

APSTIPRINĀTS
Nodibinājuma “Latvijas Dabas fonds”
iepirkuma komisijas
2025. gada 26. novembra klātienes sēdē
protokols Nr.1
Iepirkuma komisijas priekšsēdētāja
Laura Zvingule

ORIGINĀLS

CENU APTAUJAS

Komunikācijas kampaņas par apritīgo lauksaimniecību
izstrāde un īstenošana

projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE
“Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas
ilgtspējīgai un klimatom draudzīgai apsaimniekošanai”
vajadzībām (ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02)

NOLIKUMS

Rīgā, 2025

I. VISPĀRĪGĀ INFORMĀCIJA

1.1. Vispārīgā informācija

Cenu aptauju veic:	Nodibinājums "Latvijas Dabas fonds"
Reģistrācijas numurs:	40008019379
Juridiskā un fiziskā adrese:	Blaumaņa iela 32-8, Rīga, LV-1011
Tālrunis:	67830999
E-pasts:	ldf@ldf.lv
Projekta nosaukums:	101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE "Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai". Turpmāk tekstā LIFE UpcyclingGrass

1.2. Cenu aptaujas priekšmeta apraksts un termiņi

- 1.2.1. Komunikācijas kampaņas par aprītīgo lauksaimniecību izstrāde un īstenošana saskaņā ar Tehnisko specifikāciju (Pielikums Nr.1).
- 1.2.2. Iepirkuma priekšmets nav sadalīts daļās un pretendents drīkst iesniegt tikai 1 (vienu) piedāvājuma variantu.
- 1.2.3. Piedāvājumam maksimālais pieejamais budžets ir 17 000.00 EUR (septiņpadsmit tūkstoši eiro, 00 centu), neiekļaujot PVN.
- 1.2.4. Kopējais pakalpojuma līguma plānotais izpildes termiņš ir līdz 2026. gada 31. martam ieskaitot.

1.3. Cenu aptaujas nolikuma saņemšana un informācijas apmaiņas kārtība

- 1.3.1. Ar cenu aptaujas nolikumu var iepazīties Latvijas Dabas fonda (turpmāk tekstā LDF) mājaslapā internetā www.ldf.lv, sadaļā "Iepirkumi".
- 1.3.2. Pretendenti var savlaicīgi rakstiski pieprasīt papildu informāciju un iesniegt jautājumus par cenu aptaujas dokumentos iekļautajām prasībām. Pretendenta lūgumi pēc papildu informācijas, un uzdotie jautājumi nosūtāmi rakstiski uz e-pasta dresi ldf@ldf.lv. Pēdējais informācijas sniegšanas termiņš – 16.12.2025.
- 1.3.3. Mutiski uzdoti jautājumi un Pasūtītāja sniegtās atbildes nav juridiski saistošas nevienai no cenu aptaujā iesaistītajām pusēm.
- 1.3.4. Saziņa starp pasūtītāju (iepirkuma komisiju) un ieinteresētajiem piegādātājiem cenu aptaujas ietvaros notiek rakstiski un latviešu valodā, kā arī visa informācija tiks ievietota LDF mājaslapā internetā – www.ldf.lv, sadaļā "Iepirkumi".
- 1.3.5. Pretendentu rakstiski iesniegtie jautājumi un iepirkuma komisijas atbildes uz tiem kļūst saistošas visiem cenu aptaujas iespējamajiem Pretendentiem ar to paziņošanas brīdi LDF mājaslapā internetā.

