

# KOLEKTĪVĀ IESNIEGUMA IZVĒRTĒŠANAS KOMISIJA

Uzvaras iela 1, Bauska, Bauskas nov., LV-3901  
tālr. 63922238, fakss 63924522, e-pasts: [pasts@bauska.lv](mailto:pasts@bauska.lv), [www.bauska.lv](http://www.bauska.lv)

## KOMISIJAS SĒDES PROTOKOLS Bauskā

2023. gada 28. martā

Nr. 2

SĒDE SASAUKTA 2023. gada 28. martā plkst.15.00

SĒDĒ PIEDALĀS

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. Agnese Hauka, Iecavas sieviešu klubs "Liepas" (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Iecavas apvienības pārvaldes);
13. Vita Reinfelde, biedrība "Mums pieder pasaule" (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Rundāles apvienības pārvaldes);
14. Renārs Manuilovs, biedrība "Jaunatne smaidam" (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Vecumnieku apvienības pārvaldes);
15. Jānis Katkevičs, SIA "Drukā Bauskā" (uzņēmēju pārstāvis no Bauskas apvienības pārvaldes);
16. Ieva Bronko-Pastore, biedrība "Bauskas vecpilsēta" (nevalstisko organizāciju pārstāvis no Bauskas apvienības pārvaldes);

SĒDĒ NEPIEDALĀS:

Komisijas locekļi:

1. AS "Balticovo" pārstāvis, (uzņēmēju pārstāvis no Iecavas apvienības pārvaldes);

2. Roberts Cešeiko, SIA "Keefa" (uzņēmēju pārstāvis no Vecumnieku apvienības pārvaldes).
3. Sandra Icaķa, piemājas saimniecība "Padegas" (uzņēmēju pārstāvis no Rundāles apvienības pārvaldes).

UZAICINĀTĀS PERSONAS: Laura Ārente, Uzņēmējdarbības un mārketinga departamenta vadītāja, Anta Kļaveniece, Andra Matuļenko, Gija Spula- sabiedrisko attiecību nodaļas speciālistes.

SĒDI VADA – Aivars Mačeks, komisijas priekšsēdētājs.

SĒDI PROTOKOLĒ – Andra Matuļenko, sabiedrisko attiecību speciāliste.

#### SĒDES DARBA KĀRTĪBA:

1. Sēdes atklāšana.
2. Ziņojums par vizuālās identitātes attīstības variantiem.
3. Diskusijas.
4. Lēmuma pieņemšana par ziņojumu Bauskas novada domei.

#### **1. Sēdes atklāšana**

Sēdes vadītājs A.Mačeks atklāj komisijas sēdi un informē par plānoto darba kārtību. Sēdes plānā ir nonākt pie vienota redzējuma, kā mēs virzām jautājumu par vizuālo identitāti.

#### **2. Ziņojums par vizuālās identitātes attīstības variantiem**

**L.Ārente** – informēja, ka saskaņā ar iepriekšējā komisijas sēdē doto uzdevumu, Uzņēmējdarbības un mārketinga departamenta Sabiedrisko attiecību nodaļa veica analīzi trīs variantiem: (1) esošās vizuālās identitātes un apraksta saglabāšanai, (2) vizuālās identitātes rebrendingam (attīstīšanai, atvasināšanai), (3) jaunas vizuālās identitātes izstrāde.

Iepriekšējās komisijas sēdē gan uzņēmēju pārstāvji, gan sabiedrības pārstāvji zīmolveidības jautājumu risināšanai aicināja balstīties uz nozares ekspertu rekomendācijām. Saskaņā ar zīmolveidības un mārketinga komunikācijas ekspertu pausto, mārketinga pamatprincipiem, jaunizveidotajam Bauskas novadam nav izstrādāta vizuālā identitāte. Tā identitāte, kas izstrādāta 2020. gadā un šobrīd tiek lietota tīmekļvietnē, ir izstrādāta iepriekšējai Bauskas novada teritorijai, ar to saprotot, ka šis logotips, kas simbolizē dubultos B burtus, dinamiku, bezgalību, kā daļa no zīmola aptver teritoriju pirms administratīvi teritoriālās reformas.

Mainot aprakstu, kas kopā ar vīziju, misiju, pamatvērtībām ir daļa no pašvaldības zīmola, tas uzskatāms par rebrandingu, pirms kura ir jāveic izpēte, iesaistot iedzīvotājus. Ja iepriekš izstrādāto vizuālo identitāti pozicionējam kā jaunizveidotā novada zīmolu, tad tiek apiets ilgspējīgas attīstības konteksts, jo vizuālajā identitātē netiek integrētas un atspoguļotas visa novada vērtības, attīstības virzieni, iedzīvotāju, uzņēmēju priekšstati par pašvaldību. Šobrīd jaunizveidotas pašvaldības attīstībai ir būtiski virzīt vizuālās identitātes akceptēšanas procesu, lai būtu iespējams izmantot komunikācijā.

Otrs variants ir rebrandings. Jebkuras izmaiņas vizuālās identitātes vadlīnijās (aparakstojājā daļā), kas kopā ar logotipu, pašvaldības vīziju, misiju veido pašvaldības zīmolu, nozīmē rebrandingu. Zīmola rebrandingu nav iespējams veikt mehāniski – svītrojot kādu frāzi vai vārdu. Lai tas būtu jēgpilni, lai aprakstojājā daļā atspoguļotos vērtības un patiesā situācija, ir jāveic izpēte. Kā priekšrocības šim variantam var minēt sabiedrības iesaisti vērtību apzināšanā, kas nepieciešams, lai atlasītu vērtības un iestrādātu tās aprakstojājā daļā.

