervise- ja hoolekandevaldkonda ning uudsetesse lahendustesse (sh iduettevõtetesse) investeerivad investorid;
- Ülikoolid, teadusasutused ja innovatsioonitoe pakkujad (nt innovatsioonikeskused, teaduspargid, teenusedisaini agentuurid, konsultatsiooniettevõtted jmt).

Festivali **sihtrühm** on ökosüsteemi osapoolte esindajad – otsustajad, arvamusiidrid, eksperdid ja edumeelsemad praktikud – tänased ja tulevased tervise- ja hoolekandevaldkonna muutuste ja innovatsiooni eestvedajad.

3. Hankija nägemus festivali lahendusest ja ootused pakkujale

Toimumise aeg: Mai lõpp või juuni esimene pool (nädalad 22-25). Lõplik kuupäev otsustatakse koos eduka pakkujaga. Võimaliku kuupäeva pakkuja arvestada muuhulgas sihtrühmale suunatud konkureerivaid üritusi ja võimalikke piiranguid (nt akadeemiliste asutuste jaoks on mai-juuni kaitsmiste, lõpetamiste ja vastuvõttude aeg).

Koht ja ruumid: Festivali toimumiskoht on Tallinn. Konkreetse koha väljapakkuja arvestada, et kohaletulek oleks lihtne nii ühistranspordiga kui autoga, sh eeliseks on soodne või tasuta parkimise võimalus. Lisaks peavad koht ja ruumid olema ligipääsetavad liikumispuudega inimestele. Toimumispaik võiks olla ebatraditsiooniline, inspireeriv, st et klassikalist konverentsikeskust (näiteks hotellide konverentsiruumid) mitte pakkuda. Ruumilahendus peaks tagama ürituse terviklikkuse (et inimesed ära ei hajuks) ning soodustama omavahelist suhtlemist ja uute kontaktide loomist.

Kestus: Üks täispäev. Programmi ajakava koostamisel arvestada, et osalejaid oodatakse kõikjalt Eestist ja et ka kaugemalt tulijatel oleks võimalik ilma ööbimiseta osaleda.

Osalejate arv: Ootus on, et kohapeal osaleb 250 inimest (sisaldab näituseala ettevõtete esindajaid (kuni 2 inimest ettevõtte kohta), ei sisalda pakkuja korraldustiimi liikmeid). Kuna ürituse väärtus seisneb erinevate osapoolte kokku toomises, siis ei ole oluline mitte ainult saavutada eesmärgiks seatud osalejate arv, vaid tagada ka tasakaal erinevate osapoolte vahel. Lisaks on oluline saada sihtrühma võtmeinimesed osalema, mistõttu oli eelmisel aastal võimalik kohapeal osaleda ainult personaalse kutsega.

Kutsete saatmine: Festivalil osalemine toimub personaalsete kutsetega. Punktis 2 kirjeldatud sihtrühma esindajatest kutsutavate nimekirja koostab edukas pakkuja koostöös hankijaga. Kutsete saatmiseks tuleb pakkuda tehnilist lahendust, mis tagab kutsete kohalejõudmise (et ei satuks rämpsosti filtrisse vmt).

Registreerimine: Festivalile registreerimiseks, osalejate halduseks, info edastamiseks nii festivali eel, ajal kui järel, festivali ajal esinejatele küsimuste esitamiseks, saali kaasamiseks, osalejatelt tagasiside kogumiseks jms tuleb pakkuda välja sobiv tehnoloogiline platvorm, mis eelnimetatud mugavalt ühes kohas teha võimaldab.

Osalustasu ja osavõtt: Osalemine, sh ettevõtete osalemine näitusealal, on tasuta. Pakkujal tuleb pakkuda lahendus, kuidas motiveerida kohapeale registreerunud osalejaid kohale tulema või loobumisest varakult teada andma. Ootus on, et üritusel kohapeal osaleb vähemalt 90% registreerunutest.

Ülesehitus: Festival koosneb **konverentsist ja näitusealast**. Näitena samateemalised ja/või sama ülesehitusega üritused teistest riikidest [Digisote](#), [Vitalis](#), [EHIN](#), [HIMSS Europe](#), [Care England Conference and Exhibition](#).

