

APSTIPRINĀTS
Iepirkuma komisijas priekšsēdētāja
Laura Zvingule

CENU APTAUJAS

Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde
projektam 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic
“Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas
finansēšanai Baltijas valstīs”
vajadzībām (ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01)

NOLIKUMS

Rīga, 2026

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:	101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic "Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas finansēšanai Baltijas valstīs"
Projekta aktivitāte:	WP1

1.2. Cenu aptaujas priekšmeta apraksts un termiņi

- 1.2.1. Komunikācijas stratēģijas izstrāde projekta 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic "Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas finansēšanai Baltijas valstīs" vajadzībām, 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 20'000.00 EUR (divdesmit tūkstoši eiro, 00 centi), neskaitot PVN.
- 1.2.3. Pakalpojuma līguma plānotais izpildes termiņš ir līdz **2027. gada 1. martam**.

1.3. Cenu aptaujas nolikuma saņemšana un informācijas apmaiņas kārtība

- 1.3.1. Ar cenu aptaujas nolikumu var iepazīties Latvijas Dabas fonds (turpmāk tekstā LDF) mājaslapā internetā www.ldf.lv, sadaļā "Jaunami".
- 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 adresējami Latvijas Dabas fondam, nosūtot rakstisku pieprasījumu, izmantojot elektronisko pasta adresi ldf@ldf.lv. Pēdējais informācijas sniegšanas termiņš – ne vēlāk kā 3 (trīs) darba dienas pirms piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām.
- 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 pakalpojuma sniedzējiem cenu aptaujas ietvaros notiek rakstiski un latviešu valodā, kā arī visa informācija tiks ievietota LDF mājaslapā internetā – www.ldf.lv, sadaļā "Jaunami".
- 1.3.5. Pretendentu rakstiski iesniegtie jautājumi un iepirkuma komisijas atbildes uz tiem kļūst saistošas visiem cenu aptaujas iespējamiem Pretendentiem ar to paziņošanas brīdi LDF mājaslapā internetā.

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

- 1.4.1. 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 5. novembra 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.

1.4.2. 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 aprite starp valsts un pašvaldību iestādēm vai starp šīm iestādēm un fiziskajām un juridiskajām personām” noteiktajām prasībām.
- Iesniegtajiem iepirkuma dokumentiem jābūt parakstītiem ar drošu elektronisko parakstu un apliecinātiem 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.
- Piedāvājuma dokumentiem ir jābūt skaidri salasāmiem, bez iestarpinājumiem, izdzēsumiem vai labojumiem.
- 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. 6.50-2/BCB2026-01”
 - E-pasta tekstā (*message*) ir jānorāda
 - a) pretendenta nosaukums,
 - b) reģistrācijas numurs un
 - c) pretendenta juridiskā adrese,
 - a) atzīme – Piedāvājums cenu aptaujai projekta "Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas finansēšanai Baltijas valstīs" vajadzībām (ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01)". Neatvērt līdz 2026. gada 6. novembra plkst. 10:00.

1.4.3. Piedāvājumu atvēršanas sanāksme ir slēgta.

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

1.4.5. Iesniegtie piedāvājumi, izņemot nolikuma 1.4.1.punktā noteikto gadījumu par iesniegšanu pēc termiņa, ir pasūtītāja īpašums un netiek atdoti atpakaļ pretendentiem.

