

Eiropas Savienības fondu komunikācijas vadības grupas 2016. gada 30. jūnija sanāksmes protokols

Rīgā

Sanāksmes sākums: 10:00

Sanāksmi vada:

Finanšu ministrijas Komunikācijas departamenta vecākā eksperte

L. Silakaktiņa

Sanāksmes locekļi:

Finanšu ministrijas Komunikācijas departamenta vecākā eksperte	Lauma Silakaktiņa
Centrālās finanšu un līgumu aģentūras Sabiedrisko attiecību vadītāja	Daiga Reihmane
Izglītības un zinātnes ministrijas SSFID Projektu vadītāja	Inga Misiņa
Labklājības ministrijas Projekta “Tehniskā palīdzība publicitātei un sabiedrības informēšanai labklājības jomā” vadītāja	Inita Kabanova
Tieslietu ministrijas Komunikācijas un tehniskā nodrošinājuma nodaļas sabiedrisko attiecību speciāliste ES fondu jautājumos	Līva Rancāne
Tieslietu ministrijas Projektu departamenta ES fondu nodaļas vadītāja	Inta Remese
Tieslietu ministrijas Projektu departamenta ES fondu nodaļas vecākā referente	Ilze Ārnesta
Valsts kancelejas Eiropas Savienības struktūrfondu nodaļas konsultante	Baiba Jakovļeva
Veselības ministrijas ES finansēšanas plānošanas, izvērtēšanas un uzraudzības nodaļas vecākā referente	Inga Baranova
Satiksmes ministrijas Investīciju departamenta Investīciju programmu vadības sistēmas nodaļas vecākā referente	Ilze Svikliņa
Lauku atbalsta dienesta Sabiedrisko attiecību nodaļas vadītāja	Kristīne Ilgaža
Eiropas Komisijas pārstāvniecības Latvijā Komunikācijas nodaļas vadītāja	Jeļena Ābola

1. Atskats uz Eiropas Komisijas pārstāvniecības Latvijā organizēto Eiropas nedēļas pasākumu “Explore Europe”

L. Silakaktiņa informē, ka š.g. 6. maijā Eiropas nedēļas ietvaros ir norisinājies pasākums “Iepazīsti Eiropu”, kura laikā skolēnu grupas no Latvijas reģioniem viesojās Eiropas valstu vēstniecībās un trijos ES fondu līdzfinansētos projektos – Rīgas Domā, Nacionālajā Mākslas muzejā un a/s “Laima” šokolādes muzejā. Šo pasākumu organizēja Eiropas Komisijas pārstāvniecība Latvijā, un piedalījās Finanšu ministrija, nodrošinot skolēnu iespējas apmeklēt šos trīs ES fondu projektus. Rīgas Domā skolēni aplūkoja vietu, kur apmeklētāji parasti netiek laisti – baznīcas torni, savukārt Nacionālajā Mākslas muzejā bija iespēja piedalīties Eiropas Komisijas organizētajā konkursā “Dārgumu medības”. Konkursa ietvaros Mākslas muzejā tika izvietots plakāts. Jauniešiem tiešsaistē, atbildot uz jautājumiem par ES, bija jāatšifrē plakātā esošo šifrēto teikumu. Atsauksmes pēc šī konkursa no visām dalībvalstīm vēsta, ka konkursa procedūra bijusi pārāk sarežģīta – pēc teikuma atšifrēšanas dalībniekam jāgaida konkrēts laiks, kurā pirmajam jāatbild uz vēl vienu jautājumu par ES. Līdz ar to līdz konkursa beigām dalība tajā bijusi zema – no idejas par aizraujošu spēli tas ir pārvērties par sarežģītu procesu.