Konverents: Konverentsi programm peaks ürituse eesmärgist lähtuvalt kombineerima erinevaid inspireerivaid ettekanded, paneelarutelu, paralleelsessioone ja/või paralleelseid töötubasid olulistel ja osalejaid kõnetavatel teemadel ning neid kaasavalt. Näiteks valdkonna olulisemad väljakutsed, tehnoloogia, sh TI arengutrendid ja võimalused, mujal arendatavad ja/või kasutatavad heaolutehnoloogia lahendused, Eesti, teiste riikide ja/või heaolupiirkondade kogemused tehnoloogiatega kasutuselevõttust ja saavutatud tulemustest. **Pakkuja pakub välja oma nägemuse konverentsi programmist (ülesehitus, teemad, päeva juht, esinejad, töötubade juhid), lõplik programm lepatakse kokku eduka pakkujaga.**

Töötoad: Pakkuja pakub välja teemad, lõplikud teemad otsustatakse koos tellijaga. Pakkuja ülesanne on leida igale programmis välja pakutud töötoale teemat valdav omanik, kes ülesehituse ja sisu läbi mõtleb, ette valmistab, vajadusel lisainimesi kaasab, läbi viib ja pärast üritust kokkuvõtte teeb. Näiteks eelmisel aastal olid töötubade omanikeks ülikoolide teadlased Eestist ja Põhjamaadest. Töötoa omanikele tasu maksmine toimub esinejate fondi vahenditest (vt järgmine punkt).

Esinejad ja esinejatega seotud kulud: Pakkuja ülesandeks on potentsiaalsete **esinejate, sh töötoa omanike**, väljapakumine. Esinejad peaksid olema nii Eestist kui välismaalt. Lõplikud esinejad lepatakse kokku eduka pakkujaga. Pakkuja ülesanne on kokku lepitud esinejate korraldamine. Esinejatega seotud võimalikud kulud (transport, majutus, esinejatasu, jmt) **tuleb eelarvestada pakkumuse maksumuses hankija poolt fikseeritud summas (vt maksumuse vormis esinejate fond 6000 eurot). Tasumine edukale pakkujale toimub antud fondi piires tegelike kulude alusel.**

Päeva juhtimine (modereerimine): Pakkuja pakub välja päeva juhi ja sõlmib temaga eelkokkuleppe. Päeva juhi tasu ei sisaldu pakkumuse maksumuse vormis toodud esinejate fondis ja see kulu tuleb pakkujal eraldi eelarvestada.

Näituseala: Ootus on, et näitusealal on esindatud 30 ettevõtet/organisatsiooni, sh 10 välismaalt. Näitusealale on oodatud oma lahendusi tutvustama eelkõige heaolutehnoloogia ettevõtted, aga ka ülikoolid või teised innovatsiooni panustavad organisatsioonid. Näitus (ja seda toetav veebikataloog) peaks andma ülevaate Eestis pakutavatest lahendustest ja tooma Eestisse teistes riikides ennast tõestanud lahendusi, mis on huvitatud Eestisse laienemisest ja koostööst siinsete asutustega. Lahenduste valikul (kui huvilisi on rohkem) ja välismaalt lahenduste otsimisel tuleks eelistada lahendusi, mis vastavad [teemadele, kus lahendused on Eesti kontekstis eriti oodatud](#). Näituseala võiks festivali osalejatel olla võimalik individuaalselt külastada terve päeva jooksul (st konverentsiga paralleelselt). Kasuteguri suurendamiseks tuleks mõelda, kuidas lahendusi proaktiivselt tutvustada, nt pakkuda juhendatud külastusi väikestes gruppides kindlatel kellaaegadel või lasta lahenduste omanikel soovi korral kindlatel kellaaegadel lahendusi esitleda vmt.

Osapoolte kokkusaamise hõlbustamine: Festivali peamine väärus on erinevate osapoolte koosluses. Samas, osapooled ei tunne üksteist ja ei hooma, kes on teised osalejad, sest osalejate nimekiri koos kontaktidega ei ole üldjuhul avalik. See teeb raskeks huvipakkuvatega osalejatega

ühenduse võtmise. Ootame, et pakkuja pakub välja tehnilise lahenduse, mis toetaks osalejaid neile huvipakkuvate kontaktide ülesleidmisel, 1:1 kohtumiste kokkuleppimisel ja läbiviimisel.