1.4. Piedāvājuma iesniegšana, noformēšana un atvēršanas vieta, datums un kārtība

- 1.4.1. Ieinteresētās personas piedāvājumus var iesniegt līdz 2026. gada 6. janvārim ieskaitot. Piedāvājumi, kas iesniegti pēc minētā termiņa, netiks izskatīti.
- 1.4.2. Piedāvājumus var iesniegt tikai elektroniska dokumenta veidā, kas parakstīts ar drošu elektronisko parakstu, tos sūtot uz e-pastu ldf@ldf.lv. Dokumentiem ir jābūt saņemtiem līdz **2026. gada 6. janvāra plkst. 16.00**. Piedāvājums, kas iesniegts elektroniska dokumenta veidā, skaitās iesniegts un saņemts, ja uz iesniedzēja norādīto e-pastu atnāk apstiprinoša vēstule no Latvijas Dabas fonda par piedāvājuma saņemšanu. Piedāvājuma atvēršana un elektroniskā paraksta identitātes un derīguma pārbaude tiks veikta tikai pēc piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām.
- 1.4.3. Piedāvājumam ir jāatbilst sekojošam noformējumam:
 - Tam jābūt izstrādātam atbilstoši Elektronisko dokumentu likumā un 28.06.2005. Ministru kabineta noteikumos Nr.473 „Elektronisko dokumentu izstrādāšanas,

noformēšanas, glabāšanas un aprites kārtība valsts un pašvaldību iestādēs un kārtība, kādā notiek elektronisko dokumentu aprīte starp valsts un pašvaldību iestādēm vai starp šīm iestādēm un fiziskajām un juridiskajām personām” noteiktajām prasībām.

- Visi iepirkuma dokumenti ir jāapvieno vienā iesniedzamā dokumentā – piedāvājumā. Piedāvājumam jābūt parakstītam ar drošu elektronisko parakstu un apliecinātam ar laika zīmogu pirms piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām. Piedāvājums ir jāparaksta personai, kurai publiskos reģistros ir reģistrētas tiesības pārstāvēt iesniedzēju vai pilnvarotai personai, šādā gadījumā pievienojot pilnvarojumu apliecināšu dokumenta oriģinālu vai apliecinātu kopiju. Pilnvarotā persona nedrīkst pārstāvēt vairāk par vienu pretendentu.
- Piedāvājums jā sagatavo datorrakstā latviešu valodā, dokumentus svešvalodās jāiesniedz kopā ar tulkojumu latviešu valodā. Tulkojuma pareizību pretendents apstiprina ar savu parakstu. Pretendents normatīvajos aktos noteiktā kārtībā ir atbildīgs par tulkojuma pareizību un atbilstību oriģinālam.
- Piedāvājums iesniedzams e-pastā, kur:
 - Tematā (*Subject*) ir jānorāda “Piedāvājums cenu aptaujai ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02”
 - E-pasta tekstā (*message*) ir jānorāda pretendenta nosaukums, reģistrācijas numurs un adrese, kā arī atzīme “Piedāvājums cenu aptaujai “Komunikācijas kampaņas par aprītīgo lauksaimniecību izstrādi un īstenošana projekta LIFE UpcyclingGrass vajadzībām”. Neatvērt līdz 2026. gada 7. janvāra plkst. 10:00.

1.4.4. Piedāvājumu atvēršanas sanāksme ir slēgta.

1.4.5. Piedāvājumi, kuri nebūs noformēti atbilstoši cenu aptaujas nolikuma prasībām, netiks izskatīti un vērtēti;

1.5. Piedāvājuma derīguma termiņš

1.5.1. Pretendenta iesniegtais piedāvājums ir saistošs līdz pakalpojuma līguma noslēgšanai, bet ne mazāk kā 60 (sešdesmit) dienas no piedāvājuma iesniegšanas termiņa beigām.

II. PRASĪBAS PRETENDENTIEM

2.1. Nosacījumi pretendenta dalībai cenu aptaujā

2.1.1. Pretendents normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā ir reģistrēts Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā vai citā pretendenta saimnieciskai darbībai atbilstošā reģistrā, vai līdzvērtīgā reģistrā ārvalstīs atbilstoši attiecīgās valsts normatīvo aktu prasībām.

2.1.2. Pretendentam nav konstatēts, ka piedāvājumu iesniegšanas termiņa pēdējā dienā Latvijā vai valstī, kurā tas reģistrēts vai kurā atrodas tā pastāvīgā dzīvesvieta, nav nodokļu parādi, tai skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādi, kas kopsummā kādā no valstīm pārsniedz 150 EUR (simtu piecdesmit eiro, 00 centi).