**I.Bronko-Pastore** aktualizē jautājumu par jēdzienu „rebrandings” un aicina lietot latvisku jēdzienu.

**A.Mačeks** atzīmē, ka šis ir vispārpieņemts un nozarē izmantots termins, kas apzīmē zīmola atjaunošanu, pielāgošanu.

**I.Bronko-Pastore** vērs uzmanību, ka šo dokumentu lasīs arī cilvēki, kas nav speciālisti. Tāpēc varētu būt jautājums.

**A.Mačeks** apliecina, ka paskaidrojums ir nepieciešams.

**L.Ārente** skaidro, ka jēdzienu „rebrandings” saprot zīmola atjaunošanu, atvasināšanu, attīstīšanu, jebkuru pārveidošanu. Šo soli eksperti ieteica psiholoģiskās pretestības mazināšanai. Iesaistot iedzīvotājus tiek apzinātas jaunizveidotā novada vērtības un šo var izmantot kā iespēju iedzīvotāju apvienošanai, ļaujot iedzīvotājiem paust viedokli par jaunizveidoto pašvaldību, pārskatīt vērtību sarakstu, uzsvarus. Tas palīdzēs iezīmēt stratēģisku pieeju arī novada turpmākai attīstībai, teritorijas pozicionēšanai dažādās attīstības jomās. Veicot šādu pārpozicionēšanu, vērtību pārskatīšanu, ar laiku šāds kopveidols iegūst arī netiešu komerciālu vērtību, kas var sekmēt reģiona atpazīstamību. Te mēs runājam ne tikai par teritoriju, bet arī par vietējām kopienām, uzņēmējdarbību, kas sevi sāk identificēt ar noteiktu reģionu. Jūtīgie jautājumi ar ko jāsaskaras rebrandinga procesa veikšanai – daļai sabiedrības būs neizpratne par izmaksu jautājumu. **L. Ārente** akcentēja, ka zīmolveidības jautājumos un arī to saistītu procesu virzībā ir jābalstās uz nozares ekspertu viedokli. Ir dabiska sabiedrības pretestība pret dažādiem pārmaiņu procesiem, kas saistās ar ‘nezināmo’, grūti prognozējamu rezultātu. Zīmola attīstība ir intelektuāls darbs un gala rezultātu nevar nomērīt tieši proporcionāli ieguldītajam finansējumam. Mēs varam vienīgi kopīgi strādāt līdz tādām rezultātiem, kas apmierina lielu daļu, iesaistot procesā. Arī pats zīmola attīstības un vizuālās identitātes izstrādes process ir ne tikai pakalpojumu izmaksas, bet arī zināma apjoma administratīvais resurss, kur darbinieki velta savu darba laiku.

Zīmola un vizuālās identitātes atjaunošanas, pārveidošanas procesam ir šāda darbu secība: (1) ir jāveic esošās situācijas analīze un novērtējums, ko veic eksperti. Pēc izpētes eksperti sniedz savus priekšlikumus un rekomendācijas par turpmākajām veicamajām darbībām: vai mēs paturam esošo vizuālo logotipu, vai mēs to atvasinām? pilnveidojam? nedaudz pārveidojam? integrējam jaunus elementus? integrējam kādā jaunā elementā? pamainām uzsvarus aprakstā? kādus uzsvarus aprakstā mainām? kādas vērtību prioritātes mums ir? Vai saglabājas tās pašas, vai nāk kāda klāt? (2) Tikai pēc esošās situācijas analīzes, atbilstoši ekspertu ieteikumam, tiek uzsākts darbs pie dizaina paraugu variantiem un saukļu versijām. Arī dizaina variantu un saukļu versiju izstrāde tiek balstīta uz mārketinga komunikācijas un zīmolveidības ekspertu rekomendācijām: cik lielā mērā kādi elementi tiek integrēti dizainā? vai tiek nomainīts tikai nosaukums? vai simboliku novietojam priekšā, aizmugurē, kādi ir varianti? kādas ir rekomendācijas saukļa izmantošanai? vai sauklis tiek saglabāts esošajā redakcijā? vai tiek papildināts, atvasināts, pārfrazēts? Variantu apspriedē tiek jautāts arī sabiedrības viedoklis. (3) Tikai pēc tam, kad ir notikusi šī apspriešana, tālāk seko detalizēta vadlīniju izstrāde, pirmreizējā vadlīniju apspriešana, vadlīniju pieregulēšana.

Minētie procesi ir iekļauti Uzņēmējdarbības un mārketinga departamenta veiktajā tirgus izpētē vizuālās identitātes izstrādei. Saskaņā ar tirgus izpētes rezultātiem, līgums būtu jāslēdz ar SIA "Ozols IR" par kopējo summu 9750 EUR bez pievienotās vērtības nodokļa. Sabiedrisko attiecību speciālisti ir sazinājušies ar "Ozols IR" par iespēju darbus veikt pa etapiem un paturēt iespēju pārtraukt līgumu pēc katra no veiktajiem darbu posmiem. Saskaņā ar uzņēmēja sniegto informāciju, šāda cena piedāvāta par pilna apjoma darbu, kas veido ekonomiskāku finanšu piedāvājumu. Ja pakalpojumu plānots veikt pa etapiem, "Ozols IR" gatavs startēt dizaina izstrādei, prognozējot finanšu piedāvājumu 7500 EUR apmērā. Esošās situācijas analīzei un novērtējuma, rekomendāciju izstrādei sabiedrības iesaistei būtu jāveic atsevišķa tirgus izpēte un jāpiesaista eksperti, atbilstoši tirgus izpētes rezultātiem. Izpētes ietvaros tiktu veikta gan sabiedrības anketēšana, gan organizētas domnīcas vai koprades sanāksmes ar mērķi noskaidrot asociācijas ar simboliem, vērtībām, kā novadu saredz tagad, kā nākotnē. Ekspertu darbs būtu visu šo anketu un apspriežu rezultātu interpretēšana, uz kā pamata tiktu gatavoti priekšlikumi tālākām rīcībām. Indikatīvās izmaksas ekspertu darbam ir sākot ar 3000 EUR. Veicot tirgus izpēti, finanšu piedāvājumi var atšķirties no minētajām izmaksām.

Šo procesu norisē tiek iesaistīti arī sabiedrisko attiecību speciālisti, nodrošinot anketēšanu, saskaņā ar ekspertu ieteikumiem un sagatavotajiem jautājumiem. Ja nepieciešams, iesaistāties arī domnīcu vai koprades darbnīcu vadīšanā. Līdz ko ir bāze vadlīnijām, paralēli Sabiedrisko attiecību nodaļas speciālisti veic integrētās mārketinga komunikācijas plāna izstrādi.

**A.Mačeks** jautā: ja darbs tiek veikts etapos, kurā brīdī ir jāpieņem lēmums par turpmākajām rīcībām – vai vizuālā identitāte paliek tāda pati, vai tiek veikta pielāgošana, vai jauna izstrāde? Varbūt var palikt esošais simbols?

**L.Ārente** akcentē, ka pat gadījumā, ja tiek veiktas izmaiņas tikai aprakstā, to nevar izdarīt mehāniski. Šobrīd Bauskas novads ir pavisam cita teritorija. Jaunizveidotajam Bauskas novadam iedzīvotāju skaits ir par 20 000 vairāk nekā pirms administratīvi teritoriālās reformas. Tas ir gandrīz uz pusi

vairāk. L. Ārente uzskata, ka iedzīvotāji ir gatavi iesaistīties novada vērtību definēšanā ar savu redzējumu.

**A.Mačeks** jautā, ņemot vērā, ka komisijas darbības laikam nav noteikts laika limits, kurā brīdī būtu pirmais nodevums, kad komisija varētu iesaistīties diskusijās par turpmāko lēmumu?

**L.Ārente** skaidro: ja, pamatojoties uz veiktās tirgus izpētes variantiem, tiek noslēgts līgums, tad pēc situācijas izvērtējuma un pēc pirmreizējās dizaina paraugu izstrādes. Otrajā variantā, kur tiek veiktas atsevišķas tirgus izpētes ekspertiem, dizaina izstrādei, lēmums par darbu turpināšanu tiek pieņemts pēc izpētes veikšanas un turpmākajā procesā – pēc dizaina paraugu izstrādes.

