

“Tūrisms, sadarbības tīkli un radošums Pierīgā”

23.03.2023

Edgars Ražinskis



Vilhelms Griķis, 1938.



RĪGAS  
PLĀNOŠANAS  
REĢIONS



EXIT RĪGA  
Tepat blakus!

Nozīmīgākie tūrisma resursi Pierīgā.

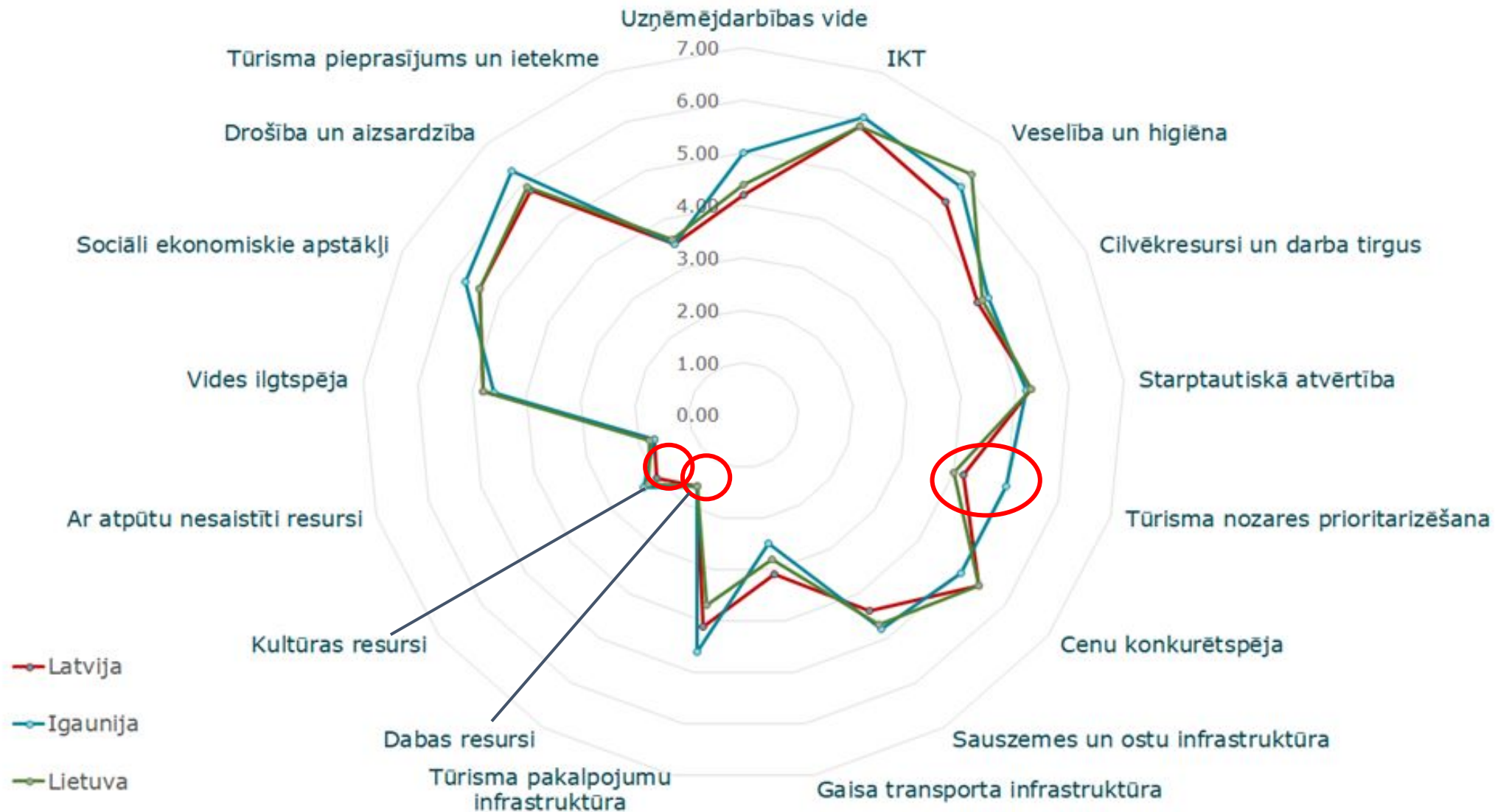
Populārākie tūrisma objekti Pierīgā.

# Latvijas tūrisma politikas attīstības plāns 2021.-2027. gadam

Starptautiskā tūrisma konkurētspējas indeksa rādītāji						
Valsts	2019. punkti	2019. vieta	2021. punkti	2021. vieta	Izmaiņas punktos	Izmaiņas vietā
Igaunija	4.4	31	4.4	29.	-0.59%	+2
Lietuva	4.2	45	4.3	42.	0.65%	+3
<b>Latvija</b>	<b>4.2</b>	<b>48</b>	<b>4.2</b>	<b>48.</b>	<b>0.60%</b>	<b>0</b>

# Tūrisma konkurētspējas indeksa rādītāji Baltijas valstu salīdzinājumā

(Datu avots: Pasaules Ekonomikas forums)



2.tabula "Tūrisma konkurētspējas indekss Latvijai"

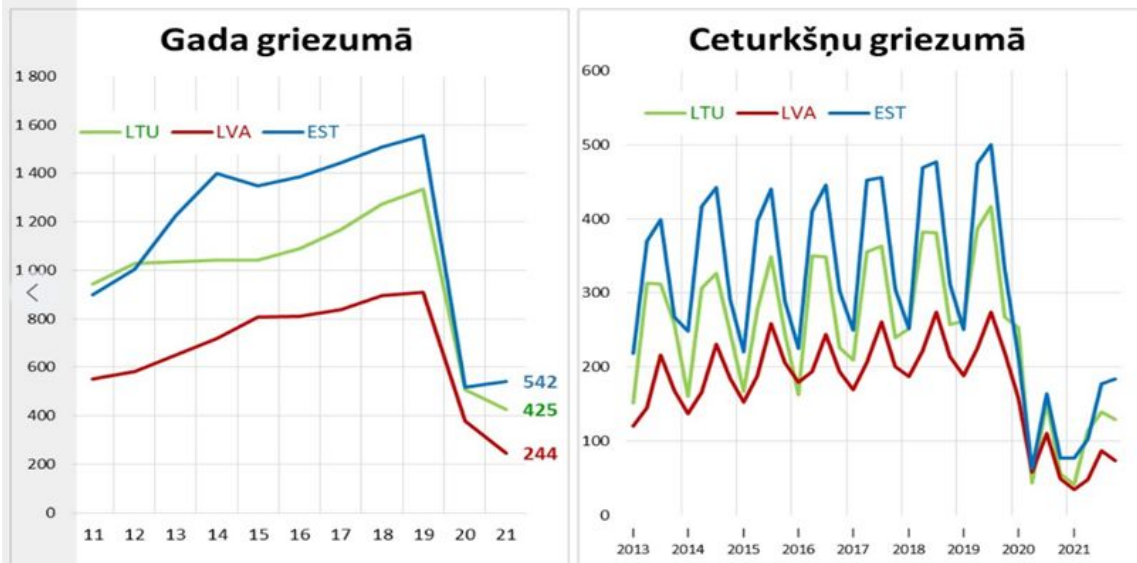
Avots: Pasaules Ekonomikas forums

Konkurētspējas rādītājs	Stiprās puses	Vājās puses
Tūrisma veicinošas vides rādītāji	<b>IKT 5,9/19.vieta</b>	Uzņēmējdarbības vide 4,2/45.vieta
	Drošība un aizsardzība 5,8/31.vieta	
	Veselība un higiēna 5,5/36.vieta	
	Cilvēkresursi un darba tirgus 4,8/33.vieta	
Tūrisma un ceļošanas politiku veicinošie rādītāji	<b>Starptautiskā atvērtība 5,3/21.vieta</b>	Prioritāte (tūrisma nozare) 4,2/51.vieta
		Cenu konkurētspēja 5,4/ 49.vieta
Infrastrukturā rādītāji	Sauszemes un ostas infrastruktūra 4,4/31.vieta	<b>Gaisa transporta infrastruktūrā 3,1/64.vieta</b>
		Tūrisma infrastruktūra 4,1/ 39.vieta
Tūrisma pieprasījuma veicinošie rādītāji		<b>Dabas resursi 1,6/103.vieta</b>
		<b>Kultūras resursi 2,0 /84.vieta</b>
		<b>Ar atpūtu nesaistīti resursi 1,7/77.vieta</b>
Tūrisma ilgtspēja	<b>Vides ilgtspēja – 4,8/10.vieta</b>	<b>Tūrisma pieprasījums un tā ietekme 3,5/ 104.vieta</b>
	<b>Sociālekonomiskā noturība un apstākļi 5,4/ 21.vieta</b>	