J. Ābola skaidro, ka šogad īstenotais pasākums “Iepazīsti Eiropu” ir bijis tikai pilotprojekts. Nākamgad ir plānots šādu pasākumu izvērst plašāk un atrast apskates objektus arī reģionos – pa ceļam uz Rīgu no reģionālajām skolām. Kopumā pasākumā piedalījās apmēram 900 apmeklētāju, visi 370 skolēni (17 grupas) tika organizēti vesti ar autobusiem no 11 Latvijas reģionu skolām, priekšroku dodot tām, kas atrodas vistālāk no Rīgas. Vislielākās izmaksas

veidojis transports un pārtikas paciņas. Pasākuma organizēšanā ir palīdzējuši brīvprātīgie jaunieši no Rīgas Valsts 3. ģimnāzijas. Gatavojoties nākamā gada atvērto durvju dienas pasākumam, lūgums jau laikus sūtīt objektus, kādus skolēniem būtu interesanti apskatīt. Piemēram, šādi projekti būtu lidosta, ceļu būve, arī govju slaukšanas karuseļi un zivsaimniecības. Variantu ir daudz un dažādi.

L. Silakaktiņa lūdz iesūtīt visas idejas par skolēniem interesantiem projektiem, lai jau laikus varam atlasīt labākos un pa ceļam esošos, kā arī sagatavot aprakstus. Citādi varētu atkārtoties šī gada pieredze, ka lūdzam CFLA atlasīt šādus projektus, taču īsā termiņā ir sarežģītāk atrast tādus interesantus projektus, kas nav vispārzināmi.

2. Grozījumi ES fondu 2014. – 2020. g. plānošanas perioda publicitātes vadlīnijās

L. Silakaktiņa informē, ka tiek gatavoti ES fondu publicitātes vadlīniju grozījumi, kur lielākās izmaiņas paredz, ka, ja atšķiras fonds, par kuru ir materiāls, un materiāla finansējuma avots, nepieciešams lietot tā fonda vizuālo elementu ansambli, kas ir finansējais informatīvā materiāla izgatavošanu. Tas ir Eiropas Komisijas juristu izstrādāts nosacījums, kur Eiropas Komisijas komunikatoru iebildumi ir noraidīti, lai tiktu ieviesta likumsakarība – kāds finansējuma avots, tāds vizuālo elementu ansamblis.

D. Reihmane atzīmē, ka gadījumos, kad materiāla satura fonds un fonds, kas finansējis materiāla izgatavošanu, atšķiras, būtu jālieto vispārējais ES fondu vizuālo elementu ansamblis. Prasība atsaukties uz ES fondiem tādā gadījumā ir izpildīta. Citādi veidojas absurda situācija, ka materiālā sniegtā informācija lasītājiem asociēties ar nepareizo fondu.

L. Silakaktiņa uzsver, ka šis Eiropas Komisijas nosacījums jau ir izstrādāts. Vienīgais, ko varam darīt, ir rakstīt Eiropas Komisijai, ka Latvija lūdz šo nosacījumu labot. Iespējams, tādi pati reakcija varētu būt gaidāma arī no citām valstīm.

I. Mišņa skaidro, ka, iespējams, Eiropas Komisija ir šādu nosacījumu pieņēmusi, jo ir skatījusies vienīgi no ES fondu projektu, izņemot tehniskās palīdzības projektu, īstenojumu skatpunkta – parasti projekta īstenojams saņem finansējumu no viena fonda, par tā līdzekļiem gan īsteno projektu, gan veic publicitātes pakalpojumus. Pilnīgi saprotami, ka tiek izmantots tā fonda vizuālo elementu ansamblis, kas ir finansējais materiālu izveidi. Tehniskās palīdzības gadījumā visi publicitātes materiāli tiek izstrādāti par Eiropas Sociālā fonda līdzekļiem, taču materiālu saturs ir par visiem trim fondiem. Vadoties pēc šī nosacījuma, sanāk, ka tehniskās palīdzības gadījumā lietosim tikai ESF logo, tāpat arī esfondi.lv, kampaņās un citur, neskatoties uz to, ka tiks runāts par lieliem ieguldījumiem arī no citiem fondiem. Šis nosacījums ir problēma tieši ES fondu vadībā iesaistītajām iestādēm tehniskās palīdzības projektos – tā arī varam teikt Eiropas Komisijai. Kompromiss varētu būt atļauja lietot kopējo vizuālo elementu ansambli. Minētais skaidrojums ir pieejams [šeit](#).