**A.Mačeks** atzīmē, ka izmaiņas aprakstošajā daļā tāpat būs, pat ja eksperti paredz, ka simbols var palikt tāds pats.

**L.Ārente:** to, vai vizuālā identitāte mainīsies vai nē, eksperti noteiks pēc veiktās izpētes. Zīmolu veido vizuālais simbols (logotips) un aprakstošā daļa, kā arī vīzija, misija, vērtības, mērķi, kas sasaucas ar stratēģiskās plānošanās dokumentiem. Ir jautājums, vai rīkosimies saskaņā ar zīmolveidības principiem. Vai mums Bauskas novads ir tikpat viendabīgs kā pirms reformas? Ar tiem pašiem uzsvāriem kā līdz reformai? Katra no apvienotajām teritorija ir pienesusi savas vērtības, attīstības vajadzības un uzsvārus. Kopējais koncepts ir pamainījies. 2021.gadā video klipā tūlīt pēc reformas bija ļoti skaidri atspoguļots, ka esam kļuvuši bagātāki ar uzņēmējiem, iedzīvotājiem, kultūras un tūrisma objektiem. Tas viss kopā veido citu kopīgo ainu, kādi mēs izskatāmies kā vieta, kā reģions.

### 3.

#### Diskusijas

**V.Čačs:** Vai eksperti sniegs kādus priekšlikumus anketu sagatavošanai?

**L.Ārente:** Ja tiks veikts darbs etapos, tirgus izpētē tiks iekļautas prasības, ka eksperti uzrauga šo anketas sastādīšanu.

**V.Čačs:** Būtu labi, ja tiktu anketēts pietiekams iedzīvotāju skaits. Nepieciešams noteikt sliekšni.

**A.Hauka:** Pētījumos metodikā ir noteikts, cik jāaptaujā.

**K.Kalējs:** Kādu šodien lēmumu pieņem komisija?

**A.Mačeks:** Mēs noklausāmies iespējamās turpmākās rīcības variantus vienojamies par ziņojumu domei: ko esam konstatējuši, ko iesakām darīt.

**K.Kalējs:** Izvēlamies vai nu pirmo variantu, vai otro? Ja komisija izvēlas, piemēram, pirmo variantu, tad maijā eksperti pateiks, ka viņi izvēlas otro variantu.

**A.Mačeks:** Pirmais variants ir saskaņā ar tirgus izpētes rezultātiem par pilna apjoma darbu. Ņemot vērā, ka tika saņemts kolektīvais iesniegums, līgums netika noslēgts. Otrajā variantā ir jāsludina

divas tirgus izpētes: tiek gatavots jauns darba uzdevums izpētes un situācijas analīzes veikšanai. Iespējams "Ozols IR" atsevišķi uz situācijas izpētes analīzi nemaz nestartēs, jo šādas summas dēļ nav vērts ieguldīt resursus. Kādi būs iesniegtie finanšu piedāvājumu apjomi, nevar paredzēt.

**L.Ārente:** Ja ir trešais variants – izstrādāt jaunu vizuālo identitāti, tas jebkurā gadījumā ir nosakāms pēc ekspertu veiktās analīzes. Darbu etapi no tā nemainās.

**K.Kalējs:** Bet pašvaldība taču preses relīzē rakstīja, ka veidos jaunu „kā dēļ Bauskas novadam taps jauna vizuālā identitāte”. Man priekšā ir relīze. Vismaz virsrakstu lasu tā.

**L.Ārente:** Jebkuras izmaiņas nozīmē, ka būtībā tiek radīts kaut kas jauns. Arī uzņēmēju pārstāvis Jānis Katkevičs iepriekšējā sēdē jau vērsa uzmanību – pat ja tiek veiktas nelielas izmaiņas vizuālajā identitātē – nomainot vārdu "Bauska" uz "Bauskas novads", jebkurā gadījumā veidojas jauna vizuālā identitāte. Esošais simbols tiek atvasināts. Šāds process nevar tikt veikts mehāniski – vienkārši samainot vārdus. Izmaiņas zīmola, tai skaitā vizuālajā identitātē ir jāveic balstoties uz situācijas analīzi, sabiedrības viedokļiem, atbilstoši zīmolveidības un mārketinga komunikācijas ekspertu rekomendācijām. Tāpēc tam nepieciešamas izmaksas. Sabiedriskās attiecības paši to nedara.

Komisija diskutē par bijušo Rundāles un Vecumnieku novadu izmantotajiem simboliem komunikācijā.

**V.Čačs:** Kas izvēlēsies sauukļa versijas? Kas notiek tālāk? Atkal būs deputāti? It kā piedāvāti trīs sauukļa varianti un trīs dizaina varianti.

**L.Ārente:** Dažādas pašvaldības ir gājušas dažādus ceļus. Ir veidojuši darba grupas. Šī komisija jau ir iedziļinājusies šajā jautājumā, līdz ar to varētu būt viens no resursiem, kas izteiktu viedokli. Vairākas pašvaldības ir lūgušas iedzīvotāju viedokli, balsojumu.

**V.Čačs:** Vajadzētu iesaistīt iedzīvotājus, lai neiznāk, ka mēs te visu izlemjam.

**L.Ārente:** Var būt tā, ka komisijai viens variants patīk, bet iedzīvotāji parāda pavisam kaut ko citu.

**I.Bronko-Pastore:** Es nepiedalījos pagājušā sēdē, bet ļoti uzmanīgi izlasīju protokolu. Man jāsaka, ka Uzņēmējdarbības un mārketinga departaments droši vien ir iepazinies, kā gāja ar esošo zīmola izstrādi.

**L.Ārente:** Attālināti esam dzirdējuši.

**I.Bronko-Pastore:** Man šķiet, ka tas mantojums, kas jums ir atstāts, nav tas vieglākais. Arī iepriekšējā sēdē izskanēja, ka esošais zīmols ir tikai Bauskai. Bet arī Bauskā ir iedzīvotāji, kas domā, ka šis zīmols toreiz Bauskā bija nepieciešams tik cik „mironim plāksteris”. Tā gluži nebija vienprātība –mīlēts un visu pieņemts zīmols. Man nav zināšanas marketingā, bet pārstāvot to sabiedrības daļu, kas ir Bauskas vecpilsēta, vecpilsētas kopiena, nezinu, vai ar identitāti un lokālpatriotismu to visu tik viennozīmīgi var savilkt kopā. Tas vairāk ir – pārdot Bauskas novadā notiekošo. Tā vairāk ir mārketinga zīme nevis tas, kas prezentē identitāti un lokālpatriotismu. Mēs katrs pats esam

