

Tehniline kirjeldus

Meediapindade tellimine ohvriabi teenuste nähtavuse suurendamiseks

1. Taust

Pühad toovad kaasa lähisuhtevägivallaga seonduvate väljakutsete arvu tõusu. Politsei jaoks ja ka Sotsiaalkindlustusameti Ohvriabisse pöördujate arv kasvab just siis, kui pered on rohkem koos. Vägivalla all kannatajal ei pruugi olla võimalik ise abi kutsuda ja ta ei pruugi alati teada, kust abi saab. Siin saabki oluliseks iga inimese ehk naabri, töökaaslase, sõbra või kasvõi võõra mõõduja roll, kes saab märgata ja abi kutsuda ning vägivalla lõpetada.

Selleks, et suurendada Eesti elanike teadlikkust enda rollist abivajaja märkamisel, abi saamise võimalustest, ohvriabi pakutavatest teenustest ning tõsta üldist teadlikkust vägivalla tõkestamisest ja ennetamisest, tellib Sotsiaalkindlustusamet meediapindu olemasoleva videoklipi kuvamiseks erinevates kohtades, kus võimalikult paljud inimesed neid märkaksid.

2. Teenuse tehniline kirjeldus

Kampaania üldine eesmärk on tõsta avalikkuse teadlikkust ohvriabi teenusest ning saata ühiskonnale sõnum märkamaks abivajajat ning pöördumaks murega ohvriabi poole. Videoklipid, mida hankija soovib jagada erinevatel meediapindadel on:

- [Kõva Mees Naaber klipp](#), kestus 43 sekundit, mõeldud kasutamiseks kinodes ja pindadel, kus pika klipi näitamine on võimalik. Parool: IBsv34QfIBsv34Qf@123
- [Ohvriabi Naine 3 klippi](#), ühe klipi kestus 20 sekundit, mis on mõeldud kasutamiseks pindadel, kus 43 sekundilise klipi näitamine ei ole võimalik. Parool: OhvriabiNaine25@ohvriab1

Meediapindade kohustuslik jaotus

- Hankija maksimaalne eelarve on 29 999 (km-ta). Meediaplaani koostamisel peab arvestama, et 40 % pakutavast peavad katma telekanalid ja 30 % kino, 30% teised pinnad, kus inimesed istuvad ja ootavad. Eelarveline jaotus võib erineda +/- 10%.
- Kampaania peab kestma kõikidel pakutud pindadel minimaalselt 14 kalendripäeva (01.04.25 -14.04.25). Juhul, kui pakkuja pakub pikemat kampaania aega, siis hankija tasub 14 päeva eest.
- Eratelekanalid (hankija ei arvesta ERRi), minimaalselt 50% *prime time* reklaam.
- Kino tuleb pakkuda minimaalselt 13. erinevasse asukohta ja tuua välja asukohtade põhiselt. Hankija vaatab pakkumist esitatud kino aadressi alusel. Hankija poolt etteantud videoklipp peab jooksmas kino ekraanil enne filmi. Kinodes ei tohi reklaami näidata filmide juures, mille soovituslik vanusepiirang on alla 16 eluaasta.
- Pakkuja koostab meediakampaania plaani, milles on selgelt välja kirjutatud kõik kasutatavad meediapinnad (sh asukohad ja kasutatav klipp) ning nende kaudu saavutatav eeldatav kontaktide arv (ühe päeva lõikes).

Juhul, kui edastatud materjali formaat ei ole konkreetse meediapinna jaoks õiges suuruses/formaadis, siis palume esitada hinnapakumine koos failide kujundamisega õiges suurusesse/formaati. Muudatuste tegemisel tuleb järgida rahastaja teavituspõhised, sh tuleb tagada korrektne viide projektile (Euroopa Majanduspiirkonna ja Norra finantsmehhanismide programmiperioodi 2014-2021 kahepoolsete suhete fondi raames ellu viidav projekt „Improving the quality of victim support services“) ja logode kasutus (kaksiklogo: <https://pilv.rtk.ee/s/WBpkgEmfdwed36a>). Muudatuste tegemisel tuleb uued visuaalid eelnevalt Tellijaga kooskõlastada, et tagada kulude abikõlblikkus. Kui Pakkuja teeb muudatusi, mille tõttu ei vasta töö abikõlblikkuse reeglitele, on Tellijal õigus tagasinõude summad Pakkujalt välja nõuda.

Edukaks osutunud pakkujal tuleb teostatud tööde eest esitada arve **hiljemalt 15.04.2025**.