

IDEJU KONKURSA „PAR VIDZEMES REĢIONA LOGO IZSTRĀDI” NOLIKUMS

I Vispārīgā informācija:

1. Konkursu organizē Vidzemes plānošanas reģions Baltijas jūras reģiona programmas projekta “Lauku reģionu pievilcīga tēla veidošana” (“Trans in Form”) ietvaros.
2. Konkursa mērķis ir izstrādāt Vidzemes plānošanas reģiona un tās teritorijas simboliku (turpmāk tekstā - logo), lai veicinātu Vidzemes atpazīstamību un vienotu vizuālo tēlu.
3. Konkurss ir atklāts.
4. Konkursā var piedalīties ikviena juridiska vai fiziska persona.
5. Vienam dalībniekam atļauts iesniegt ne vairāk kā 3 logo darbus, taču katrs piedāvājums jānoformē un jāiesniedz atsevišķi, šajā nolikumā noteiktā kārtībā.
6. Darbs jāiesniedz aizlīmētā aploksnē, kuras priekšpusē norādīts konkursa nosaukums, aizmugurē pretendenta Vārds, Uzvārds, adrese, e-pasts (ja tāds ir), telefons.
7. Konkursa darbam jābūt dalībnieka paša radītam.
8. Konkursa darbu pēdējā iesniegšanas diena 2011. gada 16. februāris līdz plkst. 15:00, Vidzemes plānošanas reģiona Valmieras birojā, Cēsu ielā 19, 54. kabinetā, Valmierā, LV- 4201.
9. Konkursa darbi, kuri saņemti pēc noteiktā termiņa netiek izskatīti.
10. Konkursam iesniegtos darbus atpakaļ neizsniedz.
11. Papildus paskaidrojumus par konkursa norisi, kā arī papildus informāciju par konkursa priekšmetu pretendenti var saņemt pa tālr. +371 26454562. vai e-pastu: marapoikane@vidzeme.lv

II Informācija par logo prasībām:

12. Vidzemes reģiona logo tiks izmantots dažādos Vidzemes reģiona informatīvajos un prezentācijas materiālos (suvenīriem, Vidzemes reģiona reprezentācijas materiāliem, dāvanām, digitālajiem materiāliem u.c.) un tam jāveicina Vidzemes reģiona kā inovatīva un uz attīstību vērsta reģiona atpazīstamību. Logo jāizstrādā balstoties uz Vidzemes jaunizveidoto saukli “Ceļš ved augšup”.
13. Sauklis “Ceļš ved augšup” raksturo Vidzemes reģiona izaugsmi un attīstību. Sauklis un tā skaidrojums - “Ceļš ved augšup! Dodoties uz Vidzemi ir jābrauc kalnā. Vidzeme ir ģeogrāfiski augstākais Latvijas reģions, un tas lieliski saskan ar Vidzemes vietu Latvijas tautsaimniecībā un kultūrā. Koptas mājsaimniecības, seni kultūras pieminekļi un latviska kultūra ir pirmās ārpusnieka asociācijas, domājot par Vidzemi. Vēsturiski Vidzeme bijusi ievērojams un daudzpusīgs ražošanas centrs un par tādu tā kļūst arī nākotnē. Dodoties uz Vidzemi, ceļš ved augšup.”
14. Vidzemes reģiona logo jāatbilst šādām prasībām:
 - 14.1. formā – vienkāršs, vienlaikus uzmanību piesaistošs, inovatīvs, pievilcīgs un lietojams dažādos mērogos, kā arī viegli uztverams;
 - 14.2. asociējas ar Vidzemes reģiona “Ceļš ved augšup” saukli;
 - 14.3. obligāti jāizmanto uzraksts “Vidzeme”;
 - 14.4. logo dizainā jāizmanto ne vairāk par 4 krāsām;
 - 14.5. logo izveidē izmantojami visi grafiskie un glezniecības līdzekļi;
 - 14.6. darbi iesniedzami uz A4 formāta lapas; datorgrafikas darbi iesniedzami gan izdrukas veidā (A4 lapa), gan digitālā formātā (CD diskā)

- 14.7. darbam jāpievieno darba īss paskaidrojošs apraksts (ne vairāk kā puse A4 lapas);
- 14.8. katram darbam jāpievieno autora Vārds, Uzvārds, vecums, kontaktinformācija (dzīvesvietas adrese, tālrunis).

III Logo vērtēšana

15. Konkursa darbus izvērtē vērtēšanas komisija līdz 2011. gada 18. februārim.
16. Konkursa komisija novērtēs katra iesniegtā darba atbilstību konkursa nolikumā noteiktām prasībām (skatīt 17. punktu).
17. Vidzemes reģiona logo vērtējuma kritēriji:
 - 17.1. logo vizuālā pievilcība un uztveramība;
 - 17.2. atbilstība un sasaiste ar saukli
 - 17.3. tā vizuālais noformējums, krāsu salikums un saistība ar vārdu “Vidzeme”;
 - 17.4. logo pielietojamība (iespieddarbos, suvenīros, izstādēs, digitālajā formātā).
18. Katrs komisijas loceklis piešķir punktus par katra iesniegtā darba piemērotību noteiktajām prasībām (maksimālais punktu skaits par katru no kritērijiem – 5). Katram darbam piešķirtie punkti tiek summēti un dalīti ar vērtētāju skaitu, nosakot katra iesniegtā darba atbilstību konkursa prasībām. Pēc visu darbu izvērtēšanas un punktu summēšanas, tiek izvēlēti trīs darbi, kas ieguvuši visaugstāko punktu skaitu.
19. Trīs vislabāk novērtētos darbus publicēs Vidzemes plānošanas reģiona mājas lapā www.vidzeme.lv
20. Vidzemes plānošanas reģiona mājas lapā par trīs komisijas izvēlētajiem darbiem varēs balsot Vidzemes iedzīvotāji un citi Vidzemes plānošanas reģiona mājas lapas apmeklētāji.
21. Balsošana mājas lapā norisināsies līdz 2011. gada 28. februārim plkst. 17:00.
22. Konkursa rezultāti tiks paziņoti līdz 2011.gada 4. martam.