2.1.3. Piedāvājuma iesniegšanas termiņa pēdējā dienā pretendents nav pasludināts maksātnespējas process (izņemot gadījumu, kad maksātnespējas procesā tiek piemērots uz parādnieka maksātnespējas atjaunošanu vērsts pasākumu kopums), apturēta tā saimnieciskā darbība vai pretendents tiek likvidēts.

2.1.4. Pretendentam iepriekšējo 3 (trīs) gadu periodā (2023., 2024. gadā un 2025. gadā) ir pieredze digitālo kampaņu izstrādē un īstenošanā. Pieredze ar vides un/vai sociālo tēmu kampaņām tiks uzskatīta par priekšrocību.

2.1.5. Pretendents nav ārzonā reģistrēta juridiskā persona vai personu apvienība.

III. IESNIEDZAMIE DOKUMENTI

3.1. Pretendentu atlases dokumenti

- 3.1.1. Pretendenta pieteikums dalībai cenu aptaujā (Pielikums Nr.2). Pieteikumu paraksta pretendenta vadītājs vai vadītāja pilnvarota persona.
- 3.1.2. Pilnvara vai tās kopija attiecīgajai personai pārstāvēt pretendenta intereses, ja piedāvājumu paraksta persona, kam nav normatīvajos aktos noteiktā kārtībā reģistrētas pārstāvības tiesības (piedāvājumu paraksta, tam pilnvarota persona);
- 3.1.3. Kampanas koncepta un finanšu piedāvājums (Pielikums Nr.3) sagatavots saskaņā ar Tehniskajā specifikācijā (Pielikums Nr.1) noteiktajām prasībām.
- 3.1.4. Pretendenta pieredzes apraksts, kurā jābūt iekļautiem veiktajiem darbiem vides un/vai sociālajā tematikā atbilstoši Pielikumā Nr. 4 norādītajam.
- 3.1.5. Nolikuma 2.1.1. un 2.1.3. punktā izvirzītās prasības Pasūtītājs pārbauda Latvijas Uzņēmumu reģistra datu bāzē. Pretendents, kas ir reģistrēts ārvalstīs, iesniedz komersanta reģistrācijas apliecības kopiju vai līdzvērtīgas iestādes izdotu dokumentu, kas ir atbilstošs attiecīgās valsts normatīviem aktiem.
- 3.1.5. Ja pretendents ir ārvalstīs reģistrēts uzņēmums, tad tam jāiesniedz attiecīgās ārvalsts kompetentās institūcijas sagatavota izziņa angļu valodā, kas apliecina, ka: 1) pretendents nav pasludināts maksātnespējas process – tas neatrodas likvidācijas stadijā, un tā saimnieciskā darbība nav apturēta; 2) pretendents attiecīgajā ārvalstī nav nodokļu parādu, tajā skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādu, kas kopsummā pārsniedz 150EUR (simtu piecdesmit eiro, 00 centi).
- 3.1.6. Nolikuma 2.1.2. punktā izvirzītās prasības Pasūtītājs pārbauda LR Valsts ieņēmumu dienesta publiskojamā datu bāzē.

IV. PIEDĀVĀJUMA IZVĒLES KRITĒRIJI

- 4.1. Piedāvājumu izvēles kritērijs ir saimnieciski izdevīgākais piedāvājums. Komisija izvēlas saimnieciski visizdevīgāko piedāvājumu, ņemot vērā šajā sadaļā norādītos kritērijus, to skaitliskās vērtības un pamatojoties uz šajā sadaļā norādīto vērtēšanas metodes aprakstu.
- 4.2. Piedāvājumus vērtē pēc punktu metodes, par labāko piedāvājumu piešķirot lielāko punktu skaitu, kas noteikts konkrētam izvēles kritērijam. Maksimālais punktu skaits ir 100 punkti.
- 4.3. Par saimnieciski visizdevīgāko iepirkuma komisija atzīs tā pretendenta piedāvājumu, kas būs ieguvis lielāko punktu skaitu saskaņā ar iepirkuma nolikumā noteiktajiem piedāvājumu vērtēšanas kritērijiem.
- 4.4. Saimnieciski visizdevīgākā piedāvājuma vērtēšanas kritēriji:

<i>Nr. p/k</i>	<i>Vērtējamais kritērijs</i>	<i>Punktu skaits</i>
1.	Pakalpojuma cena EUR bez PVN	40
2.	Kampanas koncepta kvalitāte, taktikas apraksta kvalitāte un atbilstība projekta vajadzībām un mērķiem	35
3.	Pretendenta pieredze	25
	Kopā	100

- 4.5. Pretendentam, kura finanšu piedāvājumā norādīta zemākā cena euro bez PVN, dotajā kritērijā tiek piešķirts maksimālais punktu skaits šajā kritērijā – 40 punkti. Pārējiem

piešķiramos punktus aprēķina, izmantojot šādu formulu: $(C_x/C_y) \times P$, kur C_x – lētākā piedāvājuma cena, C_y – vērtējamā piedāvājuma cena un P – nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits cenai.

- 4.6. Kampanas koncepta kvalitāte, taktikas apraksta kvalitāte un atbilstība projekta vajadzībām tiek vērtēta atbilstoši Pretendenta tehniskajā piedāvājumā iekļautajai informācijai. Augstāko vērtējumu (35 punkti) saņem pretendents, kura piedāvājums tiks novērtēts kā visatbilstošākais. Pārējiem piedāvājumiem tiek piešķirts proporcionāls punktu skaits.
- 4.7. Pretendenta pieredze tiek vērtēta atbilstoši pretendenta piedāvājumā norādītajiem datiem. Augstāko vērtējumu (25 punkti) saņem pretendents, kura pieredze tiks novērtēta kā visatbilstošākā. Pārējiem piedāvājumiem tiek piešķirts proporcionāls punktu skaits.
- 4.8. Katrs konkursa komisijas loceklis sastāda savas atsevišķas (individuālas) saimnieciski izdevīgākā piedāvājuma vērtēšanas tabulas katra pretendenta piedāvājuma novērtēšanai, atbilstoši augstāk norādītajiem kritērijiem.
- 4.9. Komisijas locekļu individuālie vērtējumi tiek apkopoti kopsavilkuma (kopējā vērtēšanas) tabulā saimnieciski visizdevīgākā piedāvājuma noteikšanai, atbilstoši augstāk norādītajiem kritērijiem.
- 4.10. Ja komisija, pirms pieņem lēmumu par pakalpojuma līguma slēgšanu, konstatē, ka vairāku Pretendentu piedāvājumi ir ar vienādu punktu skaitu, lēmumu pieņem komisijas priekšsēdētājs.
- 4.11. Gadījumā, ja iepirkumam tiks iesniegts tikai viens piedāvājums, kas pilnībā atbildīs nolikuma prasībām un paredzētajiem finanšu līdzekļiem, pretendents, kas iesniedzis šo piedāvājumu, var tikt atzīts par iepirkuma uzvarētāju.

V. PAKALPOJUMA LĪGUMS

- 5.1. Pasūtītājs par iepirkumu slēgs pakalpojuma līgumu ar izraudzīto pretendentu, pamatojoties uz pretendenta iesniegto piedāvājumu, pasūtītāja komentāriem un saskaņā ar nolikuma noteikumiem.
- 5.1. Līgums paredz avansa maksājumu ne lielāku kā 30% no kopējās līguma summas.

VI. PIELIKUMI

Pielikums Nr. 1 – Tehniskā specifikācija.

Pielikums Nr. 2 – Pieteikums dalībai cenu aptaujā (veidne).

Pielikums Nr. 3 – Tehniskais un finanšu piedāvājums (veidne).

