

KOLEKTĪVĀ IESNIEGUMA IZVĒRTĒŠANAS KOMISIJA

Uzvaras iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901
tāl. 63922238, fakss 63924522, e-pasts: pasts@bauskasnovads.lv, www.bauskasnovads.lv

2023. gada 4. aprīlī

KOMISIJAS ZIŅOJUMS

Bauskas novada pašvaldībā 2023. gada 13. februārī tika reģistrēts kolektīvais iesniegums saistībā ar platformā ManaBalss.lv publicēto parakstu vākšanas iniciatīvas “Par Bauskas novada vizuālās identitātes saglabāšanu” atbalstam, kuru ir parakstījuši 359 iesniedzēji.

2023. gada 23. februārī Bauskas novada dome pieņēma lēmumu Nr.106 “Par kolektīvā iesnieguma izskatīšanas komisijas izveidošanu” (protokols Nr. 3, 56. punkts) šādā sastāvā:

Komisijas priekšsēdētājs:

1. Aivars Mačeks, Bauskas novada domes priekšsēdētāja vietnieks;

Komisijas locekļi:

2. Juris Krievs, Bauskas novada domes deputāts;
3. Līga Jankova, Bauskas novada domes deputāte;
4. Voldemārs Čačs, Bauskas novada domes deputāts;
5. Raitis Ābelnieks, Bauskas novada domes deputāts;
6. Jānis Dūmiņš, Bauskas novada domes deputāts;
7. Guntis Kalniņš, Bauskas novada domes deputāts;
8. Rihards Melgailis, Bauskas novada domes deputāts;
9. Līga Rimševica, Bauskas novada domes deputāte;
10. Mārtiņš Cimermanis, Bauskas novada domes deputāts;
11. Kaspars Kalējs, sabiedrības pārstāvis;
12. Ieva Bronko-Pastore, biedrība “Bauskas vecpilsēta” (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Bauskas apvienības pārvaldes);
13. Agnese Hauka, Iecavas sieviešu klubs “Liepas” (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Iecavas apvienības pārvaldes);
14. Eva Reinfelde, biedrība “Mums pieder pasaule” (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Rundāles apvienības pārvaldes);
15. Renārs Manuilovs, biedrība “Jaunatne smaidam” (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Vecumnieku apvienības pārvaldes);
16. Jānis Katkevičs, SIA “Drukā Bauskā” (uzņēmēju pārstāvis no Bauskas apvienības pārvaldes);
17. Kārlis Valdēns, AS “Balticovo”, (uzņēmēju pārstāvis no Iecavas apvienības pārvaldes);
18. Sandra Icaķa, piemājas saimniecība “Padegas” (uzņēmēju pārstāvis no Rundāles apvienības pārvaldes);
19. Roberts Cešeiko, SIA “Keefa” (uzņēmēju pārstāvis no Vecumnieku apvienības pārvaldes).

Notikušas trīs kolektīvā iesnieguma izskatīšanas komisijas sēdes.

2023. gada 14. marta sēdē tika uzklausīts Bauskas novada iedzīvotājs Kaspars Kalējs, kurš ir pilnvarots pārstāvēt kolektīvā iesnieguma iesniedzējus. Sēdē attālināti piedalījās un viedokļus izteica integrētās mārketinga komunikācijas un komunikācijas jomas ekspertes Jolanta Derkevica-Pilskunga un Jana Bunkus.

K. Kalējs pauda viedokli, ka jānomaina virsrakstam “Vizuālās identitātes vadlīnijas” - gadskaitlis. Vērtīgi būtu nomainīt zīmola aprakstu. K. Kalējs ierosināja aprakstam pievienot klāt Mīsa un Iecavas upes, pielāgot pāris teikumus jau esošajā vizuālās identitātes aprakstā, mēģināt iedzīvināt to arī pašvaldības ikmēneša izdevumā, dzīvojot uz priekšu un attīstīties ar esošo.

