



TALLINNA LINNAVALITSUS

Ants Leemets
Tallinna Linnavolikogu Kantslei
Vana-Viru 12
15080 TALLINN

Teie: 08.03.2012 nr F1-11.2/158/1

Meie: 20.03.12 nr LV-1/2539

Vastus arupärimisele

Austatud linnavolikogu liige Ants Leemets

Täna Teid 8. märtsil 2012 esitatud arupärimise eest. Ühtlasi täna Teid ka selle eest, et olete arupärimist esitades osalenud tasuta ühistranspordi küsitluse teavituskampanias.

Järgnevalt vastused Teie küsimustele.

1. Miks valiti reklaamtöid teostama just OÜ Midfield?

Valiku aluseks oli teadmine, et Midfield OÜ on näidanud end firmana, kes suudab korraldada väga erinevatele sihtgruppidele suunatud, mahukaid ja erinevaid väljundeid kaasavaid teavituskampaniaid.

2. Kas reklaamiagentuuri valimiseks korraldati avalik konkurs?

Teavituskampania kavandamist alustati teleklippidest, mis on teadagi kõige mõjukam väljund, aga mille tootmine on kõige aeganõudvam, töömahukam ja kulukam. Selles tootevaldkonnas on end tõsiselt tegijana tõestanud Midfield OÜ. Olles tutvunud nende ideede ja eskiisidega sai selgeks, et Midfieldi nägemus rahuldab korraldajat ning vajadust konkursi järele ei ole. Teletoodangu puhul ei nõua seda ka seadus.

3. Milliste reklaamiagentuuride kasutamist veel kaaluti?

Teavituskampania kavandamise algfaasis olid nõ laual veel kaks kampania visuaalset lahendust, kuid terviklahenduse ja võimekusega vastas ootustele Midfield OÜ.

4. Kuidas kujunes tellitud tööde hind?

Tellitud tööde hind kujunes taustateadmiste, hinnakirjade, pakkumiste ja läbirääkimiste tulemusena.

5. Mis põhjusel on televisiooni tarbeks kokku tervelt 14 reklaamklippi?

Teleklippide erinevad versioonid ja nende varieerumine eetris on eduka teavituskampania üks olulisi eeldusi, mille lahtiseletamine läheks siinkohal pikale. Tulenevalt Tallinna linna rahvuslikust koosseisust toimub teavituskampania eesti ja vene keeles, mis nõuab omakorda nõ topeltklippide olemasolu.

6. *Milleks täpsemalt kulub 228 000 eurot, mis linnavalitsus reservfondist küsitluse läbiviimiseks eraldas?*

Vastavalt linnaelanike küsitluse läbiviimise linnakomisjoni otsusele eraldati 35 553 eurot majanduskuludeks (IT kulud, küsitluslehed, templid jms) ning teavituskuludeks 192 447 eurot. Üksikasjalikuma ülevaate kuludest saame anda pärast rahvaküsitluse lõppu ning kõikide arvete laekumist.

7. *Milline on olnud varasemate linnarahva küsitluste reklaamieelarve?*

Saan aru, et selle küsimusega ootate tegelikult kinnitust, et kõnealuse küsitluse teavituseelarve on seniolnutest kõige suurem. Jah, tõesti on kõige mahukam ja kulukam. Teavitamine on teadlikult jõuline, sest tegemist on küsimusega, mis puudutab sisuliselt iga linnakodanikku ja linna arengut kõige laiemas mõttes.

Tasuta ühistranspordi eesmärgiks on lisaks elukeskkonna paranemisele liiklusummikute ja -õnnetuste vähendamine, tänavate säästmine ning raskes majandusseisus perede sõiduvõimaluste avardamine.

Näiteks neljaliikmeline kahe kooliealise lapsega pere, mille kõik liikmed igapäevaselt ühistransporti kasutavad, säästaks tasuta ühistransporditeenuse korral aastas kokku üle 600 euro. Tallinna Transpordiameti andmeil kasutab igapäevaselt ühistransporti üle 100 000 inimese. Perioodikaarti kasutab kokku üle 75 000 pealinlast, sh ligi 53 000 täisealist ja ligi 23 000 alaealist. Lisaks neile kasutavad igapäevaselt ühistransporti paljud tasuta sõidu õigust omavad eelkooliealised lapsed ja üle 65 aasta vanused.

Linnavõim peab jõulise teavituskampaaniaga maksimaalselt vältima olukorda, kus pärast küsitluse lõppemist ütleksid pahased linnakodanikud, et nemad ei olnud küsitluse toimumisest midagi kuulnud.

Küsitlus toimub Tallinna Linnavolikogu poolt kehtestatud korra alusel.

Lugupidamisega



Edgar Savisaar
Linnapea

Koopia: Hilja-Anne Merzin, Tallinna Linnavolikogu Kantselei, Vana-Viru 12, 15080 TALLINN