Pielikums Nr. 4 – Pretendenta pieredzes apraksts (veidne)

Pielikums Nr. 5 – Projekta LIFE UpcyclingGrass vizuālās identitātes rokasgrāmata

Pielikums Nr. 6 – Projekta integrētā mārketinga un komunikācijas stratēģija

TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA – DARBA UZDEVUMS

projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE
 “Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas
 ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai”
 vajadzībām (ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02)

Iepirkuma priekšmets: Komunikācijas kampaņas par apritīgo lauksaimniecību izstrāde un īstenošana projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE “Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai” vajadzībām.

Darba izpildes termiņš: no līguma noslēgšanas brīža līdz pilnai saistību izpildei, bet ne vēlāk kā **2026. gada 31. martā.**

Darba izpildes vieta: Latvija

Projekta mērķis ir izstrādāt, pārbaudīt un demonstrēt dažādas novatoriskas tehnoloģiskas pieejas klimatam labvēlīgai zālāju apsaimniekošanai un zālāju biomasas apritīgai izmantošanai, ilgtspējīgu un ekonomiski konkurētspējīgu lauksaimniecības produktu ražošanai un izmantošanai lopkopībā, augkopībā, dārzkopībā un mežsaimniecībā.

Projektu realizē nodibinājums Latvijas Dabas fonds ar partneriem: SIA Sita Nature Park, SIA Bioefekts, LVMI Silava un biedrību Baltijas Krasti.

Projekta aktualitāte:

- Dabiskie zālāji Latvijā izzūd - tie aizņem vien 0,9% no valsts teritorijas. Lai zālājus saglabātu un atjaunotu, tie ir regulāri jānopļauj. Bieži vien nopļautā zāle netiek izmantota, jo nav piemērota lopbarībai vai arī zāles ir par daudz un to neizdodas realizēt. Rodas pārpalikums – zāles biomasa.
- Samazināt lauksaimniecības ietekmi uz vidi un klimatu, t.sk. aizstāt kūdru ar klimatam draudzīgākām alternatīvām. Kūdras produktu ražošana ir ar ievērojamu ietekmi uz klimatu. Tirgū vajadzīgi jauni produkti, kas piedāvā klimatam draudzīgākas alternatīvas.

2025. gada pavasarī projektā “LIFE UpcyclingGrass” SIA **Sita Nature Park** iegādāta un uzstādīta **mobīlā granulu ražošanas iekārta**, kurā zāles biomasa (siens) tiek pārstrādāts zāles granulās. Uz doto brīdi saražotas pirmās granulu tonnas no Sitas un Pededzes palienē ievāktās zālāju biomasas. Granulas jau piegādātas izpētei projekta partnerim **SIA Bioefekts**, kas uz tām testē dažādu mikroorganismu audzēšanu, lai tālāk izstrādātu un izmēģinātu jaunus produktus – **pakaišus dzīvniekiem ar mikroorganismu bagātinājumu un kompostēšanas veicinātāju, stādu substrātu ar mikroorganismiem, mikrobioloģiskos mēslojumus un mājlopu papildbarību.**

Vairāk par projektu var uzzināt šeit: <https://upcyclinggrass.ldf.lv/>

Kampaņas fons (konteksts):

1. **Dabiskajiem zālājiem** (LDF komunikācijā plašai sabiedrībai tie tiek saukti arī par dabiskajām pļavām) raksturīga augsta bioloģiskā daudzveidība, un tie nodrošina daudzus cilvēces eksistencei un labklājībai fundamentālus ekosistēmu pakalpojumus. Dabiskie zālāji ir viena no būtiskākajām dabas vērtībām Latvijā. Dabiskie zālāji izzūd – šobrīd tie saglabājušās tikai 0,9% Latvijas teritorijas (pirms 100 gadiem tie bija 30%). Samazinājums notiek, jo mainās saimniekošanas prakses laukos un palielinās monokultūru un industriālās lauksaimniecības ietekme. Dabiskie zālāji izzūd tur, kur tie tiek mēsloti, uzarti vai pārvērsti par kultivētu zālāju, labības vai rapšu lauku. Tie aizaug un izzūd arī tur, kur laukos ilgstoši nenotiek saimniekošana.