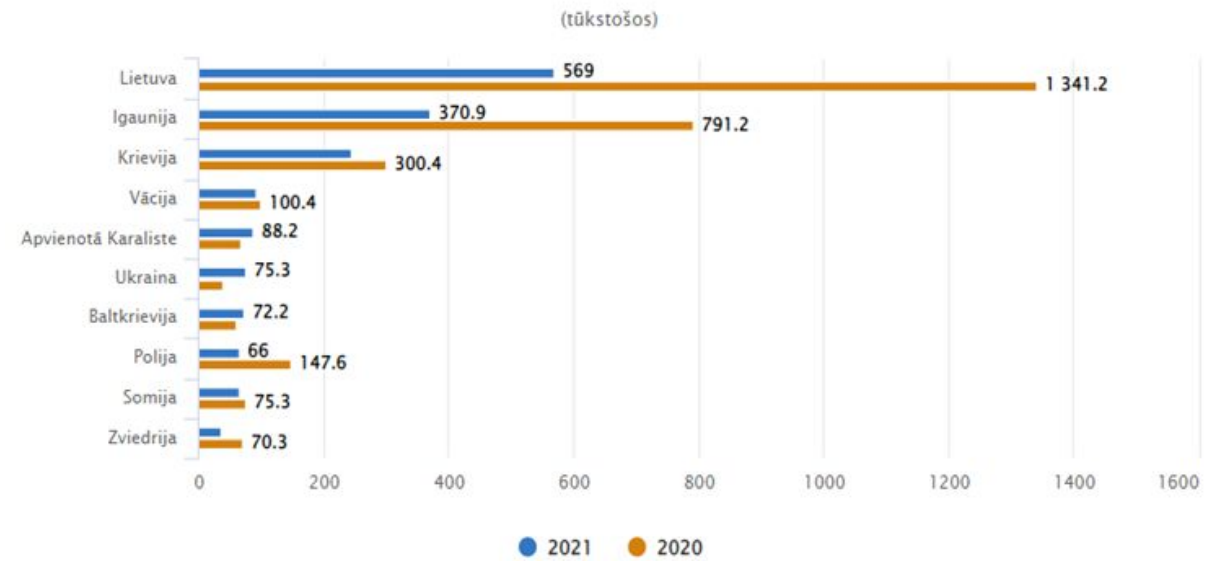
Rādītājā par dabas resursiem, kur Latvija iegūst vien 1,6 punktus no 7 iespējamajiem, kas uzskatāms par zemu rādītāja sasniegšanas līmeni. Apakškritērijā par aizsargājamo teritoriju procentuālo apjomu Latvijas rezultāti pat pārsniedz vidējo rādītāju, salīdzinoši augstu tiek vērtēts arī apzināto sugu skaits Latvijā, savukārt **loti zemi** rādītāji ir apakškritērijos par **Pasaules Dabas mantojuma sarakstā** iekļauto objektu skaitu (**Latvijā nav globāla līmeņa dabas objektu**) un **dabas tūrisma digitālais pieprasījumu**.

Rādītājā par kultūras resursiem, kur Latvija iegūst vien 2 punktus no 7, Latvija visos apakškritērijos atpaliek no Eiropas vidējiem rādītājiem. Tiek analizēts Pasaules Kultūras mantojuma sarakstā iekļauto objektu skaits (no Latvijas iekļauti 2 objekti), UNESCO radošo pilsētu tīklā esošo pilsētu skaits (Igaunijā un Lietuvā ir **UNESCO radošo pilsētu tīklā esošas pilsētas**), lielo sporta stadionu skaits, **kultūras tūrisma digitālais pieprasījums** un **pietiekama materiālā un nemateriālā mantojuma saglabāšana**.

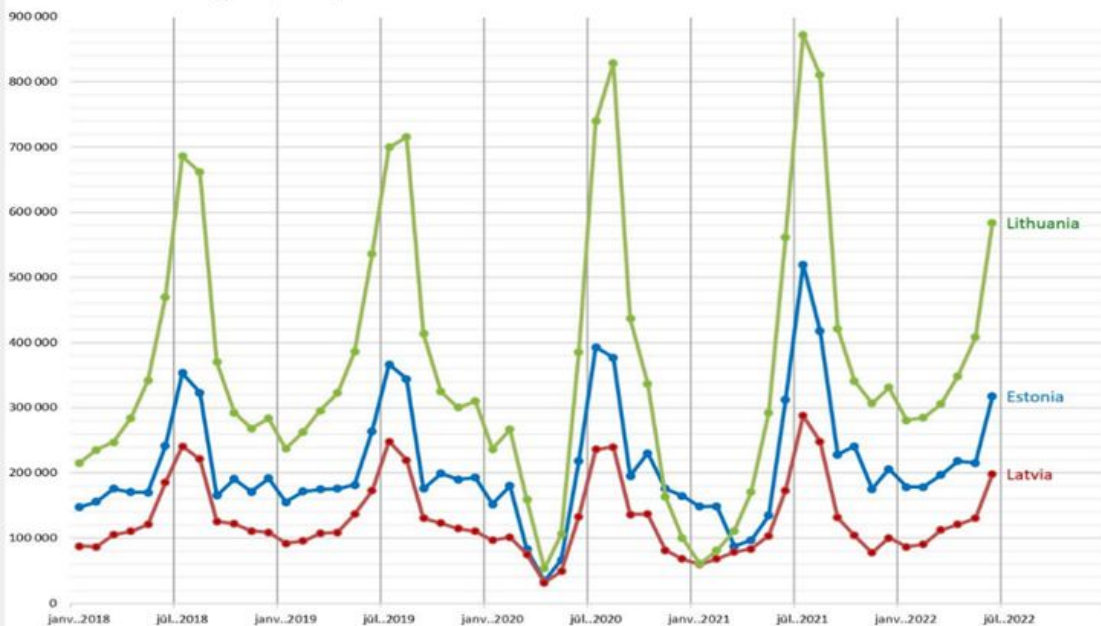
**Pakalpojumu eksports no Baltijas valstīm sadaļā «Braucieni», milj. EUR**



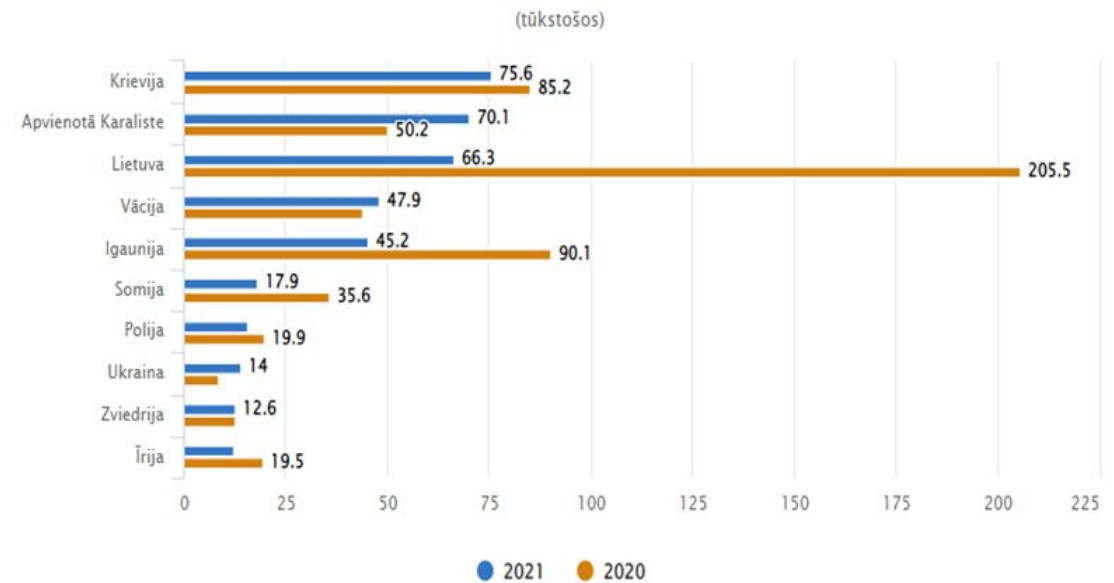
**Ārvalstu ceļotāju robežšķersojumu skaits 2021. un 2020. gadā**



**Nights spent by domestic visitors in hotels and other accommodation establishments**



**Vairākdienu ceļotāju skaits 2020. un 2021. gadā**



# Destination Reputation Impact – The Western/Eastern Gap

What Pre/Post Crisis gaps in tonality of conversations linked to destinations?

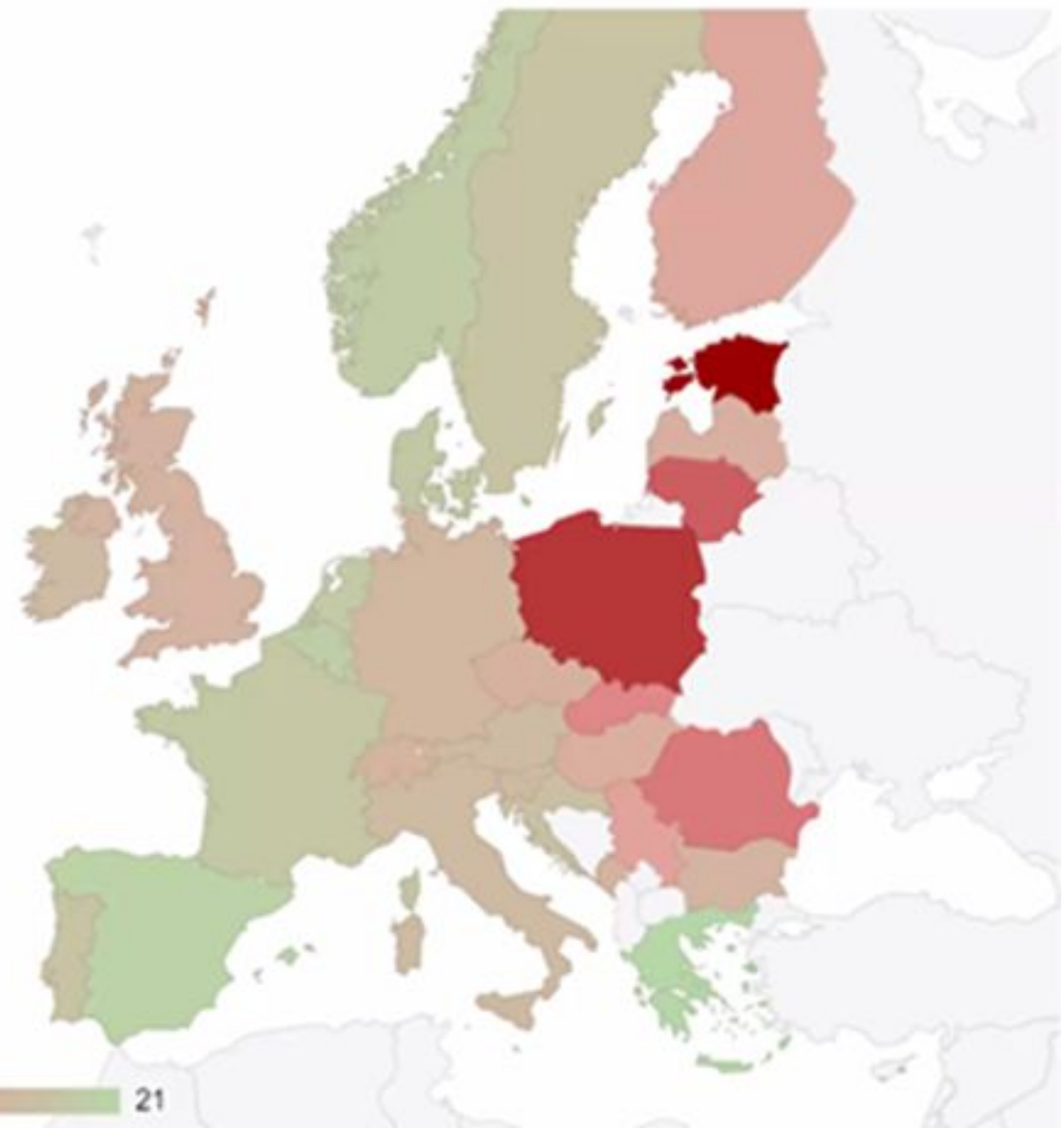
NET SENTIMENT SCORE EVOL\* (+/-)



