

**ERALDISED MITTETULUNDUSÜHINGUTELE JA SIHTASUTUSTELE
PROJEKTI TAOTLUSE VORM**

Projekti nimi: Konverents "Noored ja tarbimine"

1. TAOTLEJA

Taotlejaorganisatsiooni nimi, asutamise kuupäev ja registreerimisnumber: MTÜ HeadEst, 80212153, 30.09.2004
Juriidiline aadress: Rahumäe tee 19, Tallinn 11614 Postiaadress: Siidisaba 11A-15, Tallinn 11311
Telefon: 641 4526
E-post: headest@headest.ee
Projekti eest vastutav isik (nimi, amet, telefon, e-post) Epp Adler, juhatuse liige, 52 03 872, epp@headest.ee
Taotleja pangaandmed (pank ja arveldusarve number) Hansapank, 221026203987

2. PROJEKTI MAKSUMUS

Taotletav summa: 114 350 EEK
Projekti üldmaksumus: 170 750 EEK

3. PROJEKTI KIRJELDUS

3.1 Projekti taust ja põhjendus (ülevaade probleemidest ja tagamaadest, olukord enne projekti, vajaduste kirjeldus, sh vajalikkus taotlejaorganisatsioonile ja ühiskonnale tervikuna, kas on tegemist jätkuprojekti või mõne teise projekti osaga, projekti seos riiklike või regionaalsete arengukavadega jms, kuni 2 lk):

Vastavalt Euroopa Liidu Amsterdami lepingule on tarbijaharidus oluline prioriteet tarbijapoliitikas, mille raames on vaja edendada tarbijate õigust haridusele ja teavitamisele. Noored on muutunud tarbimismaastikul oluliseks iseseisvaks sihtrühmaks, kellele suunatakse aina enam tooteid ja reklaami, seda juba alates lapsepõlvest. Nendest kõige tundlikumaks sihtrühmaks on teismelised tarbijad, kes

teevad sageli oma tarbimisotsuseid ise ja viivad neid iseseisvalt ka ellu. Noorte rahaline võimekus on järk-järgult kasvamas ja teismeline tarbija ei konsulteeri sageli oma ostuotsustes ei lapsevanemate ega teiste täiskasvanutega. Eesti Tarbijakaitseameti hinnangul kaasneb sellega mitmeid probleeme, kuna valikute kirjusus ja rutakad otsused toovad kaasa pealiskaudsust oma õiguste järgimisel. Noortel tarbijatel esineb probleeme lepinguliste kohustuste täitmisega, oma õiguste kaitsmisega jms. Seda eriti olukorras, kus moodne tarbimine on laienenud internetti või muutunud mobiilseks. Klassikalised tarbijaõigused ja tarbijakäitumine on viimastel aastatel oluliselt muutunud, sest sageli ei puutu ostja ja müüja füüsiliselt kokku, vaid kõik tehingud toimuvad virtuaalses keskkonnas. See suurendab omakorda tarbimiskrisise ja eeldab väga teadlikku tarbijakäitumist, kus tarbija oskab jälgida enda õiguste täitmist ja samas on teadlik ka enda kohustustest.

Noorte tarbijate teadlikkuse suurendamine eeldab tarbijahariduse laiemat levikut ja tarbijaküsimuste sisulist käsitlemist õppeprogrammis. Täna sel päeval puuduvad Eestis tarbijahariduse traditsioonid, sest tarbijaharidus ei ole seotud ühegi õppeainega, vaid sõltub konkreetse õpetaja huvist, oskusest ja teadlikkusest tarbimisteede käsitlemisel. Teadliku noore tarbija harimine toimub täna erinevate ainekavade raames, sh on tarbimise ja säästva arengu teemad käsitletud ühiskonnaõpetuse, majandusõpetuse, geograafia, bioloogia, kodunduse ja mõnede teiste ainete raames. Eesti Roheline Liikumine on analüüsinud säästva arengu ja tarbimise temaatikat 7.-9. klasside õpikute näitel ja tõdenud, et suuremas osas ei kannata õpikuteksid säästvat arengut ja säästvat tarbimist toetavat maailmavaadet.

