

**Novadu tēls =
Latvijas tēls**



Latvijas Institūts

Kā novadi var stiprināt savu/valsts tēlu?

Starptautiski statusi un projekti:
UNESCO mūzikas pilsēta,
UNESCO literatūras pilsēta,
Pasaules grāmatu galvaspilsēta,
Eiropas kultūras galvaspilsēta,
Eiropas zaļā pilsēta, Eiropas
gastronomijas reģions, u.c.





Kā novadi var stiprināt savu/valsts tēlu?

Cīņā par savējiem:
gan no Latvijas pavisam
aizbraukušajiem,
gan citās pilsētās/novados
dzīvojošajiem

Kā novadi var stiprināt savu/valsts tēlu?

Nākotnes redzējumu niša
Latvijas ietvaros:

Nacionālais tūrisms, Latvijas kultūras galvaspilsēta, dzīves kvalitāte





Iniciatīva: Latvijas kultūras galvaspilsēta

Vai Latvijā būtu interese
tādu iedibināt?

Lielbritānijas pieredze:

- **Derija** (*Derry-Londonderry*) uzvarēja atlasē 2008. gadā un startēja kā Nacionālā kultūras pilsēta 2013. gadā.
- **Halla** (*Hull*) uzvarēja atlasē 2013. gadā un titulu nes šogad – 2017. gadā.





Lielbritānijas pieredze:

- Hallas programmā ieguldīti **28 miljoni GBP**.
- Kopš statusa iegūšanas ekonomikā ir ieplūdušas **1 miljardu GBP** vērtas investīcijas.
- Jau pirmajā nedēļā notikušie pasākumi ir piesaistījuši vairāk nekā **342 000 apmeklētāju**.
- Lēš, ka statuss Hallas ekonomikai šogad ienesīs **60 miljonus GBP**.

Lielbritānija 2021 atlases kritēriji:

- Augstas kvalitātes kultūras programma;
- Programma, kurā kultūra un radošums palīdz sociālās reģenerācijas procesiem;
- Rada redzamu ekonomisku iespaidu, ieguldot kultūrā, radošumā un inovācijās;
- Rada iespaidu uz ilgtermiņa procesiem un izaugsmi;
- Iesaista dažādas iedzīvotāju grupas un pašmāju, starptautiskos partnerus.

Kultūra – kādā nozīmē?

- Kultūra – vizuālā māksla, literatūra, mūzika, teātris, dejas, arhitektūra, amatniecība, radošās industrijas, dizains, kultūrvēsturiskā telpa, muzeji un galerijas, bibliotēkas, arhīvi, filmu industrija, mediji.
- Sports un zinātne kā papildus elementi.
- **Starpnozaru spēks!**

- Valdības izvēle, bez konkursa.
- No noziedzīgas pilsētas tēla par kultūras pilsētu.
- **Ieguvums – €44m vietējai ekonomikai.**
- Valdība piešķīra €4,5m līdztekus €12m ieguldījumam no pilsētas.
- 156 projekti, 3 000 pasākumu.
- Reklāmas vērtība: €13m, ko veidoja 4 887 mediju publikācijas.

Īrijas pieredze – Limerika 2014

Īrijas
pieredze
—
Limerika
2014



Itālijas pieredze

- Statuss vērsts uz atbalstu **mazajām Itālijas pilsētām**.
- 2014. gadā 5 pilsētas, kas neuzvarēja Eiropas kultūras galvaspilsētas konkursā, saņēma vienādu finanšu atbalstu no valdības, lai realizētu daļu no iecerētās programmas.
- Vēlāk atlase starp mazajām pilsētām **katru gadu**.

Mērķi:

- Atbalstīt un attīstīt vietējās plānošanas un projektu īstenošanas spējas kultūras jomā;
- Atbalsts kultūras projektiem, kas paredz kultūras lomu sociāli iekļaujošas sabiedrības stiprināšanā, mierīgā sabiedrības grupu līdzāspastāvēšanā, lokālās identitātes saglabāšanā, radošumā, ekonomiskā izaugsmē un dzīves kvalitātē.

Lietuvas pieredze:

- Nacionālās kultūras pilsētas statuss iedibināts pēc Viļņas kā Eiropas kultūras galvaspilsētas 2009. gadā, statuss – katru gadu kādā no pilsētām.
- Konkursā nepiedalās galvaspilsēta Viļņa.
- Konkurss notiek 2 gadus pirms Nacionālās kultūras pilsētas statusa.
- Atlasi vada Kultūras ministrija un 4 cilvēki no valsts institūcijām un nevalstiskajām asociācijām.
- Valdības atbalsts max €58,000 vai līdz 80% no budžeta. Iepriekšējo kultūras pilsētu budžeti bijuši no **€120,000 līdz €200,000**.

