

**Mārupes novada mārketinga konsultatīvās padomes sēde
SĒDES PROTOKOLS Nr. 4**

DATUMS: 2019. gada 28. oktobris

SĒDE SĀKAS: plkst. 16.00

VIETA: Mārupes novada dome, Daugavas iela 29, Mārupe.

PADOMES SASTĀVS (piedalās):

1. **Ilze Krēmere**, Mārupes novada Domes Attīstības nodaļas vadītāja;
2. **Laura Širante**, Mārupes novada Domes Attīstības nodaļas tūrisma organizatore;
3. **Jolanta Kursiša**, Mārupes novada Domes Attīstības nodaļas uzņēmējdarbības attīstības konsultante;
4. **Uva Bērziņa**, Mārupes novada Domes Sabiedrisko attiecību speciāliste;
5. **Rūta Skujeniece**, "Madara Cosmetics" pārstāve;
6. **Monta Strēle**, SIA "11011 STORIES" valdes locekle;
7. **Silvestrs Savickis**, biedrība "Mārupes uzņēmēji" pārstāvis;
8. **Kristaps Lešinskis**, Mārupes novada iedzīvotājs.

PADOMES SASTĀVS (nepiedalās):

9. **Pēteris Pikše**, Mārupes novada Domes Attīstības un vides jautājumu komitejas priekšsēdētājs;
10. **Marina Vancāne – Grāvīte**, Mārupes novada iedzīvotāja;
11. **Aelita Stelpe**, Mārupes novada iedzīvotāja;
12. **Laura Seļicka**, biedrības "Mārupes Nākotnei" pārstāve.

TŪRISMA KONSULTATĪVĀS PADOMES DALĪBNIKĪ:

1. **Ilze Krēmere**, Mārupes novada Domes Attīstības nodaļas vadītāja;
2. **Laura Širante**, Mārupes novada Domes Attīstības nodaļas tūrisma organizators;
3. **Rolands Janeks**, Mārupes novada iedzīvotājs;
4. **Rūta Skujeniece**, biedrība "Mārupes uzņēmēji" pārstāvis;
5. **Alfs Raudis**, biedrības "Marutas Raudes mākslas centrs" pārstāvis;
6. **Irina Millere**, atpūtas vieta "Karpu dīķis Kastos, SIA "AV Apsaimniekotajās" objekta pārvaldniece;
7. **Ilmārs Jasinskis**, Mārupes novada iedzīvotājs;
8. **Guntis Ruskis**, biedrība "Mārupes BMX klubs", valdes priekšsēdētājs;
9. **Artūrs Rozenfelds**, Mārupes novada iedzīvotājs.

PIEAICINĀTIE (piedalās):

1. **Andris Kleperis**, SIA "Nocticus" pārstāvis;
2. **Ilze Žunde**, Mārupes novada Domes Sabiedrisko attiecību speciāliste.

DARBA KĀRTĪBA:

1. **Prezentācija** par dalību projektā «Cult-CreaTE» vizītē Padujā;
2. **Mārupes novada** zīmolvedības stratēģijas ieviešanas un rīcības plāna izstrāde;
3. **Attīstības programmas 2020. – 2026.gadam** plānotās rīcības un investīcijas tūrismā un mārketingā.

NORISE

I.Krēmere iepazīstina ar sēdes darba kārtību

Alfs Raudis pārstāv biedrību "Marutas Raudes mākslas centrs", kas radīta mākslinieces Marutas Raudes piemiņas iemūžināšanai, radošā mantojuma saglabāšanai un papildināšanai. **A.Raudis** prezentē prezentāciju par dalību projektā «Cult-CreaTE» vizītē Padujā. Māksliniece mantojuma saglabāšanai un papildināšanai, tiek turpināts darbs pie porcelāna darbu saglabāšanas un vēl papildināšanas. Pēc pašvaldības uzaicinājuma piedalījāties Interreg projektā Cult-CreaTE. Projekta mērķis ir iepazīstināt ar kultūras un radošo industriju ieguldījumu un tā potenciālu attīstot kultūras un radošo tūrismu. Projektu vada Vidzemes Tūrisma asociācija. Viena no projekta tēmām ir partneru vadošo darbinieku kapacitātes veidošana, ieinteresēto pušu un politikas veidotāju iesaiste un zināšanu un pieredzes apmaiņa. Labākā

pieredze ilgtspējīgu kultūras aktivitāšu un radošā tūrismā. Tūrisma pīķu novirzīšana (over-tourism!). Lai novirzītu cilvēkus citur, tiek izbūvēts papildus objektus no kura var redzēt populārāko tūrisma objektu. Projekta ietvaros tika iegūti jauni kontakti un rezultātā tika izveidotas vairākas porcelāna izstādes – no aprīļa līdz maijam piemiņas izstāde Latvijas Nacionālajā bibliotēkā, no jūnija līdz augustam Viļānu novadpētniecības muzejs, no oktobra līdz novembrim Lūznavas muižā, kā arī Rēzeknes mākslas skolā, Gulbenes novada vēstures muzejā un mākslas muzejā Balvos. Projekta dalībniekus uzaicinājām arī uz mākslinieces Marutas Raudes darbnīcu.