Destinations currently impacted reputation-wise

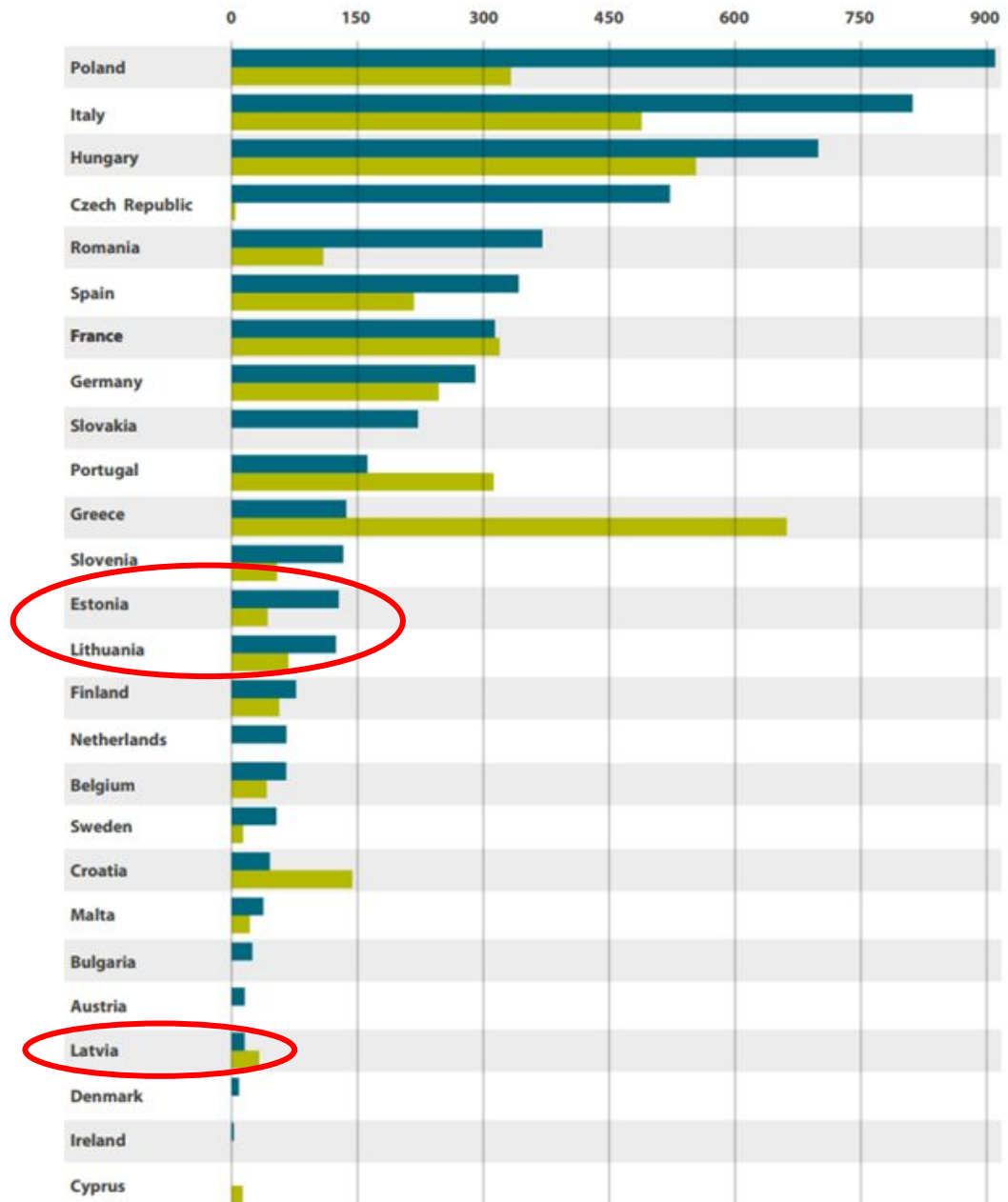


NET SENTIMENT SCORE PRE/POST CRISIS IMPACT





Period 2007-2013 vs 2014-2020



1.1.5.	Tīklošanās aktivitātes savstarpējās sadarbības veicināšanai starp visām tūrismā iesaistītajām pusēm	PR1, PR3	LIAA, EM	tūrisma asociācijas, plānošanas reģioni	ES fondu programmu finansējums  Nepieciešams papildus valsts budžeta finansējums
1.3.2.	Atbalsta sniegšana tūrismā nodarbināto personu profesionālās kompetences pilnveidei, kā arī nozarei specifisku apmācību organizēšana	PR1, PR2, PR3	VARAM, IZM, LM	Plānošanas reģioni, pašvaldības, VIAA, NVA, asociācijas	Valsts budžeta finansējums  ES fondu programmu finansējums
2.1.1.	Atbalsts tūrisma produktu un procesu digitālajām inovācijām un digitālās transformācijas veicināšana	PR1, PR2, PR3	EM, VARAM, KM, LIAA	Tūrisma asociācijas, pašvaldības	ES fondu programmu finansējums  Atvēršanās un noturības mehānisma finansējums

# LOCAL FLAVOURS

- 2019. gadā RPR uzsāka darbu projektā LOCAL FLAVOURS
- MĒRĶIS - atklāt un spēcināt reģiona vēl neatklāto tūrisma kapacitāti un potenciālu, tā ilgtermiņā pilnveidojot reģionāla mēroga tūrisma produktu piedāvājumu.
- IEGUVUMI – citu projekta dalībnieku labo prakšu apkopošana un, balstoties uz iegūtām zināšanām, ir iespēja veidot savus pilotprojektus.



*Projektā iesaistītās dalībvalstis, Local Flavours*

# ANTROPOLIĢISKA PIEEJA

Antropoloģiska pieeja:

- rada **iespēju** iegūt datus, kurus nevar iegūt aptaujās vai uzskaitēs;
- teritorijā meklē **pieredzes**, emocijas, atmiņas, stāstus un attiecības;
- nodrošina piekļuvi viedokļiem un pieredzes stāstiem, ļaujot **kontekstualizēt** vietu problēmas un izaicinājumus.



*Līgo parks Ulbrokā, Ropaži.lv*

# IZMANTOTĀS METODEDES

## Kvantitatīvi dati

- Aptauja
- Statistikas apkopošana
- Uzskaitē (cilvēku, auto, u.c.)
- Demogrāfiska uzskaitē
- Aktivitāšu uzskaitē

## Kvalitatīvi dati

- Intervija (biežāk – daļēji strukturētas)
- Līdzdalīgais novērojums
- Mentālā kartēšana
- Foto fiksācijas
- Fokusa grupas



# Veiktās aktivitātes

## I FĀZE

*“Pierīgas labās prakses apzināšana,  
potenciāla izvērtējums”*

- Etnogrāfiskas izpētes laikā tika intervēti 50 Pierīgas tūrisma ekosistēmas dalībnieki.
- Balstoties uz KRAFT metodoloģijas, tika sagatavotas intervijas iesaistīto pušu lokam.
- Interviju struktūra sevi ietvēra tēmas par:
  - Vietējo kopienu;
  - Vietas identitāti;
  - Sadarbību starp uzņēmējiem un NVO, publisko sektoru un uzņēmēju mijiedarbību savā starpā.



# Respondentu profils

**36%** tūrisms ir pamatnodarbošanās;

**54%** pārcēlušies no Rīgas

**27%** vietējie

**13%** no citas vietas Latvijā

**4 %** no kaimiņnovada

**2%** ārpus Latvijas



*Viesu nams "Gungas"*

# Profils

**63% sievietes, 37% vīrieši**

**55% ģimenes uzņēmums**

**16% viena darbinieka uzņēmums**

**11% uzņēmums: ģimene+**

**9% valsts/ pašvaldības**

**9% biedrības**



*Zelmas maiznīca*



# Tūrisma pop up diena un pārdošana



Baltic DMC Group

November 27, 2019 · 🌐

Pop-up tūrisma diena Pierīgā.

Nav tālu jābrauc, lai lieliski pavadītu brīvdienas ar ģimeni, sarīkotu korporatīvo pasākumu vai atpūstos kopā ar draugiem.

