

Kampaņas nosaukumā ir jāizmanto “Game Over?” vai “Game On!” projekta nosaukuma daļa?

Kampaņas vizuālajos materiālos un aktivitātēs nepieciešams lietot publiskajā telpā izmantoto projekta nosaukumu “Game On: Neļausim klimata pārmaiņām uzvarēt!”. Projekta juridiskais nosaukums “Game over? Neļausim klimata pārmaiņām uzvarēt!” tiek lietots ar projektu saistītajos dokumentos, piemēram, līgumos, rēķinos u. tml.

Vai iespējams piedāvājumu sagatavot arī ar aktivitātēm, kuru termiņš ir garāks nekā iepirkumā noteiktais?

Ja piedāvājuma iesniedzēja ieskatā aktivitātes, kuru termiņš ir garāks par iepirkumā noteikto kampaņas īstenošanas termiņu, palīdz efektīvāk sasniegt kampaņas mērķi, piedāvājuma iesniedzējs var gatavot pieteikumu ar ilgāku kampaņas īstenošanas termiņu, bet ne vēlāk kā līdz 2023. gada 30. jūnijam.

Tehniskās specifikācijas darba uzdevumā punktā nr. 2 un nr. 5 ir izvirzītas šādas prasības:

- **Jāveido sadarbība ar vienu vai vairākiem pasākumu organizatoriem, organizējot pasākumu atbilstoši digitālajā pasākumu zaļināšanas rokasgrāmatā atrodamajiem ieteikumiem;**
- **Jāīsteno viens rokasgrāmatas atklāšanas pasākums vai aktivitāte.**

Vai ar to ir saprotams, ka jāorganizē divi atsevišķi pasākumi vai tos var apvienot vienā pasākumā?

Piedāvājuma iesniedzējam ir iespēja izvēlēties rīkot atsevišķu rokasgrāmatas atvēršanas pasākumu, vai rīkot to kā daļu no lielāka pasākuma, kurā sadarbībā ar vienu vai vairākiem pasākumu organizatoriem tiek veidots pasākums atbilstoši rokasgrāmatā atrodamajiem ieteikumiem.

Finanšu piedāvājumā kā pozīcija iekļauta "Kampaņas radošā koncepta izstrāde, komunikācijas ideju izstrāde, vizuālu izstrāde". Vai ir noteikts kampaņas vizuālo materiālu skaits, izmēri un formāts?

Kampaņas vizuālo materiālu skaits, izmēri un formāts nav noteikts.

Vai iespējams pieteikties tikai uz daļu no darbiem, respektīvi, vizuālo materiālu radīšanu?

Nav iespējams pieteikties tikai uz daļu kampaņas iepirkumā minēto darba uzdevumu izpildi, piedāvājums jāgatavo atbilstoši visām tehniskajā un finanšu piedāvājumā izvirzītajām prasībām.

Nolikumā minēts, ka jāizstrādā kampaņas vizuālie materiāli, tostarp viens vai vairāki video, kas iepazīstina ar rokasgrāmatas lietošanu. Vai varat, lūdzu, komentēt, kā tieši iecerēti video? Kāda ir vīzija par to izskatu un publicēšanas veidiem (vai tas ir paredzēts kā klips/i sociālajiem tīkliem)?

Kampaņas video izstrādē ir jāņem vērā projekta "Game On: Neļausim klimata pārmaiņām uzvarēt!" vizuālā identitāte, taču materiālu garumu, estētiku un publicēšanas veidus nosaka

piedāvājuma sniedzējs atbilstoši saviem ieskatiem par to, kā efektīvi sasniegt prasīto kampaņas mērķauditoriju. Ir iespējams izmantot Latvijas Dabas fonda vietnes Instagram, Facebook, Twitter un YouTube un/vai piedāvāt citus video izplatīšanas kanālus.