Laura Ārente, Bauskas novada administrācijas Uzņēmējdarbības un mārketinga departamenta vadītāja, prezentēja Bauskas novada vizuālās identitātes izstrādes pamatojumu un jau līdz šim paveikto.

Uzaicinātās ekspertes J. Derkevica-Pilskunga un J. Bunkus no mārketinga komunikācijas un zīmolveidības aspekta uzsvēra šādus argumentus:

- **vizuālā identitāte (logotips) ir tikai daļa no zīmola.** Logotips kopā ar vīziju, misiju, vērtībām un pozicionējumu veido zīmolu (jeb priekšstatu cilvēku prātos par reģionu);
- **reģiona attīstības kontekstā**, zīmols ir daļa no attīstības plāna. Pašvaldībai vizuālās identitātes izstrāde ir viena no Attīstības programmā iekļautajām rīcībām. Jebkura zīmola veidošana ir attīstība. Ilgtspējīgas attīstības kontekstā tas ir veids, kā veidot kaut ko kopā, kopā attīstīties, runāt par piederības lietām;
- šobrīd izmantotais logotips ar saukli “Bauska, kur satiekas” ir izveidots **citai administratīvi teritoriālai vienībai** – Bauskas novadam 2020. gadā pirms administratīvi teritoriālās reformas (Bauskas pilsēta un 9 pagasti). Līdz ar jaunas administratīvās teritorijas izveidi, ir mainījusies ne tikai karte. Ir notikušas izmaiņas vērtībās, asociācijās, attīstības virzienos, kam būtu jāatspoguļojas gan vizuālajā identitātē, gan aprakstošajā daļā, vīzijā un misijā, kas kopā veido zīmolu;
- ir saprotama **iedzīvotāju reakcija uz pārmaiņām**, jo zīmols tiek izprasts šauri un uztverts tikai kā logotips, kam tiek tērēta nauda. Nevar sagaidīt, ka visi iedzīvotāji būs eksperti zīmolveidības jautājumos. Pašvaldībai ir nepieciešams vairāk skaidrot;
- izstrādes gaitā ir nepieciešama **lielāka iedzīvotāju iesaiste**, piemēram, anketas, diskusijas ar sabiedrību, aptverot visas četras teritoriālās vienības. Anketai ir jābūt skaidrojošai.
- logotips (kas ir daļa no zīmola) tiek izstrādāts, **balstoties uz izpēti**. Veicot izpēti, tiek analizēti pašvaldības attīstības plānošanas dokumenti, līdz šim veiktās situācijas analīzes (piemēram, tūrismā), tiek apzināti iedzīvotāju viedokļi – asociācijas, priekšstati par Bauskas novadu, vērtības. Pēc izpētes tiek definēts pozicionējums - vīzija, misija utt. Tas kopā veido zīmolu, instrumentu komunikācijai;
- pirms izmaiņu veikšanas **esošajai vizuālajai identitātei** (grafisko elementu izvietojums, kombinācija ar saukli), ir jāveic izpēte, sabiedrības viedokļu apzināšana. Tikai pamatojoties uz izpēti mārketinga komunikācijas eksperti sniedz priekšlikumu par izmaiņām vizuālajā identitātē un aprakstā (kādas izmaiņas ir nepieciešamas: vai iespējams atvasināt esošo vizuālo identitāti, kādas izmaiņas nepieciešamas aprakstā, sauklim – saglabāt, vai veikt izmaiņas). Šis process ir daļa no **zīmola atjaunošanas (rebrandinga)**. Vizuālajai identitātei jāatspoguļo novada vērtības, vīzija, misija;

- vizuālā identitāte (logotips) kopā ar vadlīnijām, aprakstošo daļu, izstrādātu integrētās mārketinga komunikācijas plānu veido **“instrumentu” kopumu pašvaldības komunikācijai**, kā pašvaldība sevi prezentē kā reģionu. Tas iet kopsolī ar pašvaldības Attīstības programmu un Rīcības plānu. Viss minētais veido priekšstatu kopumu cilvēku prātos jeb reģiona zīmolu.
- **atliekot lēmuma pieņemšanu, situācija netiek atrisināta.** Tiek apiets ilgspējīgas attīstības konteksts, neintegrējot novada vērtības zīmola. Pašvaldība (un īpaši jaunizveidota) nevar efektīvi strādāt bez akceptētiem vizuālajiem simboliem un iedzīvotāju emocionālas piesaistes.