Tarbijaharidus ei pea olema iseseisev õppeprogramm või eraldi aine õppekavas, kogemused on näidanud, et tarbimistemaatikat annab edukalt käsitleda kõikides ainetes. Eestis on seni aga toodetud suhteliselt vähe tarbijahariduslikke materjale ja tarbijateemade käsitlemine kooli kontekstis on suuresti sõltuv õpetajatest. Eesti õpetajad eelistavad tunniteemades lähtuda klassikalistest võtmeküsimustest, põhjuseks kogemuse ja meetodilise materjali puudumine. Näiteks võib tuua võõrkeele tunni, kus tavateemade kõrval võiks sama edukalt arutleda ka tarbimisteedadel või koostada tarbija õigusi puudutavaid näidistekste.

Tarbijahariduse vajalikkust on korduvalt puudutanud Eesti Tarbijakaitseamet, kuid Eestis puuduvad haridusinstituutsioonid ja kolmanda sektori organisatsioonid, kelle põhitegevuse eesmärk oleks tarbijahariduse sisse viimine kooliprogrammi. Eestis on küll tarbimistemaatikat puudutavaid organisatsioone, kelle põhitegevuse hulka kuulub aga pigem tarbija õiguste kaitse ja tarbimisuuringud, kui tarbijahariduse tugevdamine. Samuti ei ole seni tarbijaharidust üldise teemana ega ka spetsiifiliselt noorte seisukohast, käsitletud ühelgi suurel üritusel, teema tõuseb päevakorda vaid neil hetkil, kui mõni ettevõtte on astunud üle eetiliste reklaamipiiride või pakkunud ebakvaliteetseid tooteid ning teenuseid.

Antud projekti raames korraldatakse kaks üritust. Seminar noortele ja konverents noortega töötavatele inimestele. Planeeritav konverents soovib eelmainitud tühikut täita ja algatada diskussioon tarbijahariduse vajalikkuse üle ja selle korralduse üle Eestis. Konverents on iseseisev projekt, kuid täiendab oluliselt taotleja MTÜ HeadEsti senist tegevust tarbijahariduse valdkonnas. Korraldajad on viimastel aastatel andnud välja noorte tarbimist mõjutavat Euroopa päevikut, mis on esile toonud ka koolide huvi ja vajaduse tarbimisküsimuste sisse viimiseks kooliprogrammi. Projekt on

suunatud tulevikku, et algatada ühiskonnas diskussiooni tarbijahariduse ja selle korralduse üle, kaasata diskussiooni erinevate tasandite haridustöötajaid ja tarbijaharidusega tegelevaid organisatsioone, tutvustada olemasolevaid häid näiteid ja materjale ning pakkuda välja edasiste tegevuste ning materjalide vajadus. Muuhulgas soovib antud konverents kokku tuua erinevate ainete õpetajaid, et arutleda tarbijaküsimuste interdistsiplinaarse käsitlemise üle kooliprogrammis.

3.2 Projekti eesmärk, sihtgrupp ja oodatavad tulemused:

Planeeritav konverents soovib kokku tuua erinevad tarbijahariduse ja tarbija-temaatika osapooled, jagada häid ja halbu teema-kohaseid kogemusi ning leida uusi lahendusi valdkonna edendamiseks, et noored areneksid iseseisvateks ja teadlikeks tarbijateks.

Konverentsi põhieesmärk on algatada diskussioon tarbijahariduse vajalikkuse üle ning leida võimalikke sisulisi ja metoodilisi lahendusi tarbijahariduse siseseviimiseks formaalsesse ja mitte-formaalsesse haridussüsteemi.