patstāvīgas domājošas būtnes. Man pie mājas ir Bauskas pilsētas karogs, tāpēc, ka man šķiet, ka Bauskā tas ir ļoti svarīgi. Es zinu, ko man nozīmē Bauska un kādas ir tās vērtības. Un ir arī tā, ka, redzot šo karogu, no Bauskas prasa, kur to var dabūt? Tagad Bauskas vecpilsētā mums jau ir sarunāts, ka mums būs un varēs arī iegādāties. Lasot protokolu, Renārs Manuilovs minēja par mistisku sadraudzēšanos. Var jau būt, ka tāda mistiska sadraudzēšanās nav vajadzīga. Es, piemēram, ļoti lepojos ar to, kas Vecumniekos ir izdarīts ar Sarkano skolu. Es tiešām esmu lepna par to. Gan par skolu, gan par ezeru. Es nemāku teikt par Iecavu, tur ģerbonis, karogs, braucot cauri Iecavai, laikam īsti tā nevar saprast, kam izbrauc cauri. Ja mani, piemēram, kāds uzaicinātu uz plūškoka svētkiem, es priecātos ne mazāk kā par Vimbu svētkiem. Es domāju, ka mums katram ir tas, kā mēs sevi identificējam. Bauskas vecpilsētas organizētajā domnīcā priekšsēdētājam Aivaram Okmanim jautājām, kas ir vienojošais šobrīd, viņš uz šo atbildēja, ka tā ir ģeogrāfiskā teritorija, kas mūs vieno visus četrus iepriekšējos novadus kopā. Var jau būt, ka „karalis ir pliks”? Bet kas mums ir teicis, ka mums vajag tieši tādu pašu kā citiem? Mums ir pilsētas ar nākotni, ar dvēseli, ar rītdienu... Varbūt kopā ar mārketinga speciālistiem jāizdomā. Mums ir šādas četras vienības ar kurām lepoties. Varbūt mums nevajag kaut ko tādu, kas der visiem (jo tas neder nevienam). Jūs, Laura, minējāt, ka arī vietējās kopienas varētu pieņemt. Bet kāpēc? Atbraucot uz Bausku es redzu, ar ko lepojas šī kopiena. Aizbraucot uz Iecavu, uz Vecumniekiem, es redzēju atkal to pašu, bet es gribu redzēt to, kas viņiem svarīgs. Es rūpējos par to, kas man svarīgs, bet tie cilvēki uz vietas rūpēsies par to, kas viņiem svarīgs. Tagad ir rakstīts, ka Bauska ir pilsēta, kur dzīvo lepmi cilvēki, kas grib šeit dzīvot. Situācija – Bauskas muzeja direktore, ejot pa rātslaukumu, vedot delegāciju, nokrita, ceļi pagalam un brilles pagalam. Kam mēs stāstām, ka šī ir vieta, kur dzīvo laimīgi cilvēki. Sajūta, ka tas ir par ātru vai par neveiklu.

Es arī parakstīju kolektīvo iesniegumu. Ir sajūta, ka mums saka: „mums nav maizes, ēdiet kūkas!” Es esmu siguldiete. Siguldiešiem svarīgākais nav S burts un izsaukuma zīme. Mums nevajag sagrūst visu vienā katlā.

**L.Ārente.** Par lēmuma pieņemšanas ātrumu eksperti aicināja nekavēties, neatlikt risinājumu. Tas saistīts ar novada stratēģisko attīstību, Attīstības programmas virzību. Atceros M.Cimermaņa jautājumus par vīziju, misiju, kas ir lielā mērā saistīts arī ar šo jautājumu. Iedzīvotāju viedoklim jābūt.

**A.Mačeks.** Tad ir jautājums – vai mēs nedarām neko vai domājam, ka šis paliek pilsētai? Nedarīt neko ir pats vienkāršākais.

**I.Bronko-Pastore.** Varbūt, ka ir cits veids un cits domāšanas virziens. Pilsētā par šo logo neviens nav ļoti priecīgs un pārlaimīgs, ka iebraucot Bauskā vairs neredzam Bausku. Tās vērtības...

**A.Mačeks.** varbūt nonāksim atpakaļ pie lauvas? Un visi būs laimīgi?

**J.Dūmiņš.** Es par!

**I.Bronko-Pastore.** Es nedomāju, ka visi būs laimīgi.

**A.Mačeks.** Te jau ir tā lielākā nelaime. Minējāt, ka nevajag veidot jaunu, lai nesteidzami, neko nedarām. Klausoties no malas – mēs katrs domājam savā mazajā kopienā. Tāpēc mums ir vajadzīgs speciālistu viedoklis. Cilvēku, kas nav šajā kopienā. Kopienā – vienam būs vienalga, vienam nepatīk, patīk. Šobrīd nav apkopojuma iedzīvotāju viedoklim, kuri izteikuši savu vēlmi bez jebkādas uzspiešanas. Daži izteica domu, ka varbūt vajag nomainīt tikai uzrakstu un viss būs labi. Mēs neviens neesam mārketinga vai zīmolvēdības speciālisti. Varam gaidīt, kad problēma pati atrisināsies, vai visi turēsies katrs pie savām vērtībām – Bauskā, Iecavā, Vecumniekos, Rundālē. Ne jau tas sauklis ir galvenais. Tā ir misija, kopīgs redzējums, kur mēs ejam. Tā ir komunikācija ar sabiedrību, kā mēs paši pasniedzam savu novadu. Mums nākusi klāt Rundāles pils, Vecumnieku ezers. Lietas ko varam iekļaut savā stāstā. Mums vajadzīgs kaut kas tāds, pēc kura mūs pazīst.

**A.Hauka:** Komunikācija vienmēr ir izaicinājums. Ja iedzīvotāji būtu vairāk informēti visās četrās teritorijās vai vienā lielā teritorijā, mums būtu mazāk šādu diskusiju. Varam raudzīties citādāk – visi esam viena teritorija, bet netiek apšaubīts, kas mēs esam individuāli. Būtu labi, ja būtu situācijas izvērtējums – kas ir tas galvenais pagastos. Vai var vai nevar šo visu dažādo salikt kopā? Iespējams, ka katrs turpinās tos iesāktos darbus. Man netraucē ne lilijas ne Mūsa, ne Mēmele, bet diskusijai ir jābūt. Sākotnēji ir jābūt situācijas izvērtējumam. Komunikācijai ar cilvēkiem ir jābūt, lai sajūt iesaisti. Ārpus pašvaldības iestādēm ir daudz spēcīgi novadnieki, kuri varētu sniegt vērtīgu ieguldījumu šajā jomā. Noteikti ir arī mārketinga speciālisti, kas dzīvo ārpus novada.

**K. Kalējs:** Mēs strebjam putru, ko nesis kolektīvais iesniegums. Situācijas apzināšana bija vēlama pirms sākām rakstīt relīzes par vizuālās identitātes izstrādi. Iecavas, Vecumnieku, Bauskas iedzīvotājiem situācijas apzināšana bija vajadzīga pirms tam. Tad varētu spriest, ko darām – veidojam jaunu vai rebrandingojam. Neskatoties, ka iepriekš ekspertes teica, ka nevajag komentāru no iedzīvotājiem. Tad jautājums – kas ir vērtību izpēte, iesaistot iedzīvotājus. Vai tas nav tas, ko iedzīvotāji jau ir darījuši feisbukā, forumos?

**L.Ārente:** Tā ir daļa no visa. Vizuālās identitātes konkurss jau bija vērtību apzināšana. Mērķi bija minēti – lai izceltu ārā Bauskas novada vērtības. Iesniegtajos darbos daudz kas izkristalizējās. Nākamais solis būtu ekspertu darbs pie esošiem stratēģiskās attīstības dokumentiem un mūsu paralēlais darbs pie anketu izstrādes un anketēšanas. Tas ir iepirkts vienā darba uzdevumā, nesaldot etapos. Eksperti norādīja, ka sabiedrībai nevajag jautāt „Patīk” vai „nepatīk”. Iedzīvotājiem jāprasa – kādas ir jūsu vērtības un simboli. Kas ir tas, ar ko jums asociējas Bauskas novads.