Sēdes turpinājumā katrs komisijas loceklis izteica savu viedokli (atspoguļots protokolā: <https://www.bauska.lv/lv/lidzdaliba/kolektivie-iesniegumi>). Sēdes noslēgumā komisija vienojās par darba uzdevumu Uzņēmējdarbības un mārketinga departamentam – izvērtēt turpmākos iespējamus rīcības variantus (priekšrocības, trūkumi, izmaksas, laika grafiks):

1. 2020. gadā izstrādātās vizuālās identitātes izmantošana;
2. vizuālās identitātes atjaunošana (*rebrandings*);
3. jaunas vizuālās identitātes izstrāde.

2023. gada 28. marta sēdē Uzņēmējdarbības un mārketinga departamenta vadītāja L. Ārente iepazīstināja komisijas locekļus ar veikto izvērtējumu iespējamiem rīcības variantiem.

Esošās vizuālās identitātes izmantošana

Pamatojoties uz mārketinga komunikācijas zīmolvedības ekspertu viedokļiem, saskaņā ar mārketinga pamatprincipiem:

- jaunizveidotajam Bauskas novadam nav izstrādāta vizuālā identitāte ar vadlīnijām;
- esošais logotips ir izstrādāts citai teritoriālajai vienībai, tomēr ir iespējama vizuālās identitātes atjaunošana (*rebrandings*);
- esošā vizuālā identitāte neatspoguļo visa Bauskas novada vērtības (to izstrādājot, apzinot un definējot vērtības, netika iesaistīti Iecavas, Rundāles un Vecumnieku iedzīvotāji);
- tiek apiets ilgspējīgas attīstības konteksts, neintegrējot visa novada vērtības zīmola;
- pašvaldības (un īpaši – jaunizveidotas) atsevišķas struktūrvienības (piemēram, Uzņēmējdarbības un mārketinga departaments) nevar efektīvi strādāt bez akceptētiem vizuālajiem simboliem un iedzīvotāju emocionālas piesaistes.

Vizuālās identitātes un zīmola atjaunošana, atvasināšana, attīstīšana (rebrandings)

Saskaņā ar saņemto kolektīvo iesniegumu (“Tāpēc lūdzu izskatīt šo iesniegumu un rast risinājumu – pašvaldību pielāgot Bauskas novada vizuālās identitātes vadlīnijas esošajai Bauskas novada situācijai un turpināt lietot esošo identitāti. To īstenojot, netiks lieki tērēts pašvaldības budžets un no uzņēmēju un personu līdzekļi, kas šo budžetu veido.”) un kolektīvā iesnieguma iesniedzēju pilnvarotās personas K. Kalēja pausto, esošajai vizuālajai identitātei nepieciešams veikt izmaiņas vizuālās identitātes vadlīniju aprakstošajā daļā.

Vizuālās identitātes (logotipa) kombinācija ar saukli un vizuālās identitātes vadlīniju aprakstošā daļa, ir zīmola sastāvdaļa. Saskaņā ar mārketinga pamatprincipiem, šādas izmaiņas var tikt veiktas,

balstoties uz esošās situācijas analīzi un iesaistot iedzīvotājus priekšstatu, vērtību, asociāciju apzināšanā par jaunizveidoto novadu. No mārketinga viedokļa formāla vārdu, frāžu nomaina nav pieļaujama. Izmaiņas aprakstošajā daļā, kā arī esošās vizuālās identitātes elementos jāveic pamatojoties uz izpēti un saskaņā mārketinga komunikācijas ekspertu priekšlikumiem. Izpētes veikšanas process ir pakalpojums, kas veido izmaksas.