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 ir pieredze jomā, ar kuru saistīts iepirkums.
 - 2.1.3. Pretendenta rīcībā ir kvalificēts personāls (komanda), kuram ir pieredze komunikācijas stratēģiju izstrādē.
 - 2.1.4. Pretendentam nav konstatēts, ka piedāvājumu iesniegšanas termiņa pēdējā dienā Latvijā vai valstī, kurā tas reģistrēts vai kurā atrodas tā pastāvīgā dzīvesvieta, ir nodokļu parādi, tai skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādi, kas kopsummā kādā no valstīm pārsniedz 150 EUR (simtu piecdesmit eiro, 00 centi).
 - 2.1.5. Piedāvājuma iesniegšanas termiņa pēdējā dienā pretendentam 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.
 - 2.1.6. 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. Pilnvaras apliecināta kopija gadījumā, ja kādu no pretendenta piedāvājumā ietvertiem dokumentiem paraksta persona uz pilnvaras pamata (persona, par kuras pārstāvības/paraksta tiesībām nevar pārliecināties publiskajās datu bāzēs);
- 3.1.3. Tehniskais un finanšu piedāvājums (Pielikums Nr.3) sagatavots saskaņā ar Tehniskajā specifikācijā (Pielikums Nr.1) noteiktajām prasībām.
- 3.1.4. Pretendenta pieredzes apraksts darbības jomā atbilstoši Pielikumā Nr. 4 norādītajam.
- 3.1.5. Nolikuma 2.1.1. un 2.1.5. punktā izvirzītās prasības Pasūtītājs pārbauda Latvijas Uzņēmumu reģistra Komercreģistrā vai citā pretendenta saimnieciskai darbībai atbilstošā reģistrā. Pretendents, kas ir reģistrēts ārvalstīs, iesniedz komersanta reģistrācijas apliecības kopiju vai līdzvērtīgas iestādes izdotu dokumentu, kas ir atbilstošs attiecīgās valsts normatīviem aktiem.
- 3.1.6. Ja pretendents ir ārvalstīs reģistrēts uzņēmums, tad tam jāiesniedz attiecīgās ārvalsts kompetentās institūcijas sagatavota izziņa angļu valodā, kas apliecina, ka: 1) pretendentam nav pasludināts maksātnespējas process – tas neatrodas likvidācijas stadijā, un tā saimnieciskā darbība nav apturēta; 2) pretendentam attiecīgajā ārvalstī nav nodokļu parādu, tajā skaitā valsts sociālās apdrošināšanas obligāto iemaksu parādu, kas kopsummā pārsniedz 150 EUR (simtu piecdesmit eiro, 00 centi).
- 3.1.7. Nolikuma 2.1.4. 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.	Pretendenta pieredze	30
3.	Pārskats par darba uzdevuma izpratni (<i>debrief</i>), ieskicējot DU minētās marketinga un komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes sagatavošanas procesu, iesaistīto komandu, soļus, termiņus, lai sasniegtu DU uzstādītos mērķus.	30
	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. Pretendenta pieredze tiek vērtēta atbilstoši pretendenta piedāvājumā norādītajiem datiem. Augstāko vērtējumu (30 punkti) saņem pretendents, kura pieredze ir vislielākā. Piešķiramos punktus aprēķina, izmantojot šādu formulu: $(C_x/C_y) \times P$, kur C_x – vērtējamais piedāvājums, C_y – vislielākā pieredze, un P – nolikumā noteiktais maksimālais punktu skaits šajā kritērijā.
- 4.7. Pretendenta izpratne par darba uzdevumu (*debrief*), ieskicējot DU minētās marketinga un komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes sagatavošanas procesu, darbā iesaistīto personālu, soļus, termiņus, lai sasniegtu DU uzstādītos mērķus, tiek vērtēta atbilstoši pretendenta tehniskajā piedāvājumā norādītajiem datiem. Augstāko vērtējumu (30 punkti) saņem pretendents, kura piedāvājums tiks novērtēts kā visatbilstošākais. 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 un saskaņā ar nolikuma noteikumiem.
- 5.2. 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.

Pielikums Nr. 4 – Pretendenta pieredzes apraksts (veidne).

TEHNISKĀ SPECIFIKĀCIJA – DARBA UZDEVUMS

Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde
projektam 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic
“Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas
finansēšanai Baltijas valstīs”
(ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01)

Iepirkuma priekšmets: Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde projekta projekta 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic “Dabas kredītu* shēmu pilotizmēģinājumi dabas atjaunošanas finansēšanai Baltijas valstīs” (turpmāk tekstā – Projekts) vajadzībām.

Darba izpildes termiņš: stratēģijai jābūt izstrādātai līdz **2027. gada 1. martam**.

* Dabas kredīti – vienība, kas atspoguļo dabai pozitīvu, izmērāmu un pārbaudāmu rezultātu, kas panākts, īstenojot sertificētu un neatkarīgi verificētu darbību. Kredīta pamatā ir atzīta bioloģiskās daudzveidības metrika jeb indikators, kas ļauj objektīvi noteikt, kāds dabas ieguvums ir radies (Eiropas Komisijas Ceļvedis uz dabas kredītiem, 2025)

Darba izpildes termiņš: stratēģijai jābūt izstrādātai līdz **2027. gada 1. martam**.