**A.Mačeks:** Dīvaini, ka attīstības programmu kopā liekot, no pašvaldības bija iesaistīti daudz cilvēku – iestādes, iedzīvotāji, sabiedriskās organizācijas. Neviens neminēja, ka šo rīcību būtu jāsvīturo. Šis stāsts (par vizuālās identitātes izstrādi) bija jau no pirmās dienas.

**K.Kalējs:** Attīstības programmā, manuprāt, 2024. gadā jautājums bija aktualizējams.

**L.Ārente.** Līdz 2024. gadam.

**A.Mačeks.** Termins nav iecirsts. To var izdarīt līdz 2024. gadam. Varam izdarīt grozījumus un īstenot līdz 2025.gadam. Bet vai to vajag?



**K.Kalējs:** Es gribu saprast, kas ir tās vērtības, ko iedzīvotāji minēja. Es redzēju, ka iedzīvotāji Mentimeter aptaujā kā vērtību minēja maģistrāli – A7. Vai komersants šādu logo īsteno, ja pašvaldība grib no tā tikt vaļā? Tas bija sabiedrisko organizāciju forumā decembrī, Iecavā.

**L.Ārente:** Tas būs mākslinieciskais risinājums. Šobrīd A7 jau ir iedzīvināts vizuālajā identitātē. Visi krustceļi ir atspoguļoti simboliski.

**A.Mačeks:** Speciālisti iedzīvotāju idejas pārvērtēs, ņems vērā kopienu redzējumus un vīzijas.

**I.Bronko-Pastore:** Rīkojot iedzīvotāju aptauju svarīgāks ir zīmols vai tekstuālā daļa? Ja ir dinamika, bezgalība, tā ir tukšvārdība...

**J.Dūmiņš.** Neliks taču slikto ielu raksturojumu.

**I.Bronko-Pastore:** Vai iedzīvotāju aptaujā varēsīm saņemt labos domugraudus? Un kas būs tie, kas izstrādās – vai tie būs cilvēki ar akadēmisku izglītību? Piemēram Nacionālajai operai un baletam nav puantes un taures simbolā. Tur ir vienkārši skaists logo. Varbūt mums visiem ir vajadzīgs skaists logo, kas mums visiem patīk? Es joprojām domāju, kāpēc mēs baidāmies, ka mēs varam būt vairākas kopienas ar kopīgu ceļu un mērķi? Iepriekšējā sanāksmē A. Haukas kundzes komentāros bija jūtams aizvainojums. Vismaz Bauskā mēs nekad neesam par Iecavu tā domājuši. Jūs teicāt, ka Bauskā pieņem sāpīgus lēmumus. Mums atkal liekas, ka Bauskā pieņem pašiem baušļeniķiem sāpīgus lēmumus. Tā ir komunikācija, kas nav notikusi. Kāpēc visiem jābūt vienādiem? Es nekad nevarēšu būt tik lepna par Iecavu, kādi var būt paši iecavnieki.

**A.Mačeks.** Nav runa par to, ka gribam visus salikt vienā maisā.

**R. Manuilovs** aicina atgriezties pie kolektīvā iesnieguma būtības, kas aicina atcelt jauna logo izstrādi. Uzskata, ka mēs nedrīkstam nedarīt neko. Katram pagastam ir ģerbonis, kas jau ir piederības zīme. Arī manam pagastam ir piederības zīme, kas nenāca viegli. Prezentācijā bija parādīts process, kur parādīts plāns iesaistīt sabiedrību. Pirms procesa nevar uztaisīt vēl kādu procesu. Mēs radām vizuālo identitāti novadam. Katrai kopienai jau ir savas vizuālās identitātes. Jādomā nevis kā palikt katram ar savu identitāti. Jāvienojas mums par lēmumu attiecībā uz kolektīvo iesniegumu. Mums jāvienojas, ko darām ar iesniegumu. Manas sajūtas par kolektīvo iesniegumu nebija pret vizuālās identitātes izstrādi. Vai gribat izšķērdēt pašvaldības naudu? Tā iesniegumā netika komunikēts. Man nebija iespēja balsot, ka es gribu jaunu vizuālo identitāti. Uzsāktais process ir jāturpina, nesaskaldot. Skaldīt procesu vēl trijās daļās ir lielāka izšķērdēšana. Arī darbinieku laiks ir izšķērdība. Arī uzņēmējam ir izdevīgi strādāt ar gabaldarbu.

**A. Hauka:** Līdz mēs tikām salaulāti, mēs katrs dzīvojām savā novadā. Iedzīvotāji nav vainīgi. Administrācijas darbs rada ietekmi. Ja jāatbild, vai atstājam esošo logo? – es nepiekrītu. Piekrītu, ka jāfinalizē – vai mēs piekrītam, ka neišķērdējam naudu. Vai piekrītam variantam.

**J. Dūmiņš:** Pārdomas un viedokļi ir dažādi. Sākotnēji es biju par to, ka atstājam esošo logo. Pie tā strādājot, sanāksmes tika organizētas, tika aicināti arī topošā novada speciālisti. Šobrīd, kad esam nonākuši pie tā, ka jādod savs redzējums par vizuālo identitāti, jāsaprot, kas ar to strādās. Ar to strādās

Uzņēmējdarbības un mārketinga departaments. Es redzu, ka departamentam ir redzējums. Esmu dzirdējis dažādas atsauksmes. Respektēšu Uzņēmējdarbības un mārketinga departamenta viedokli. Nevajag baidīties arī no dārgajām mārketinga firmām.

**A.Mačeks:** Kāds ir rezumējums?

**J.Dūmiņš:** Jāuzticas speciālistu viedoklim. Ja būvniecības speciālists pateiks, ka māja nav kārtībā, man jātic.

**LĀrente:** Konsultējoties ar ekspertiem, mēs ņemām vērā speciālistu viedokli.

**J.Dūmiņš:** Strādā arī šis esošais logo, bet es uzskatu, ka mēs nevaram departamentam norādīt, kādā veidā strādāt.

**A.Mačeks:** Vizuālais logotips ir, bet svarīgs ir arī apraksts.

**J.Dūmiņš:** Nevajag baidīties no dārgajiem uzņēmumiem.

**M. Cimermanis:** Paldies par prezentāciju un ļoti labo protokolu. Šis ir daudzšķautņains jautājums. Pēdējos gadus daudz strādāju ar jautājumu par teritoriju attīstību. Ir runa par savstarpēju uzticību varai. Vai vara mūsu ved mūs tur, kur mēs gribam. Pašvaldības vēlēšanu aktivitāte ir kritiski zema. 70% ir pilnīgi vienalga, kas notiek.

Ja mēs runājam par vērtībām, jaunajam novadam iepriekšējās vēlēšanās nostrādājis protests – cilvēki ir ap to mobilizējušies. Kāpēc mēs nevaram vienoties? Labākie piemēri Austrija, Šveice, Alsunga – nekur nav bijuši eksperti. To veido cilvēki paši. Mārketingš veidojas tad, ja ir ko pārdot. Pagaidām mums nav uz kā to veidot. Tad, kad mēs esam sapratuši, kas ir Bauskas novads, tad veidojas vērtības.