Pamatojoties uz mārketinga komunikācijas un zīmolvedības ekspertu iepriekš paustajiem argumentiem, tika prezentētas būtiskākās priekšrocības zīmola atjaunošanas (*rebrandinga*) procesam:

- Bauskas novada vērtību apzināšanā un definēšanā tiek iesaistīta sabiedrība iesaiste, kas nozīmīgi zīmola attīstībai (novada misija, vīzija, pozicionējums);
- tiek mazināta psiholoģiskās pretestība visām iesaistītajām pusēm;
- tiek izveidots 'instruments' iedzīvotāju apvienošanai (iespēja atrast kopīgo, kam lielākā daļa novada iedzīvotāju gribētu just piederību), sasaucas ar sanāksmē izskanējušajiem sabiedrības pārstāvju viedokļiem '*kopīgs ceļš*', '*kopīga simbola radīšana*';
- stratēģiska pieeja turpmākai attīstībai – instruments Bauskas novada kā vienotas teritorijas pozicionēšanai (vērtības, novada misija, vīzija, pozicionējums);
- netieša komerciāla vērtība atpazīstamībai (lielāka iespēja ieinteresēt vietējos uzņēmējus);

Kā būtiskākie trūkumi tika minēti:

- daļai sabiedrības var būt neizpratne par izmaksu jautājumu;
- sabiedrības un pašvaldības iekšējā pretestība pārmaiņu procesam;
- "izstrādes process" – pakalpojuma izmaksas, nepieciešams noteikta apjoma administratīvais resurss procesa organizēšanā;

Zīmola atjaunošanas process (*rebrandings*), tai skaitā izmaiņas vizuālajā identitātē (logotipā), aprakstošajā daļā paredz šādu darbu secību:

- 1) esošās situācijas analīze un novērtējums, ko veic mārketinga komunikācijas un zīmolvedības eksperti. Šajā procesā tiek iesaistīta arī sabiedrība (anketas, diskusijas, koprades darbnīcas/ domnīcas un/vai cita iedzīvotāju iesaistes metodika, saskaņā ar ekspertu rekomendācijām). Pēc veiktās izpētes eksperti sniedz priekšlikumu turpmākajām darbībām: atvasināt esošo vizuālo identitāti? integrēt jaunus elementus? veikt izmaiņas, mainīt uzsvarus aprakstā? (vērtību prioritātes);
- 2) dizaina paraugu izstrāde, saukļu versijas (pamatojoties uz ekspertu priekšlikumiem un saskaņā ar veikto izpēti). Šajā posmā piedalās ne tikai pašvaldības speciālisti, tiek iesaistīta arī sabiedrība;
- 3) pamatojoties uz izvēlēto dizaina paraugu, saukļa versiju, tiek turpināts darbs vadlīniju izstrādei (1. redakcija; prezentācija, apspriešana; gala redakcijas izstrāde).

2022. gada decembrī izsludinātās tirgus izpētes vizuālās identitātes izstrādei darba uzdevumā ir iekļauta prasība veikt Bauskas novada esošās situācijas analīzi un novērtējumu pēc publiski pieejamās un Pasūtītāja sniegtās informācijas.

1. darbu izpildes etaps "Bauskas novada esošās situācijas analīze un novērtējums" paredz

- 1) analīzi par Bauskas novada esošā tēla uztveri novada, Zemgales un Latvijas kontekstā;
- 2) Bauskas novada identitātes analīzi – jāidentificē un jāsystematizē tie resursi, kas visvairāk

- simbolizē novadu;
- 3) SVID analīzi;
 - 4) secinājumu un pamatojuma daļu, kā arī citi analizētie faktori, lai kvalitatīvi atspoguļotu esošās situācijas analīzi;
 - 5) izpētes daļai jābūt metodoloģiski pamatotai, izmantotajiem un iegūtajiem datiem reprezentatīviem.