Projekti eesmärgid:

- Rääkida moodsast tarbimisest ja sellega seotud probleemidest noorte ning laste seiskohast;
- Informeerida noortega töötavaid inimesi noorte tarbimise eripäradest;
- Rääkida spetsialistidega tarbijahariduse korraldusest Eestis ja selle arendamise vajadustest;
- Leida praktilisi lahendusi tarbijahariduse edendamiseks Eesti ühiskonnas (sh koolis, noorsootöös, kodus, ettevõtluses);
- Algata diskussiooni tarbijahariduse vajaduse ja selle arendamise üle Eestis.

Projekti sihtgrupp jaguneb kaheks: noored ja noortega tegelevad isikud. Mõlemale sihtgrupile korraldatakse eraldi üritused, kuid need on üksteist täiendavad.

Sihtrühm: noored

Konverentsile eelnevalt viiakse läbi seminar noortele, kuhu oodatakse umbes 30 noort vanuses 15-20. Seminari eesmärk on arutleda noortega tarbimistemadel – koguda noorte arvamusi ja kogemusi moodsast tarbimisest, millist infot nad vajavad ja kust üldsegi infot saavad. Seminari tulemusena loovad osalevad noored mõtlemapanevaid tarbimistemalisi sõnumeid, milleks kasutatakse loovkirjutamise tehnikat, mis on patenteeritud ülemaailmse Loesje organisatsiooni poolt. Seminari tulemusena loodud motosid ja mõtteid kasutatakse kampaania vormis koolides, noortekeskustes, tarbijaorganisatsioonides ja konverentsil ning selle teavitustegevuses. Seminaril osalenud noored on oodatud ka konverentsile.

Sihtrühm: noortega tegelevad inimesed

Konverentsi esmaseks sihtrühmaks on noorte tarbijateadlikkust mõjutavad inimesed koolisüsteemis, mitte-formaalses õppes ja perekondlikul tasandil. Eelkõige oodatakse konverentsist osa võtma erinevate õppeainete õpetajaid ja teisi

haridustöötajaid, sh lasteaiatöötajaid, noorsootöötajaid, noorteinfo töötajaid. Lisaks oodatakse konverentsile lapsevanemaid, kes mõjutavad otseselt laste ja noorte tarbimist, kuid keda omakorda mõjutavad noored ise.

Konverentsile on oodatud kõik haridustöötajad, kelle pädevuses on haridussüsteemi täiendamine, sh ainekava komisjonide esindajad, ministeeriumide esindajad, tarbijakaitse organisatsioonid.

Tulenevalt sellest, et tarbimistemaatika peaks olema käsitletud ühiskonnas laiemalt on konverentsi sihtrühmana määratletud ka kohalike omavalitsuste ja maavalitsuste esindajad, noorteorganisatsioonide esindajad ja erasektor, kelle tegevus mõjutab otseselt noorte tarbimisotsuseid.

Kokku oodatakse konverentsile 200 osalejat.

Oodatavad tulemused

Konverentsi oodatavad tulemused tõstatada ühiskonnas diskussioon tarbijahariduse üle ja leida hetke peamised probleempunktid, mida oleks vaja esmajärjekorras lahendada, teiseks soovivad korraldajad konverentsi tulemusena välja pakkuda praktilisi lahendusi ja anda osalejatele informatsiooni, mida konverentsil osalejad saavad oma töös kasutada. Loodavad lahendused on praktilise suunitlusega, et neid oleks võimalik kohe ka ellu viia.

Tulevikku suunatuna peaks konverentsist välja kasvama diskussioon tarbijahariduse vajalikkuse kohta Eestis. Kuna Eestis puudub hetkel ühtne arusaam tarbijahariduse vajalikkuse kohta, pakub konverents erinevatele osapooltele võimalust alustada arutelu selle vajaduse, korralduse ning arenduseesmärkide üle. Sihtrühma silmas pidades pakub konverents osalejatele vajaliku keskkonna, kus omavahel saavad kokku nii tarbimisnõustajad, õpetajad kui haridussüsteemi otsustajad.