I. Svikliņa atzīmē, ka satiksmes jomā visas investīcijas ir tieši no ERAF un KF. No ESF ir tikai tehniskā palīdzība. Tas nozīmētu, ka būtu jāliet ESF vizuālo elementu ansamblis, kaut gan viss materiālu saturs ir par ERAF un KF ieguldījumu, izņemot plāksnes pie ceļiem.

D. Reihmane uzsver, ka ESF vizuālo elementu ansamblis ir jāizvieto nevis materiāla, piemēram, bukleta beigās pie izdevēja informācijas, bet gan pašā sākumā. To nevar izvietot kā mazāk nozīmīgu informāciju par bukleta izdošanu. Līdz ar to paliek risks, ka informācija būs maldinoša.

L. Silakaktiņa informē, ka par šo rakstīs Eiropas Komisijai, jo sanāk, ka valstiskā līmenī informācijas sasaiste ar ERAF un KF pazūd – ar vizuālo elementu ansambļa izvietojumu liekam saprast, ka visus ES fondu projektus ir līdzfinansējis ESF. Tomēr šobrīd situācija paliek joprojām šāda līdz turpmākām izmaiņām. Tā kā Eiropas Komisija šo nosacījumu ir paziņojusi mutiski INFORM/INIO sanāsmē, tā izpildi ieviešam Latvijā līdz ar publicitātes vadlīniju grozījumu apstiprināšanu. Tā kā šīs izmaiņas līdz šim nav rakstiski izziņotas, kā arī regulā pieļauta iespēja aizvietot finansējošā fonda atsauci ar vispārējo atsauci, nevarētu būt pamatoti, ka tiktu piemērotas neattiecināmas izmaksas, ja nosacījums līdz šim nav ievērots.

L. Silakaktiņa turpina skaidrot publicitātes vadlīniju grozījumus: vadlīnijās paredzēts ierobežot finansējuma saņēmējus projekta mērķa saīsināšanā, pārfrāzēšanā vai papildināšanā,

kad to ir nepieciešams izvietot uz publicitātes un informatīvajiem materiāliem. Materiālos norādītajam projekta mērķim ir jāatbilst projekta iesniegumā norādītajam, tomēr atsevišķos gadījumos, kad tiešām mērķis sākotnēji noformulēts pārāk gari vai ar drukas kļūdām, publicitātes vadlīnijās paredzam iespēju mērķa labojumus saskaņot ar sadarbības iestādi. Jānovērš iespēja, ka finansējuma saņēmējs pats savos ieskatos veic izmaiņas mērķī tā, ka mainās nozīme, tā tiek sašaurināta vai paplašināta. Tādā gadījumā draud finanšu korekcijas. Finanšu ministrija ir saņēmusi lūgumu atļaut projekta mērķa pārfrāzēšanu. Ja publicitātes vadlīnijās nenoregulēsim, kā finansējuma saņēmējam rīkoties, ir ļoti iespējams, ka finansējuma saņēmējs rīkojas pēc saviem ieskatiem.

D. Reihmane akcentē, ka uz plakātiem/stendiem/plāksnēm tik ļoti apjomīgu mērķu izvietošana, ka tos iedzīvotājs vairs nevar uztverami izlasīt, nenodrošina šo informatīvo materiālu misiju – informēt sabiedrību. Ja aizliegsim saīsināt mērķi, tad tas var rezultēties apstākļi, ka obligātais nosacījums par sabiedrības informēšanu savu misiju neizpilda.

I. Misiņa skaidro, ka apjomīgais mērķis ir bijis par pamatu pieņemt lēmumu par lielākas plāksnes sagatavošanu, lai nodrošinātu, ka teksts ir salasāms.