Šoreiz:

- viesojāties pie Sibīrijas haskijiem un **Vulfas kundze** Garkalnē, kuru saimniece cep arī bezgala gardu maizīti... [See More](#)

**2019.gada 22.novembris**

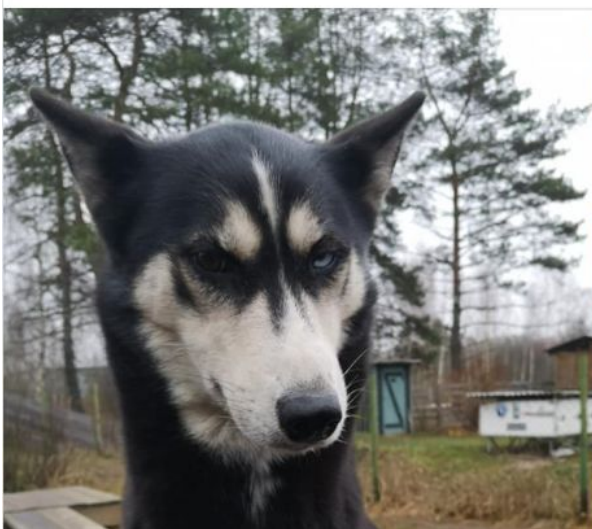
**Piedalās: Pieci Garkalnes un Ropažu novada uzņēmumi.**

**epasts: 345 adresāti**

**apzvanīti: ap 100 adresāti**

**ieradās: 28 ar tūrismu saistītas personas.**

**pārdošanas izmaksas: ap 600 eiro.**



**FAM trip - Riga surroundings - November 2019!**

Photos: Roma Raibarte

November 28, 2019 · 🌐

👍 15

14 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share    🌐



# VEIKTĀS AKTIVITĀTES (2)

## I FĀZE

*«Rīgas plānošanas reģiona identitātes veidotājelementi»*

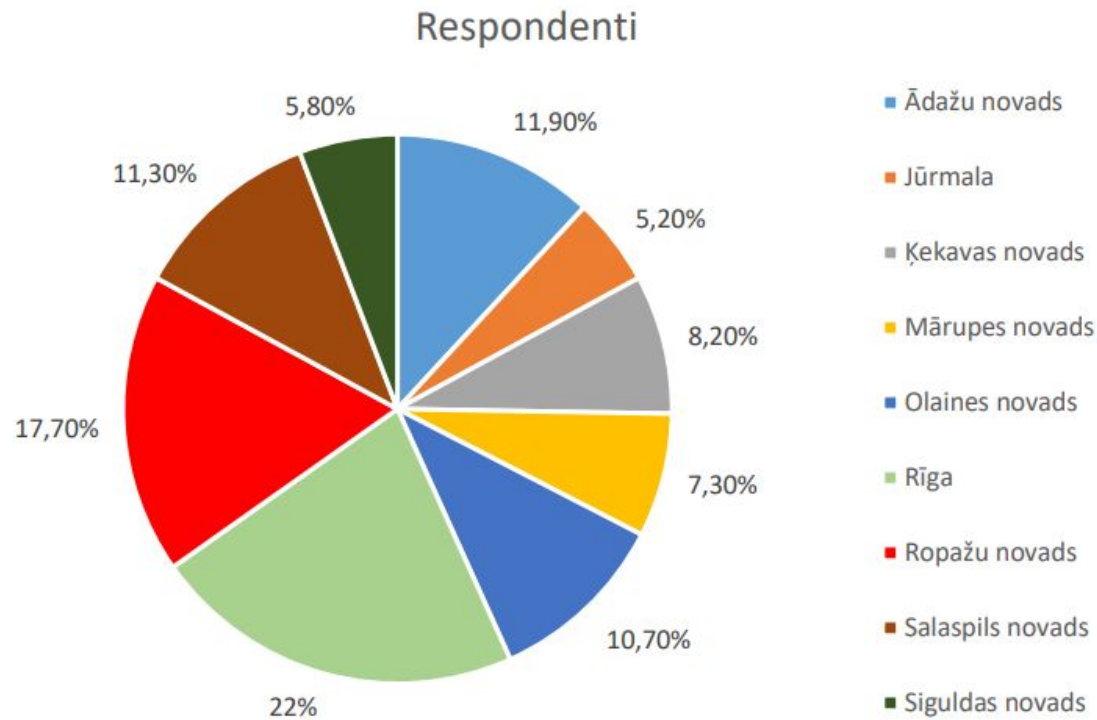
- Sadarbībā ar vietējām rīcības grupām, pilsētu aktīvajām kopienām un biedrību Latvijas Lauku forums tika veikts socioloģisks pētījums.
- Izmantotās metodes:
  - Iedzīvotāju aptaujas
  - Fokusa grupas
  - Pašvaldību plānošanas dokumentu analīze
  - Padziļinātas intervijas ar ekspertiem
  - Pētījumu un plānošanas dokumentu izpēte

## RĪGAS PLĀNOŠANAS REĢIONA IDENTITĀTES VEIDOTĀJELEMENTI

PĒTĪJUMS



# IEGŪTIE DATI



## Iedzīvotāju aptaujas respondentu redzējums par unikālajām reģiona vērtībām:

1. DABA;
2. Infrastruktūra un pakalpojumu pieejamība;
3. Cilvēkkapitāls;
4. Rīga un tās tuvums;
5. Attīstības potenciāls un vitalitāte;
6. Kultūra;
7. Uzņēmējdarbība.

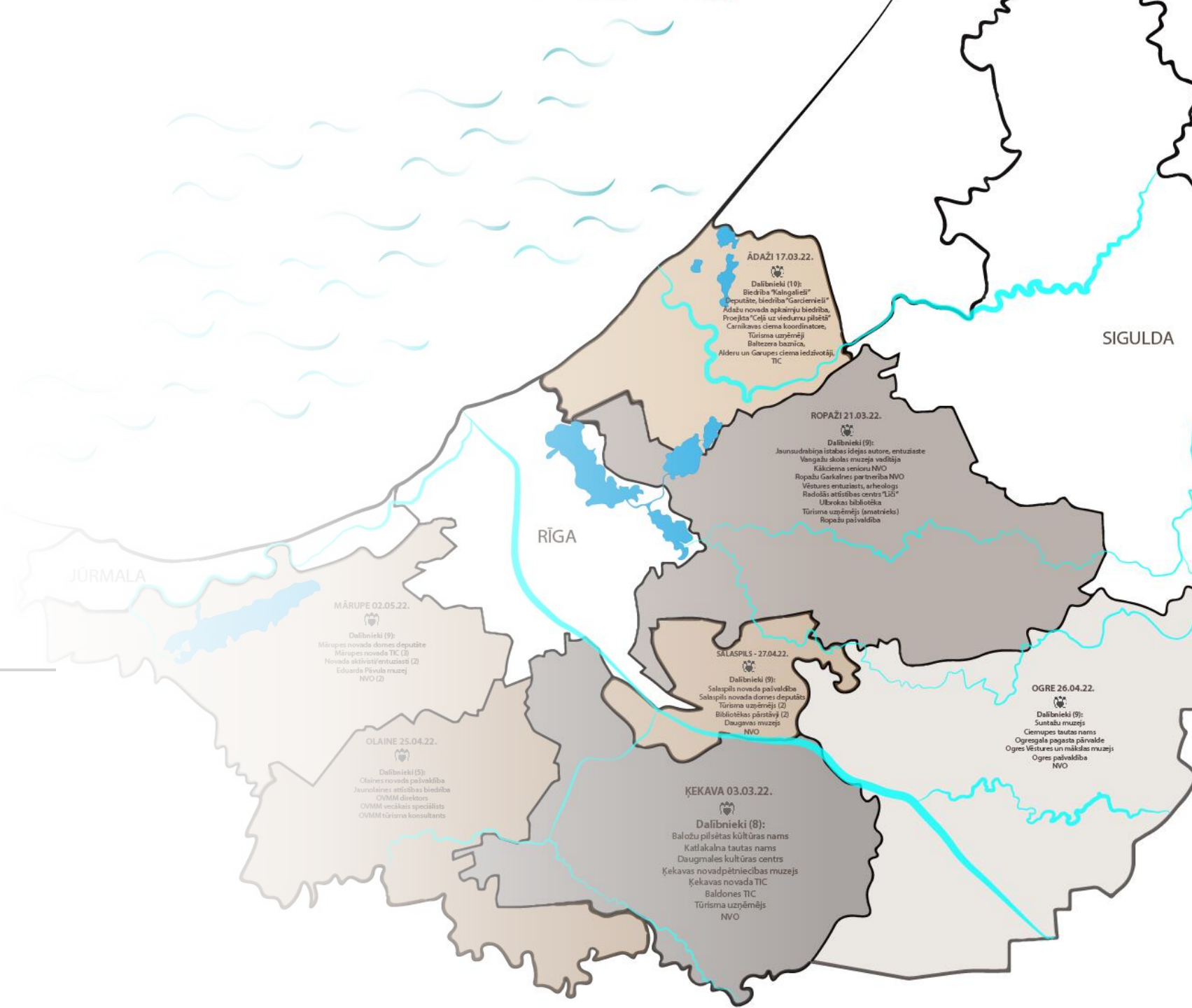
*Iedzīvotāju aptaujas respondentu sadalījumu pa RPR, 2022*

# Iegūtais rezultāts

- Projekta noslēgumā tika izstrādāts Rīcības plāns ietverot 3 nozīmīgas aktivitātes:
  - **Pierīgas tūrisma ekosistēmas kartēšana.**
  - RPR tūrisma objektu pieejamības veicināšana, izmantojot alternatīvas pārvietošanās metodes, savienojumu uzlabošana starp tūrisma objektiem.
  - Digitālā ceļveža un mentoringa modeļa izstrāde.
- Īrijas Vaterfordas apgabalā īstenotā vērtību kartēšanas pieeja tika pielāgota RPR izpētes teritorijā.
- Tika organizētas tikšanās, iesaistot pašvaldības tūrisma uzņēmējus un speciālistus, vietējos NVO pārstāvjus un citus aktīvistus.

