

# KOOSTÖÖLEPING

28.04.2026

**Projekti nimi:** „EHTNE Saaremaa – kolmik koostöös tootja–töötleva–müüja“

## 1. Lepinguosalised

**Meie, allakirjutanud, lepime kokku järgmises:**

Viime ellu projektitegevused vastavalt eesmärkidele, tegevuskavale ja planeeritud ajagraafikule.

### **Taotleja:**

Saarte Koostöökogu MTÜ  
Registrikood: 80236024

### **Esindaja:**

Nimi: Aivar Kalle  
Telefon: 56639943  
Aadress: Torn 1, Kuressaare  
E-post: aivar.kalle@skk

## 2. Ühine eesmärk

Projekti eesmärk on arendada ja rakendada Saaremaa piirkondlikku koostöövõrgustikku, tuginedes lühikese tarneahela mudelile (Vabariigi Valitsuse määruse nr 73 tähenduses), et suurendada kaasatud põllumajandustootjate turujõudu ja majanduslikku võimekust tarneahela vertikaalse ja horisontaalse integratsiooni kaudu ajavahemikus 2026.III kvartal kuni 31.12.2028.

### **Spetsiifilised eesmärgid:**

Projekti eesmärk saavutatakse järgmiste tegevussuundade kaudu:

- 1. Uudse koostöömudeli käivitamine:**  
Luuakse tootja–töötleva–turustaja vaheline sünergiline „kolmikmudel“, milles tagatakse tooraine päritolu jälgitavus kuni lõpptarbijani.
- 2. Tarbijate teadlikkuse suurendamine:**  
Viiakse läbi süsteemne teavitus- ja müügiarendustegevus, mis tutvustab kohaliku toidu väärtust, lühikese tarneahela eeliseid ja tootjate individuaalseid lugusid, kasutades kaasaegseid multimeedialahendusi ja demonstratsioonüritusi.
- 3. Turustusahela lühendamise ja optimeerimise:**  
Arendatakse välja uued turustuskanalid (sh hüpikrestoranid ja B2B-kontaktplatvorm), mis võimaldavad tootjatel ja töötlevatel jõuda lõpptarbijani maksimaalselt ühe vahendaja kaudu, tagades õiglasema tulujaotuse ahela osapoolte vahel.
- 4. Vastastikuse turunduse süsteemi rakendamise:**  
Rakendatakse osapooltevaheline ristsuunamise mudel, milles tootja, töötleva ja

müügikoht tegutsevad ühtse turundusüksusena, suurendades üksteise nähtavust ja müügi mahtusid.

### **3. Projekti tegevused ja osapoolte kohustused**

#### **3.1. Tootja (esmatootja / põllumajandustootja)**

**Roll:** Kvaliteetse kohaliku tooraine tarnija ja „loo algupära“ kandja.

**Kohustused:**

- Tagab kokkulepitud mahus ja kvaliteedis tooraine tarnimise projekti partneritele (töötleja/müügikoht).
- Edastab töötlejale ja müügikohale infot tooraine kasvatamise meetodite, sesoonsuse ja eripärade kohta (sisend turundusmaterjalidele).
- Reklaamib oma kanalites (nt sotsiaalmeedia, koduleht) müügikohti, kus tema toodangut väärindatuna osta või tarbida saab.
- Osaleb B2B-kontaktüritustel ja vajadusel teavitusüritustel (nt hüpikrestoranis oma talu esindajana).

#### **3.2. Töötleja (väärindaja)**

**Roll:** Tooraine tehnoloogiline väärindaja ja logistiline lüli.

**Kohustused:**

- Töötleb tootja tooraine lõpptooteks, tagades toiduohutuse ja kvaliteedi.
- Säilitab tootes info tooraine päritolu kohta.
- Toodab või vahendab infot väärindatud toote omaduste kohta müügikohale.
- Toob esile tooraine tootja väärtust ja suunab tarbijat või partnerit müügikohtade poole.

#### **3.3. Müügikoht (restoran, pood, hüpikpunkt, Coop)**

**Roll:** Tarbijaliides, teavitaja ja müügikanal.

**Kohustused:**

- Tagab projekti raames valminud toodetele müügipinna.
- Toimib infoandjana, kasutades projekti turundusmaterjale (videod, märgised, trükised), et selgitada kliendile toidu päritolu (tootja) ja valmimisprotsessi (töötleja).
- Võimaldab müügiedendustegevusi (nt kontaktüritused, peakokkade demod, hüpikrestoranid).
- Suunab tarbijat huvi korral otse tootja või töötleja juurde

#### **4. Projekti tegevuskava (2026 sügis – 2028 detsember)**

##### **I etapp: Vundament ja sisu loomine (2026 sügis – 2027 kevad)**

1. Kontseptsiooni ja visuaalse identiteedi loomine:
  - Identiteedi (visuaalid, sõnumid) väljatöötamine
  - Ristsuunamise ja ühisturunduse reeglistiku kinnitamine
2. Sisu tootmine (fotod ja videod):
  - „Kolmikute“ (tootja–töötleja–müüja) külastused
  - Videoklippide ja fotopanga loomine turunduseks

##### **II etapp: Aktiivne teavitus ja uued kanalid (2027 II poolaasta – 2028)**

3. Praami- ja meediateavitus:
  - Videote kuvamine TS Laevade ekraanidel
  - Kontaktüritused praamil
4. Coop'i sisesed lahendused:
  - Ekraanide ja turundusinventari paigaldus
  - Tootjate lugude esitlemine müügipunktides
5. Müügikampaaniad (Saaremaa ja Pärnu Coop):
  - Sihitud kampaaniad poodides ja sotsiaalmeedias
  - Pop-up müügiälad

##### **III etapp: Professionaalide võrgustik ja välismüük (2027–2028)**

6. B2B-kontaktüritused ja hüpikrestoranid:
  - Tooraine laborid (kokkade ja tootjate koostöö)
  - Hüpikrestoranid messidel ja üritustel
7. Ühisalad ja turupäevad:
  - „Saaremaa ala“ väljapanekud väljaspool Saaremaad
8. Pidev kommunikatsioon:
  - Trükimaterjalid ja sotsiaalmeedia tegevused

#### **5. Lepingu sõlmimine**

Lepingu sõlmimise koht ja kuupäev: Kuressaare  
Leping allkirjastatakse digitaalselt.