IEVADS UN PAMATA INFORMĀCIJA

BIO-CRED Baltic ir pilotprojekts, kas Baltijas valstīs aizsāks jaunu pieeju dabas atjaunošanai, sasaistot atjaunošanu ar dabas kredītu tirgu, kas šobrīd sācis attīstīties visā pasaulē. Projektā tiks testētas dažādas jau pastāvošās dabas kredītu shēmas dažādās sauszemes ekosistēmās, tai skaitā tiks pielāgots un attīstīts monitoringa ietvars, veikti testa pārdošanas darījumi. Līdztekus projektā notiks dabas atjaunošanas darbi, kas ļaus iegūt datus, kas nepieciešami dabas kredītu shēmas izmantošanai, tādējādi sagatavojot zemes īpašniekus dalībai kredītu sistēmā. Projektā arī tiks testēta tirgus interese par dabas kredītu iegādi un zemes īpašnieku interese iesaistīties. Sešu gadu projekta rezultāts būs turpmāko dabas atjaunošanas projektu kopums un praktiskā rīcībā balstītas un pārbaudītas rekomendācijas dabas kredītu sistēmas ieviešanai Baltijas valstīs.

Dabas kredītu sistēmas ieviešana Baltijas valstīs potenciāli var risināt finansējuma trūkumu dabas daudzveidības saglabāšanai un atjaunošanai, līdz ar to būt nozīmīgs solis dabas daudzveidības krīzes mazināšanai.

Projekta partneri:

Latvijas Dabas fonds – vadošais partneris

Viedās administrācijas un reģionālās attīstības ministrija, Latvija – projekta partneris

SIA “Rīgas meži”, Latvija – projekta partneris

Biedrība Latvijas Korporatīvās sociālās atbildības platforma (CSR Latvia), Latvija – projekta partneris

Baltijas Vides forums (Baltic Environmental Forum Lithuania), Lietuva – projekta partneris

Valsts meži (State Forest Enterprise), Lietuva – projekta partneris

Vides ministrija, Lietuva – projekta partneris
Igaunijas Dabas fonds, Igaunija – projekta partneris
aeco, Vācija – projekta partneris

Projekta uzdevumi:

- Nodrošināt dabas kredītu sistēmā izmantojamas zināšanas par atjaunošanu un monitoringu, lai izveidotu pamatu dabas atjaunošanas mēroga izvēršanai Baltijas valstīs.
- Atjaunot ES nozīmes biotopus Baltijas valstīs, tādējādi sekmējot ES atjaunošanas mērķu sasniegšanu.
- Nodrošināt informācijas bāzi par dabas kredītiem un izveidot pamatu to izmantošanai Baltijas valstīs.
- Veidot zināšanas, kapacitāti un izpratni par augstas integritātes dabas kredītu shēmu ieviešanu Baltijas valstīs, kā arī iesaistīt un savstarpēji savienot attiecīgās ieinteresētās puses.
- Paplašināt dabas atjaunošanas darbu mērogu, izveidojot turpmāk īstenojamu atjaunošanas projektu kopumu 12 000 hektāru platībā un līdz projekta beigām palīdzot noslēgt pirmos dabas kredītu pārdošanas darījumus.
- Sniegt atbalstu lēmumu pieņemējiem, lai Baltijas valstīs izveidotu dabas kredītu shēmu ieviešanai nepieciešamo tiesisko regulējumu un veicinātu atbilstoša tirgus attīstību.
- Dalīties ar projekta secinājumiem un veidot sadarbības tīklu ar dabas aizsardzības un finanšu nozares pārstāvjiem Baltijas, Ziemeļvalstu un Eiropas Savienības līmenī.

Projekta norises laiks: 1.09.2026. - 31.08.2032.

Projekta komunikācijas mērķi:

Mērķi:

Projekta komunikācijas **virsmērķis** ir paplašināt sabiedrības un dažādu interešu grupu izpratni par dabu kā sabiedrības labklājības un ekonomikas pastāvēšanas pamatu. Šī pieeja balstās stiprās ilgtspējas principā: dabas kapitāls nav pilnībā aizstājams, un tā saglabāšana un atjaunošana ir priekšnoteikums citu kapitāla veidu un sabiedrības attīstības ilgtspējai.