3.3 Projekti tegevused ja teostamise ajakava (tegevuste kirjeldus etappide kaupa ja iga etapi maksumus eraldi):

Ettevalmistusaeg: juuni-oktoober

Tegevused:

- konverentsi tehniline korraldus, sh kokkulepped toimumiskoha ja materjalide osas;
- kokkulepped esinejate ja teemade osas, sh kokkulepe välislektoritega;
- materjalide ettevalmistamine;
- teavitustegevus ja reklaam;
- noorteseminari ettevalmistus;
- noorteseminari toimumine;
- noortesõnumitest plakatite tootmine ning levitamine.

Konverentsi toimumine: oktoober

Konverents toimub üks kuu enne rahvusvahelist ostuvaba päeva, mis sel aastal on 28. novembril. Rahvusvaheline ostuvaba päev kutsub kõiki tarbijaid üles loobuma ühel päeval ostlemisest. Kuupäev valiti põhjusel, et õpetajad saaksid konverentsi ideid teostada ostuvaba päeva tähistamisel koolis.

Tegevused:

- konverentsi eelteavitus ja reklaam, sh PR-tegevused ja temaatilised artiklid;
- osalejate registreerimine konverentsile eelnevalt;
- konverentsi läbiviimine.

Järejtegevused – november-detsember

Tegevused:

- konverentsi järelkajastus ja meediatöö, sh kokkulepped väljaannetega teema-artiklite kirjutamiseks;
- konverentsi aruandlus.

Noorteseminari ja konverentsi päevakavad lisatud taotlusele – LISA1.

3.4 Partnerid ja nende tegevused (partnerite tegevuste kirjeldus etappide kaupa, seejuures märkida partneripoolne kaasrahastamine, kui on):

Projekti koordineerib ja korraldab MTÜ HeadEst.

Konverentsi sisuliseks partneriks on Tarbijakaitseamet, mille esindajad osalevad konverentsi lõpliku programmi koostamisel. Kahe organisatsiooni vaheline koostöö on eelkõige sisuline ja puudutab teemade ning esinejate leidmist. Tarbijakaitseamet ja MTÜ HeadEst on varasemalt teinud koostööd ka teiste tarbijahariduslike projektide raames ja käesoleva konverentsi korraldamine on vastastikuse heakskiidu leidnud (Tarbijakaitseameti soovituskirj lisatud taotlusele).

Konverentsi esinejad on oma valdkonna eksperdid, sh on lektoritena kaasatud haridustöötajaid, turundusega kokku puutuvaid inimesi ja tarbijaõiguste valdkonna eksperte. Ühe lektorina on planeeritud kaasata ka rahvusvaheline ekspert, kes tutvustab tarbijahariduse korraldust, meetodeid ja lahendusi Eestist väljaspoolt. Planeerimisfaasis on planeeritud kaasata Prantsusmaa või Soome tarbijahariduse eksperte.

Konverentsile eelnevalt toimuvat noorteseminari aitavad läbi viia Loesje Eesti esindajad, kellel on olemas vastav kompetents ja metodoloogilised oskused loovkirjutamise töötoa läbi viimiseks.

3.5 Projekti rahastamine teistest riiklikest allikatest (kas käesoleva projekti raames on veel esitatud või kavas esitada rahastamisaotlusi teistele riiklikele rahastamisprogrammidele; senised rahastamisotsused)

Käesoleva projekti raames ei ole teistele riiklikele rahastusprogrammidele taotlusi esitatud.

