

**Pārskats par
Latvijas valsts simtgades pasākumu plāna 2017.–2021. gadam
īstenošanai piešķirtā valsts budžeta finansējuma
izlietojumu 2019. gadā**

Tiešās pārvaldes iestāde Latvijas institūts
(ministrijas vai citas centrālās valsts iestādes nosaukums)

Latvijas simtgades programma Latvijas Institutā
(pasākuma nosaukums un pilnais norises laiks)

I. Pasākuma saturiskais pārskats

1. Pasākuma mērķis	<p>Virsmērķis: cildināt Latvija dabas skaistumi, kultūras daudzveidību un Latviešu valodu. Daudzināt Latvijas cilvēku talantus, izcilību, uzņēmīgumu un sasniegumus.</p> <p>Paredzot palielinātu ārvalstu auditoriju interesi par Latviju Latvijas valsts simtgades (turpmāk – LV100) kontekstā mērķis ir nodrošināt ārvalstu auditorijas ar tematiski daudzveidīgu informāciju par Latviju un veicināt pozitīvu publikāciju pieaugumu par Latviju pasaules medijos, sociālajos tīklos un klātienē Latvijas pārstāvniecībās, starptautiskajās izstādēs un tirgos.</p>
2. Īstenoto aktivitāšu apraksts un laika grafiks	<p>Aktivitāšu mērķis: Norise stāsta Latvijas stāstu, dod ieguldījumu Latvijas tēla veidošanā. Norise rada un uztur valsts svētķu sajūtu.</p> <p>2019.gada I ceturksnī LI ir uzsācis darbu pie faktu lapas “Latvia. The Greenovative Country” tulkošanas uz franču, spāņu, vācu, krievu un arābu valodām. Faktu lapa sākotnēji tika izdota angļu valodā un tā sniedz informāciju par Latvijas valsti un sabiedrību, sabiedrībai raksturīgo dzīvesveidu un tradīcijām, uzsvāru liekot uz inovācijām un radošumu. Martā LI iegādājās 12 jaunus fotoattēlus, kas atklāj konceptu Greenovative (zaļš un inovatīvs). Fotoattēli tiks izmantoti LI bezmaksas informatīvajos materiālos un sociālajos medijos ar mērķi popularizēt Latviju nākamajos 100 gados kā zaļu un inovatīvu valsti.</p> <p>LI pēc Latvijas vēstniecības Uzbekistānā aicinājuma gatavo mediju programmu Uzbekistānas kompānijai “Twins Business Company” raidījuma cikla filmēšanai Latvijā. Vizītes mērķis ir iepazīstināt medijus ar Latviju, popularizēt Latvijas valsts simtgadi, tautas tradīcijas un Latviju kā tūrisma mērķi Uzbekistānas auditorijai. Vizīte ir plānota 2019.gada aprīļa pirmajā pusē.</p> <p>LI ir uzsācis gatavošanos pie informatīvas kampaņas veidošanas par godu Baltijas ceļa 30.gadadienai.</p>

2019.gada II ceturksnī LI uzņēma ārvalstu žurnālistu no Čehijas izdevuma *Hospodářské noviny* Martin Ehl, kas rezultējās vairākās publikācijās. Sadarbībā ar “Latvian Literature,” lai popularizētu Latvijas valsts simtgadi un veicinātu Latvijas literatūras atpazīstamību pasaulē, ārvalstu mediju vizītei Rīgā no 2019.gada 4.jūnijam līdz 2019.gada 7.jūnijam tika uzņemts *Putsch Media* galvenais redaktors Matteo Ghisalberti, kas rezultējās vairākās nozīmīgās publikācijās. Periodā turpinājās gatavošanās Baltijas ceļa kampaņai #ActBalticWay - projekta izziņošana, izvērtēšana, kuras rezultātā noslēgts līgums ar TBWA aģentūru.

2019.gada III ceturksnī LI uzņēma ārvalstu žurnālistu grupu no Izraēlas Baltijas ceļa 30 gadu atzīmēšanas periodā, kas veicināja vairāk kā 10 publikāciju tapšanu un fakta un vēsturisko notikumu, kā arī ebreju iesaisti Baltijas ceļa organizēšanā atspoguļošanā. Latvijas Institūta prioritāte – #ActBalticWay radīšana un distribūcija. Video #ActBalticWay izradīts vairāk nekā 40 pasaules valstīs, ne tikai Latvijas diplomātisko pārstāvniecību un diasporas organizētajos pasākumos, vēstniecību rīkotajos pasākumos, bet arī pirms Baltijas filmām filmu festivālos, konferencēs, ar tūrisma saistītajos pasākumos, žurnālistiem un citviet.