Identitāti veido, tad, kad zināmas ir vērtības. Tām (vērtībām) jānāk no cilvēkiem, kas šeit dzīvo – aptverot aptaujā cilvēku masu 70%. Vērtības nedefinē divi cilvēki. M. Cimermanis apraksta Austrijas piemēru par iedzīvotāju līdzdalību: ja liela daļa cilvēku kaut ko vēlas, tad nākamajās vēlēšanās viņi to panāk. Jāiet uz vēlēšanām. Pašvaldības loma – dara to, ko cilvēki vēlas. Bauskā ir spēcīga pretstāve, kas ir biedējoši. Kas tas ir? Nesadarbošanās.

Kā darīt? Tas nav viena mēneša darbs. Atrast kopīgo. Izveidot. Tas ir ilgtermiņa darbs. Bauskas izaicinājums ir, kā panākt, lai masa piedalās. Kas ir tā mana mīlestība pret šo vietu? Skatieties uz ukraiņiem, kā viņi pastāv par savu zemi. Svarīgi neizšķērdēt naudu niekos.

Departaments darīs, to ko mēs radīsim. Vīzija ir jārada: kas mēs esam, kurp mēs ejam. Mums trūkst dialogs. Padomājam kopā, ja mēs varam kā iedzīvotāji kopā radīt, tad tas ir labi. Neesam pret. PRET stāvēšana nav labi. Lai identificētu ar šo vietu, ir svarīgi, ka es gribu šeit dzīvot. Katrs ar savu unikālo. Vizuālo logotipu varēs radīt tikai tad, kad būs zināmas vērtības. Ceļa karte ir prezentācijā. Kad gatavojām attīstības stratēģiju, es piedalījos cītīgi, bet redzēju, ka tas ir dokuments tikai dokumenta pēc. Līderi tam neseko. Alsungas, Štīrijas piemēri – kur pašvaldības identitāti nes paši iedzīvotāji. Bez iedzīvotāju iesaistes tas nenotiks. Katram būs savas vērtības. Bet ir jārada tas foršais.

M. Cimermanis aicina turpināt iesākto darbu. Novadam ir nepieciešama vīzija un cilvēku iesaiste. Šī ir ārkārtīgi svarīga lieta cilvēku saliedēšanai. Šis ir aicinājums sabiedrībai iesaistīties. Īpaši jauniešiem. Eksperti ir vajadzīgi, kas palīdz salikt pa plauktiņiem. Mums jānotic pašiem kopā. Paldies par ierosmēm.

**A.Mačeks:** Rezumējot, kāds ir viedoklis? Turpinām iesākto darbu?

**M.Cimermanis:** Vajadzīga ir jauna Bauskas vīzija. Tas būtu saliedējošs pasākums. Kaut vai referendums. Turpinām darbu, tas svarīgi cilvēku apvienošanai.

**A.Mačeks:** Vai darba uzdevums tirgus izpētē ir terminēts?

**L.Ārente:** Kopīgais darba uzdevums ir uz sešiem mēnešiem. Ja gribam izvērst ļoti plašu auditorijas aptveri, jāpārskata termiņi.

**M.Cimermanis:** Jādomā, kā šajā lietā izmantot internetu. Cilvēki strādā.

**L.Ārente:** Resursi ir iespējami dažādi.

**L. Jankova:** Nosodāma ir nedarīšana, tikpat nosodāma ir darīšana. Sodīsim vai nosodīsim. Iepriekšējās vizuālās identitātes veidošanas procesā notika sabiedrības lokālpatriotisma pieaugums. Redzam emocijas, identificēšanos ar sevi. Baušķeniekiem tas ir kļuvis svarīgs. Cik pārējai teritorijai tas ir svarīgs? Ar jauno procesu – jaunā zīmola izstrāde būs lokālpatriotisma veidošanas process. Vai mums ir svarīgs lokālpatriotisms? Ir grūti uzlikt uz svaru kausiem, cik liela nauda katram procesam nepieciešama. Mums ir vajadzīgs kopīgais – lai šeit būtu ģimenes, kas vēlas dzīvot, lai būtu investori. Ar šo procesu mēs to varam panākt. Es uzskatu, ka ir jāturpina iesākto. Es pievienojos Mārtiņa Cimermaņa teiktajam. Tas ir liels risks. Tas mums dos filozofisko, emocionālo labumu, ko ir grūti izsvērt.

**I. Bronko-Pastore:** Mēs pārsvarā runājam par vizuālo identitāti. Tikko sākam saprast ka svarīgākas būtu arī saturiskais. Nevaru Līgai Jankovai piekrist. Es parakstīju šo iesniegumu, jo bija neveiksmīgs process un es negribu to piedzīvot vēlreiz. Biedrība paši ir veikuši anketēšanu. Mēs ļoti daudz runājam ar vietējo kopienu, ar vietējiem iedzīvotājiem. Anketā atbild uz to, ko mēs jautājam. Svarīgi ir runāt ar cilvēkiem. Varbūt, ka kādam šis simbols veicina lokālpatriotismu. Man ir svarīgi, lai mēs zinām, uz ko mēs ejam. Svarīgs ir saturiskais dokuments, bez tukšvārdības. Nevajag būt visiem vienādiem. Mēs esam dažādi.

**G. Kalniņš:** Komisija izveidota kolektīvā iesnieguma izskatīšanai – nelemjam, kāds šis process būs, kādas apspriešanas, kā viedokļus uzklaušīs. Mums ir jādod domei komisijas redzējums. Ir dzirdēts, ka iesniegums parakstīts, pat nezino, par ko ir iesniegums; esošais logotips ir izstrādāts Bauskā un esam par jums domājuši; kā var nepieņemt zīmolu; nav ko tērēt naudu. Es saprotu, ka par šo ir iesniegums. G. Kalniņš atkārtoti norāda, ka ir jāatbild uz iesniegumu. Pieņemt lēmumu visu pārtraukt un netērēt līdzekļus, vai arī ļaut Uzņēmējdarbības un mārketinga departamentam turpināt darbu vizuālās identitātes izstrādei, kas visam novadam pieņemams. Esošais var palikt Bauskai (pilsētai).

**A. Mačeks:** Ir jāsaprot, ka situācijas izvērtējums būs nepieciešams. Nekur nav garantijas, ka zīmējums (logotips) būs tas pats vai nē. Nekur nav teikts, ka tas būs pilnīgi jauns. Tas būs balstīts uz sabiedrības vērtību definējumu. Komisija apkopo viedokļus un pieņem lēmumu – turpināt vai neturpināt procesu. Kopīgi vienojamies, kādu ceļu ejam. A. Mačeks izsaka iespējamus variantus par sabiedrības iesaisti – kā uzrunāsim; iespējams uzrunāt jauniešus visā novadā, iesaistīt sabiedriskās organizācijas, iesaistīt speciālistus, uzņēmējus.

**J. Dūmiņš:** Ir izveidots [visit.bauska.lv](http://visit.bauska.lv) – mārketinga materiāls. Šis ir tāds filozofisks jautājums, vai vajag vēl visiem vienotu. Tur ir daudz kas līdzīgs. Katrai jomai būs savs logo?