A vertical banner with a colorful, abstract pattern of red, blue, and yellow lines. In the center is a white circle containing the same stylized knot logo as the main logo. Below the circle, the text "KLAIPĖDA" is written in a bold, sans-serif font. At the bottom of the banner, the text "LIETUVOS KULTŪROS SOSTINĖ" is written in white on a dark red background, followed by "2017" in white on a dark blue background, and the website "www.kulturosostas.lt" in white on a dark blue background.

KLAIPĖDA

LIETUVOS KULTŪROS SOSTINĖ

2017

www.kulturosostas.lt



Lietuvas pieredze:

Uzdevumi:

- Iedrošināt vietējos iedzīvotājus uz kultūras un radošajām aktivitātēm;
- Attīstīt kultūras un radošo industriju sektoru, radīt plašu kultūras pieejamību dažādos Lietuvas reģionos.

Kritēriji:

- Projekta atbilstība mērķiem;
- Kvalitāte;
- Patiess iespēju, līdzekļu un cilvēkresursu novērtējums;
- Prioritāte tiem, kas paredz attīstīt lokālo identitāti, vietējās tradīcijas, aktīvu iedzīvotāju un privātā sektora līdzdalību.

Latvijas kultūras galvaspilsēta un tūrisms

- Nacionālā un starptautiskā tūrisma pieaugums;
- Reģionālās koncertzāles un mākslas centri, to mārketings (kvalitatīva informācija svešvalodās, savlaicīga plānu izziņošana u.c.);
- Iedzīvotāju iesaistīšana.

- Kultūrtūrisma mērķtiecīga veidošana un popularizēšana;
- Popularizēt Nacionālās kultūras galvaspilsētas, koncertzāles, mākslas centrus u.c. starptautiski kopā ar citiem Latvijas partneriem;
- Mārketings starptautiskajos tūrisma un kultūras gadatirgos.

**Latvijas
Institūta u.c.
partneru
iespējas**

Mācības no Eiropas kultūras galvaspilsētas 2014.gadā:

- Mērķtiecīga plānošana un gatavošanās ir puse no veiksmes;
- Spēcīgs stāsts un programmas piedāvājums pievilina;
- Ārvalstu žurnālisti atved tūristus un nozaru ekspertus;
- Iespaidi uz valsts/pilsētas tēlu un ekonomiku;
- Koru olimpiāde: **€1 atnes €4**



Iniciatīva: #GribuTevi Atpakaļ

Ko varam darīt,
lai ieinteresētu
savus cilvēkus
atgriezties?

sociālā kustība

#GribuTeviAtpakaļ

Kustības pieteikums ir izraisījis plašu rezonansi publiskajā telpā, kas liecina par jautājuma aktualitāti, personiskumu.

Mērķis ir emocionāli uzrunāt
no Latvijas aizbraukušos cilvēkus, atgādinot:

JŪS ESAT MUMS SVARĪGI, UN
LATVIJA VIENMĒR BŪS JŪSU MĀJAS.

Iesaistīties aicināts ikviens.



Pienācis laiks skaidri pateikt,
ka **vēlamies redzēt mūsu
cilvēkus atgriežamies
Latvijā—**tad, kad viņi būs
tam gatavi, bet pagaidām
uzturēt ciešākas saites ar
Latviju.

Aicinām pašvaldības

Apsvērt savu piedāvājumu tiem, kas vēlas atgriezties savā dzimtajā vietā!

Apkopot – kas jau novadā **izdarīts**;

Pastāstīt – kāds ir novada **nākotnes redzējums**;

Skaidra, tieša komunikācija – ar ko man kontaktēties novadā, kā novads veidos dialogu ar mani?

Jaunieši, kas mācījušies ārzemēs: jautājums nav algas lielumā, bet gan **attieksmē**.

Iniciatīva: Strādā Latvijā

Darba devējiem (sadarbībā ar
LDDK)

Ārvalstīs studējošiem
jauniešiem

Latvijai



Iniciatīvas mērķi / uzdevumi

Mērķi:

- Dot impulsu remigrācijas procesa sākumam
- Atbalstīt konkrētus jaunus speciālistus – potenciālos darbiniekus

Uzdevumi:

- Veidot remigrāciju atbalstošu sabiedrisko domu
- Mazināt mītus, ka Latvijā nav labi

Ko saka «Millenials» paaudze

Svarīga ir:

- Darba devēja vēlme uz klausīt, iesaistīt, novērtēt;
- Laba, draudzīga darba vide;
- Atalgojuma apjoms ir būtisks, bet ne primārs.

Latvija.

119 vietas, kur atgriezties



Latvijas Institūts



Latvia.eu

Facebook: If you like Latvia,
Latvia likes you

Facebook: Kaut kas mīļš no
Latvijas

Twitter @LatviaInstitute