3.6 Projekti juhtimine ja läbiviijad (organisatsiooni võimekus projekti ellu viia (oskusteave, organisatsiooni üldine eelarve, lühikokkuvõte organisatsiooni eelnevast tegevusest ja projektidest, kuni 1 lk)

MTÜ HeadEst on 2004. aastal loodud organisatsioon, mille eesmärk on toetada noorte arenemist teadlikeks ja aktiivseteks moodsa ühiskonna kodanikeks. Organisatsiooni tegevused aitavad kaasa noorte teadlikkuse kasvule oma võimalustest, õigustest ja kohustustest nii Eestis kui terves maailmas. HeadEsti üheks prioriteediks on tarbijateemade viimine noorteni, et nad oleksid nutikad tarbijad nii internetis kui

kaubandusvõrgus, kätitudes seejuures ka keskkonna suhtes vastutustundlikult. MTÜ HeadEsti peamised sihtgrupid on mitte-organiseerunud noored, koolid ja kohalikud omavalitused, kellel puuduvad võimalused ja kogemus noortele tegevuste pakkumiseks.

MTÜ HeadEsti tegevused ja kogemus:

1. Rahvusvahelised noortelaagrid – kolme aasta jooksul on organisatsioon korraldanud ligi 20 rahvusvahelist noortelaagrit, millest on osavõtnud ligi 150 noorte kõikjalt Eestist. HeadEsti rahvusvahelised projektid on muu hulgas toimunud Itaalias, Portugalis, Gröönimaal, Kosovos, Lätis, Gruusias, Ukrainas, Venemaal ja mujal.
2. Rahvusvaheline vabatahtlik tegevus – MTÜ HeadEst korraldab pikaajalisi vabatahtlike projekte Euroopa Vabatahtliku Teenistuse raames. Peamised sihtriigid on Ukraina ja Venemaa.
3. Koolitused – HeadEst on korraldanud nii rahvusvahelisi kui siseriiklikke koolitusi noorte gruppidele, noorsootöötajatele ja õpetajatele.
4. Trükised ja infoprojektid - infoprojektide peamine teema on tarbijaharidus, sh interneti tarbimine, keskkonda säästev tarbimine ja üldised tarbija õigused. MTÜ HeadEst on Eesti partner üle-euroopalises projektis „Euroopa päevik: Sina otsustad!“. Projekti rahastab Euroopa Komisjon. „Euroopa päevik“ on tarbija- ja keskkonnateemaline informatiivne koolipäevik, mida jagatakse koolidele tasuta. 2007/2008. õppeaastal kasutavad Eestis päevikut 25 000 15-18 aastast õpilast ligi 400 koolis. Lisaks on käimas projekt Soomes välja töötatud noortele mõeldud tarbijahariduslike veebimängude „Galactor“ eestindamiseks, et luua innovaatilisi eestikeelseid ja vabalt kasutatavaid tarbijahariduse võimalusi.

MTÜ HeadEsti projektidega töötavad alaliselt kaks inimest ja sellele lisanduvad vabatahtlikud vastavalt projektide vajadustele. HeadEsti meeskonnal on pikaajaline kogemus erinevate rahvusvaheliste ja kohalike ürituste korraldamisel. Seal hulgas on meeskond korraldanud teiste organisatsioonidega koostöös mitmeid suurüritusi ja konverentse. Projektijuhi CV lisatud.

MTÜ HeadEst tegutseb projektipõhiselt ja organisatsiooni 2007. aasta eelarve oli 1,1 miljonit krooni.

3.7 Edasised tegevused ja jätkusuutlikkus (nt edasised tegevused pärast projekti lõppu, projekti järelmõju, võimalik edasine rahastamine, projekti edasiviijad jne.):

Noorteseminari ja konverentsi tulemused on suunatud üldsusele.

Noorte sõnumite levitamine

Noorte poolt välja töötatud sõnumeid levitatakse konverentsi ajal, sellele eelnevalt ja järgnevalt noorte hulgas, koolides, noortekeskustes, tarbijakaitse- ja noorteorganisatsioonides, omavalitsustes ja internetis. Sõnumite levitamise eesmärk on panna üldsust mõtlema tarbimise, ühis- ja keskkonna, säästa tarbimise ja tarbija õiguste teemaatikale. Tarbimisteenalised sõnumid trükitakse plakati ja postkaardi formaadis ning jagatakse noortele ja teistele huvilistele. Plakatid saadetakse ka koolidesse ja noortekeskustesse.