**L. Ārente:** Tas ir tūrisma jomas logo.

**M. Cimermanis:** Mums ir jādomā, kā noturēt cilvēkus. Tam ir nepieciešama stratēģija. Šobrīd izstrādātajai (attīstības stratēģijai) nav sasaiste ar šīm būtiskajām lietām. Stratēģija tika būvēta, kad visi novadi bija vēl atsevišķi.

**A. Mačeks:** Attīstības plānošanas dokumentu izstrādei bija noteikts ministrijas termiņš mērķdotācijas apguvei, tāpēc tika radīta steigā.

**V. Reinfelds:** Jāturpina darbs pie iesāktā. Citādi nākamā reizē atkal kaut kas nepatiks. Ja vienreiz iesākts, tad jāturpina.

**J. Krievs:** Esam visu ko runājuši, bet mēs itin vēl neko neesam norunājuši. Mēs te domājam par iedzīvotāju aptauju. Bet mēs nezinām, ko mēs jautājam. Neprasīsim jau – patīk vai nepatīk, vajag vai nevajag? Ja mēs pieņemam lēmumu, tad mums arī jāpadomā, ko mēs šajā aptaujā vēlamies redzēt. “Katram savs un kopējā nav” – varbūt tā ir vienīgā izeja? Jo mums viss ir uzspiests. Mums uzspieda apvienošanās. Sākās ar jautājumu, vai patīk, vai nepatīk. Kamēr mēs šo runājam – ir kolektīvais iesniegums. Tagad otro reizi sēžam un runājam, ko darīsim. Ir jāmēģina savilkt viss kopā. Varbūt neapstājamies? Nepametam? Mēģinām norunāt kaut ko konkrētu. Ejam tos soļus, kas jāiet. Turpinām no tās vietas, kur esam apstājušies.

**A. Mačeks** vērš uzmanību, ka izskatām iesniegumu – vajag vai nevajag turpināt.

**R. Melgailis:** Darbs ir jāturpina. Ja mums izdosies pēc iespējas vairāk iedzīvotājus iesaistīt, tad rezultāts būs labs. Tā būs zināmā mērā atbilde uz kolektīvo iesniegumu, ka nevajag šķērdēt līdzekļus. Varbūt ir vērts ar vienu uzņēmumu. Varbūt OZOLS IR var darbu turpināt un nedalīt divās daļās. Labāk, ja to dara viens, labāk sasaistīt slēdzienu un vizuāli. Ir jāvirzās uz priekšu. Par metodēm var spriest. Vislabāk ir, ja ir tiešais kontakts, saruna ar respondentu. Nevis mehāniska anketas aizpildīšana, it sevišķi internetā. Varbūt ir tādi priekšlikumi, kas ir anketā ietverti. Darbs ir jāturpina, nauda jāizlieto lietderīgi.

**A. Mačeks:** Variants nav dārgs, jo lielu darbu veicam paši. Lai aptveru maksimāli lielu teritoriju. Jautājumus palīdzēs (eksperti) sagatavot, bet sanāksmes būs jāvada pašiem – sabiedrisko attiecību speciālistiem. Varbūt būs jāiesaistās arī klātesošajiem.

**R. Ābelnieks:** Tā kā kolektīvais iesniegums ir šāds, bet nav kolektīvā iesnieguma, kas nosaka, ka vajadzīgs jauns vizuālis, tad mans viedoklis, ka vajag iepauzēt. Iesniegumā ir galvenais arguments – tēriņi. Varbūt labāk iepauzēt, neķerties pie jaunas identitātes izstrādes. Nav iesnieguma par jaunu identitāti. Kad situācija nobriest, tad jārikojas.

**A. Mačeks:** Mūsu novads slavens ar kolektīvajiem iesniegumiem. Vairāki ir arī noraidīti neatbilstības dēļ. Uz vispārējās Latvijas fona esam rekordisti ar kolektīvo sūdzēšanos un nekā nedarīšanu. Attīstības stratēģija bija un punkts (vizuālās identitātes izstrādei) tika atstāts ar termiņu 2024.gads.

**A. Hauka:** Šī nav izšķērdēšana. Šī ir investīcija. Uz cik gadiem – tas atkarīgs no nākamās administratīvi teritoriālās reformas – būs vai nebūs. Lai tiktu līdz zīmējumam, ir daudzas darbības veicamas. Tās ir netaustāmās lietas, kas nāk šim visam līdzī. Tikšanās ar iedzīvotājiem, aptaujas u.c. Ir jautājums par mārketingu. Ja paliek līdzšinējās četras (vizuālās identitātes), kā Bauskas novads tiks pozicionēts kopumā. Mēs katrs lepojamies ar saviem darbiem. Ir jāturpina iesāktais. Varbūt vienkāršākais ir turpināt esošo tirgus izpēti un risināt šo jautājumu. Ko mēs varam atlikt? Kopība jau šobrīd nav stipra.

**G. Kalniņš:** Jautājums Raitim Ābelniekam – vai tad iepriekšējās identitātes izstrāde tika uzsākta pēc iedzīvotāju iesnieguma saņemšanas?

**A. Mačeks:** Vai esam gatavi doties uz domi ar ziņojumu? Jāformulē viedoklis un ziņojums jāsaskaņo ar visiem komisijas locekļiem. Ieteikt domei turpināt virzību. Ja būs arī “pret” (sagatavoto ziņojumu), tad nākam kopā balsojam. Nevaram sašķēlušies iet ar novedumu. Tas tālāk neveicina sadarbošanos. Domai, kuru mēs pasniedzam, ir jābūt vienotai.

**M. Cimermanis:** Ziņojumā jāiedod virzību, ka saliedējam sabiedrību. Visu interesēs ir panākt vienošos elementus, ko iezīmējam kā novada vērtības.

**J. Dūmiņš:** Esošajā variantā logo nevar būt Bauskas novada identitāte. Ne vizuāli, ne tekstuāli.

**G.Kalniņš:** Iesniegumam jādod atbilde, vai esošais logo der vai neder vienotajam novadam.

**I. Bronko-Pastore:** Mēs tagad nerunājam par logo, bet ka tekstā jāpieliek vērtības, kas nākušas klāt? Vecumnieki, Iecava, Rundāle. Mēs paši nezinām šīs vērtības. OZOLS IR zinās?

**A.Mačeks** atbild, ka tiks veikta izpēte. Kā logo ir darbojies līdz šim, kas pieņem, kas nepieņem. Kādas ir vērtības kopienām. Šīs izpētes nodevums nonāk pie mums. Atbilstoši speciālistu (ekspertu) priekšlikumiem, mums jāpieņem lēmums.

**K. Kalējs:** Uz kolektīvo iesniegumu – varēs atbildēt tikai pēc izpētes, jo kolektīvais iesniegums prasa aicināt pašvaldību pielāgot Bauskas novada vizuālās identitātes vadlīnijas esošajai novada situācijai un turpināt lietot esošo identitāti. Komisija varēs atbildēt uz jautājumu, tikai pēc tam, kad tiks veikta izpēte, ko veiks OZOLS IR.

**L.Ārente:** Vai arī eksperti.

**A.Mačeks:** prezentācijā bija redzams, kādas ir izmaksas, ja darbus sadala pa posmiem – izpēti veic viens, vizuāli cits. Ja eksperti nonāk pie secinājuma, ka nekas neder, ko mēs darīsim?