2.Mārupes novada zīmolvedības stratēģijas ieviešanas un rīcības plāna izstrāde

A.Klepers prezentē prezentāciju par Mārupes novada zīmolvedības stratēģijas ieviešanu un rīcības plāna izstrādi. Mārupes novads ir vieta izaugsmei. Vidēji 3 mēnešu laikā – tika veikts pētījums, kur tika meklētas Mārupes novada raksturīgākās iezīmes, zīmoli, tēli utt.

A.Klepers turpina - tālāk par Mārupes novada identitāti veido vairākas iezīmes, viena no tām ir vietas vēsturiskā gaita. Šī vieta nav gluži veidojusies tukšā vietā, bet gan ar savu vēsturi, ko ir vērts uzturēt un celt gaismā. Vēsturiski Mārupes iedzīvotāji ir bijuši spilgtas personības, ko arī izmantojam Mārketinga un zīmolvedības stratēģijā. Lai veidotu sasaisti tika identificētas simboliskās vietas – kuras ir nozīmīgas iedzīvotājiem, kas būtiski būtu jāņem vērā. Mārupes ielu nosaukumi. Iezīmējas, ka šeit populārākās ielas ir ar dabas nosaukumiem.

Stratēģiskajā uzstādījumā mēs meklējam līdzības ar citām līdzīgām vietām. Mārupes novadam starptautiskums ir diezgan liels un tai pat laikā ir saglabāts Latviskums – kas nošķir no citām vietām, kuras ir daudz krieviskākas. Cita pozicionējuma daļas veidojas no labklājības puses – šeit Mārupes novads novietojas vairāk starp labklājību un kopienu. Līdz ar to, ka Mārupē ir daudz ienācēju – ienācējiem ir lielāka spēja veidot spēcīgākas kopienas. Līdz ar to pētījumi norāda, ka tur kur ir spēcīgas kopienas, tur pašvaldībai ir mazāk darba. Mārupes novadu uzceļam starp dabisku un senu vietu. Mārupes novada identitāte – labklājība, starptautiska, dabiska. Stratēģiskā uzstādījumā – starptautiska vieta 21. gadsimta latvietības izpausmēm un ziemeļnieku dzīves kvalitātes sasniegumiem.

Par ko visvairāk būtu jāparūpējas ir publiskās vides kvalitāte, pie kuras varētu vairāk strādāt un stiprināt kopienas utt. it īpaši akcentējot 21. gadsimta latvietību. Dzīves kvalitātes formulā, ko iedzīvotāji var paši darīt un radīt, tā veidojot vietas identitāti. Aktivitātēm ir jābūt segmentētām, sadalot tās pa mērķrupām – un orientējoši katrai grupai.

Lai spēcīgāki kopienas identitāti un komunikāciju var izmantot 3 H principus – aktivitātes atgādināt 2x gadā, 4x atgādināt par spilgtiem pasākumiem un uzturot nepārtrauktu zīmola komunikāciju. Ar atgādinājumiem un nepārtraukto komunikāciju mēs varam panākt šo kopienas stiprināšanos, iedodot telpu attīstībai.

Diskusija -

Nenoliedzami mūsu lielākais resurss ir cilvēku resurss. Organizētās aktivitātes pārsvarā ir brīvdienās, tad lielākā daļa dodas ārā, jo Mārupē pārsvarā ir iebraucēji. Un iebrauc Rīgas apkaimju dzīvojošie iedzīvotāji. Bet veidojot spēcīgu komunikāciju mēs panākam piesaisti savai identitātei un tā panākot, ka ar laiku vietējais iedzīvotājs cenšas pavadīt brīvdienas tuvumā. Šobrīd 21.gadsimta aktuālākā tendence ir darbs no mājām, pēc pavadītas darba nedēļas cenšamies izbraukt ārā. Tiek izstāstīta pieredze ar elektrovelosipēdu, ka izdevīgi un interesanti var apceļot savu novadu un blakus novadus, tā gūstot jaunas sajūtas un pieredzi. Jo vairāk attīstās infrastruktūra, jo ir lielākas iespējas nebraukt projām un izmantot velo-tūrismu. *A.Klepers* uzsver, ka šobrīd tiek dota iespēja izteikties par Mārupes novada zīmolvedības stratēģijas ieviešanu un rīcību plānu. Viens no priekšlikumiem ir Mārupes novada logotipa maiņa, ņemot par piemēru prezentācijā norādīto M burtu un uzsverot, ka šis logotips varētu kalpot, kā Mārupes produktu atpazīstamības zīme/ preču zīme. Kā arī šo logotipu ir daudz vieglāk integrēt mazajās arhitektūras formās, piemēram, iezīmējot Mārupes novada veloceļņus.