## II FĀZE

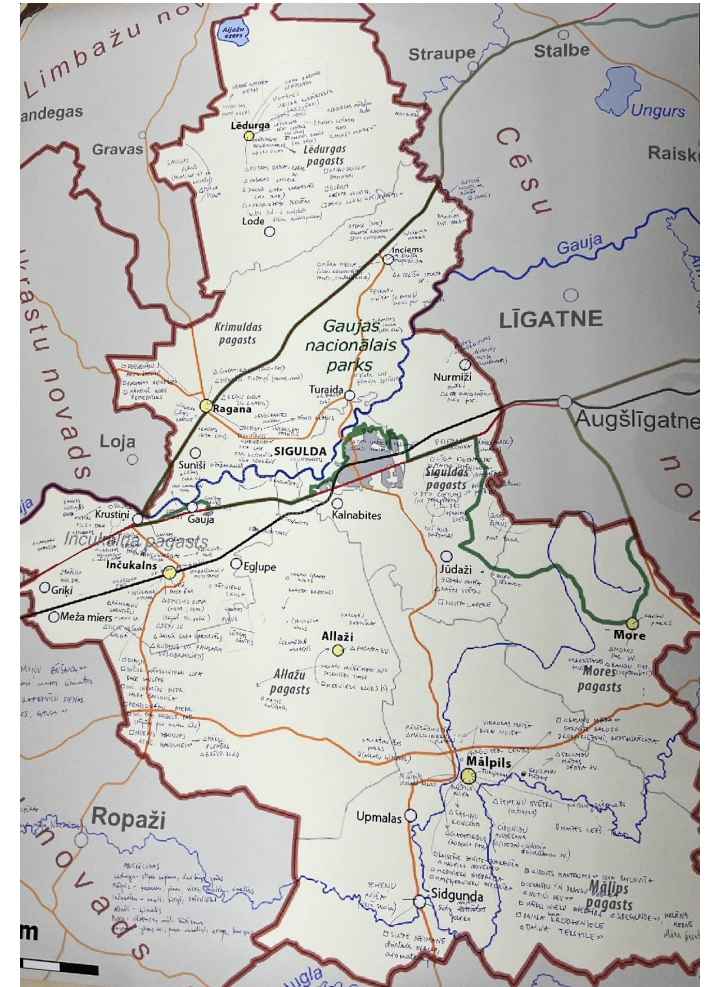
“Dārgumu medībās”  
apzinātās  
teritorijas un to  
pārstāvji



# “Dārgumu medības” vērtību kartēšana



# FOKUSGRUPAS







# Ko tālāk darīt ar šiem datiem?

**1. ap nozīmīgākajiem galamērķiem veicināt sadarbības tīklojumus;**

- daļu priekšlikumu TOP objektiem iesūtīja pašvaldību tūrisma speciālisti;**

# Kā novērtēt tūrisma galamērķus: Lielie dati;

## Google maps priekšrocības

- kvantitatīvi un kvalitatīvi dati;
- Populārākais navigācijas un galamērķu reitingu salīdzināšanas rīks pasaulē (~72% ceļotāju izmanto google maps);
- iespējams salīdzināt objektus, kam netiek tirgotas biļetes vai/un nav skaitītāju;

## Google maps trūkumi

- Objekti google maps atrodas dažādu laiku periodu;
- Sezonalitāte;
- Politizēts viedoklis ietekmē kvalitatīvos datus;
- Problemātiski salīdzināt maksas un bezmaksas objektus;
- Vērtējumi ar un bez komentāra ir atšķirīgas vērtības;

objekts	atsauksmju sk.	vērtējums	koef.
Dzintaru mežaparks	8905	4.7	<b>29.7</b>
d/p Piejūra (Carnikava)	5909	4.7	<b>19.7</b>
Dzintaru koncertzāle	6594	4.6	<b>16.5</b>
Brunurupuča skulptūra	4652	4.7	<b>15.6</b>
Turaidas pils	5322	4.6	<b>13.3</b>
Siguldas viduslaiku pils	4665	4.6	<b>11.7</b>
Salaspils Nacionālais botāniskais dārzs	3390	4.7	<b>11.3</b>
Hotel Jūrmala Spa	5017	4.5	<b>10.0</b>
Riekstukalns	1508	4.8	<b>7.5</b>
Lāči	3744	4.4	<b>6.2</b>
Brieži (zoodārzs) (Ropažu n.)	1562	4.0	<b>5.2</b>
Lielie kangari	995	4.8	<b>5.0</b>
Carnikavas promenāde	868	4.8	<b>4.3</b>
333	1665	4.6	<b>4.2</b>
Sigulda Adventures	1245	4.7	<b>4.2</b>
Bejas	1206	4.7	<b>4.0</b>
Salaspils memoriāls	1108	4.7	<b>3.7</b>
Zoo "Rezidence" (Salaspils)	707	4.8	<b>3.5</b>
Rāmkalni	1767	4.5	<b>3.5</b>

Centrāltirgus	40497	4.3	<b>57.9</b>
Rīgas motormuzejs	8392	4.8	<b>42.0</b>
Rīgas ZOO	16442	4.5	<b>32.9</b>
Avārijas brigādes atrakciju parks	5591	4.7	<b>18.6</b>
Baltā kāpa (Saulkrasti)	4495	4.7	<b>15.0</b>
Rīgas etnogrāfiskais brīvdabas muzejs	3912	4.6	<b>11.0</b>
Zilie kalni	2081	4.8	<b>10.4</b>
Ķemeru purva laipa	706	4.9	<b>7.1</b>
Kalneciema ielas kvartāls	3357	4.5	<b>6.7</b>

atsauksmju skaits	vidējais vērtējums	vienādojums	vērtējums
1000	4.9	1000/0.1/1000	10
1000	4.8	1000/0.2/1000	5
1000	4.7	1000/0.3/1000	3.3
1000	4.6	1000/0.4/1000	2.5
1000	4.5	1000/0.5/1000	2
500	4.9	500/0.1/1000	5
500	4.8	500/0.2/1000	2.5
500	4.7	500/0.3/1000	1.7
500	4.6	500/0.4/1000	1.25
500	4.5	500/0.5/1000	1

# Kā novērtēt tūrisma galamērķi: zinātniska pieeja;

## Ārējais potenciāls:

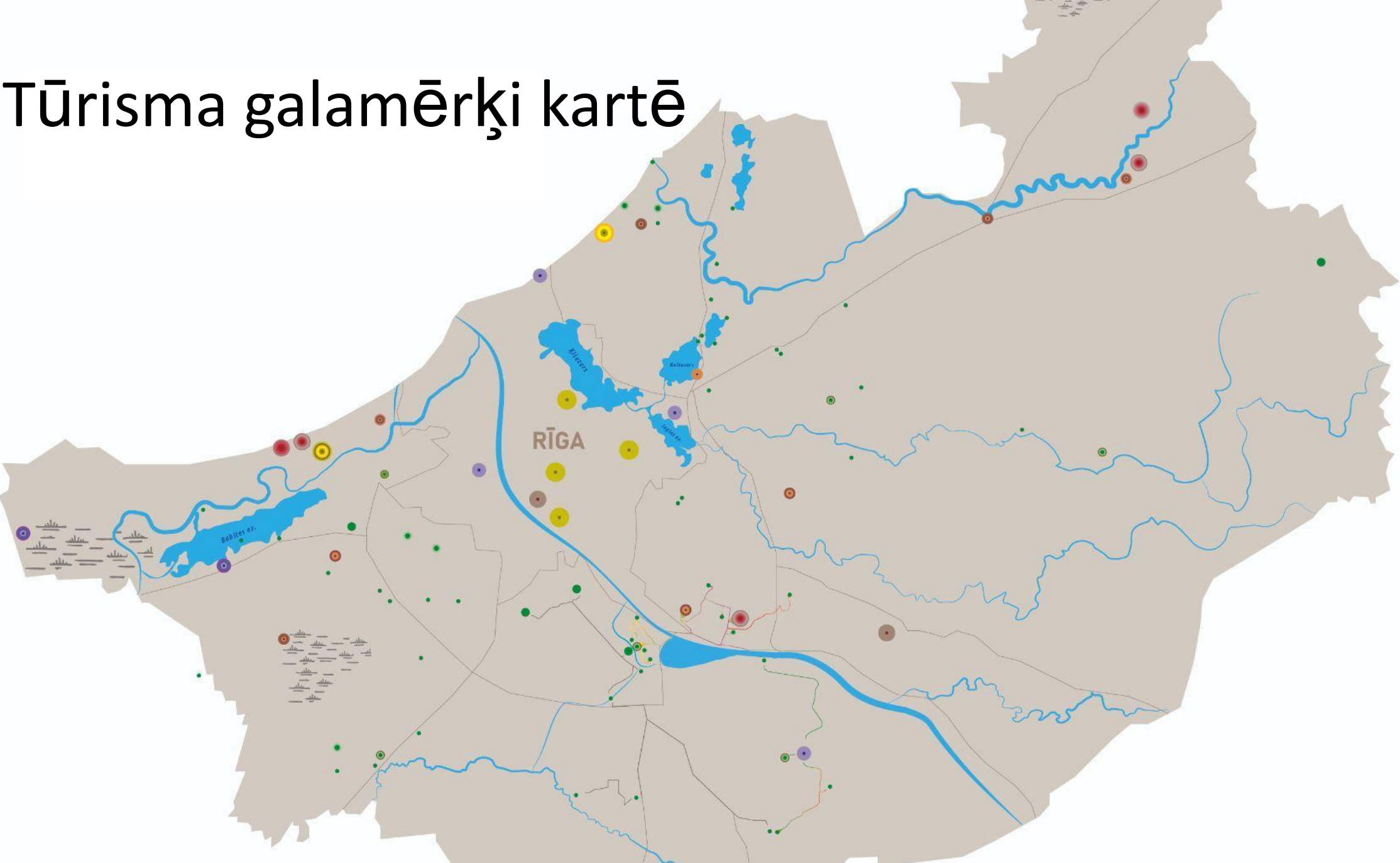
- Sasaite ar citiem tūrisma objektiem;
- Pieejamība (viesnīcas, ēdināšana, sabiedriskais transports, lidosta, tirgi);
- Attālums līdz Rīgas centram;
- Naktsmītņu kvalitāte;
- Ēdināšanas iestāžu ēdiena un viesmīlības kvalitāte;