IV Konkursa vērtēšanas komisijas tiesības un pienākumi:

23. Konkursa komisija var lūgt paskaidrojumus darba autoram par iesniegto piedāvājumu, ja tas nepieciešams.
24. Konkursa komisijai ir tiesības pieprasīt no pretendenta ar parakstu apstiprinātu apliecinājumu, ka iesniegtie darbi ir oriģināli un nav plagāti.
25. Konkursa komisija pēc darbu izvērtēšanas nosaka konkursa uzvarētāju un piešķir tam balvu LVL 200 apmērā.
26. Konkursa komisijai ir tiesības izmantot uzvarētāja iesniegto logo skici tālākai tehniskai apstrādei, ja to uzskata par nepieciešamu.
27. Konkursa komisijai ir tiesības noraidīt visus piedāvājumus un izsludināt jaunu konkursu.

V Konkursa noslēgums un līguma sagatavošana:

28. Pēc konkursa rezultātu apstiprināšanas Vidzemes plānošanas reģions sagatavo līguma projektu ar konkursa uzvarētāju par autora mantisko tiesību atsavināšanu un turpmākas sadarbības iespējām. Sagatavotais līguma projekts tiek saskaņots ar konkursa uzvarētāju un stājas spēkā pēc tā parakstīšanas.

PIELIKUMS

1. Par Vidzemes plānošanas reģionu

Vidzemes plānošanas reģions (VPR) savu darbību uzsācis 2006. gadā ar mērķi nodrošināt reģiona plānošanu un koordināciju, kā arī pašvaldību un citu valsts pārvaldes iestāžu sadarbību. VPR sniedz attīstības plānošanas pakalpojumus nacionālajā, reģionālajā un vietējā līmenī, kā arī nodrošina reģionālā un vietējā līmeņa pārstāvniecību uzņēmējdarbības, nodarbinātības un sociālās politikas veidošanā. Pārstāvēt 25 novadus, kā arī republikas pilsētu Valmieru, VPR misija ir koordinēt un veicināt Vidzemes reģiona ilgtermiņa līdzsvarotu attīstību, sniedzot efektīvus pakalpojumus reģiona iedzīvotājiem, NVO, uzņēmējiem un pašvaldībām kopīgi definēto attīstības mērķu sasniegšanai.

VPR pakalpojumi reģiona līmenī:

1. **Plānošanas nodrošināšana** - teritorijas attīstības plānošanas organizēšana un īstenošana reģiona līmenī, iesaistot visas ieinteresētās puses, atzinumu sniegšana;
2. **Interesu pārstāvniecība** - reģiona attīstības interešu pārstāvniecība valsts un starptautiskā līmenī
3. **Atbalsts attīstībai un partnerībai** - sadarbības pasākumu organizēšana, konsultēšana, projektu konkursu organizēšana, citu reģionu un ārvalstu partneru piesaistīšana un projektu ieviešana pašvaldībām, nevalstiskajām organizācijām, uzņēmējiem un citām sabiedrības grupām;
4. **Informācijas nodrošināšana** - statistiskās informācijas apkopošana, pētījumu veikšana, informācijas par aktualitātēm apkopošana un publicēšana;
5. **Pašvaldību darba koordinēšana** - sadarbības nodrošināšana pašvaldībām, organizējot pasākumus un nodrošinot Attīstības padomes darbu
6. **Specifisko funkciju īstenošana** - stratēģijas darbības periodā - sabiedriskā transporta plānošana reģionā

Vidzeme - Ceļš ved augšup!



Vidzemes plānošanas reģiona pašvaldības

2. Par projektu “Lauku reģionu pievilcīga tēla veidošana”



Projekts “**Lauku reģionu pievilcīga tēla veidošana**” (“Trans in Form”) sācies 2009. rudenī, kad Latvijas, Norvēģijas, Vācijas, Polijas, Lietuvas un Zviedrijas pārstāvji uzsāka darbu pie valstu mazo un vidējo pašvaldību attīstības. Projekta mērķis ir veicināt mazo un vidējo pašvaldību konkurētspēju un ilgtspējīgu attīstību, veidojot tās pievilcīgākas dzīvošanai, darbam un investīcijām.

Kā galvenie projekta pasākumi izvirzīti:

- Veidot reālistiskus, jaunus attīstības scenārijus, balstoties uz ģeogrāfisko, demogrāfisko un sociālekonomisko kritēriju izpēti. Tiks izmantota Norvēģijas pieredze, pielietojot atraktivitātes barometra metodi, vietu konkurētspējas noteikšanai;
- Izstrādāt jaunus investīciju plānus un rekomendācijas, lai veidotu pievilcīgāku dzīves telpu nelielās apdzīvotās vietās, izmantojot dizaina elementus un mūsdienīgas pilsētvides veidošanas piemērus;
- Ar jauniem stāstiem un vēstījumiem reklamēt pašvaldību un reģionu attīstības iespējas, tādējādi piesaistot teritorijai gan investorus, gan jaunus iedzīvotājus;
- Dažādu informatīvo materiālu izveide un jaunas vizuālās identitātes izstrāde;
- Apgūt un ieviest progresīvāko ES valstu pieredzi.

Detalizētāka informācija par projektu “Trans in Form” projekta mājaslapā: www.tifpro.eu