K. Ilgaža norāda, ka saskaņā ar Ministru kabineta noteikumiem publicitātes un informācijas materiālos ir jānorāda projekta mērķis – tāpat pilnībā un precīzi atbilstošs tam, kāds tas ir norādīts projekta iesniegumā. Nav paredzēta iespēja īsināt, manīt, papildināt utt. Tomēr tas nenovērš problēmu, ka projektu mērķi ir noteikti ļoti gari un sarežģīti.

L. Silakaktiņa papildina, ka tāds arī ir vadošās iestādes viedoklis – mērķi norāda precīzi tam, kāds tas ir norādīts projekta iesniegumā, kā tas izriet no normatīvajiem aktiem.

D. Reihmane turpina, ka pārfrāzēšanai noteikti nav pamata, tomēr ir aktuāls jautājums, kā rīkoties ar pārmērīgi garajiem projektu mērķiem – vai tos drīkst īsināt. Pieņemams variants, ka finansējuma saņēmējs īsināto projekta mērķi var saskaņot ar sadarbības iestādi.

L. Silakaktiņa papildina, ka šāda iespēja arī ļautu finansējuma saņēmējam saskaņot projektu mērķa kļūdu labojumus, lai publicitātes materiālos nebūtu jāizvieto projekta mērķis ar drukas vai citām kļūdām, kādas bijušas projekta iesniegumā.

L. Silakaktiņa turpina par grozījumiem publicitātes vadlīnijās, kuri veikti tādēļ, ka saņemti daudzu interesentu jautājumi par informatīvo plakātu/stendu/plāksņu izvietošanas vietu – tie ir izvietojami tur, kur ir ieguldīts ES fondu atbalsts, pat ja tās ir vairākas, nevis projekta administratīvajās telpās vai citur. Piemēram, ceļu būvē informācija ir izvietojama renovētā ceļa posma sākumā un beigās, Finanšu ministrijā, kur ieguldīti tehniskās palīdzības līdzekļi – pie galvenās ieejas, apmeklētājiem labi redzamā vietā.

I. Misiņa dalās piemērā, ka, ja finansējuma saņēmējs ir pašvaldība, bet ES fondu līdzekļi tiek ieguldīti 50 skolās, ir aktuāls jautājums, kur izvietot informatīvo plakātu/plāksni/stendu. No projekta summas izriet, ka ir jāizvieto informatīvā plāksne, taču uz katru skolu tik lielu finansējuma summu nav. Kur izvietot un ko?

D. Reihmane skaidro, ka, atbilstoši šo informatīvo materiālu mērķim, vislabāk iedzīvotāji tiks informēti, ja plakātu/plāksni/stendu novietos pie skolām nevis pašvaldības.

I. Misiņa norāda, ka tad būs jāizgatavo 50 plāksnes vai plakāti un jāliek pie katras skolas, lai gan katrai skolai ieguldījums ir tikai apmēram 100 tūkstoši eiro.

D. Reihmane atbild, ka situācijās, kur kopā projektam nepieciešams izvietot plāksni vai stendu, tomēr objekti individuāli klasificējas vien plakātam, ir atļauts pie finansējuma saņēmēja izvietot lielo informatīvo materiālu – plāksni vai stendu, bet katrā skolā – plakātu. Tāds risinājums ir atļauts.

L. Silakaktiņa papildina, ka CSDD elektrozlādes staciju projektā, kurā paredzēts izvietots simtiem staciju, nonākts pie tieši tāda risinājuma, ka pie katras stacijas labi redzamā vietā ir piestiprināts tikai informatīvais plakāts.

I. Misiņa atzīmē, ka finansējuma saņēmējiem tiem projektiem, kuros plānoti daudzi objekti, ir jāparedz lielāks finansējums publicitātei.