Keel: Ürituse keel on eesti keel, et sellest saaksid võrdselt osa kõigi sihtrühmade esindajad. Eesti osalejatele tuleb tagada konverentsi inglisekeelsete osade tõlge eesti keelde. Väliskülalistele (esinejad, näituseala ettevõtted) tuleb tagada konverentsi eestikeelsete osade tõlge inglise keelde. Tõlkelahendusena soovime näha mõnda ennast tõestanud tehisintellektipõhist (nt kõnest teksti) lahendust.

Kommunikatsioon: Ootus on, et kommunikatsiooniga saavutatakse nii teema laiem kajastus ühiskonnas läbi üleriigiliste kanalite kui huvirühmade ja sihtrühma kaasatus festivali eel, ajal ja järel. Ootame pakkujalt terviklikku kommunikatsiooni- ja sotsiaalmeedia lähenemist, kus festivali eelne, festivali ajal toimuv ja festivali järgselt tehtav kommunikatsioon on eraldi adresseeritud. Pakkuja ülesanne on saavutada teema/festivali kajastus üle-eestilistes meediakanalites (vähemalt üks kajastus enne, ajal ja pärast) ja sisu tootmine erinevatesse Sotsiaalministeeriumi sotsiaalmeediakanalitesse (tekstid ja koos sobivate visuaalidega) vastavalt pakkuja poolt koostatud sisuplaanile. Ministeeriumil on kolm erineva suunitlusega kanalit: LinkedIn (koostööpartneritele suunatud: prof. ja detailsama sisuga), Facebook (lai avalikkus: lihtsamad ja lühemad sõnumid) ja Instagram (rohkem noortele suunatud: millega ministeerium tegeleb, videokajastused ürituselt).

Salvestamine ja videod: Konverents salvestatakse, järeltöödeldakse (sh lõigatakse ettekannete kaupa, lisades festivali tunnuse, esineja nime, ameti, asutuse ja inglisekeelsete ettekannete eestikeelsete subtiitrite tekstifailid) ja laetakse pakkuja poolt üles sotsiaalministeeriumi YouTube kanalisse. Ootus on, et videote pildi ja heli kvaliteet oleks kõrge. Lisaks tuleb festivalist luua päeva kokkuvõttev hoogne ja lühike (umbes 1min) järelklipp (aftermovie), mis laetakse üles veebilehele ja mida saab kasutada järgmise aasta festivali turunduses.

Keskkonnahoidlike lahenduste kasutamine: ürituse ettevalmistamisel ja läbiviimisel tuleb läbivalt eelistada väljaprintitud pabermaterjalidele (nt programm, nimesildid) digitaalseid ja korduvkasutatavaid lahendusi (nt digiekraanid, digitaalsed nimesildid jmt).

Ligipääsetavus: tagatud peab olema reaajas toimiv transkriptsioonilahendus üritusel esitatava audioteksti edastamiseks subtiitritena nii kohapeal ekraanil kui veebiülekanDES. Võimalusel võiks lahendus olla kasutatav osalejate isiklikes või ürituse korraldaja poolt tagatavates nutiseadmetes ning võimaldada valida erinevate keelte vahel.

Veebileht ja kujundus: Festivali veebileht tuleb luua sarnaselt [eelmise aasta veebilehega](#) Sotsiaalministeerium veebiaadressile, mis on ehitatud riigiportaali platvormile, millel on oma nõuded ja piirangud, millega tuleb pakkujal arvestada. Veebileht peab olema kasutatav nii arvutist kui telefonist.

Kujundus: Seose loomiseks festivalide vahel võiks kasutada eelmisel aastal loodud kujundust, muutes värve/taustu/sloganit, et oleks värske mulje. Hankija jagab eelmise aasta kujunduse materjale eduka pakkujaga. Läbivalt sama kujundust kasutada lisaks veebile ka slaidipõhjade, nimesiltide, ruumi, lava jm kujunduses.

Veebiülekanne: Festival tervikuna (konverents + näitus) on kohapeal toimuv üritus. Samas peaks olema festivali konverentsi osast võimalik osa saada ka veebis. Lahenduse juures tuleks mõelda, kuidas teha seda nii, et veebiülekanne ei mõjutaks kohapeale kutsutute otsust kohale tulla (kohapealse ürituse väärtuspakkumine), aga ka seda, kuidas otseülekanne kõige paremini leviks, näiteks siduda see ära sotsiaalministeeriumi sotsiaalmeedia kanalitega.