## Iekšējais potenciāls.

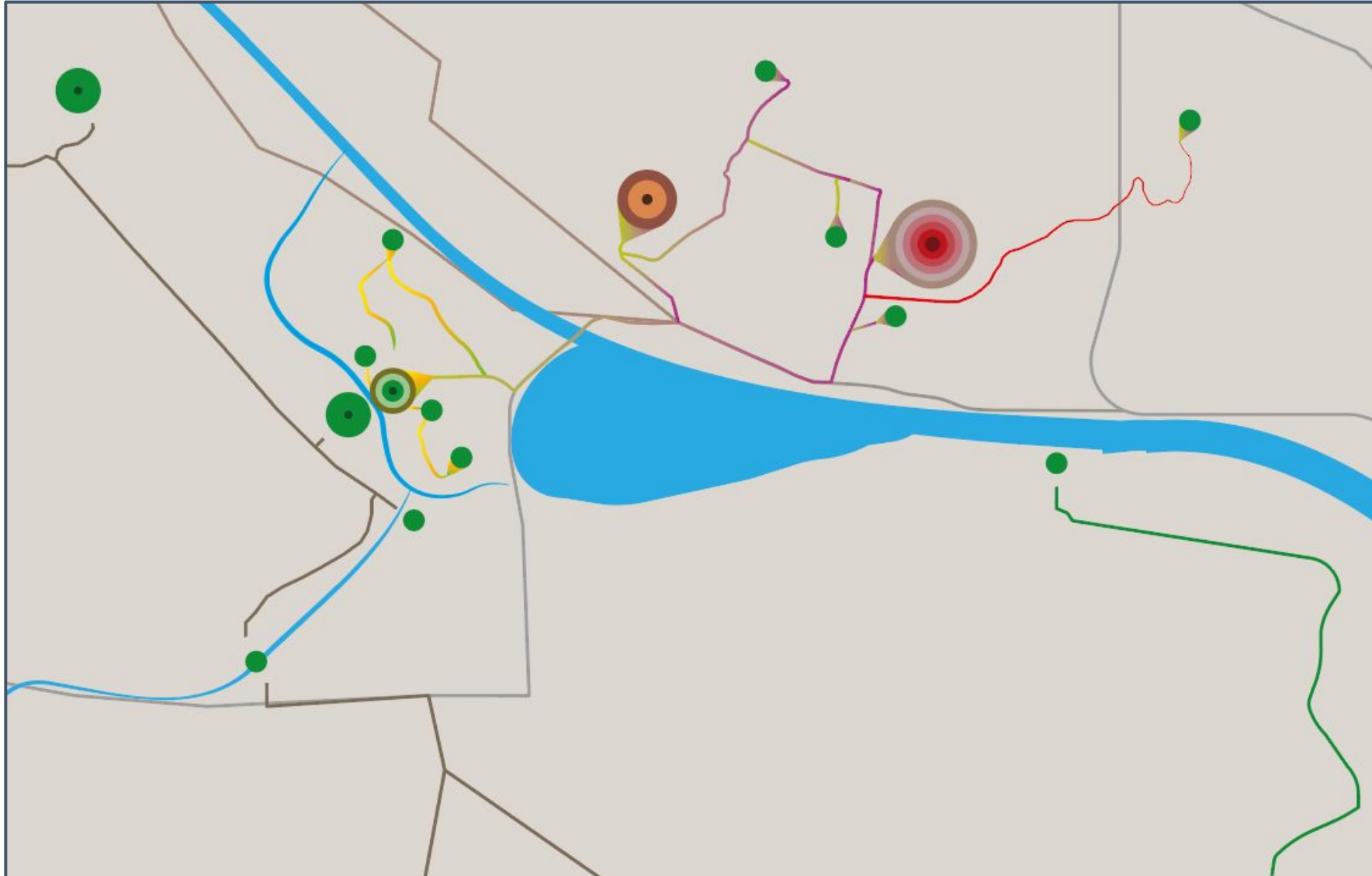
- Vizuālā pievilcība (ainaviskais - estētiskais).
- Izklaides potenciāls;
- Kultūrvēsturiskais potenciāls;
- Zinātniskais potenciāls;
- Dabas daudzveidība;
- Lielums;
- Sezonalitāte (nepārtraukta cilvēku plūsma);
- Cilvēks/ kopiena;
- Ilgtspēja;

<b>objekts</b>	<b>potenciāls</b>
Salaspils Nacionālais botāniskais dārzs	<b>7.7</b>
Dzintaru koncertzāle	<b>7.3</b>
Rododendru selekcijas un izmēģinājumu audzētava "Babīte"	<b>7.3</b>
Dzintaru mežaparks	<b>7.2</b>
Siguldas viduslaiku pils	<b>7.2</b>
Turaidas pils	<b>6.8</b>
d/p Piejūra (Carnikava)	<b>6.7</b>
Sigulda Adventures	<b>6.5</b>
Jūrmalas brīvdabas muzejs	<b>6.5</b>
Daugavas muzejs	<b>6.2</b>
Carnikavas promenāde	<b>6.0</b>
Olaines vēstures un mākslas muzejs	<b>6.0</b>
Baldones observatorija	<b>5.8</b>
Ķekavas kūdras bānītis	<b>5.7</b>
Sauleskalns	<b>5.5</b>
Bruņurupuča skulptūra	<b>5.3</b>
Lāči	<b>5.2</b>
Rāmkalni	<b>5.2</b>
Cenu tīreļa laipu taka	<b>5.2</b>
Namdaru darbnīca	<b>5.2</b>
Lielie kangari	<b>5.0</b>
Salaspils memoriāls	<b>5.0</b>
Aviācijas tehnikas muzejs	<b>5.0</b>
Carnikavas novadpētniecības muzejs	<b>5.0</b>
Līduma karjera taka	<b>4.8</b>

# Tūrisma galamērķi kartē



# Doles sala un Salaspils



**Ko tālāk darīt ar šiem datiem?**

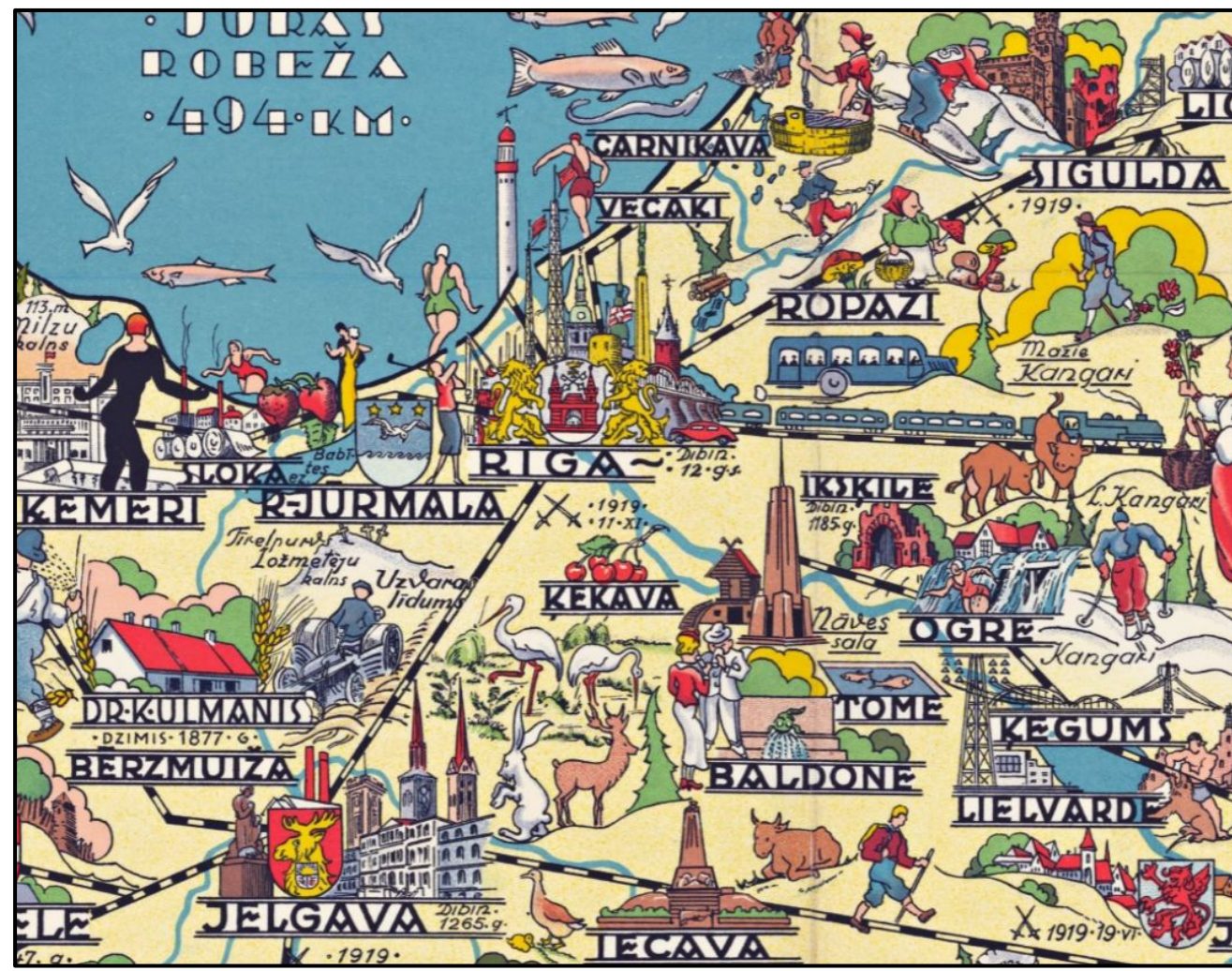
**2. Veicināt uz klientu orientētu tūrisma mārketingu un pārdošanu:**