Projekta komunikācijas **konkrētais mērķis** ir veidot un nostiprināt mērķauditoriju izpratni par dabas kredītiem – skaidrot to būtību un nepieciešamību, kā arī praktiski parādīt, kā dabas kredītu sistēma darbojas un kādu vērtību tā var radīt dabai, zemes īpašniekiem un uzņēmumiem. Projekta gaitā mērķauditorijām jābūt zināmām atbildēm uz jautājumiem – kāpēc dabas kredīti? Kā strādā dabas kredīti? Kāpēc man iesaistīties?

Tāpat projekta komunikācijas mērķis ir nodrošināt to, ka projekta aktivitātes (piemēram, semināri, pasākumi) un to rezultāti (piemēram, ziņojumi) sasniedz vajadzīgās mērķauditorijas.

Iekšējai projekta komunikācijai jāfokussējas uz informācijas apriti projekta iekšienē, atklāti runājot par projekta procesiem un rezultātiem gan ar partneriem, gan primārajām un sekundārajām mērķa grupām.

Mērķauditorijas

Primārās projekta mērķauditorijas ir zemes īpašnieki un apsaimniekotāji – potenciālie kredītu radītāji – un biznesa sektors, kas ir potenciālie kredītu pircēji.

Projekta **sekundārā mērķauditorija** ir sociāli un politiski aktīvi cilvēki, kuri veido un ietekmē sabiedrības viedokli par būtiskiem jautājumiem.

Projekta laikā ar tiešo komunikāciju tiks uzrunāti politikas veidotāji, kā arī zināšanu kopiena – eksperti, akadēmiķi, dabas kredītu sistēmas attīstītāji.

DARBA UZDEVUMS

Projekta komunikācijas stratēģija būs vadlīniju dokuments visām tālākajām projekta komunikācijas aktivitātēm, uz kura pamata tiks veidots projekta komunikācijas plāns.

Stratēģija noteiks konceptuālo ietvaru un komunikācijas platformu, galvenos vēstījumus un to attīstību projekta attīstības laikā, kā arī auditorijām atbilstošas komunikācijas taktikas. Stratēģijai arī jādefinē projekta loma, balss, kā arī projekta partneru komunikācijas arhitektūra.

Komunikācijas stratēģija ietver:

- komunikācijas fona izpēti Baltijas valstīs, lai novērtētu esošo situāciju;
- dabas kredītu idejas pozicionējumu Baltijas valstīs;
- komunikācijas virsmērķa īstenošanas pieeju un detalizētus mērķus katram projekta posmam;
- mērķauditoriju un galveno iesaistīto pušu segmentēšanu un pieejas izklāstu;
- katrai mērķauditorijai pielāgotus galvenos vēstījumus;
- komunikācijas principus un vienotu terminoloģiju visiem projekta partneriem;
- komunikācijas posmus, prioritātes un laika plānu;
- komunikācijas taktikas, kanālus un formātus;
- satura tematiskos virzienus;
- partneru, ekspertu un viedokļu līderu iesaistes pieeju;
- mediju attiecību un sabiedrības informēšanas aktivitātes;
- sabiedrības un ieinteresēto pušu iesaistes un atgriezeniskās saites mehānismus;
- projekta partneru komunikācijas lomas un balss definēšanu un komunikācijas mērķu noformulēšanu partnerorganizācijām;
- video veidošanas vadlīnijas un pieejas;
- podkāsta veidošanas vadlīnijas, satura rekomendācijas;
- iespējamo komunikācijas risku, tostarp zaļmaldināšanas un reputācijas risku, pārvaldību.

Projekta vizuālās identitātes izstrāde ietver:

Projekta logotipa izstrādi:

- logotipa pamatversiju;
- horizontālo un vertikālo versiju;
- pilnkrāsu, melnbalto un inverso versiju;
- logotipa lietojumu dažādos izmēros un digitālajos formātos;
- minimālā izmēra, drošības zonas un neatļauta lietojuma nosacījumus;
- projekta, projekta partneru un finansētāju logotipu savstarpējā izvietojuma principus, kā arī logotipu rindu un kombināciju izveides saskaņā ar tiem

Vizuālās identitātes pamatelementu izstrādi:

- pamata un papildkrāsu paleti ar krāsu kodiem digitālai un drukātai komunikācijai;
- pamatburtveidolus un papildburtveidolus, nosakot to lietojumu virsrakstos, pamattekstā un informatīvajos materiālos;
- projektam raksturīgus grafiskos elementus, ilustrāciju vai ikonu stilu;
- fotogrāfiju atlases, apstrādes un izmantošanas principus;
- infografiku, diagrammu, karšu un datu vizualizācijas principus;
- digitālās pieklūstamības prasības, tostarp pietiekamu krāsu kontrastu un salasāmību;
- vizuālās identitātes lietošanas vadlīnijas.