2. **Lauksaimniecība** Latvijā un Eiropā kopumā saskaras ar vairākiem **izaicinājumiem**: augsnes degradāciju, bioloģiskās daudzveidības samazināšanos, ūdens piesārņojumu un siltumnīcefekta gāzu emisijām. Tradicionālās, lineārās ražošanas pieejas (ražot–lietot–izmest) rada resursu zudumus un atkritumus, kas netiek pilnvērtīgi izmantoti. **Aprites lauksaimniecība** piedāvā pretēju pieeju — veidot sistēmas, kurās blakusprodukti kļūst par jaunu produktu izejvielām, un bioloģiskie resursi tiek izmantoti ilgtspējīgi. Tomēr sabiedrības un lauksaimnieku informētība par šādas pieejas iespējām un ieguvumiem joprojām ir nepietiekama.

Šī kampaņa kalpos kā izglītojošs instruments, kas stiprinās projekta LIFE UpcyclingGrass atpazīstamību klimata izmaiņu mazināšanas kontekstā un palīdzēs integrēt aprites domāšanu Latvijas lauksaimniecības nozarē ilgtermiņā.

Komunikācijas kampaņas mērķi:

1. Veidot izpratni par aprites lauksaimniecības principiem, tās pieeju un ekonomiskajiem ieguvumiem, informēt un iesaistīt lauksaimniekus, politikas veidotājus un sabiedrību.
2. Iepazīstināt ar projektu LIFE UpcyclingGrass, tā aktualitāti/problemātiku un potenciālu. Veidot projekta atpazīstamību gan mērķauditorijās, gan plašā sabiedrībā, tādā veidā sagatavojot komunikācijas kontekstu tālākai projekta komunikācijai par konkrētiem produktiem.

Komunikācijas kampaņas galvenie vēstījumi:

1. Aprites lauksaimniecība ir lauksaimniecības prakse, kas balstās uz resursu atkārtotu izmantošanu, atkritumu samazināšanu un pārveidošanu par resursiem un dabisko ciklu atjaunošanu lauksaimniecībā. Tā piedāvā risinājumus klimata pārmaiņu mazināšanai, bioloģiskās daudzveidības saglabāšanai un lauku ekonomikas stiprināšanai. Aprites lauksaimniecība ir daļa no aprites ekonomikas.
2. Projektā LIFE UpcyclingGrass mēs dodam zālei jaunu dzīvi. Mēs ražojam granulas no dabisko zālāju biomasas, tādā veidā apsaimniekojot un saglabājot dabiskos zālājus. No granulām mēs radām produktus ar pievienoto vērtību, kas palīdz veidot videi draudzīgāku mežsaimniecību, lopkopību, dārzkopību, augkopību, mazinot to ietekmi uz vidi un klimatu. Tādā veidā apvienojas ieguvumi ražotāju biznesam, dabai un klimatam.
3. Zāles granulas aizstāj šobrīd tirgū esošos neatjaunojamus lauksaimniecības un mežsaimniecības produktus ar produktiem no dabisko zālāju biomasas.

Kampaņas aicinājums uz rīcību:

1. Aicināt lauksaimniekus un uzņēmējus dalīties pieredzē par apritīgas saimniekošanas pieeju savā saimniecībā vai uzņēmumā, kā atkritumus un atlikumus iespējams pārvērst vērtīgos produktos;
2. Aicināt lauksaimniekus, mežsaimniekus un dārzkopjus, dabisko zālāju īpašniekus un plašāku sabiedrību iepazīties un sekot līdzi projekta LIFE UpcyclingGrass attīstībai – mājaslapai, sociālajiem medijiem

Komunikācijas kampaņas mērķauditorija:

- Mērķa grupas:
 1. Lauksaimnieki (lopkopji, augkopji)
 2. Mežsaimnieki
 3. Dārzkopji
 4. Dabisko zālāju īpašnieki
- Plaša mērķa grupa: plaša sabiedrība – Latvijas iedzīvotāji

Prasības komunikācijas kampaņas realizācijai:

- Kampaņa jāatbalsta ar pirkto mediju taktiku, satura mārketingu un sabiedriskajām attiecībām.
- Jāizstrādā komunikācijas kampaņas radošais koncepts, tostarp jānoformulē nosaukums un devīze.