3. Atskats uz Baltijas ES fondu komunikatoru semināru “Going local” Tallinā

L. Silakaktiņa informē, ka 10.jūnijā notikušajā Baltijas ES fondu komunikatoru seminārā “Going local” Tallinā gan mūsu kaimiņi, gan Eiropas Komisija uzsvēra, ka komunikācijas pasākumu organizēšana ir jākoordinē kopīgi ar ES lauksaimniecības un zivsaimniecības fondu komunikāciju. Praksē, piemēram, nākamgad Eiropas dienās varam arī apskatīt ES lauksaimniecības un zivsaimniecības fondu projektus.

Seminārā savā pieredzē dalījās arī Lietuvas un Igaunijas kolēģi. Lietuva un Igaunija savā komunikācijā izmanto TV reklāmas, tiesa gan, Lietuvas kampaņa ar TV reklāmām izmaksāja 250 000 eiro, mums gan šāda finansējuma nav – Latvijai tehniskajai palīdzībai ir vismazākais finansējums. Lietuva savā kampaņā demonstrēja 30 sekunžu videoklipu, kurā sabiedrības iemīļots aktieris dodas uz pilsētas parku, kura labiekārtošana ir veikta ar ES fondu atbalstu, lai pārbaudītu, cik labs un ērts tas ir, kā arī aicinātu skatītājus pārbaudīt parku pašiem. Videoklipam bija ļoti labi panākumi – parks kļuva tik ļoti apmeklēts, ka bija nepieciešams veidot citu videoklipu, lai novirzītu ļaudis arī citu projektu apskatē.

I. Svikliņa papildina, ka Francijā sabiedriskajā televīzijā ir demonstrēti videorullīši bez maksas.

I. Misiņa uzsver, ka caur valsts pasūtījumu un NEPLP ir jāizkārto šāda iespēja. Eiropusiņu, cik bija iespējams, finansēja no tehniskās palīdzības, tomēr to var veidot kā valsts pasūtījumu. Šobrīd arī zinātnes jomā tiek meklēts ceļš, kā saņemt valsts pasūtījuma daļu raidīšanai sabiedriskajos medijos, tomēr vēl nav atklāts, kā panākt, ka no valsts budžeta dotācijas tiek iezīmēts finansējums konkrētajam raidījumam.

J. Ābola informē, ka Eiropas dienas koncerta pārraidīšanai, vēršoties tieši pie pašas Latvijas Televīzijas, ir bijusi liela pretimnākšana, televīzija pati arī reklamēja Eiropas dienu. Finanšu ministrijai kā vadošajai iestādei būtu jānāk ar savu rāmi ES fondu video ciklam, kur katrai ministrijai tiktu piešķirts savs 30 sekunžu video vai pat raidījuma ilgums, kurā skaidrot ES fondu investīcijas savā jomā. Vadošā iestāde varētu izstrādāt rāmi, bet atbildīgās iestādes – piepildīt to ar saturu.

I. Misiņa papildina, ka tā arī bijis Eiropusiņa gadījumā – vadošajai iestādei bija iepirkums no vadošās iestādes tehniskās palīdzības līdzekļiem (visticamāk sarunu procedūra), savstarpēji dalījām, kurā dienā būs kurš sižets, tos savukārt sagatavo atbildīgās iestādes. Vadošā iestāde veica plānošanu un koordināciju.

D. Reihmane turpina, ka, lai nodrošinātu sabiedrisko mediju pretimnākšanu, sabiedriskā pasūtījuma prioritārajās tēmās ir jāiekļauj ES fondi, tāpat kā tiek iekļauti Dziesmu svētki, sporta pasākumi un citas pārraides.

K. Ilgaža skaidro, ka pērk vienīgi “Es savai zemītei” raidījuma sagatavošanas darbus. Televīzija ir nākusi pretī, neprasot samaksu par raidījumiem. Labprātāk piekrīt atbalstīt, ja vēlamies pārraidīt regulāru raidījumu nevis reklāmas vai ko citu.

I. Misiņa uzsver, ka jāskatās, vai nav ierobežojumi producenta darba, satura pirkšanai tāpat kā preses publikāciju ziņā. Tieši šis arī bija galvenais iemesls, kādēļ pārtrauca Eiropusiņa pārraidi, finansējuma trūkums bija tikai sekundārs iemesls.