Pamata komunikācijas veidņu izstrādi:

- sociālo mediju ierakstu un stāstu veidnes;
- prezentācijas veidni;
- dokumentu un ziņojumu titullapas un iekšlapu veidnes;
- faktu lapas un informatīvā materiāla veidni;
- ziņu lapas veidni;
- pasākumu afišu, programmu un ielūgumu veidnes;
- e-pasta paraksta un informatīvā izsūtījuma veidni;
- infografiku un rezultātu atspoguļošanas veidnes;
- tīmekļvietnes un citu digitālo materiālu vizuālā noformējuma pamatprincipus.

Visi vizuālās identitātes elementi un veidnes tiek izstrādāti tā, lai tos varētu vienoti un ērti izmantot projekta partneri visās Baltijas valstīs, saglabājot projekta atpazīstamību dažādos komunikācijas kanālos un valodās.

Obligātie nosacījumi komunikācijas stratēģijas:

- Komunikācijas stratēģijas izstrādes procesā jāparedz vismaz divas darbnīcas, iesaistot visus projekta partnerus.
- Pirmā darbnīca notiks klātienē 2026. gada novembra beigās/decembra sākumā. Precīzs norises datums un vieta tiks saskaņoti ar projekta partneriem. Darbnīcas mērķis būs apkopot partneru vajadzības, pieredzi un redzējumu, kā arī vienoties par stratēģijas pamatvirzieniem.
- Otrajā darbnīcā tiks prezentēta un kopīgi apspriesta stratēģijas pirmā redakcija. Darbnīcas norises laiks un formāts – klātienē vai hibrīda veidā – tiks precizēts stratēģijas izstrādes gaitā.
- Stratēģijas turpmākās redakcijas tiks apspriestas un pilnveidotas sadarbībā ar projekta vadošo partneri, nepieciešamības gadījumā komentēšanas procesā iesaistot arī pārējos projekta partnerus.
- Visā stratēģijas izstrādes laikā jāparedz iknedēļas statusa tikšanās ar projekta vadošo partneri, lai pārrunātu paveikto, saskaņotu aktuālos jautājumus un vienotos par turpmākajiem darba uzdevumiem.
- Stratēģija ir jāizstrādā angļu valodā ar adaptāciju latviešu valodā.
- Stratēģijas dokuments ir jāsagatavo prezentācijas formātā
- Stratēģisko darbnīcu tehniskās izmaksas, izņemot pirmo, ir iekļaujamas izpildītāja budžetā.

PROJEKTA AKTIVITĀTES:

Zemāk aprakstītas projekta aktivitātes komunikācijas satura nodrošināšanai, kas paliks

nemainīgas un kuras nepieciešams ņemt vērā komunikācijas stratēģijā, ietverot rekomendācijas to konceptam, vēstījumiem, tēmām, ņemot vērā arī esošos izaicinājumus.

- **Mājaslapa**

Projektam netiks veidota atsevišķa mājas lapa, bet tā kā atsevišķi administrējama sadaļa tiks iekļauta Latvijas Dabas fonda mājas lapā. Lapas dizaina izstrādē jāņem vērā LDF lapas dizains un tehniskās iespējas, kā arī jāparedz, ka saturs jāveido latviešu un angļu valodās. Saturā jānodrošina visaptverošu informāciju par projektu, tā aktivitātēm, progresu, rezultātiem, partneriem un informācijas materiāliem. Vietne kalpos kā resursu centrs par dabas kredītiem. Marketinga un komunikācijas stratēģijā jāiekļauj mājaslapas dizaina un satura vadlīnijas.

Komunikācijas kampaņas

Projektā paredzētas divas komunikācijas kampaņas, kas tiks īstenotas visās trīs Baltijas valstīs. Abu kampaņu tēmas, mērķi, galvenie vēstījumi, mērķauditorijas un īstenošanas pieeja jāizstrādā un jāiekļauj komunikācijas stratēģijā.

