

**Pārskats par
Latvijas valsts simtgades pasākumu plāna 2017.–2021. gadam
īstenošanai piešķirtā valsts budžeta finansējuma
izlietojumu 2017. gadā**

**Ekonomikas ministrija/Latvijas Investīciju un attīstības
aģentūra**

(ministrijas vai citas centrālās valsts iestādes nosaukums)

**Latvijas tūrisma veicināšanas un apceļošanas kampaņa,
akcentējot valstiskuma attīstības ceļu tēmu**

(pasākuma nosaukums un pilnais norises laiks)

I. Pasākuma saturiskais pārskats

1. Pasākuma mērķis	Veicināt Latvijas iedzīvotāju ilgstošu vēlmi ceļot pa valsti Latvijas simtgades kontekstā, informācijas apriti un pieejamību par tūrisma iespējām, tūrisma objektu atpazīstamību un apmeklētību, pašu ceļotāju iesaisti.
2. Īstenoto aktivitāšu apraksts un laika grafiks	<p>2017. gadā:</p> <p>Jūlijs: nozīmēts vietējās apceļošanas kampaņas koncepcijas izstrādes un realizācijas projekta vadītājs Mārtiņš Engēlis</p> <p>Jūlijs – Oktobris: Nolikuma pamatprincipu izveide un pētnieciskais darbs, LIAA Tūrisma departamenta darbs pie paredzamās kampaņas vīzijas. Darba grupa strādā pie pamatstratēģijas, mērķa un uzdevumiem</p> <p>Septembris – Oktobris: Nolikuma un tehniskās specifikācijas pirmā redakcija.</p> <p>Septembris – Novembris: uzrunāti vairāki reklāmas, mediju un radošie eksperti un apzināts viņu viedoklis kampaņas uzdevumu, mērķauditorijas, paredzamo rezultātu un citas tehniskās specifikācijas labākai izpildei;</p> <p>Decembris: nolikuma un tehniskās specifikācijas otrā un gala redakcija</p> <p>28. decembris – nolikums un tehniskā specifikācija nodota Iepirkumu uzraudzības birojam.</p> <p>2018. gadā plānotais:</p> <p>5. janvāris – 15. februāris: Metu konkurss kampaņas izstrādei un realizācijai.</p> <p>Februāris – Marts: Metu izvērtēšana, uzvarētāja noskaidrošana, sarunu procedūra.</p> <p>Kampaņa jāveic periodā no 2018. gada 1. aprīļa līdz 1. decembrim, taču tās realizācija var būt īsāka par doto periodu, ja pretendents to var pamatot. Precīzāks darba periods būs zināms pēc metu konkursu rezultātu noskaidrošanas un sarunu procedūras.</p>

<p>3. Pasākuma mērķauditorija (t. sk. plānotās iedzīvotāju grupas, sasniegto iedzīvotāju skaits (tiešā un netiešā mērķauditorija), iespēja līdzdarboties un (vai) sniegt atgriezenisko saiti, daudzveidīgu pieejamības aspektu nodrošināšana utt.)</p>	<p>Kampaņas mērķauditorija ir gan latviski, gan krieviski runājoši iedzīvotāji Latvijas teritorijā (tiešā auditorija - vismaz 70 000 cilvēku):</p> <ul style="list-style-type: none"> • jau iepriekš ceļojuši pa Latviju un meklē ko jaunu vai neredzētu; • ceļo gan grupās, gan individuāli ar ģimenēm vai draugiem ar privāto vai arī sabiedrisko transportu; • ir aktīvi, zinātkāri interneta lietotāji. <p>Kampaņas metu konkursa nolikumā paredzēts, ka kampaņas risinājumiem jādod iespēja auditorijai līdzdarboties.</p>
<p>4. Sadarbības partneri (t. sk. reģionu, pilsoniskās sabiedrības u. c. pārstāvji)</p>	<p>Latvijas Simtgades birojs, turpmāko specifisko sadarbības partneru iesaiste atkarīga no metu konkursa rezultātiem</p>
<p>5. Pasākumu rezultātu ilgtspēja/paliekošā vērtība</p>	<ul style="list-style-type: none"> • vietējie tūristi informēti un izglītoti par Latvijas tūrisma piedāvājumu un jauniem, mazpazīstamiem objektiem, pakalpojumiem; • veicināta Latvijas tūrisma pakalpojumu rezervācija un redzams objektu apmeklējumu skaita pieaugums; • veicināta sabalansēta reģionālo tūrisma objektu konkurētspēja, piedāvājot katru reģionu kā vienlīdz populāru Latvijas tūrisma galamērķi; • kampaņa rosinājusi apceļot ne vien Latviju, bet arī savu reģionu, novadu, veicinājusi tuvības, patriotisma sajūtu; • kampaņa rosinājusi ceļotājus iesaistīties, pašiem būt aktīviem, motivēt iesaistīt citus, veidot motivētas domubiedru grupas; • kampaņa sasniegusi un informējusi auditoriju ar jauniem risinājumiem digitālajā vidē (pastiprināti izmantoti sociālie mediji, latvia.travel mājaslapa u.c.), kas pielietojami arī turpmāk; kampaņas laikā radīti jauni vizuālie materiāla turpmākai izmantošanai.
<p>6. Pasākuma publicitāte (t. sk. iespieddarbu, reklāmu, publisko paziņojumu izvietošana, piemēram, tīmekļvietnes adrese, laikraksta, mediju, raidījuma nosaukums utt.)</p>	<p>Komunicēt par kampaņas esamību un tuvošanos tiks uzsākta 2018. gada martā. Precīzāku mediju kanālu un metožu izmantošana būs zināma pēc metu konkursa rezultātu noskaidrošanas un sarunu procedūras.</p>
<p>7. Cita informācija, kas bija būtiska pasākuma īstenošanā</p>	