Pildistamine: Ootus on, et tulemusena ei teki sadu fotosid, vaid galerii orienteeruvalt 30-40 professionaalse kvaliteediga ja vormistatud fotoga, mis on sildistatud fotol olijate nimedega (eriti lavapealsed esinejad), infoga foto autori kohta, mida saab kasutada kommunikatsioonis ja mis tehakse kättesaadavaks ürituse kodulehel ja/või meediakanalite lehel.

Osalejate tagasiside: Ootus on, et vähemalt 50% osalejatest annaksid festivalile tagasisidet ja et keskmine hinne 5-palli skaalal nii festivali kasule kui korraldusele oleks vähemalt 4,5. Tagasiside kogumine ja sellest kokkuvõtte ja järelduste tegemine on pakkuja ülesanne, mille lahendus tuleb esitada pakkumuses ja tagasiside tulemus osana lõppraportist.

4. Hangitavad teenused

4.1 Festivali korraldus (sh ettevalmistus, läbiviimine, järeltegevused; välja arvatud toitlustus, mille nõuded on p 4.2), mis sisaldab vähemalt:

- Projektijuhtimine.
- Konverentsi esinejad (sh töötubade omanikud), sh leidmine ja korraldamine.
- Näituseala, sh osalejate leidmine, veebitutvustuste koostamine, näituseala korraldamine, sh piisav ruum, mööbel ja kaabeldused.
- Kutsumine, sh kutsutavate nimekirja koostamine ja nimeliste kutsete saatmine.
- Tehnoloogiline lahendus (platvorm) osalejate registreerimiseks ja halduseks enne üritust (sh registreerimise muutmine, lisainfo edastamine), ürituse ajal (sh programmi jälgimine, esinejatelt küsimuste küsimine) ja pärast üritust (sh tagasiside kogumine).
- Tõlge, sh reaalajas toimiv transkriptsioonilahendus.
- Kogu päeva juhtimine ehk modereerimine.
- Toimumiskoht ja ruumilahendus, sh lavakujundus.
- Kvaliteetne heli-, video- ja valgustehnika ja kiire internetiühendus.
- Salvestamine ja videote järeltöötlus.
- Järelklipp (aftermovie).
- Otseülekanne veebis.
- Fotograaf.
- Turundus sihtrühmade kanalites eesmärgiga toetada kutsutute osalemishuvi ja registreerumist.
- Kommunikatsioon, sh festivali eelne, festivali ajal ja festivali järgselt.
- Veebilehe loomine ja haldamine, sh festivalijärgselt (tekstide kohandamine, materjalide ja galerii ülespanek jmt).
- Lõppraport, sh sellega koos kõigi materjalide üleandmine.

4.2 Toitlustus (sh teenindav personal, transport ja toidu pakumiseks vajalik taristu kohapeal)

- Toitlustuse pakkumuses arvestada 250 inimesega:
 - Kogu ürituse ajal avatud joogipunkt(id) võimalusega võtta kannukohvi või valmistada kohvimasinaga erinevaid kohvijooke, teevalik tee valmistamiseks, maitsevesi.
 - Kaks energiapausi (hommikul ürituse alguses ja pealelõunal), kus lisaks joogipunkti valikule pakutakse smuutit, mahla või puuvilju ja energiarikast toitu.
 - Soe lõuna *buffet*-stiilis (3 valikut sooja pearooga, salativalik, 2 valikut magustoitu, leivatoodete valik määretega).
 - Ürituse lõpus lisaks orienteeruvalt üks tund, et osalejad saaksid soovi korral veel omavahel muljetada, kus lisaks joogipunkti valikule pakutakse snäkke ja alkoholivabade jookide, näiteks käsitöölimonaadide vms valikut arvestusega 1 pudel/purk inimese kohta.
- Toit peab olema värske, isuäratava välimusega ja maitseelamust pakkuv ning sisaldama taimetoiduvalikut.
- Kohv peab olema kvaliteetsetest ubadest ja värskelt valmistatud.
- Toitu peab olema võimalik seistes mugavalt süüa.
- Pakkumusega koos esitada näidismenüü, lõplik menüü lepatakse hankijaga kokku.
- Pakkumuses esitatud toitlustuse hind võib suurened kuni 20% isiku kohta juhul kui hankija tellib juurde täiendavaid toite/jooke.