**I. Bronko-Pastore:** Apstājamies. Sākam ar sabiedrības saliedēšanu. Nerunājam par liliņām un lauvām, bet runājam par vērtībām. Ir problēma. Vizuālā identitāte ar zīmējumu nepadarīs lietas labākas. Nav svarīga līnija pa kreisi vai līnija pa labi. Svarīgi ir, kā mēs dzīvojam kopā.

**A.Mačeks:** Mēs jaukam trīs lietas. Zīmējumu, saukli un stāstu. Zīmējumam jātop pēc stāsta. Ja gaidīsim, nekas labāks nebūs.

**I. Rimševica:** Ja jāatbild uz iesniegumu, tad ir jātērē nauda, lai saprastu iedzīvotāju vajadzības. Beidzam tērēt naudu, sākam darīt to, kas ir jādara. Lai atbildētu uz kolektīvo iesniegumu, ir jāturpina iesāktais darbs.

**J. Krievs:** Jāatbild uz kolektīvo iesniegumu. Ja turpinām darbu tālāk.

**A.Mačeks:** Kopējās sarunās mēs secinājām, ka šādā veidā logo nav piemērojams visam novadam un ir jāslēdz līgums, lai veiktu izpēti. Turpināt darbu pie izvērtēšanas.

**J. Katkevičs:** Lai nobalsotu to, ko iesakām domei: iztērēt mazāk naudu un pielāgot. Vai turpināt darbu. Vai tās būs mazākas izmaksas nekā lielais ceļš?

**L.Ārente:** To grūti pateikt.

**A. Mačeks:** Būs (situācijas) izvērtējums. Ja izrādās, ka esošā (vizuālā identitāte) neder, ko mēs tālāk darīsim? Sludināsim iepirkumu?

**J.Katkevičs:** Var noprast, ka lielākā daļa būs par jauna izstrādi.

**L.Ārente:** Te tā neizskanēja.

**A.Mačeks:** Tā nevar teikt. To varēs pateikt tikai pēc izpētes. Pēc pirmā nodevuma. Pēc sarunām ar iedzīvotājiem. Vai gadījumā ir iespējams pārtraukt šo līgumu? Līgums vēl nav parakstīts.

**G.Kalniņš:** Līgumu var neparakstīt.

**L.Ārente:** Uzņēmējam tas var būt risks. Cenu izpētei nav līguma parauga.

**K. Kalejs:** Gadījumā, ja balsojam, ko kolektīvais iesniegums neprasa, bet prasa pašvaldību pielāgot Bauskas novada vizuālās identitātes vadlīnijas esošajai situācijai un turpināt lietot esošo logo. Tad deputāti, ja balsos, aicinās vai neaicinās piemērot esošo identitāti jaunajai Bauskas novada situācijai. Ja deputāti nobalso, ka nepielāgo esošo logo jaunajai situācijai, tad atliek tikai trešais variants – jauna zīmola izstrāde?

**L.Ārente.** Pielāgot esošo, vai kādu citu risinājumu – nonākam (pie risinājuma) tad, kad esam veikuši pētījumu ar noteiktu izmaksu daļu. Lai noteiktu, vai varam vai nevaram pielāgot, ir nepieciešama izpēte, ar ekspertu iesaisti, kas prasīs izmaksas.

**R. Melgailis** izsaka priekšlikumu par viedokli, ko iekļaut lēmumā: mēs nepielāgojam bez ekspertu un sabiedrības viedokļa noskaidrošanas. Izpētām, konstatējam. Bet tiešā veidā nepielāgojam. Turpināt iesākto procesu.

**K. Kalējs** atzīmē, ka kolektīvais iesniegums ir tapis, jo sākotnēji jau sabiedrībai nebija iespējas izvēlēties – gribam vai negribam. Kaut ko jaunu piedāvāt vai nepiedāvāt. Tad tapa kolektīvais iesniegums, kurā mēs sapratīsim, vai mēs kaut ko jaunu darām vai nedarām.

**A.Mačeks:** Te mēs varam tikai – patīk vai nepatīk. Un tā nedrīkst darīt. Mums nav izvērtējuma.

**K.Kalējs** jautā, vai izvērtējumu nevarēja uzreiz veikt?

**L.Ārente:** Tā ir viena no iepirkuma daļām.

**A.Mačeks:** Tikai pēc izvērtējuma varēs atbildēt uz visiem jautājumiem.

**K. Kalējs:** Nepieciešama lielāka sabiedriskā iesaiste. Ir vairāki kolektīvie iesniegumi. Komunikācija ar iedzīvotājiem visiem ir plašāka. Aicinu padomāt par plašāku komunikāciju ar iedzīvotājiem.

**A.Mačeks:** Vairāk nekā gada garumā nevienam nebija pretenziju pret attīstības programmā iestrādāto. Bija grozījumi. Nevienam nebija jautājumu. Tas ir galvenais stratēģijas dokuments pašvaldībā. Tieši tāpat tiek plānots budžets, departamenti plāno darbus. Ja šādi rīkosimies, mēs visus apstāsimies pie kolektīvā iesnieguma. Varbūt relīze nebija tik pašsaprotama. Zīmolvedība ir jāmacās. Tāpēc ir piesaistīts ārpalpojums ar skatu no malas. Tāpat ir ar izglītības stratēģiju. Kopainu redz no malas.

**R.Manuilovs:** Kolektīvie iesniegumi drīz aizstās „4.studiju” un „Bez Tabu”. Ja es nerodu atbildi preses relīzē, es piezvanu un noskaidroju. Es nerakstu kolektīvo iesniegumu. Iesniegumā nav skaidrs, par ko parakstās, par ko pret.

**A.Mačeks** atgādina par R. Melgaiļa izteikto priekšlikumu komisijas viedoklim: mēs nepielāgojam bez ekspertu un sabiedrības viedokļa noskaidrošanas. Izpētām, konstatējam. Bet tiešā veidā nepielāgojam. Turpināt iesākto procesu.

**R.Melgailis** atzīmē, ka tas neizslēdz tālāko darbību, jebkurā gadījumā no iedzīvotājiem un ekspertiem kādi secinājumi būs. Pat ja viens vārds jāpielāgo, tas process būs. Faktiski ar firmu (OZOLS IR) jāslēdz līgums.

**A.Hauka:** Komisija iesaka, dome pieņem lēmumu.

**Uzņēmējdarbības un mārketinga nodaļas vadītājam** tiek uzdots sagatavot ziņojumu iesniegšanai domei: mēs nepielāgojam bez ekspertu un sabiedrības viedokļa noskaidrošanas. Izpētām, konstatējam. Bet tiešā veidā nepielāgojam. Turpināt iesākto procesu.

**A.Mačeks:** tiks sagatavots gan ziņojums domei, gan protokols. Izsaka priekšlikumu saskaņot ziņojumu elektroniski.

Sēdi beidz 2023. gada 28. martā plkst. 17.20

Sēdes vadītājs



A. Mačeks

Protokolētāja



A. Matuļenko



Cauršūļas un sanūmurskas  
Bauskas novada administrācijas  
Administratīvas nodaļas ielvede  
*L. Stražiņa*  
Bauska, 2022. gada 17. marts