II. Pasākuma īstenošanas finansiālie rādītāji

euro

Izdevumu klasifikācijas kodi atbilstoši ekonomiskajām kategorijām	Izdevumu klasifikācijas koda nosaukums atbilstoši ekonomiskajām kategorijām	Plāns	Izpilde	Starpība*
1	2	3	4	5 = 3 – 4
1000–9000	Izdevumi - kopā	35 000	0	35 000
1000–4000; 6000–7000	Uzturēšanas izdevumi	35 000	0	35 000
1000–2000	Kārtējie izdevumi	35 000	0	35 000
1000	Atlīdzība	0	0	0
2000	Preces un pakalpojumi	35 000	0	35 000
3000	Subsīdijas, dotācijas un sociālie pabalsti			
7100–7500	Uzturēšanas izdevumu transferti			
7310	Valsts budžeta uzturēšanas izdevumu transferti pašvaldībām noteiktam mērķim			
7350	Valsts budžeta transferti valsts budžeta daļēji finansētām atvasinātām publiskām personām un budžeta nefinansētām iestādēm noteiktam mērķim			
5000; 9000	Kapitālie izdevumi	0	0	0
utt.				

* Starpības pamatojums	<p>Iekavēšanās kampaņas sagatavošanas darba procesā, kas rezultējās ar atvēlēto līdzekļu EUR 35 000 apmērā neizmantošanu, skaidrojamas ar to, ka papildus tehniskajām prasībām tika strādāts arī pie pētnieciskā daļas, kas iekļauj vietējā tūrisma statistikas izpēti un datu atlasu konkursa vajadzībām, tāpat arī apkopojot un analizējot citu organizāciju, iniciatīvu organizētās kampaņas un akcijas, lai nesakristu koncepti un izpildījums, un Latvija 100 apceļošanas kampaņa būtu īpaša. Darbs notika paralēli citām aktivitātēm un pienākumiem, kas saistīti ar Tūrisma departamenta un LIAA struktūrvienību darbu, kā arī sagatavošanās procesā tika nolemts uzrunāt vairākus radošos ekspertus un uzzināt viņu viedokli kampaņas uzdevumu, mērķauditorijas, paredzamo rezultātu un citas tehniskās specifikācijas labākai izpildei. Tāpat tika atjaunināti un sagatavoti Tūrisma departamentam pieejamie rīki, lai tiktu pievienoti tehniskajai specifikācijai kā iespējamie kanāli mārketinga aktivitātēm, piemēram, “Atklāj Latviju no jauna” Facebook kanāls.</p> <p>2017.gadā neizmantotais finansējums LV 100 reklāmas kampaņas radošajam iepirkumam (kas bija paredzēts EUR 35 000 apmērā) tiks pieprasīts kā valsts budžeta apropriācijas rezerve saskaņā ar 2007. gada 28. augusta noteikumiem MK noteikumiem nr. 594.</p> <p>2017. gada beigās tika pieņemts nolikums un 2018. gada 5.janvārī izziņots metu konkurss kampaņas izstrādei un izpildei par apvienoto summu EUR 120 000 (ieskaitot arī 2018.gadā paredzētos EUR 85 000 mārketinga aktivitātēm). Metu iesniegšanas termiņš – 2018.gada 15. februāris.</p>
-------------------------------	--

Ministrijas vai citas centrālās valsts iestādes vadītājs

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras direktors Andris Ozols

(amats, vārds, uzvārds, paraksts)

Sagatavotājs Tūrisma departamenta mārketinga nodaļas vecākais eksperts
Mārtiņš Eņģelis

(amats, vārds, uzvārds)

Tālrunis 67039445

E-pasts Martins.engelis@liaa.gov.lv