Ideede implementeerimine

Konverentsi toimumisaeg võimaldab tarbijahariduse teemat ja meetodeid sisse viia vahetult konverentsile järgneval perioodil, seda enam et novembris tähistatakse ka Eestis ülemaailmset ostuvaba päeva. Seoses sellega saavad õpetajad kasutada konverentsil saadud ideid õppetegevuses ja koolis tarbijaprojektide algatamisel.

Diskussiooni jätkamine ja tarbijahariduse arendamine

Kuna konverentsi eesmärk on algatada tarbijahariduse- teemaline diskussioon ja leida põletavaimad küsimused ning sõlmpunktid, siis konverentsi järgselt toimub korraldajate ja partnerite kohtumine, et planeerida edasisi tegevusi, et jätkata konverentsil tõstatatud teemadega tegelemist.

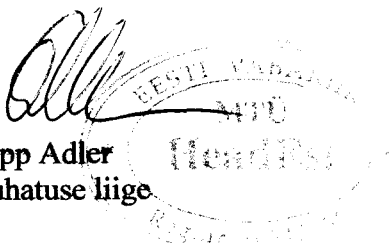
Meediategevused

Konverentsile eelnevalt ja järgnevalt tutvustatakse tarbijahariduse teemat ja konverentsil tõstatunud küsimusi erinevates meedikanalites, sh ajalehtedes, televisioonis ja raadios. Autoritena kaasatakse konverentsil esinevaid lektoreid, korraldajaid ja konverentsil osalenuid. Kuna osalejate hulgas on ka maakondlikke õpetajaid ning haridustöötajaid, siis eraldi kanalina on artiklid plaanitud ka kohalikku meediasse.

4. PROJEKTI EELARVE KULUARTIKLITE LÕIKES

Kululiik	Summad Eesti kroonides koos maksudega		
	Kokku	MKM eraldised MTÜ-dele ja SA-dele	Oma- finantseerimine
1. Välisesineja kulud, sh transport ja majutus	12 000	12 000	
2. Konverentsi lektorite tasud (13 inimest, sh moderaator, sh maksud)	22 500	22 500	
3. Sünkroontõlge	8000	8000	
4. Materjalid	12 550	12 550	
5. Konverentsi tehniline korraldus, sh ruumi ja tehnika rent	24 000	24 000	
5. Toitlustamine	30 000		30 000
6. Projekti juhtimine	24 000	8000	16 000
7. Projekti assistent	10 000	2000	8000
8. Administratiivkulud, sh side, transport	4400	4400	
9. Reklaam ja teavitustegevused	8000	8000	
10. Noorteseminari tehniline korraldus (ruumid)	1400	1400	
11. Loesje seminari toitlustus	2400		2400
7. Loesje seminari esinejate tasud	11 500	11 500	
KOKKU	170 750	114 350	56 400

Taotleja kinnitus (volitatud esindaja nimi, amet, allkiri):



 Epp Adler
 juhatuse liige

Kuupäev: 25.02.2008

LISAD:

- 1) B-kaardi koopia
- 2) projektijuhi CV

Noorteseminar „Noored ja tarbimine”

Aeg: september 2008

Päevakava

10.00 – 10.15 Seminari avamine

10.15 – 11.00 Sissejuhatus tarbijateemasse – Mis on tarbimine ja mida sellest arvame? (grupitöö ja arutelu)

11.00 – 11.30 Spetsialisti ettekanne ja arutelu noortega – Noored: kerge saak moodsas tarbimises?

11.30 – 11.45 Kohvipaus

11.45 – 13.00 Loovkirjutamine – sissejuhatav grupitöö (Loesje- meetodil)

13.00 – 14.00 Lõuna

14.00 – 16.00 Loovkirjutamine – tarbimisteemalised sõnumid (Loesje- meetodil)

16.00 – 17.00 Parimate sõnumite valimine, edasiste tegevuste planeerimine ja seminari lõpetamine

Konverents „Noored ja tarbimine”

Aeg: oktoober 2008

Programm

9.30 Registreerimine

10.00 – 11.30 – I sessioon – Moodne tarbimine

Teemad:

- Tarbiv eluviis, kes mõjutab keda ja miks nii palju asju vaja on. Reklaami reguleeritus ja eetilisuus. (kas vähesed reeglid vähendavad eetilise lähenemise vajadust)
- Noored kui turunduse sihtgrupp (võimalikud esinejad: Olav Osolin, Tiina Hiiob, Katri Kerem)
- Uued tarbimiskeskonnad - internet ja mobiil
- Tarbijakaitse ehk mis võib halvasti minna näidete baasil (esinejad: Tarbijakaitseameti esindajad)

11.30 – 12.00 – Kohvipaus

12.00 – 13.30 – II sessioon – Tarbijaharidus

Teemad:

- Turumajandus ehk kes kaitseb ja harib tarbijat? (sisu: milleks tarbijaharidus)
- Tarbijaharidus koolis ja kodus (võimalik esineja: Sulev Valdmaa)
- Roheline tarbimine – kas ideaal või lõks? (võimalik esineja: Reet Aus, Eestimaa Looduse Fondi või Eesti Rohelise Liikumise ekspert)
- Tarbijahariduse näide teisest riigist – (võimalikud esinejad: Prantsusmaa Institut National de la Consommation, Soome Kuluttajavirasto)

13.30 – 14.30 – Lõuna

14.30 – 16.00 – Töötoad

- Interneti ja mobiili head ning vead
- Säästlik tarbimine – kuidas seda propageerida?
- Tarbijaharidus koolis – mis ja kuidas?
- Õppevahendid tarbijahariduseks

16.00 – 16.30 – Töötubade kokkuvõtted

16.30 – 17.00 – Kokkuvõtted ja lõpetamine

CURRICULUM VITAE

Nimi: Epp Adler
Sünniaeg ja koht: 11. oktoober 1979, Tallinn
Aadress: Faehlmanni 31-3, 10125 Tallinn
E-post: epp@headest.ee
Telefon: 52 03 872

Haridus:

- 2001 - 2008 Tartu Ülikool Euroopa Kolledž, Euroopa õpingute magistriprogramm, magistritöö „Gümnaasiumiõpilaste sotsiaalsed aruaamad Euroopa Liidust – Harjumaa ja Ida-Virumaa näitel”
- 1998 - 2001 Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž, sotsiaaltöö korralduse eriala, diplomitöö “Lapse probleemi konstrueerimine sotsiaaltöö praktikas”.
- 2000 Ametikool DIAK, Järvenpää, Soome. Semester “Social analyses and contextual theology”.
- 1990 -1998 Tallinna Mustamäe Gümnaasium, inglise keele eriklass.

Täiendkoolitus:

- 2007 Koolitus „Ettevõtluse alused. Äriplaani koostamine" Tallinn Ettevõtlusamet
- 2006 Euroopa Nõukogu koolitus “Human rights and European Citizenship”, Eisenhoven, Luksemburg.
- 2003 BBJ- Consultancy and Project Management koolitus „Euroopa Liidu struktuurifondid simulatsioonimängu meetodil”.