2019. gada IV ceturksnī noritēja aktīva darbība pie Valsts 101 dzimšanas dienas komunikācijas – tiek radīta un īstenota, sadarbojoties ar jauniešu startup Kurp.es platforma “Latvija svin 101,” kas kalpo kā testa versija vispārējam pasākumu kalendāram, kuru plānots attīstīt 2020. gadā ar nosaukumu “Ar Latvijas vārdu pasaulē,” kas apkopo notikumus kultūrā, sportā, zinātnē un citās nozarēs, kur iesaistīta Latvijas pārstāvniecība vai dalība individuāli, kolektīvi vai valsts mērogā. Tiek radīts arī jauniešu saturs (auditorija 12 -30 g.v.) sociālajā platformā Instagram - @latvialikesYou, sadarbībā ar jauniešu reklāmas aģentūru HoneyMoonHigh, kas atspoguļojot Latvijai un latviešiem raksturīgas iezīmes, mākslas darbus, fotokarikatūru veidā veicina patriotisko piederību auditorijai valstī iekšienē un viecina izpratni par Latviju un latviešiem ārzemju auditorijai. Noris sarunas ar latviesi.com par platformas “Ar Latvijas vārdu pasaulē” tālāko attīstību un tās nodošanu attīstīšanai lielākajam diasporas medijam. Kā arī pirms Ziemassvētkiem, tiek radīta jauna 10 fotokarikatūru sērija par Latviju un latviešiem, tradīcijām svētkos ārzemju auditorijai un latviešiem visā pasaulē, akcentējot mūsdienīgas paražas. Tiek radītas pastkartes “Latvia likes You” un uzlīmes – distribūcijai lidostas Magnetic telpā, tūristu informācijas centros u.c. vajadzībām.

<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>LI komunicē ar visiem interesentiem un neiedala tos prioritāros vai mazāk svarīgos. Neatkarīgi no ģeogrāfiskā aspekta, LI īstenoto programmu galvenās auditorijas ir:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ārvalstu viesi; 2. jaunieši; 3. tautieši ārvalstīs.
<p>4. Sadarbības partneri (t. sk. reģionu, pilsoniskās sabiedrības u. c. pārstāvji)</p>	<p>Ārlietu ministrija – Latvijas vēstniecības un pārstāvniecības visā pasaulē, Latvijas diasporas organizācijas, Kultūras ministrija, Lidosta Rīga, LIAA, Tautas frontes muzejs, LV 100, Latvijas Radio, Latvijas televīzija, HoneyMoon High, Kurp.es, Latviesi.com u.c.</p>
<p>5. Pasākumu rezultātu ilgtspēja/paliekošā vērtība</p>	<p>Ieguldījums valsts tēla popularizēšanā un atpazīstamības veicināšanā ārvalstīs; Attīstīta piederības sajūta Latvijas valstij un dzīves vietai; Radīta jauna kultūras pieredze un emocijas; Nostiprināts lepnums par Latvijas valsti.</p>
<p>6. Pasākuma publicitāte (t. sk. iespieddarbu, reklāmu, publisko paziņojumu izvietošana, piemēram, tīmekļvietnes adrese, laikraksta, mediju, raidījuma nosaukums utt.)</p>	<p>Visi būtiskie procesi tiek atspoguļoti ar sociālo mediju starpniecību, izsūtītas preses relīzes (kalendārs “Ar Latvijas vārdu pasaulē”), veidojot LIVE sarunu platformā Facebook ar LI vadītāju, par procesiem un pieejamajiem resursiem sadarbības partneri tiek informēti ar e-pastu starpniecību (vēstniecības un diasporas).</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 kodu nosaukums atbilstoši ekonomiskajām kategorijām	Plāns	Izpilde	Starpība*
1	2	3	4	5 = 3 - 4
1000-9000	Izdevumi - kopā	61285.00	52709.33	8575.67
1000-4000; 6000-7000	Uzturēšanas izdevumi	34735.00	28459.33	6275.67
1000-2000	Kārtējie izdevumi	34735.00	28459.33	6275.67
1000	Atlīdzība	10885.00	9311.29	1573.71
2000	Preces un pakalpojumi	23850.00	19148.04	4701.96
3000	Subsīdijas, dotācijas un sociālie pabalsti	0.00	0.00	0.00
7100-7500	Uzturēšanas izdevumu transferti	0.00	0.00	0.00
7310	Valsts budžeta uzturēšanas izdevumu transferti pašvaldībām noteiktam mērķim	0.00	0.00	0.00
7350	Valsts budžeta transferti valsts budžeta daļēji finansētām atvasinātām publiskām personām un budžeta nefinansētām iestādēm noteiktam mērķim	0.00	0.00	0.00
5000; 9000	Kapitālie izdevumi	26550.00	24250.00	2300.00
5000	Pamatkapitāla veidošana	26550.00	24250.00	2300.00

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

Ministrijas vai citas centrālās
valsts iestādes vadītājs

Latvijas institūta direktora p.i. Šarlote Līduma

(amats, vārds, uzvārds, paraksts)

Sagatavotājs direktora p.i. Šarlote Līduma

(amats, vārds, uzvārds)

Tālrunis 67 503 663

E-pasts info@li.lv