Pirmā komunikācijas kampaņa

Pirmās kampaņas mērķis būs atbalstīt atklāto uzaicinājumu zemes īpašniekiem un apsaimniekotājiem iesaistīties dabas kredītu sistēmā un pieteikt potenciālās teritorijas dabas atjaunošanas projektiem.

Kampaņai jābūt precīzi pielāgotai zemes īpašnieku un apsaimniekotāju vajadzībām. Tai:

- saprotami jāizskaidro dabas kredītu būtība un sistēmas darbības principi;
- jāparāda iespējamie ieguvumi, nosacījumi un zemes īpašnieku loma;
- jāstiprina uzticēšanās dabas kredītu sistēmai un projektam;
- jāsniedz skaidras atbildes uz mērķauditorijas būtiskākajiem jautājumiem un bažām;
- jāmotivē zemes īpašnieki un apsaimniekotāji atsaukties uz uzaicinājumu un iesaistīties projektā.

Plānotais kopējais kampaņas sasniegtās auditorijas apjoms visās trīs Baltijas valstīs – vismaz **120 000 cilvēku**.

Otrā komunikācijas kampaņa

Otrās kampaņas mērķis būs atbalstīt uzaicinājumu uzņēmumiem iesaistīties dabas atjaunošanas pilotprojektos kā finansētājiem un potenciālajiem dabas kredītu pircējiem.

Kampaņā īpaša uzmanība jāpievērš izglītojošam saturam, kas:

- paplašina uzņēmumu izpratni par bioloģiskās daudzveidības samazināšanos un dabas atjaunošanas nepieciešamību;
- skaidro uzņēmumu atkarību no dabas un to ietekmi uz dabas kapitālu;
- izskaidro dabas kredītu sistēmas darbību, kvalitātes un integritātes prasības;
- parāda iespējamās uzņēmumu iesaistes veidus un ieguvumus;
- veicina uzticēšanos projektam un motivē uzņēmumus finansēt dabas atjaunošanas pilotprojektus.

Kampaņā jāiekļauj arī mērķētas tiešās pārdošanas un potenciālo finansētāju piesaistes aktivitātes. Katrā Baltijas valstī jāorganizē trīs izglītojoši pasākumi uzņēmumu pārstāvjiem – kopā deviņi pasākumi.

Plānotais kopējais kampaņas sasniegtās auditorijas apjoms Baltijas valstu uzņēmējdarbības sektorā

– vismaz 30 000 cilvēku.

Uzturošā komunikācija

Pastāvīga komunikācija un informatīvās telpas veidošana projekta mājaslapā un sociālo mediju kanālos, iekļaujot video satura veidošanu, informācijas materiālu izstrādi (faktu lapas, animācijas, infografikas). Projekta komunikācija notiks projekta partneru Facebook, Instagram, LinkedIn un YouTube, kā arī citu platformu kontos atkarībā no aktuālās situācijas. Šie konti kalpos arī kā platformas informācijas apmaiņai starp projekta komandu un mērķauditoriju. Jāparedz arī vienota vizuālā identitāte sociālo mediju saturam, kas ietver LIFE programmas prasības.

Dabas kredītu vārdnīca

Interaktīvs skaidrojošs materiāls par jēdzieniem, kas saistīti ar dabu, dabas daudzveidību, ekosistēmām, dabas kredītiem, pieejams elektroniski, bet ir iespēja arī veidot fizisku materiālu.

Podkāsts “Cik maksā daba”

Projektā tiks veidots podkāsts, kas veltīts dabai, dabas vērtībai, dabas un cilvēka attiecībām, inovatīvām dabas aizsardzības metodēm. Plānotas divas sērijas mēnesī latviešu valodā ar tulkojumu angliiski.

Mediju attiecības

Veidosim regulāras attiecības ar mērķauditorijai būtiskiem medijiem.

Ar pilnu projektā paredzēto aktivitāšu kopumu iepazīstināsim izvēlēto pretendentu.

