

Atbildes uz potenciālo pretendentu jautājumiem par iepirkumu

“Komunikācijas kampaņas par zālājiem izstrāde un īstenošana projekta LIFE16 NAT/LV/000262 “Zālāju atjaunošana un to dažādas izmantošanas veicināšana” ietvaros”

(Id. Nr. GrassLIFE/LDF/2018-08)

2018. gada 14. jūnijā

1. jautājums

Nolikuma punktā 1.1. miniet, ka kampaņai jāaptver iedzīvotāji visā Latvijā. Vai pareizi saprotam, ka šī arī ir kampaņas mērķauditorija? Vai tomēr ir detalizētāks iedalījums, piemēram, tā iedzīvotāju grupa, kurai pieder zemnieku saimniecības u.c.?

Atbilde.

Projekta kopējā mērķauditorija ir iedzīvotāji visā Latvijā, tai skaitā arī zemes īpašnieki, lauksaimnieki, kā arī sociāli aktīvi pilsētu iedzīvotāji un jaunās ģimenes. Konkrētas kampaņas mērķauditorija būs jāprecizē kampaņas izstrādes gaitā.

2. jautājums

Kāds ir kampaņas mērķis/mērķi? Piemēram, informēt attiecīgās mērķauditorijas par zālāju atjaunošanu un to dažādas izmantošanas veicināšanu?

Atbilde.

Kampaņas mērķis ir veidot dabisko pļavu atpazīstamību, plašā sabiedrībā, kā arī zemes īpašnieku un lauksaimnieku vidū radīt interesi un izpratni par to, kas ir dabiskās pļavas, kā arī pozicionēt dabiskās pļavas kā vērtību visas Latvijas mērogā.

3. jautājums

Vai ir kāda papildinformācija, ko mums vajadzētu ņemt vērā, piemēram, nepieciešams sabiedrību informēt par šīm iespējām, jo, piemēram, ir apzinātas vairākas problēmas.

Atbilde

Galvenā problēma, kas saistīta ar dabiskajām pļavām, ir to straujā samazināšanās Latvijā. Ja pirms 100 gadiem dabiskās pļavas sedza 30% Latvijas teritorijas, tad šobrīd tās klāj aptuveni 0.3-0.7% Latvijas teritorijas. Lielākā daļa dabisko pļavu jeb Eiropas Savienības nozīmes zālāju biotopu aizsardzības stāvoklis novērtēts kā slikts vai nelabvēlīgs. Galvenais iemesls ir nepiemērota apsaimniekošana, piemēram, nepiemērota noganīšana, zemes pamešana, aizaugšana, zālāju fragmentācija. Tāpat vēl viena problēma, ko risinās

projekts, ir zems izpratnes līmenis par dabiskajām pļavām, to apdraudētību, un to sniegto ekosistēmu pakalpojumu vērtību visai sabiedrībai.

4. jautājums

3.1.4 punktā teikts, ka nepieciešama pieredze darbības jomā, ar kuru saistīts pasūtījums. Vai pieredze nepieciešama šāda veida komunikācijas kampaņu īstenošanai? Vai dabas tēma ir obligāts nosacījums?

Atbilde

Pretendentam ir jāiesniedz pierādījumi, ka pēdējo trīs gadu laikā ir īstenotas komunikācijas kampaņas:

- a) Veltītas jautājumiem, kas saistīti ar sabiedrības labumu;
- b) Klients ir bijis nevalstiskā organizācija;
- c) Tās sasniegušas 200 000 cilvēkus visā Latvijā.

Iesniedzot informāciju par kampaņām, īsi jāapraksta to mērķis, risinātā problēma, piedāvātais risinājums, kā arī rezultāts. Tāpat jānorāda klienta kontaktpersona atsauksmju sniegšanai.