K. Ilgaža akcentē, ka Eiropusiņa pēdējo pusgadu pārraidīja tikai Lauku atbalsta dienesta sižetus. Lauku atbalsta dienests bija vienīgais, kas piedāvāja saturu. Par Eiropusiņu ir bijušas arī Valsts kontroles pārbaudes, tomēr nav bijuši nekādi aizrādījumi. Tiesa gan, Lauku atbalsta dienesta sižeti netika iekļauti ES fondu komunikācijas plānā un netika apmaksāti no tehniskās palīdzības līdzekļiem.

I. Misiņa turpina, ka Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra arī gatavo raidījumus par biznesa idejām. Vadošajai iestādei būtu šajā ziņā jāsaaka stingrs vārds, lai iekļauj valsts pasūtījumā, jo ES finansējums sniedz ļoti lielu atbalstu sabiedrības labklājības celšanai. Tēma ir tik nozīmīga, ka pat nebūtu jāizmanto tehniskās palīdzības līdzekļi.

L. Silakaktiņa atzīst, ka šādus risinājumus ir vērts meklēt. Turpinot par Baltijas pieredzi ES fondu komunikācijā, ir realizētas tādas aktivitātes, kā sabiedrības balsojums internetā par projektu, kuru cilvēki vēlētos apskatīt – atvērtajās durvju dienās šie projekti tiek arī atvērti. Tāpat Twitter tiek izziņots, kurā dienā un laikā kāds eksperts būs tiešaistē un atbildēs uz

interesentu jautājumiem. Attiecīgajā laikā Twitter ministrijas kontā notiek sarakste starp speciālistu un interesentiem. Atbildes redz pārējie sekotāji, iespējas dalīties ar informāciju. Ungārijā izveidots tūrisma materiāls par ES fondu projektiem. Semināra ietvaros noskaidrojusies iespējamā sadarbība ar Europe Direct tīklu – caur to ir iespējams nodot savu informāciju reģionos, tāpat arī caur bibliotēku tīklu.

J. Ābola skaidro, ka Europe Direct ir Eiropas Komisijas informācijas centru tīkls 9 Latvijas pilsētās, kuru galvenais uzdevums ir sniegt informāciju par ES jautājumiem, kā arī par šo tēmu organizēt pasākumus. Katru gadu līdz oktobrim Europe Direct piesaka savus plānotos pasākumus, tādēļ, ja plānojam dziļāku sadarbību nekā tikai informācijas nodošanu, tad par to jāinformē līdz oktobrim.

4. ES fondu ikgadējās komunikācijas kampaņas idejas

L. Silakaktiņa skaidro, ka tiks organizēts iepirkums par ES fondu ikgadējās komunikācijas kampaņas organizēšanu, kura ietvaros vairs netiks plānota dalība festivālā “Staro Rīga”, jo tajā esam piedalījušies jau divus gadus, nepieciešamas radošas idejas un vienlaikus arī nav pietiekama finansējuma. Pretendenti piedāvās savas radošās idejas, tomēr, lai tikai nepaļautos uz tām un mums pašiem būtu noformulētas savas vēlmes, nepieciešams noteikt vienu pasākumu, kādu vēlamies šajā kampaņā īstenot. Viena no idejām ir simulācijas spēles veidošana, kur ES fondu pasākumos tiek organizēta šāda spēle, lai praktiski demonstrētu, kā notiek ES fondu projekta sagatavošana un īstenošana. Otra ideja – tūrisma ceļveža izveidošana, kurā būtu informācija par apmeklēšanai interesantiem ES fondu projektiem. Trešā ideja – interaktīva telts Vērmanes dārzā vai citur centrā, kurā interaktīvi, piesaistoši, atraktīvi varam iesaistīt cilvēkus un padziļināt viņu izpratni par ES fondu ieguldījumu.