- vērsts uz sadarbību**
- globāli lokāls**
- radošs**
- starpdisciplinārs**





1930. gads

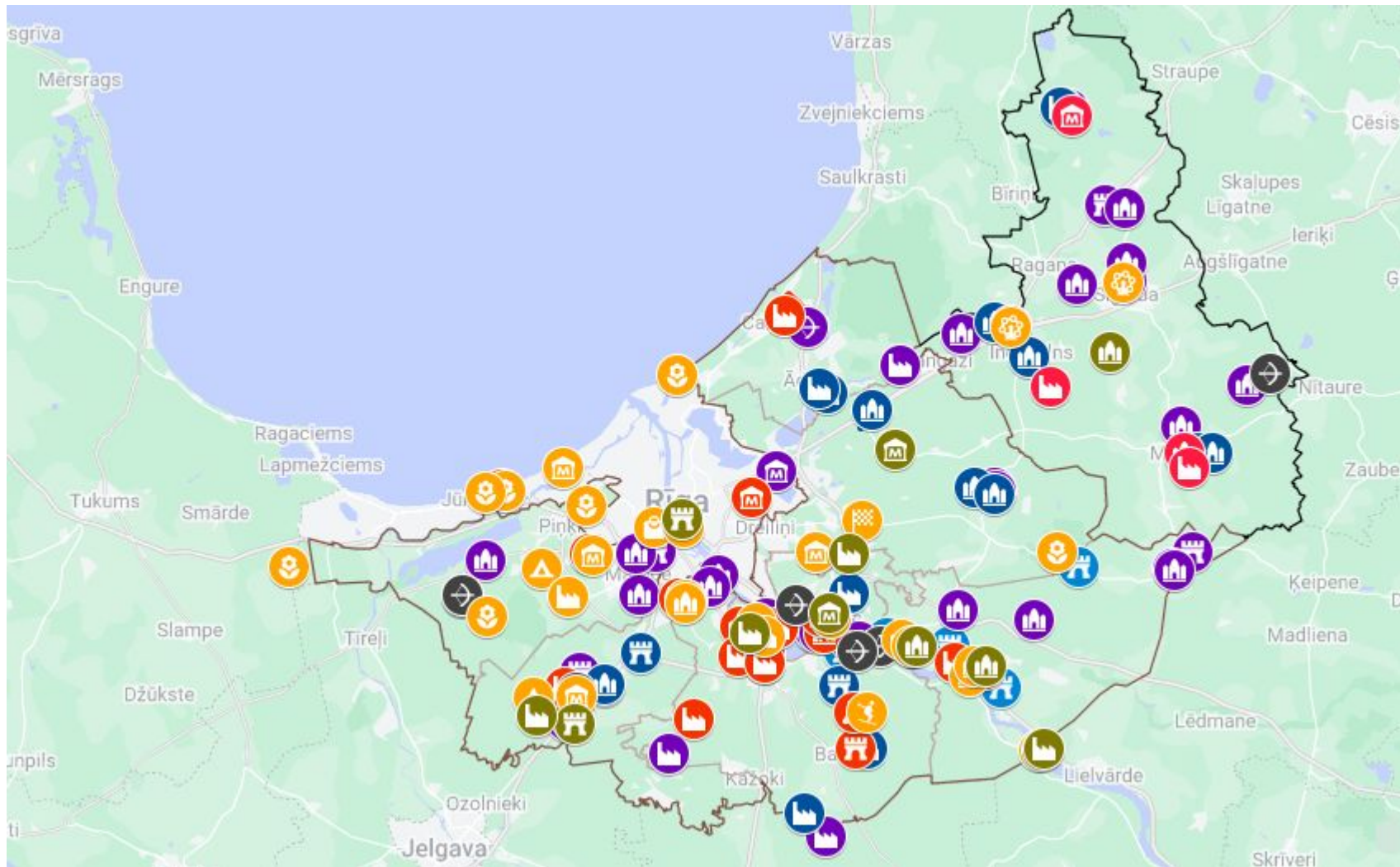


1938. gads

# KUR IR MŪSU AUDITORIJA



# 6 LAIKMETU KARTE



Pirms kristietības  
(2000.p.m.ē.-1180.)



Feodālais laikmets  
(1180-1830)



Industrializācija  
(1830-1914)



I un II pasaules karš



Padomju laiks  
(1945-1990)



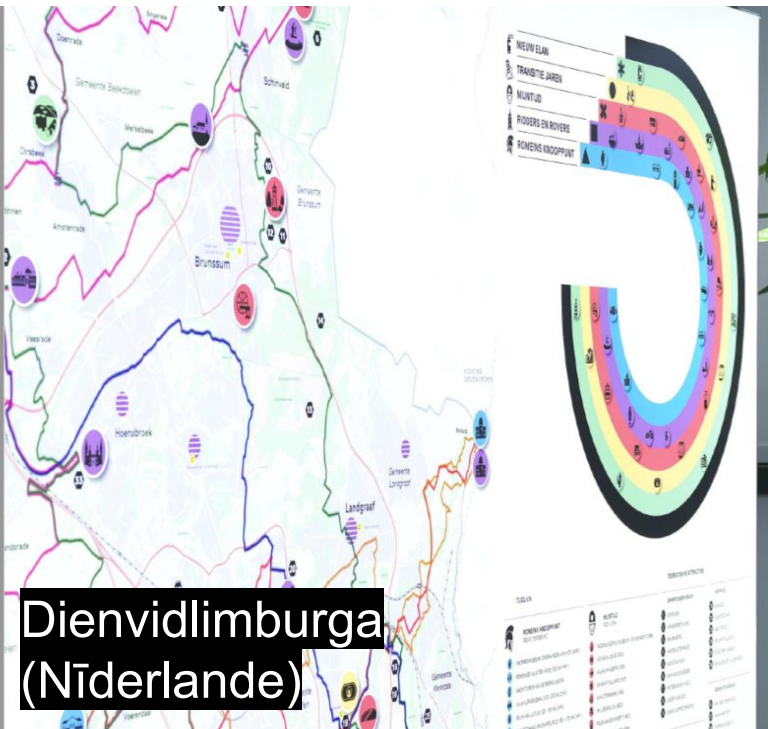
Neatkarības  
atjaunošana  
(1990-...)

# Kāpēc galamērķa pārvaldības organizācija.

- Skatāka balss un spožāka bāka ;
- Sadarbība nevis konkurence, arī ar kaimiņiem;
- Plašāka dalībnieku iesaiste;
- Sponsoru, investori un ES finansējuma piesaiste;
- MICE pakalpojumu potenciāls;
- Stratēģisks digitālais mārketingš;
- Precīzāks uzrunātais klients un efektīvākā tūristu izkliede;
- Ilgtspējīgs un atbildīgs piedāvājums;
- Klasteru programma (reģionālais);
- KURŠ BŪS TAS CILVĒKS?



# Sadarbības tīklu piemēri



## THE SAIMAA PHENOMENON



Visitor Experience Development Plan

### Rural Waterford Visitor Experiences

**3.1 EXPERIENCES BY CLUSTER**

This section focuses on signature experiences in each of the five destination clusters in rural Waterford. The majority are saleable experiences with other experiences included for their potential to engage visitors and to increase dwell time. The experiences include a mix of activities, attractions, heritage, food & drink and festivals with an emphasis on those experiences that help to bring rural Waterford as a destination to life for the visitor, authentic rural experiences

For each of the destination clusters experience development opportunities have been identified. In each case this focuses on encouraging visitors into the area through development or enhancement of visitor experiences, and access to the identified hero product. Actions to develop and enhance the experience offer in each destination cluster are outlined in section 4.0

Section three

### PROSECCO AREA

*Luvit & Lumoc*

Area di produzione del ASOLO PROSECCO SUPERIORE DOCG

Area di produzione del CONEGLIANO VALDOBBIADENE SUPERIORE DOCG

Area di produzione del SUPERIORE DI CARTIZZE VALDOBBIADENE DOCG

Area di produzione del PROSECCO DOC TREVISO

Area di produzione del PROSECCO DOC TRIESTE

Area di produzione del PROSECCO DOC

*Luvit & Lumoc*

“visitDole”

Galamērķa  
solījums

Doles sala. Atklāj sevi te.

Galvenie piedāvājumi /  
tēmas

Daugavas pērle Pierīgā.

Galamērķa pieredzes tēmas

Muiža, daba, zivis, putni, ēdiens, vēsture,  
Daugava.

Tūrisma pērles (pakalpojumi, objekti, kas  
iedrošinātus cilvēkus pārņakšņot šajā  
galamērķī).

Salaspils laivu regate - Apkārt Dolei, 100  
tēju viktorīna, Putnu skaitīšana

Atbalstošās pieredzes

Daugavas Muzeja apmeklējums,  
Doles tēju degustācija, nēģi, zoo

Papildu pieredze (naktsmītnes, ēdināšana)

# RADOŠĀ PIERĪGA

Radošais tūrisms ir ceļojums, kurā tiecas pēc autentiska pieredzējuma un līdzdalības, apgūstot mākslu, mantojumu vai kādai vietai īpaši raksturīgas īpašības un kas ietver saskarsmi ar vietējiem iedzīvotājiem, kas rada dzīvo kultūru. (UNESCO, 2006)

Tūrisma nozares prasības liek radošajām industrijām rūpēties par piedāvājuma atbilstību pieprasījumam, savukārt radošais sektors palīdz attīstīt mūsdienīgus, inovatīvus un lietotājam saistošus tūrisma risinājumus. (Fold, 2019)

Kā potenciāli veiksmīgākos darbības virzienus tūrisma un radošo industriju mijiedarbībai Ziemeļu reģionā pētnieki izceļ dizainu, jaunu digitālu aplikāciju, pakalpojumu un spēļu izstrādi, dažāda mēroga un satura festivālu organizēšanu, tūrisma maršrutu un taku izstrādi un attīstību, muzeju darbību, kā arī valstu un pilsētu dalību starptautiska mēroga pasākumos. (Fold, 2022)