3.Attīstības programmas 2020. – 2026.gadam plānotās rīcības un investīcijas tūrismā un mārketingā

I.Krēmere iepazīstina ar Attīstības programmas 2020. – 2026. gadam laika grafiku un paveiktajām aktivitātēm, tālākiem rīcību virzieniem un nākamajiem soļiem.

J. Kursiņa iepazīstina ar uzņēmējdarbības un mārketinga rīcībām no Mārupes novada Attīstības programmas 2020. – 2026. gadam. Pavisam uzņēmējdarbībā ir izdalīti 5 rīcību virzieni un mārketingā

izdalīti 5 rīcību virzieni. Kā pirmā uzņēmējdarbības rīcība tiek minēta - atbalsta instrumentu nodrošināšana jaunajiem uzņēmējiem, atbalstot projektu konkursu Iedvesma. Tiek plānots veidot jaunu aktivitāti jaunajām māmiņām, kas šobrīd jau tiek realizēts Siguldā. Tiek plānots realizēt biznesa radošo kvartāla telpu, veicinot sadarbību starp uzņēmējiem un veicinot pašu uzņēmējdarbību. Diskusijas ir par ideju – darba biržu, veicinot jauniešu piesaisti, un jaunieši arī nāk, mazāk ir cilvēki gados. Nākamajos gados turpināsim attīstīt infrastruktūru, t.sk. nodrošinot infrastruktūru uzņēmējiem, kā arī turpināsim organizēt aktivitātes, kas tieši ir orientētas uz novada meistarību un viņu prasmju popularizēšanu. Tiks izveidota publiskās tirdzniecības vieta, kur vēlamies popularizēt vietējo ražotāju piedāvājumus. Vieta, kur rīkot prasmju radošās darbnīcas, veidojot vietējo centru. Šobrīd projekts ir apstiprināšanas posmā. **J.Kursiņa** turpina tālāk par zīmolvēderību un mārketingu, no izstrādātās zīmolvēderības un mārketinga stratēģijas tiks vēl integrēti rīcību virzieni Attīstības programmā 2020. – 2026. gadam. Marketinga jomā turpināsim darbu pie pakalpojumu un prečzīmes identificēšanas, pie komunikācijas un informācijas kanālu pilnveidošanas, t.sk. jaunu afišu stendu izvietojuma Mārupes novadā.

Ar tūrisma rīcībām iepazīstina **L.Štrante**. Turpmākos gados tiek plānots uzstādīt elektroniskos skaitītājus - tā veidojot statistiku objektos, kuros fiziski apmeklētājus neuzskaita – vērojot dinamiku pa gadiem tūrisma objektos. Kā arī plānojam papildināt jauno gidu klāstu. Izmantojot tūrismā dabas teritorijas – labiekārtojot jaunas takas utt. Medempurvā ir maršruti – bet ir vēl jāplāno un jāgatavo maršrutu takas. Esam procesā ar Rīgas mežiem, par jaunu tūrisma objektu izveidošanu utt. Kultūras vēstures objektus jā saglabā. Tā pat ir jautājums par aviācijas muzeju utt. Tiek plānota velo infrastruktūras uzlabošana. Mūsdienīgu tūrisma objektu uzstādīšana – zaļais rāmis, āboliņa lapiņas uzstādīšana – Lidostas skatu laukuma izveidošana. Maza mēroga infrastruktūra – norādes, koka stendi, digitālie stendi. Norāžu izvietojšana. Tūrisma aktivitāšu – pasākumu organizēšanu. Veicināt sadarbību ar kaimiņu pašvaldībām un piedalīties starptautiskos projektos.

Diskusija –

TIC ir vēsture, pie kā mums būtu jāpiestrādā, lai mums būtu gatavs piedāvājums. Kopīgo aktivitāšu veidošanai jāveicina privātās publiskās aktivitātes. TIC veidošana ar uzņēmēju pārstāvniecību, veidojot partnerības NVO utt. Piesaistot uzņēmēju līdzfinansējumus – kopīgām aktivitātēm. Organizē klasteru birojs.

NOLĒMA:

1. A.Klepers iesniedz gala zīmolvēderības stratēģijas ieviešanas un rīcības plānu līdz šīs nedēļas beigām, **t.i. līdz 1.novembrim**. Un tas tiek nosūtīts izskatīšanai arī visiem tūrisma un mārketinga padomes locekļiem.

PIELIKUMĀ:

1. Prezentācija par dalību projektā «Cult-CreaTE» vizītē Padujā;
2. Prezentācija Mārupes novada zīmolvēderības stratēģijas;
3. Prezentācija Attīstības programmas 2020. – 2026.gadam plānotās rīcības.

SĒDI BEIDZ: plkst. 18:00

Protokolēja: Attīstības nodaļas vadītāja palīgs

A.Lontone-Ieviņa

Padomes priekšsēdētāja: Attīstības nodaļas vadītāja

I. Krēmere