- Jāizveido komunikācijas kampaņas taktika, laika plāns un izraudzīto komunikācijas kanālu pamatojums.
- Jāizstrādā kampaņas vizuālā identitāte un pamata vizuālie elementi, tai skaitā: vizuālais kampaņas vadošais materiāls – plakāts.
 - citi vizuāļi: banneris mājaslapai, pirktajiem medijiem nepieciešamie vizuāļi.
 - vizuālie materiāli sociālajiem tīkliem;
 - kampaņas « landing » lapa, ko integrēt projekta mājaslapā, uz kurieni virzīt no digitālajiem medijiem.
- Jāveido sabiedrisko attiecību saturs – preses ziņas, intervijas, pētniecības raksti utml.
- Mediju sadarbības projekts (pirktais mediju saturs).
- 2 izglītojoši video, kas uzsāk 10 videostāstu sēriju/kopumu (tiks realizēts tālāk projekta gaitā).

Komunikācijas kampaņas īstenošanas laiks: 2026. gada februāris – marts

Kampaņas plānotā sasniegtā auditorija – vismaz 200 000 cilvēku.

Prasības komunikācijas kampaņas piedāvājuma sagatavošanai:

- Komunikācijas kampaņas radošā koncepta īss apraksts un saukļa/devīzes formulējums.
- Komunikācijas kampaņas taktikas un laika plāna izklāsts.
- Sociālo mediju komunikācijas koncepts un citu komunikācijas kanālu izmantošanas pamatojums.
- Komunikācijas kampaņas galveno vizuālo materiālu skices.
- Lai sagatavotu piedāvājumu, nepieciešams iepazīties ar projekta integrēto mārketinga un komunikācijas stratēģiju.
- Sagatavojot piedāvājumu, jāievēro projekta vizuālā identitāte.

PIETEIKUMS DALĪBAI CENU APTAUJĀ

projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE

“Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas
ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai”
vajadzībām (ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02)

Pretendents iepazīties ar cenu aptaujas “Komunikācijas kampaņas par aprītīgo lauksaimniecību izstrāde un īstenošana projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE “Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai” vajadzībām (ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02)” prasībām, pieņem visus tās noteikumus un apstiprina, ka piekrīt cenu aptaujas noteikumiem, saskaņā ar tehnisko specifikāciju.

Pretendenta nosaukums	
Vienotais reģistrācijas numurs	
Juridiskā adrese	
Vārds Uzvārds amatpersonai, kurai ir pārstāvības tiesības	
Biroja adrese	
Kontaktpersona	
Tālruņa numurs	
E-pasta adrese	

Pretendents apliecina, ka:

- 1) izpildot iepirkuma nolikumā minēto, tiks ievēroti pasūtītāja pārstāvju norādījumi;
- 2) pakalpojums tiks izpildīts noteiktajā termiņā un atbilstoši izstrādātajai darba metodoloģijai;
- 3) pēc piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām piedāvājums netiks grozīts;
- 4) visas piedāvājumā un tā pielikumos sniegtās ziņas ir patiesas, visas iesniegtās dokumentu kopijas atbilst oriģinālam;
- 5) attiecībā uz Pieteikuma iesniedzēju nav pasludināts maksātnespējas process, nav apturēta vai pārtraukta tā saimnieciskā darbība, nav uzsākta tiesvedība par bankrotu vai līdz līguma izpildes paredzamajam beigu termiņam Pieteikuma iesniedzējs nebūs likvidēts;
- 6) pieteikuma iesniedzējam nav nodokļu parādu, tajā skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādu, kas kopsummā pārsniedz 150.00 *euro*.

Vārds, uzvārds:

Ieņemamais amats:

Ja paraksta pilnvarotā persona, tad jāiesniedz oficiāls dokuments latviešu valodā, kas apliecina, ka persona ir pilnvarota pārstāvēt uzņēmumu!

TEHNISKAIS UN FINANŠU PIEDĀVĀJUMS

projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE
“Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas
ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai”
vajadzībām (ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02)

Kopējais pakalpojuma līguma plānotais izpildes termiņš ir līdz **2026. gada 31. martam**.

TEHNISKAIS PIEDĀVĀJUMS:

Lūdzam teksta formātā iekļaut piedāvājumā sekojošu informāciju, sadalot to sekojošās nodaļās:

- Kampanas radošā koncepta īss apraksts (galvenā ideja, galvenais vēstījums, saukļa/devīzes formulējums);
- Kampanas taktikas apraksts, iekļaujot taktisko risinājumu īsu apskatu;
- Kampanas sociālo tīklu komunikācijas koncepcija;
- Provizoriskais kampanas aktivitāšu laika plāns.
- Sociālo mediju komunikācijas koncepts un citu komunikācijas kanālu izmantošanas pamatojums.
- Komunikācijas kampanas galveno vizuālo materiālu skices.

Tehniskā piedāvājuma formāts: PPT prezentācija, PDF vai Word dokuments, pēc iesniedzēja ieskatiem.

FINANŠU PIEDĀVĀJUMS:

Pozīcija	Vienība	Vienību skaits	Cena bez PVN
Kampaņas radošā koncepta izstrāde, komunikācijas ideju izstrāde, vizuālu izstrāde			
Kampaņas pamata vizuālās identitātes izveide			
2 izglītojošo video par kampaņas tēmām ideju izstrāde un video sagatavošana			
Pirktā reklāma online (un/vai print, ja iekļaujas konceptā)			
Projekta vadība kampaņas sagatavošanā un taktisko risinājumu īstenošanā			
Citas darbības (ja ir, tad atšifrēt kādas)			
KOPĀ:			
PVN 21%:			
PAVISAM KOPĀ:			

Vārds, uzvārds:

Ieņemamais amats:

PRETENDENTA PIEREDZES APRAKSTS

projekta 101114335-LIFE22-CCM-LV-LIFE
 “Tehnoloģisko risinājumu pilotprojekts zālāju biomasas
 ilgtspējīgai un klimatam draudzīgai apsaimniekošanai”
 vajadzībām (ID. Nr. 6.46-2/UG2025-02)

Pieredzes aprakstā lūgums sniegt informāciju par ne senāk kā iepriekšējo 3 gadu laikā (2023., 2024. un 2025. gadā) izstrādātām un īstenotām digitālajām kampaņām. Pieredze ar vides un/vai sociālo tēmu kampaņām tiks uzskatīta par priekšrocību.

1. Pakalpojuma saņēmējs :	
Pakalpojuma saņēmēja kontaktpersona un tās tālruņa numurs:	
Kampaņas nosaukums:	
Pakalpojuma mērķis:	
Kampaņas rezultāti un sasniegtā auditorija:	
2. Pakalpojuma saņēmējs :	
Pakalpojuma saņēmēja kontaktpersona un tās tālruņa numurs:	
Kampaņas nosaukums:	
Pakalpojuma mērķis:	
Kampaņas rezultāti un sasniegtā auditorija:	
3. Pakalpojuma saņēmējs :	
Pakalpojuma saņēmēja kontaktpersona un tās tālruņa numurs:	
Kampaņas nosaukums:	
Pakalpojuma mērķis:	
Kampaņas rezultāti un sasniegtā auditorija:	

Tabulai var pievienot tik rindas, cik pakalpojuma saņēmējus uzrādiet!

Apliecinu, ka informācija par Pretendenta darbības pieredzi, tā tehniskajām un profesionālajām spējām, ir patiesa.

Vārds, uzvārds:

Ieņemamais amats: