

**Pārskats par
Latvijas valsts simtgades pasākumu plāna 2017.–2021. gadam
īstenošanai piešķirtā valsts budžeta finansējuma
izlietojumu 2018. gadā**

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

(ministrijas vai citas centrālās valsts iestādes nosaukums)

Vietējā tūrisma veicināšanas kampaņa “Atklāj Latviju”

(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	01.06 – 30.06 1. posms – Palaišana un Pirmais maksimālas uzmanības vilnis. Auditorijas pamata piesaiste un iesaiste (no 01.06.), satura veidošana par atklajlatviju.lv vietām (no 01.06.). Mājaslapas atklajlatviju.lv publicēšana (no 22.06). 01.07. – 31.08 2. posms Auditorijas uzmanības noturēšana, izmantojot remārketingu, ka arī jaunas piesaiste, izmantojot reklāmas un PR kanālus. Mājaslapas atklajlatviju.lv tulkošana krievu valodā. 01.09. – 30.09 3. posms – Otrais maksimālas uzmanības vilnis. Maksimālas uzmanības pievēršana, projekta aktualizēšana, izmantojot plašu mediju spektru (lokālie portāli, programmiskas platformas, sociālie tīkli, PR) 01.10. – 31.10 4. posms Auditorijas uzmanības noturēšana, izmantojot remārketingu, ka arī jaunas piesaiste, izmantojot reklāmas un PR kanālus. 01.11. – 30.11 5. posms – Trešais, noslēdzošais maksimālas uzmanības vilnis Maksimālas uzmanības pievēršana, projekta aktualizēšana, izmantojot plašu mediju spektru (lokālie portāli, programmiskas platformas, sociālie tīkli, PR)

<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>	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanas mērķauditorija bija gan latviski, gan krieviski runājoši iedzīvotāji Latvijas teritorijā, kas jau iepriekš ceļojuši pa Latviju un meklē ko jaunu vai neredzētu. Kampanas mērķis nebija sasniegt pilnīgi visus Latvijas iedzīvotājus, tas pat nav iespējams, tāpēc svarīgi bija sasniegt tos, kam ceļošana un braucieni draugu/ģimenes lokā ir ikdiens vai arī nesagādā grūtības; tie, kas neceļo līdz šim, visticamāk, neceļos arī turpmāk. Tāpat kampanas auditorija bija aktīvi, zinātkāri interneta lietotāji, tāpēc jau sākotnēji digitālā vide tika virzīta kā primārā, pieskaņojoties mūsdienīgai komunikācijai un dzīvesstilam. • Kampanas svarīgākais uzstādījums bija dot cilvēkiem pašiem piedalīties satura radīšanā ar savu gaumi un saviem ceļojumiem un reizē iepazīties ar vietām, ko nav radījušas tikai slavenības vai redaktori, bet citi cilvēki, tādējādi identificējoties vienam ar otru, padarot kampanu cilvēcīgāku liberālāku. TD darbā jau cieši tiek strādāts pēc šāda principa, kas ir gan mūsdienīgs, gan daudz produktīvāks mērķauditorijas sasniegšanai • Līdz kampanas beigām 30.11.2018 mazāk nekā sešu mēnešu laikā “Atklāj Latviju” oficiālo mājaslapu ir apmeklējuši 42 000 unikālu lietotāju 205 000 reižu. Mājaslapā ievietotas 237 unikālas fotogrāfijas, kuru autori ir 99 cilvēki – Latvijas apceļotāji, nevis pieaicināti profesionāļi. • Visu kampanas laiku no 01.06.2018 tika nodrošināti publicitātes pasākumi, aicinot Latvijas iedzīvotājus ceļot un piedalīties satura veidošanā. Sešu mēnešu laikā sociālajos medijos sasniegta vairāk nekā 7000 #atklaj un #atklajlatviju un #atklajlatvijunojauna mirkļbirku aktivitāte • Liels ieguldījums ir LIAA Tūrisma departamenta Instagram profilā, ko aktīvi izmantoja “Atklāj Latviju” kampanas laikā – kampanas beigās Instagram kontam bija 21,9 tūkstoši sekotāju, kas ir par 200 % vairāk nekā kampanas sākumā un par 6000 vairāk nekā tika plānots visā kampanas laikā tās sākumā. • LIAA TD apsaimniekotajai “Atklāj Latviju no jauna” lapai kampanas beigās sasniegti 17 781 sekotāji, kas ir 78 % pieaugums no kampanas sākuma. • LIAA FB lapā “Atklāj Latviju no jauna” tika organizēti trīs aktivitātes konkursi, kur sekotājiem bija jāuzmin trīs vietas no jaunās mājaslapas. Konkursi kopumā sasniedza vairāk nekā 44 000 cilvēku, tos noskatījās gandrīz 23 000 reižu, un ar komentāriem izlozēs piedalījās gandrīz 250 cilvēku. • Svarīgi uzsvērt, ka visā kampanas laikā atgriezeniskā saite, ko sniedz soc.mediji, tika izmantota pilnībā – tika veicināta ziņu sūtīšana kanālu menedžeriem, komentēšana, tāpat mirkļbirku lietošana u.c. komunikācijas veidi.
<p>4. Sadarbības partneri (t. sk. reģionu, pilsoniskās sabiedrības u. c. pārstāvji)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanas laikā iesūtīt saturu tika aicināti arī reģionu tūrisma biroji un pašvaldības. Visvairāk to izmantoja Latgales novadi. Izteikti cita sadarbība ar reģioniem, to apvienībām, pilsoniskajām sabiedrībām netika veicināta, lai fokusētos uz konkrētiem, nospraustiem mērķiem. Sadarbība, kā jau minēts

	<p>iepriekš, notika tieši ar iedzīvotājiem.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampanjas mārketinga aktivitātēs kā vēstneši tika piesaistīti vairāki zināmi cilvēki, piemēram, Kārļa Kazāka un Artūra Krūzkopa Velomūzikas tūre pa Vidzemi, kas izpaudās Instagram stāstu un ierakstu formā. Katru caurmērā apskatīja ap 2000 lietotāju • Notika sadarbība ar ģimenes blogu “Viens+Viens” (Toms un Laura Grēviņi), kuri devās uz Latgali un veicināja ceļošanu ar bērniem. • LNT savā raidījumā ar identisku nosaukumu “Atklāj Latviju” bez maksas 4 epizodēs promotēja un izmantoja LIAA organizētās kampanjas mājaslapu. • TV3 raidījums Bez Tabu veidoja īpašu rubriku par Atklāj Latviju kampanju
<p>5. Pasākumu rezultātu ilgspēja/paliekošā vērtība</p>	<ul style="list-style-type: none"> • pēc kampanjas savu darbu turpina ļoti spēcīgi un aktīvi socmediju kanāli ar nu jau divreiz lielāku auditoriju nekā kampanjas sākumā • pēc kampanjas publiski pieejama AtklājLatviju mājaslapa, kurai turpinās statistikas ievākšana, lai izsekotu, cik ļoti pēc kampanjas cilvēki apmeklē vietas, kurās vēl nav bijuši • pēc vairāku gadu pārtraukuma atkal tika atjaunota un stiprināta “Atklāj Latviju” zīmola atpazīstamība un nozīme.
<p>6. Pasākuma publicitāte (t. sk. iespieddarbu, reklāmu, publisko paziņojumu izvietošana, piemēram, tīmekļvietnes adrese, laikraksta, mediju, raidījuma nosaukums utt.)</p>	<p>Kampanjas laikā PR aktivitātes tika koncentrētas tikai un vienīgi digitālajos kanālos.</p> <p>PUBLIKĀCIJAS JŪNIJĀ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. http://www.delfi.lv/turismagids/jaunumi/aicina-atklat-mazzinamas-un-aizmirstas-latvijas-vietas.d?id=50150937 2. http://www.tvnet.lv/apollo/turisms/792165-aicina_ikvienu_piedalities_latvijas_atklasana 3. https://skaties.lv/zinas/reklamraksti/aicina-ikvienu-piedalities-latvijas-atklasana/ 4. https://tvplay.skaties.lv/parraides/tv3-zinas 5. https://replay.lsm.lv/lv/ieraksts/ltv/134216/apkopos-latvijas-skaistakas-un-neparastakas-vietas 6. StarFM intervija 7. StarFM ziņas 8. http://www.leta.lv/press_releases/401A1FDD-45E5-4B8C-8280-041133E162B8/ 9. http://www.reitingi.lv/lv/news/sabiedriba/123109-aicina-ikvienu-piedalities-latvijas-atklasana.html 11. https://www.dzirkstele.lv/vietejas-zinas/pirmo-reizi-vienuviet-tiks-apkopotas-latvijas-skaistakas-un-neparastakas-vietas-no-ikviena-iedzivota-162509 12. https://www.lv100.lv/jaunumi/aicina-ikvienu-piedalities-latvijas-atklasana/ 13. https://nra.lv/izklaide/248852-atklaj-latviju-piedalies-latvijas-skaistako-vietu-saraksta-izveide.htm 14. http://jvestnesis.lv/modules.php?name=News&file=article&sid=15437 15.

http://travelnews.lv/?m_id=18252&i_id=5&pub_id=111459&Aicina-ikvienu-piedalities-Latvijas-atklasana

16. <https://failiem.lv/u/nmbfu3zz>

17. <https://failiem.lv/u/cjbqn9wq>

18. <https://failiem.lv/u/x63p9hhr>

19. <https://failiem.lv/u/zpy6fyg9>

20. <http://www.koceni.lv/zinas/novada-zinas/aicinaikvienupiedalitieslatvijasatklasana>

22. <https://eng.lsm.lv/article/culture/culture/campaign-wants-best-views-of-latvia-online.a283729/>

23. <http://www.reitingi.lv/ru/news/sabiedriba/98831.html>

PUBLIKĀCIJAS JŪLIJĀ PORTĀLOS

1. <http://www.delfi.lv/turismagids/latvija/piecas-ne-visiem-zinamas-vietas-latvija-celotaja-otomara-puces-ieteikumi.d?id=50196375>

2. <http://www.tvnet.lv/apollo/turisms/794584-top-10-latvijas-vietas-ko-atklat-julija>

3. <https://skaties.lv/izklaide/raibumi/celotprieks/atklaj-latviju-no-jauna-julija-skaistako-vietu-top-10/>

PUBLIKĀCIJAS AUGUSTĀ PORTĀLOS

1. <https://www.tvnet.lv/6138925/top-10-latvijas-vietas-ko-atklat-augusta>

2. <http://www.delfi.lv/turismagids/latvija/ne-visiem-zinami-galamerki-latvija-vasaras-izskanai-iesaka-celotajs-otomars-puce.d?id=50323141>

PUBLIKĀCIJAS PORTĀLOS SEPTEMBRI/ OKTOBRI

1. <https://www.tvnet.lv/6414411/top-10-latvijas-vietas-ko-atklat-rudeni>. Raksts tika ievietots portāla pirmajā lapā

2. <http://www.delfi.lv/turismagids/latvija/pieci-galamerki-rudenigaja-latvija-kur-iesaka-doties-celotajs-otomars-puce.d?id=50434081>

3. <https://skaties.lv/izklaide/raibumi/celotprieks/top-10-turistu-vel-neapestas-un-mazak-zinamas-latvijas-perles/>

PUBLIKĀCIJAS PORTĀLOS NOVEMBRI

1. <http://www.delfi.lv/turismagids/latvija/pieci-galamerki-latvijai-par-godu-kur-iesaka-doties-celotajs-otomars-puce.d?id=50566529>

2. <https://www.tvnet.lv/6448937/top10-vietas-kuras-apskatit-tuvojoties-latvijas-simtgadei>

3. <https://skaties.lv/zinas/latvija/sabiedriba/top-10-vietas-kuras-apskatit-tuvojoties-latvijas-simtgadei/>

Sadarbība ar Fenikssfun

Kopā panākta vienošanās par 3 šādiem rakstiem: jūlijā, septembrī un novembrī.

Jūlija raksts: <https://www.fenikssfun.com/kur-doties/atklaj-latviju-no-jauna-8544>

Rudens raksts: <https://www.fenikssfun.com/kur-doties/atklaj-latviju-rudeni-8872>

Novembra raksts: <https://www.fenikssfun.com/kur-doties/atklaj-latviju-novembrii-9020>

	SADARBIBA AR BALTRKIEVIJAS RAIDĪJUMU PAR LATVIJU (no 2 min 55 sec): https://ont.by/news/festival-lajmi-vajkyle-v-yurmale-mnogo-myziki-i-novie-proekti
7. Cita informācija, kas bija būtiska pasākuma īstenošanā	

II. Pasākuma īstenošanas finansiālie rādītāji

euro

Izdevumu klasifikācijas kodi atbilstoši ekonomiskajām kategorijām	Izdevumu klasifikācijas kodu nosaukums atbilstoši ekonomiskajām kategorijām	Plāns	Izpilde	Starpība*
1	2	3	4	5 = 3 - 4
1000–9000	Izdevumi - kopā	85 000	85 000	0
1000–4000; 6000–7000	Uzturēšanas izdevumi	85 000	85 000	0
1000–2000	Kārtējie izdevumi	85 000	85 000	0
1000	Atlīdzība			0
2000	Preces un pakalpojumi	85 000	85 000	0
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			
utt.				

* Starpības pamatojums	
-------------------------------	--

Ministrijas vai citas centrālās
valsts iestādes vadītājs

Andris Ozols
LIAA direktors

(amats, vārds, uzvārds, paraksts)

Sagatavotājs LIAA Tūrisma departamenta vecākais eksperts Mārtiņš Eņģelis

(amats, vārds, uzvārds)

Tālrunis 67039445

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