Töökogemus:

- 2004 - MTÜ HeadEst, juhatuse liige, rahvusvaheliste noorteprojektide projektijuht, Euroopa Päeviku Eesti koordinaator ja koolitaja
- 2006 – 2007 MTÜ Eesti Euroopa Liikumine, Eesti noorteportaali NIP projektijuht, konverentsi „Noored ja moodsad kommunikatsioonivahendid” korraldaja
- 2005 – 2006 NGO The Way Home, Odessa, Ukraina. Euroopa Vabatahtliku Teenistuse vabatahtlik
- 2002 - 2004 MTÜ Eesti Euroopa Liikumine, Eurodesk Eesti projektijuht
- 2001 - 2002 Eesti Noorsootöö Keskus, välissuhete peaspetsialist
- 2001 - 2003 MTÜ Lastekaitse Liit, projekti “Ei vägivallale” projektijuht

Keeleoskus:

eesti keel, inglise keel, soome keel, vene keel

**Maakohtute registriosakondade keskandmebaasi väljatrükk seisuga
25.02.2008**

MTÜ HeadEst (registrikood 80212153) kohta on avatud:

1) mittetulundusühingu registrikaart Harju Maakohtu registriosakonnas, millele on tehtud kanded:

1. kanne kinnitatud 30.09.2004 (Esmakanne)

Mittetulundusühingu registrikaardi kehtivad andmed on:

Teine veerg: a) nimi, b) asukoht

1. kanne a) MTÜ HeadEst

1. kanne b) Rahumäe tee 19 Tallinn 11614

Kolmas veerg: juhatus, pankrotihaldur, likvideerija *

1. kanne Pille-Mai Helemäe juhatuse liige, elukoht Tallinn, isikukood 47903252732

1. kanne Epp Adler juhatuse liige, elukoht Tallinn, isikukood 47910110269

* Juhatus liige esindab mittetulundusühingut üksinda, kui registrisse ei ole kantud teisiti.

Neljas veerg: õiguslik seisund

1. kanne Põhikiri on kinnitatud 14.09.2004

Viies veerg: b) märkused

1. kanne Mittetulundusühingu alaliik on: tavaline mittetulundusühing

Väljatrüki lõpp



TARBIJAKAITSEAMET

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium
Harju 11
Tallinn 15072

25.02.2008 nr 1-6/1376

Tarbijakaitseamet toetab konverentsi „Noored ja tarbimine” läbiviimist

Tarbijaharidus ja tarbijate teavitamine on Euroopa Liidu Amsterdami lepingu järgi üheks prioriteediks. Samuti on nimetatud valdkond tähtsal kohal erinevates siseriiklikes ja rahvusvahelistes arengukavades.

Tarbijahariduse eesmärkideks on koolitada iseseisvaid kriitilisi, teadlikke ja vastutustundlikke tarbijaid, kes oskaksid teha valikuid. See tähendab, anda neile teadmised ja arusaamad tingimustes, kuidas olla tarbija keerulises ja mitmekülgses, pidevalt muutuv ühiskonnas. Samuti, et nad muutuksid teadlikuks mõjudest, millega nad puutuvad kokku erinevate elustiilide, tarbimisharjumuste, väärtuste ja käitumisviiside puhul.

Arvestades eeltoodut, peab Tarbijakaitseamet äärmiselt vajalikuks valdkonna arendamisel kaasata erinevate haridusringkondade esindajad ja tarbijaorganisatsioonid, kelle koostöös on võimalik tarbijaharidust edendada.


Tarbijakaitseamet toetab MTÜ HeadEst ideed korraldada Eestis tarbijaharidusteemaline konverents “Noored ja tarbimine”.

Konverentsi läbiviimine on oluline, kuna erinevate haridusringkondade ning tarbijakaitse esindajate osavõtul pole Eestis varasemalt sellesisulist üle eestilist konverentsi varasemalt korraldatud.

Konverentsi korraldajad omavad piisavat rahvusvahelist kogemust erinevate tarbijaharidusprojektide elluviimisel (Euroopa Päevik; õpilasvahetuste korraldamine

jt). Konverentsi kavandatud kõnelejad on pikaajase ja tunnustatud
tarbijaharidusvaldkonna spetsialistid.

Lugupidamisega



Helle Aruniit
Peadirektor

Hanna Turetski-Toomik
Tarbijapoliitika ja avalike suhete osakonna juhataja
6201 706