# Konkurētspējas priekšrocība - odziņa

**55%** sniedz iespēju apgūt jaunas prasmes;

**52%** veido publiskus pasākumus;

**43%** iespēja apgūt jaunas zināšanas (t. sk kompetenču izglītība, Konfelāde)

**45%** daba ir daļa no tūrisma produkta pieredzes (Gungas, Ārpus laika, Pelikāns SPA);

**34%** daba un dabas resursi ir produkta neatņemama sastāvdaļa (Kazas laukos, Milžu trase, Baložu kūdras bānītis);

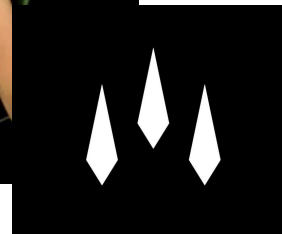
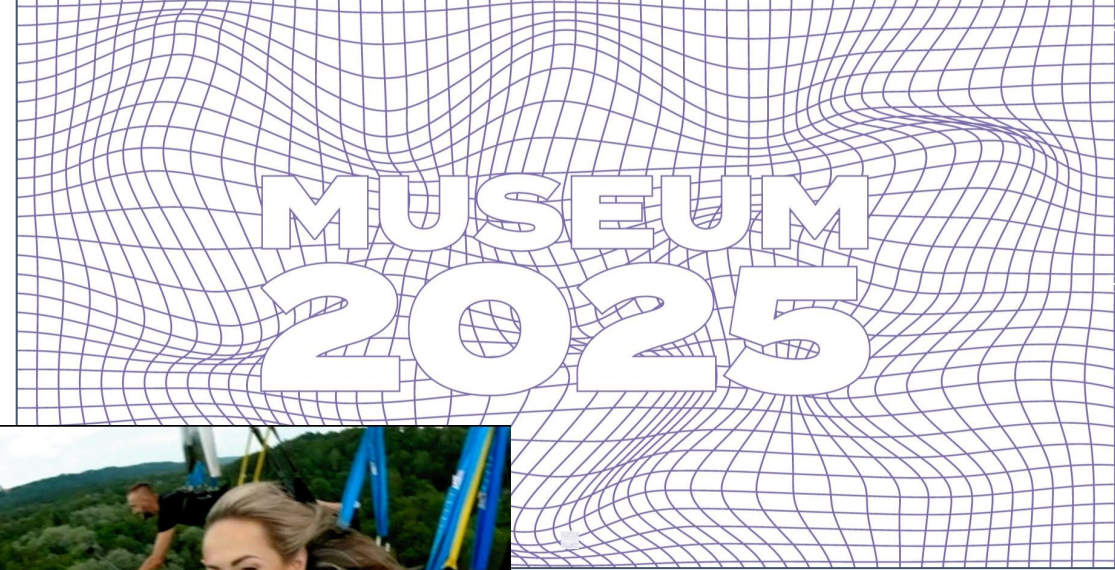


*Skolēnu ekskursija Sauleskalna atpūtas kompleksā.*



# KUR NAV, TUR RODAS!

- Tūrisma, radošo, akadēmisko un zinātnisko industriju sadarbība;
- Augstāka pievienotā vērtība, sezonalitāte un plašāks tirgus;
- iespēja atklāt, kopt un saglabāt nemateriālo mantojumu;
- iespēja piedalīties starptautiskos projektos;
- Telpu tīkls radošām notikumiem;
- Tūrisma produktu inkubators;
- Aizmirstu un vēsturisku tūrisma produktu at(ie)dzīvināšana
- Medijs tūrisma produktu pārdošanai un mārketingam;



Lokālais radošais  
tūrisms

# Runājošās ielas

- 2022. gadā vairāk nekā 100 dalībnieku;
- Tūrisma pakalpojums, kurš balstās nevis uz wikipedia vai vēstures grāmatām, bet vietējo iedzīvotāju stāstiem (iesaiste, līdzdalība, vietējā identitāte);
- To rīko mācību iestāde un cilvēki, kas visbiežāk nav vietējie;
- Daudz iesaistīto pušu;
- Nākamās runājošās ielas varam veidot Jēkabpilī vai citur;
- Skolēnu ekskursijas vēl pirms galvenā notikuma;

**PASTAIGU SERIĀLS**






**VALMIERAS RUNĀJOŠĀS IELAS**  
28. oktobris

**12:00** **A, kur ir Lucas iela?**  
Sākums - Valterkalniņš (Autines pilskalns)

**Padomju ielas puisītis** **12:45**  
Sākums - Tīrgus laukums (Tērbatas iela 6)

**13:30** **Dīvaliņa ielas noslēpumi**  
Sākums - TOP veikala aplis (Dīvaliņa iela 2)

**Mājupceļš - Pietura "Gauja"** **14:15**  
Sākums - Valmieras brīvdabas estrāde

   [instagram.com/runajosasielas/](https://www.instagram.com/runajosasielas/)  
 [facebook.com/runajosasielas](https://www.facebook.com/runajosasielas)

**Pastaigu seriāls**

**Valmieras runājošās ielas**  
19. maijā

**17:00** Ugunsdzēsēju bulciņas  
Sākums: Stacijas iela 11

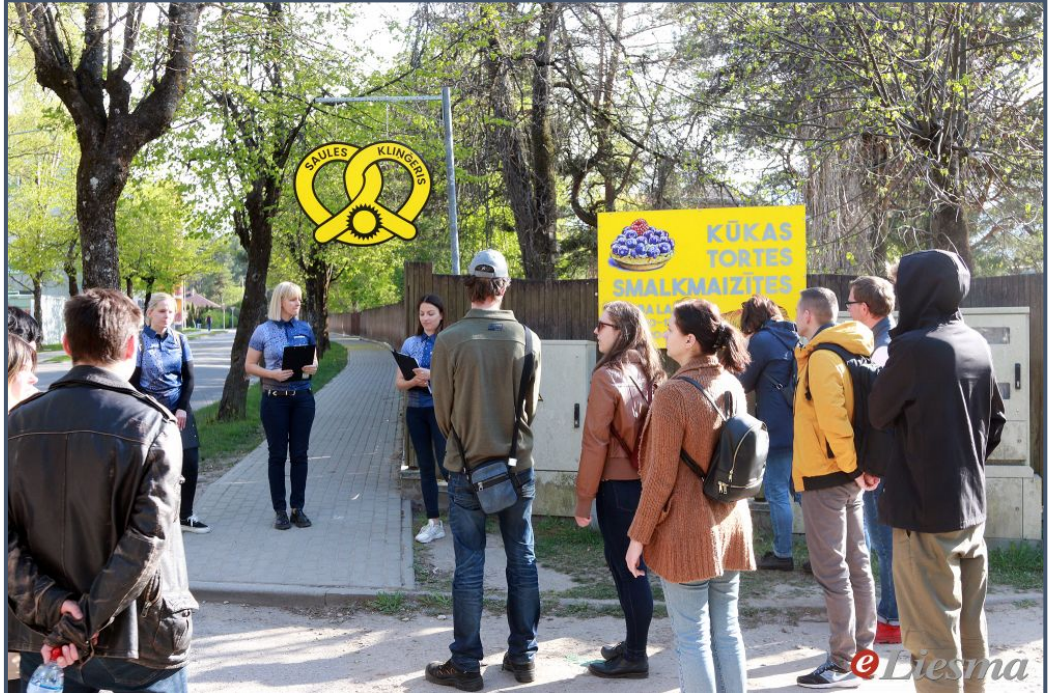
**17:40** L. Laicena ielas lādes atverot  
Sākums: Cēsu iela 4

**18:50** Rūpniecības ielas sētu klačas  
Sākums: Rūpniecības iela 1

**20:00** L. Paegles iela laiku griežos  
Sākums: Leona Paegles iela 47

**21:10** Šausmu Valmiera  
Sākums: Bruņinieku iela 2

Sīkāka informācija: [fb.me/valmierasrunajosasielas](https://fb.me/valmierasrunajosasielas)



Avots: Valmieras ziņas un eLiesma.

# #Nothing special

- Ļaut kopienām iesniegt, kartē atzīmēt vai kā savādāk norādīt pašas *neinteresantākās, nenozīmīgākās vai problemātiskākās vietas* kādā konkrētā teritorijā;
- Šādi izgaismojot spriedzi un paverot iespēju integrācijas potenciālam;
- Fokussēties uz šīm teritorijām, kuras ir stigmatizētas vai kļūdaini interpretētas;
- Veidojot stāstus, aptaujājot vietējos iedzīvotājus un izstrādājot mikropiedzīvojumus tieši pa šīm vietām;
- Ikvienu vietu kādam ir svarīga, vērtīga un saistās ar nozīmīgām atmiņām;



## Baldones meteorīts

1900. gada 10. aprīlī Baltuvumā, toreizējās Mīlviņas teritorijā nokrita meteorīts. Tas bija ceturtais šobrīd pēdējais zināmais gadījums, kad Latvijas teritorijā redzēts nokrišņu atrasts «debess ak-

republikas meteorītu meklēšanas un pētīšanas vēstures interesējusies Zinātnes akadēmijas Radioastrofizikas observatorijas ilggadā

Der Meteorit von Misshof

vom 29. März 10. April 1890  
bearbeitet von  
Dr. B. Doss und Mag. E. Johanson.

stiprs, pēdējais, kas mēģināja uzrīst, kurā atmosfērā, nonā

# Pierīga iet ārā.

- Kopienas veidojas arī notikumos;
- Vismaz 365 notikumi gadā, ērtā un intuitīvā kalendārā.
- Katru dienu kaut kas notiek;
- Ļoti lokāli un mikro mēroga notikumi;
- Vietējās kopienas un vietējie gidi (makšķernieki, sēņotāji, utt);
- Balkoni, pagrabu krājumi, mazdārziņi, padomju mantojums u.c;
- Šķietami šķēršļi, kā iespēja stāstīt, piemēram *lietus pārgājiens* vai ceļojums uz atkritumu izgāztuvi;



Celt tiltus  
nevis robežas.



RĪGAS  
PLĀNOŠANAS  
REĢIONS



EXIT RĪGA  
Tepat blakus!



Aleksandra arka 1816-1906.gadam.