2. darbu izpildes etaps paredz vismaz trīs dažādu logotipa dizaina paraugu izstrādi un saskaņošanu ar Pasūtītāji, kā arī vismaz trīs logotipu papildinošo saukļu variantu izstrādi. Logotipa izstrāde veicama pamatojoties uz veiktās izpētes analīzi. Šāds darba uzdevums neizslēdz iespēju, ka, pamatojoties uz ekspertu priekšlikumu pēc veiktās situācijas analīzes, tiktu veikta esošās vizuālās identitātes pārveidošana (transformēšana, atvasināšana, attīstība).

3. darbu izpildes etaps paredz vadlīniju izstrādi, pamatojoties uz izvēlēto dizaina paraugu, saukļa versiju (1. redakcija; prezentācija, apspriešana; gala redakcijas izstrāde). Zīmola grāmatā iekļaujami arī dažādi grafiskie risinājumi pašvaldības komunikācijai.

L. Ārente prezentēja paredzamo izmaksu apjomu: saskaņā ar veikto tirgus izpēti, SIA "Ozols IR" piedāvājums ir 9750,00 *euro* bez pievienotās vērtības nodokļa (21%) (turpmāk – PVN), paredzot 6 mēnešus darbu veikšanai.

Darbu ir iespējams veikt etapos – sākotnēji paredzot esošās situācijas analīzi un novērtējumu ar ekspertu priekšlikumu turpmākajām darbībām. Pārrunājot ar SIA "Ozols IR" iespēju darbus īstenot etapos un paredzot iespēju pārtraukt līgumu pēc atsevišķu etapu veikšanas, pārstāvji argumentēja, ka iesniegtais finanšu piedāvājums ir pilna apjoma darbam. Ja darbi tiek dalīti etapos ar iespēju līgumu neturpināt pēc atsevišķu etapu veikšanas, SIA "Ozols IR" atteiksies slēgt līgumu ar minētajiem nosacījumiem.

Darba organizēšanai etapos šādā situācijā būtu nepieciešams veikt tirgus izpēti: (1) ekspertu pakalpojumam esošās situācijas analīzei un novērtējumam un (2) vizuālās identitātes izstrādei.

Apzinot potenciālos ekspertus, kā arī balstoties uz SIA "Ozols IR" sniegto informāciju, šie darba posmi indikatīvi varētu izmaksāt attiecīgi 3000,00 *euro* bez PVN par izpēti veikšanu un 7500 *euro* bez PVN vizuālās identitātes izstrādei. Izmaksas ir indikatīvas, ja tiek veikta tirgus izpēte, iesniegtie finanšu piedāvājumi var atšķirties.

Abos gadījumos (veicot viengabala darbu vai dalot darbu etapos), tiek iesaistīta sabiedrība visos izstrādes etapos.

Jaunas vizuālās izstrādes darbu posmi un indikatīvās izmaksas ir līdzvērtīgas jau minētajam aprakstam izmaiņu veikšanai.

Sēdes turpinājumā kolektīvā iesnieguma izvērtēšanas komisija diskutēja un vienojās par komisijas viedokli:

Nepiemērot 2020. gadā izstrādāto vizuālo identitāti Bauskas novadam ar saukli "Bauska, kur satiekas" bez plašākas visa novada iedzīvotāju iesaistes un speciālistu veiktās situācijas analīzes un novērtējuma. Uzņēmējdarbības un mārketinga departamentam jāturpina uzsāktais darbs vizuālās identitātes izstrādei, slēdzot līgumu saskaņā ar veiktās tirgus izpēti vizuālās identitātes izstrādei rezultātiem, iesaistot sabiedrību izstrādes procesā.

*** Kolektīvā iesnieguma iesniedzējs Kaspars Kalējs, nepiekrīt ziņojumam, jo tas ir pretrunā kolektīvajā iesniegumā paustajam.**

*** Bauskas apvienības pārvaldes nevalstisko organizāciju pārstāve Ieva Bronko-Pastore (biedrība "Bauskas vecpilsēta") nevar pilnībā piekrist ziņojumam un uzskata, ka konsenss šajā situācijā nav nepieciešams (dažādi viedokļi sekmē savstarpējo sapratni, neskatoties uz viedokļu atšķirībām).**

Komisijas priekšsēdētājs

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Aivars Mačeks