

E-maili teel saadetud vastus SA Perekonna ja Traditsiooni Kaitseks teabenõudele
6. septembril 2018.a. :

Tere,
edastan vastuse uuesti, kuna polnud üheselt selge, et punkti 2 vastus käis nii punkti
1 kui 2 kohta

Tere
saadan vastuse Tervise Arengu Instituudile esitatud teabenõudele:

1. Kes nimeliselt on selle kampaania idee autorid?

Kampaania töötas välja Utopia OÜ.

2. Milline reklaamibüroo on kampaania välja töötanud?

Vastus:

Kampaania töötas välja Utopia OÜ

3. Kus täpsemalt ja millise perioodi vältel kampaaniamaterjale kuvati (avalikud
reklaamtahvliid, televisioon, trükiajakirjandus, internet) ning kui mitmel avalikul reklaamtahvilil
ja kus täpsemalt olid või on endiselt kampaania materjalid kuvatud?

Vastus:

Välimeedia plakatid: 38 reklaampiilarit perioodil 21.05-2.09 järgmistes linnades: Tallinn,
Tartu, Narva, Haapsalu, Kohtla-Järve, Jõhvi, Sillamäe, Narva-Jõesuu

Teleklipid: kommertskanalites perioodil 21.05-03.06 ja 11.06-24.06 ning riiklikes telekanalites
perioodidel 4.-17.06, 9.-15.07, 30.07-12.08, 20.-26.08

Internetibännerid: perioodil 21.05 -30.06 ja 1.08 - 30.08

Raadio: kommertskanalites perioodil 25.06 - 8.07 ning riiklikes raadiokanalites perioodil 14.-
24.05, 9.-19.06, 15.-25.07, 20.-30.08

Lisaks jagati kampaaniamaterjale järgmistel üritustel: Õllesummer 4-6.07 ning Viru Folk 10.-
12.08

4. Kas kampaaniamaterjale levitati või levitatakse ka koolides või mujal teadlikult alaealistele
suunatuna? Kui levitatakse, siis kus täpsemalt ja kuidas?

Vastus: Kampaania ei olnud suunatud alaealistele ja materjale alaealistele teadlikult ei
suunatud.

5. Milline on kampaania eelarve ning kuidas see eelarve erinevate kulude lõikes jaotub?

Palume saata

kampaania detailse eelarve.

Vastus:

Agentuuri tööd 27000 eurot

Tootmiskulud (teleklipp, raadio, veebileht jm) 22920 eurot

Meediakulud 59634 eurot

Kokku 109554 eurot

6. Millised on kampaania kulude katteallikad?

Vastus:

Kampaania kulud kaeti riigieelarvest.

Lisaks palume vastust mõnede laiemas plaanis seonduvatele küsimustele:

7. Kui suur oli 2016. aastal läbi viidud kampaania „Kumm on seks“ eelarve ning milline reklaamibüroo selle kampaania välja töötas?

Vastus:

Kampaania eelarve oli 120708 eurot ja selle töötas välja Tank Grupi AS.

8. Kas Tervise Arengu Instituut on kunagi viinud läbi mõne avaliku kampaania, millega oleks inimesi kutsutud üles hoiduma juhusuhetest?

9. Kas Tervise Arengu Instituut on kunagi viinud läbi mõne avaliku kampaania, millega oleks inimesi kutsutud üles mitte rikkuma abielulist truudust?

10. Kas Tervise Arengu Instituut on kunagi viinud läbi mõne avaliku kampaania, millega oleks inimesi kutsutud üles hoiduma abordi tegemisest?

11. Kas Tervise Arengu Instituut on kunagi viinud läbi mõne avaliku kampaania, millega oleks tõstetud esile abielu ja paljulapselisuse ideaale?

12. Kui Tervise Arengu Instituut on mõne punktides 8–11 kirjeldatud tunnustele vastava kampaania läbi viinud, siis palume välja tuua vastavate kampaaniate nimed, nende toimumise ajad ja ka lühike kirjeldus nende kampaaniate kohta.

Vastus:

Kampaaniaid punktides 8-11 nimetatud teemadel ei ole Tervise Arengu Instituut läbi viinud.

Lugupidamisega

Helen Noormets
terviseturunduse keskuse juht
Tervise Arengu Instituut