KVG dalībnieki norāda, ka simulācijas spēles idejai ir tādi riski, kā uzņēmēju neieinteresētība spēlē – tādā būtu iespējams iesaistīt vien jauniešus, piemēram, biznesa ideju konkursu. Tāpat arī tā būtu pārāk sarežģīta, laikietilpīga, un būtu pārāk daudz resursu veltīts informēšanai par projektu sagatavošanu, lai gan šajā plānošanas periodā ir ļoti maz atklātu projektu atlasu. Attiecībā uz tūrisma ceļveža izveidošanu KVG pauda atzinīgus viedokļus, saskatot iespējas tajā izvietot informāciju par projektiem reģionos, kā arī ES lauksaimniecības un zivsaimniecības fondu projektiem. Savukārt interaktīvās telts īstenošana ir kas līdzīgs “Staro Rīga”, kā arī tehnikas izmaksas var neatsvērt sasniegtos rezultātus, ja nav pietiekama cilvēku plūsma – ir jānodrošina, ka cilvēki ierodas, jo ar telti vien tas nebūs iespējams. Ļoti labs risinājums būtu ceļojošā telts pa festivāliem un pilsētu svētkiem, tomēr tie norisinās tikai vasarā – tā ir ideja vasarai. Nepieciešams apskatīt idejas, kas iesniegtas iepriekšējos kampaņas iepirkumos.

I. Misiņa dalās idejā, ka varētu sagatavot video klipu, kurā parādīta viena ģimene un ko katrs no ģimenes locekļiem iegūst no ES fondiem. Tādējādi pievērsīsim uzmanību, ka katrs ir ieguvējs no ES fondiem, ko ikdienā nepamanām.

I. Svikliņa turpina, ka ES fondu atbalstu varētu parādīt kāda populārā latviešu seriālā kā produktu izvietojumu.

L. Silakaktiņa turpina, ka, tā kā tiek akceptēta ES fondu ieguldījuma tūrisma karte, attīstīsim šo ideju. Tāpat Labklājības un Tieslietu ministrijai būtu jāsadarbības cita veida pasākumā, lai veidotu komunikāciju par ES fondu ieguldījumu sociālajā jomā. Tāpat arī Izglītības un zinātnes ministrijas un Veselības ministrijas kompetencē ir sabiedrības iekļaušanas, sociālās jomas ES fondu projekti.

I. Misiņa atklāj, ka varam veidot arī savu seriālu gluži kā “Palīgā” vai “Dzīvoklis”. Noskaidros paredzamās izmaksas.

5. Grozījumi 2016. gada ES fondu komunikācijas plānā

L. Silakaktiņa informē, ka 2016. gada ES fondu komunikācijas plāna 2. grozījumi vēl ir saskaņošanas procesā. Grozījumu apstiprināšana ir gaidāma nākamajā nedēļā.

6. Dažādi

D. Reihmane informē, ka SAM meklētājs (pieejamā atbalsta meklētājs) ir izvietots CFLA mājaslapā: <http://www.cfla.gov.lv/lv/es-fondi-2014-2020/sam-mekletajs>. Visi Komunikācijas vadības grupas dalībnieki aicināti to testēt un izmantot. Šis meklētājs vēl netiek popularizēts, jo vēl tiek veiktas pēdējās pārbaudes.

Sanāksmē nolemts:

- KVG pārstāvji vadošai iestādei regulāri, tiklīdz tā ir pieejama, nosūta informāciju par plānotajiem tiešās komunikācijas publicitātes pasākumiem, kā arī laikus informē citas iestādes par iespējām piedalīties pasākumā ar savas kompetences jautājumiem, ja saskata šādas iespējas.
- KVG dalībnieki aicināti iesūtīt savas idejas par projektiem, kurus varētu atvērt skolēnu vizītēm nākamā gada ES dienas pasākumu ietvaros.

Sanāksmes noslēgums: 12:21

FM Komunikācijas departamenta vecākā eksperte

L. Silakaktiņa

Protokolēja

L. Silakaktiņa