Dokumenti, ar kuriem iepazīties ar dabas kredītu jomu un pašreizējo situāciju ES un Latvijas politikas līmenī:

VARAM informatīvais ziņojums „Bioloģiskās daudzveidības kredītu sistēmas izstrāde Latvijā: mehānismi, scenāriji un ieviešanas priekšnosacījumi” <https://www.varam.gov.lv/lv/finansejums-dabas-aizsardzibai>

Eiropas Komisijas “Ceļa karte uz dabas kredītiem”

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_25_1679

PIETEIKUMS DALĪBAI CENU APTAUJĀ

Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde
projektam 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic
“Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas
finansēšanai Baltijas valstīs”
(ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01)

Pretendents iepazīniet ar cenu aptaujas “Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde projekta 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic “Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas finansēšanai Baltijas valstīs” vajadzībām” (ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01) 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 kvalitātē;
- 3) pakalpojumu sniedzēja rīcībā ir kvalificēts un pieredzējis personāls;
- 4) pēc piedāvājumu iesniegšanas termiņa beigām piedāvājums netiks grozīts;
- 5) visas piedāvājumā un tā pielikumos sniegtās ziņas ir patiesas, visas iesniegtās dokumentu kopijas atbilst oriģinālam;
- 6) 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;
- 7) 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

Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde
projektam 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic

“Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas
finansēšanai Baltijas valstīs”
(ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01)

TEHNISKAIS PIEDĀVĀJUMS

(Pārskats par darba uzdevuma izpratni – debrief)

Lūdzam pārskatā par darba uzdevuma izpratni (*debrief*) iekļaut sekojošu informāciju:

- komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes sagatavošanas procesu kopumā;
- detalizētu aprakstu par izstrādes procesa soļiem;
- provizorisko darbu izpildes laika plānojumu;
- pretendenta rīcībā esošās komandas, kas tiks piesaistīta šī pakalpojuma sniegšanai, apraksts. Aprakstā obligāti norādāms sekojošais – katra komandas locekļa loma pakalpojuma sniegšanā un līdzšinējo pieredzi ekvivalentu pakalpojumu nodrošināšanā;
- tehniskā piedāvājuma formāts: PPT prezentācija.

FINANŠU PIEDĀVĀJUMS

Pozīcija	Vienība	Vienību skaits	Vienas vienības izmaksas	Cena bez PVN
Komunikācijas stratēģijas izstrāde				
Vizuālās identitātes izstrāde				
Citas darbības (<i>ja, izmanto, tad lūgums precizēt kādas</i>)				
Projekta vadība				
KOPĀ:				
PVN 21%:				
PAVISAM KOPĀ:				

Tabulai var pievienot tik rindas, cik nepieciešams.

Vārds, Uzvārds:

Ieņemamais amats:

PRETENDENTA PIEREDZES APRAKSTS

Komunikācijas stratēģijas un vizuālās identitātes izstrāde
 projektam 101292453-LIFE25-NAT-LV-LIFE BIO-CRED Baltic
 “Dabas kredītu pilotprojekts dabas atjaunošanas
 finansēšanai Baltijas valstīs”
 (ID. Nr. 6.50-2/BCB2026-01)

Pretendenta tehniskās un profesionālās spējas mārketinga un komunikācijas stratēģiju izstrādē. Jānorāda informācija par veiktajiem darbiem, kas pēc darba specifikas un sarežģītības ir bijuši līdzīgi dotajam darba uzdevumam. Ja iespējams, norādiet, kurš no projekta komandas, kas norādīta tehniskajā piedāvājumā, ir bijis/bijusi iesaistīta attiecīgā pakalpojuma sniegšanā.

1. Pakalpojuma saņēmējs. Ja pasūtījums veikts projekta ietvaros, lūgums norādīt arī projekta nosaukumu	
Pakalpojuma saņēmēja kontaktpersona un tās tālruņa numurs:	
Darba uzdevums un pasūtītāja izvirzītais stratēģijas mērķis:	
Īss rezultāta apraksts:	
2. Pakalpojuma saņēmējs. Ja pasūtījums veikts projekta ietvaros, lūgums norādīt arī projekta nosaukumu	
Pakalpojuma saņēmēja kontaktpersona un tās tālruņa numurs:	
Darba uzdevums un pasūtītāja izvirzītais stratēģijas mērķis:	
Īss rezultāta apraksts:	
3. Pakalpojuma saņēmējs Ja pasūtījums veikts projekta ietvaros, lūgums norādīt arī projekta nosaukumu	

Pakalpojuma saņēmēja kontaktpersona un tās tālruņa numurs:	
Darba uzdevums un pasūtītāja izvirzītais stratēģijas mērķis:	
Īss rezultāta apraksts:	

Tabulai var pievienot tik rindas, cik pakalpojuma saņēmējus uzrādiet!

Vārds, Uzvārds:

Ieņemamais amats: