



Eiro ieviešanas komunikācijas stratēģija Latvijā

01. 2012.

SATURS

1. IEVADS	3
2. KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJAS MĒRĶI	6
3. MĒRĶA GRUPAS	6
4. INSTITUCIONĀLAIS IETVARIS	7
5. KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU LAIKA GRAFIKS	11
6. KOMUNIKĀCIJAS KANĀLI	12
7. EIRO KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU PLĀNS	14
8. FINANSĒJUMS	22
9. KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJAS IEVIEŠANA UN IZVĒRTĒŠANA, ATSKAITĪŠANĀS KĀRTĪBA	22
1. PIELIKUMS: Sabiedriskās domas aptauju analīze	23
2. PIELIKUMS: Komunikācijas galvenās ziņas jeb pamattēzes	25
3. PIELIKUMS: Mērķa grupu raksturojums	30
4. PIELIKUMS: Kampanjas pamatprincipi	34

1. IEVADS

Eiro ieviešanas komunikācijas stratēģija (turpmāk - Komunikācijas stratēģija) ir eiro ieviešanas komunikācijas realizēšanas pamatdokuments. Tās rīcības daļa ir Euro ieviešanas komunikācijas pasākumu plāns (turpmāk - Komunikācijas pasākumu plāns), kas vienlaikus ir arī Latvijas Nacionālā eiro ieviešanas plāna Pielikuma Nr.1 "Pasākumu plāns vienotās Eiropas valūtas ieviešanai Latvijā" sastāvdaļa. Dokumenta izstrādi veikusi Sabiedrības informēšanas un komunikācijas vienotās Eiropas valūtas ieviešanai Latvijā darba grupa. Šis dokuments ir papildināms un koriģējams Komunikācijas pasākumu plāna sagatavošanas un īstenošanas gaitā.

Euro ieviešanas process

Līdz ar iestāšanos Eiropas Savienībā (turpmāk - ES) Latvijai ir saistoša gatavošanās pilntiesīgai dalībai Ekonomikas un monetārajā savienībā (turpmāk - EMS) un vienotās valūtas ieviešana. Gatavojoties Latvijas pilntiesīgai dalībai EMS, Latvija ir veikusi šādus iestāšanās priekšdarbus:

Tautas referendums par pievienošanos ES

2003. gada 20. septembra referendumā Latvijas tauta nobalsoja par Latvijas pievienošanos ES un līdz ar to nobalsoja arī par dalību EMS un eiro ieviešanu. Šādas saistības Latvijai tāpat kā citām jaunajām ES valstīm paredz Eiropas Kopienas dibināšanas līgums.

Lēmums par gatavošanos dalībai Ekonomikas un monetārajā savienībā

2003. gada 9. decembrī Latvijas Republikas Ministru kabinets (turpmāk - MK) pieņēma lēmumu (2003. gada 9. decembra MK protokols Nr. 63 36§) par gatavošanos pilntiesīgai dalībai EMS.

Latvijas pievienošanās ES

2004. gada 1. maijs – Latvija kļuva par pilntiesīgu ES dalībvalsti.

Lata piesaiste eiro

Gatavojoties Latvijas dalībai Valūtas kursa mehānismā (turpmāk - VKM) II, 2004. gada 30. decembrī tika noteikts lata piesaistes kurss eiro: 1 EUR = Ls 0.702804, kas ir spēkā kopš 2005. gada 1. janvāra.

Latvijas pievienošanās Valūtas kursa mehānismam II

Latvijai pievienojoties VKM II, ar 2005. gada 2. maiju Latvijas Banka (LB) vienpusēji nodrošina lata un eiro kursa svārstības $\pm 1\%$ apjomā no centrālā jeb piesaistes kursa, saglabājot iepriekšējā perioda (kad lats bija piesaistīts SDR¹) lata kursa svārstību koridora platumu attiecībā pret piesaistes valūtu, kas finanšu tirgum ir saprotams un ierasts. Saskaņā ar eiro ieviešanas kritērijiem dalībvalstij VKM II ir jāpiedalās vismaz divus gadus.

¹ No angļu val. - *Special Drawing Rights*; SDR (Speciālās aizņēmuma tiesības) ir norēķinu vienība, ko 1969.gadā izveidoja Starptautiskais Valūtas fonds (SVF) ar nolūku papildināt SVF dalībvalstu valūtas rezervju uzkrāšanas instrumentu klāstu. SDR ir sintētiska valūta - tā pastāv tikai banku kontos, nevis skaidrā nauda banknošu un monētu formā.

Māstrihtas kritēriju izpilde – ceļš uz eiro zonu

Māstrihtas kritēriju galvenais mērķis ir nodrošināt, lai eiro zonai pievienotos tikai tās ES valstis, kuru ekonomiskie nosacījumi nodrošina cenu stabilitātes saglabāšanu un eiro zonas efektīvu funkcionēšanu. Konverģences kritēriji jāizpilda, pamatojoties uz pārskata perioda datiem, bet vienlaikus atbilstībai konverģences kritērijiem ir būtiska loma ne tikai kādā konkrētā brīdī, bet arī ilgstošā laika periodā. Šā iemesla dēļ, novērtējot valsti, īpaša uzmanība tiek pievērsta konverģences ilgtspējai. Konverģences kritēriji ir:

- Cenu stabilitāte - gadu pirms novērtējuma inflācijas līmenis valstī nedrīkst vairāk par 1.5 procentu punktiem pārsniegt triju ES dalībvalstu ar viszemāko inflāciju vidējo rādītāju;
- Fiskālās norises - valdības budžeta deficīts nedrīkst pārsniegt 3% no valsts iekšzemes kopprodukta (IKP) un valdības kopējais parāds nedrīkst pārsniegt 60% no valsts IKP;
- Valūtas kursa attīstība - Valsts vismaz divus gadus pirms novērtējuma bez nopietnām problēmām ievērojusi paredzētās svārstību robežas VKM II. Valsts šajā laikā pēc savas iniciatīvas nav devalvējusi nacionālo valūtu attiecībā pret eiro;
- Ilgtermiņa procentu likmju attīstība - ilgtermiņa procentu likmes (parasti valdības 10 gadu obligāciju likmes) nedrīkst vairāk kā par 2 procentu punktiem pārsniegt triju inflācijas ziņā labāko dalībvalstu vidējo rādītāju.

Vienotās valūtas eiro ieviešana Latvijā

Lai nodrošinātu efektīvu eiro ieviešanas procesu Latvijā, ar Ministru prezidenta 2005.gada 18. jūlija rīkojumu Nr. 308 tika izveidota Vadības komiteja ES vienotās valūtas ieviešanai Latvijā. Vadības komitejas padotībā ir izveidotas piecas darba grupas, tajā skaitā – Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupa, kura izstrādā un regulāri atjauno Komunikācijas stratēģiju un Komunikācijas pasākumu plānu. Par Vadības komitejas lēmumu īstenošanu un darba grupu savstarpēju koordinēšanu ir atbildīga eiro ieviešanas projekta vadītāja. Euro ieviešanas procesu uzrauga MK, kam Vadības komiteja reizi pusgadā iesniedz ziņojumu par paveikto.

Euro ieviešanas mērķa datums Latvijā ir 2014. gada 1. janvāris

Euro ieviešanas mērķa datums Latvijā ir 2014. gada 1. janvāris – tā 2010. gada 16. martā nolēmis Ministru kabinets, akceptējot grozījumus 2006. gada 6. marta rīkojumā Nr.148 „Par Latvijas Nacionālo eiro ieviešanas plānu,,.

Latvijas Nacionālais eiro ieviešanas plāns (turpmāk – Euro ieviešanas plāns)

Vienlaicīgi ar 2006.gada 28.februāra informatīvo ziņojumu par paveiktajiem un plānotajiem uzdevumiem vienotās Eiropas valūtas ieviešanai Latvijā MK tika iesniegts un ar MK lēmumu (2006. gada 6. marta MK rīkojums Nr. 148) apstiprināts Euro ieviešanas plāns, kura mērķis ir noteikt galvenos eiro ieviešanas projekta darba uzdevumus Latvijā, to īstenošanas periodus un atbildības sfēras, kā arī definēt eiro ieviešanas principus un scenāriju, lai nodrošinātu veiksmīgu eiro ieviešanas procesu gan privātajā, gan valsts sektorā. Ar 2007.gada 8.oktobra MK rīkojumu Nr. 617 apstiprināts aktualizētais Euro ieviešanas plāns, t.sk. pielikums Nr. 1 „Pasākumu plāns vienotās Eiropas valūtas ieviešanai Latvijā” (turpmāk – Euro ieviešanas plāna 1.pielikums), kas, pamatojoties uz eiro ieviešanas perspektīvu, tiek atjaunots reizi gadā.

Euro ieviešanas plāna 1.pielikuma pasākumi ir iedalīti divās grupās:

- 1.grupa** – Pasākumi, kuru realizēšana tiek veikta neatkarīgi no eiro ieviešanas datuma vai pastāvīgi;

2.grupa – Pasākumi, kuru realizēšana tiek uzsākta un pabeigta noteiktā laikā attiecībā pret eiro ieviešanas dienu (turpmāk - € dienu). Šīs grupas pasākumu maksimālais izpildes laiks ir 24 mēneši.

Lai nodrošinātu atgriezenisko saikni ar sabiedrību, Vadības komitejas pārstāvji un eiro ieviešanas projekta vadītāja Eiro ieviešanas plāna ietvaros rīko konsultācijas ar profesionālo asociāciju un nevalstisko organizāciju (NVO) pārstāvjiem.

Komunikācijas pasākumu plāns

Balstoties uz Komunikācijas stratēģiju Latvijā, izstrādāts Komunikācijas pasākumu plāns, kurā definēti veicamie pasākumi sabiedrības informēšanai un kurš ietver trīs fāzes – ievada, aktīvo un noslēguma fāzi.

Komunikācijas pasākumu plāns vienotās Eiropas valūtas ieviešanai Latvijā ir daļa no Eiro ieviešanas plāna 1.pielikuma un tajā iekļauti vispārīgi un praktiski eiro ieviešanas pasākumi, kas nodrošina veiksmīgu pāreju uz eiro, paredzot arī pasākumus sabiedrības informēšanai.

Savukārt komunikācijas procesu ar plašsaziņas līdzekļiem par eiro ieviešanas jautājumiem sadarbībā ar eiro ieviešanas projekta vadītāju nodrošina Finanšu ministrijas (turpmāk - FM) Komunikācijas nodaļa, Latvijas Banka (turpmāk – LB) Starptautisko attiecību un komunikācijas pārvalde, kā arī Valsts kancelejas Komunikācijas departaments. Komunikācijas pasākumu plāns tiek regulāri pārskatīts un, ja nepieciešams, papildināts atbilstoši situācijai un vajadzībām, lai veicinātu veiksmīgu eiro ieviešanu.

Plašsaziņas līdzekļu monitorings

Lai sekotu līdzi sabiedrības viedokļa veidošanās procesam, pastāvīgi tiek veikta eiro ieviešanas tēmai veltītu vai ar to saistītu plašsaziņas līdzekļu publikāciju analīze. Šo uzdevumu veic eiro ieviešanas plāna īstenošanu uzraugošo institūciju – FM un LB – komunikācijas dienesti, līdzdarbojoties arī citām eiro ieviešanas procesā iesaistītajām institūcijām.

Publikāciju analīze veicama, vērtējot šajā Komunikācijas stratēģijā noteikto mērķu, komunikācijas ziņu un bažu atspoguļojumu. Kampanjas izstrādes posmā un īstenošanas gaitā nepieciešams detalizētāk noskaidrot iedzīvotāju attieksmi, to veidojošos faktorus un izpratni jautājumos, kas saistīti ar eiro. Tiek pētītas galvenās iedzīvotāju bažas un neskaidrības par valūtas nomaiņas procesu.

Plašsaziņas līdzekļu monitoringu, kā arī sabiedrisko domu aptaujas analīzes rezultātu kopsavilkumi un secinājumi tiek ņemti vērā, atjaunojot un aktualizējot Komunikācijas stratēģiju. Atbilstoši šiem rezultātiem un secinājumiem Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupa nepieciešamības gadījumā koriģē Komunikācijas pasākumu plānu.

Pieņēmumi par sabiedrības, komunikācijas vides un infrastruktūras izmaiņām līdz € dienai

Prognozējamie procesi uz € dienas brīdi, kas cieši saistīti ar komunikācijas stratēģijas izvēli, izveidi un aktualizēšanu:

- Būs būtiski pieaudzis bezskaidras naudas lietojums un dažāda veida elektroniskā komunikācija – turpinās pieaugt maksājumu karšu popularitāte, pieaugs e-naudas un skaidras naudas iemaksas automātu izplatība, maksājumi

biežāk tiks veikti izmantojot internetbankas, valsts informācijas aprīte būs elektroniska;

- Sagaidāms, ka sūtījumu, preses un citas informācijas fiziskajā piegādē mājsaimniecībām un uzņēmumiem Latvijā bez VAS "Latvijas Pasts" iesaistīsies arī citi uzņēmumi (€-diena prognozējama uz pasta pakalpojumu liberalizācijas „sliedīša”);
- Būs mainījusies plašsaziņas līdzekļu telpa – daudz lielāka loma būs jauniešiem masu saziņas līdzekļiem, kas balstās uz tehnoloģijām – decentralizēti, neierobežoti, var iziet ārpus nacionālajām robežām, kā arī nav šķēršļu to pieejai. Būs palielinājies interneta lietotāju skaits, un dažādākas klūs lietotāju aktivitātes tīklā. Dažādām iedzīvotāju mērķa grupām būs dažāda interneta lietošanas izglītība un pieredze;
- Palielināsies tiešā mārketinga loma mērķauditorijas sasniegšanā. Būtiski būs samazinājusies tradicionālo plašsaziņas līdzekļu loma – samazināsies drukāto avīžu, žurnālu lasītāju un abonētu skaits, kā arī, ieviešot digitālo un maksas kanālu televīziju, mazināsies iespējas informēt iedzīvotājus un uzņēmējus, izmantojot pierastos reklāmas kanālus (TV lietotājiem būs iespēja „atslēgt” reklāmas).

2. KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJAS MĒRĶI

1. **Veicināt eiro ieviešanas sekmīgu norisi Latvijā.**
2. **Informēt visus Latvijas iedzīvotājus par eiro ieviešanu.**
3. **Skaidrot eiro ieviešanas procesu, lai mazinātu bažas, veicinātu uzticēšanos un panāktu izmaiņas attieksmē:**
 - biežākās bažas, ko iedzīvotāji pauž saistībā ar eiro ieviešanu, ir iespējamā negatīvā ietekme uz ekonomiku, inflācijas palielināšanās, dzīves līmeņa pasliktināšanās un nabadzības pieaugums, eiro un lata maiņas kursa pasliktināšanās;
 - emocionālie zaudējumi – nacionālās valūtas kā nacionālās identitātes aspekts;
 - bažas par procesa nepārziņāšanu, informācijas nepietiekamību – neskaidrība par scenāriju, bažas saņemt viltojumus, tikt apkrāptam, saņemot atlikumu u.c.

3. MĒRĶA GRUPAS²

1. Bankas
2. Banku klienti
3. Bezdarbnieki, darba meklētāji
4. Bibliotekāri, bibliotēku apmeklētāji
5. Cilvēki ar īpašām vajadzībām (ar dzirdes, redzes, garīgās veselības, kustību, runas traucējumiem)
6. ES jautājumu komunikatori (*Europe Direct*, ES informācijas punkti)
7. Iedzīvotāji (sociāli, ekonomiski un politiski aktīvie)
8. Ieslodzītie, bijušie ieslodzītie, nepilngadīgie likuma pārkāpēji
9. Kasieri (banku un tirdzniecības vietu)
10. Mājsaimniecības

² Plašāks mērķa grupu apraksts pieejams 3.pielikumā

11. Žurnālisti
12. Numismāti
13. NVO
14. Patērētāji
15. Pensionāri
16. Bērni, skolēni, studenti, jaunieši
17. Tirdzniecības uzņēmumi
18. Tūristi (ārvalstu)
19. Uzņēmēji
20. Valsts pārvaldes iestādes
21. Pašvaldības (pašvaldību sociālo dienestu klienti)

4. INSTITUCIONĀLAIS IETVARIS

Komunikācijas stratēģijas izstrādē ir iesaistītas Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupā pārstāvētās institūcijas, kuras ir atbildīgas par Komunikācijas stratēģijas un Komunikācijas pasākumu plāna realizāciju.

Eiro ieviešanas komunikācijas procesu realizējošās institūcijas ir valsts iestādes un NVO, kas izmanto vienotu eiro Komunikācijas stratēģiju un Komunikācijas pasākumu plānu, tādējādi nodrošinot *vienas balss* principa īstenošanu. Būtiska loma komunikācijā ir arī darba grupā tieši nepārstāvētām publiskās pārvaldes institūcijām, privātajām institūcijām – komercbankām, uzņēmumiem, sociālajiem partneriem, asociācijām un biedrībām, kas sadarbojas ar valsti uz stratēģiskas partnerības pamata, piedaloties ne tikai stratēģijas izstrādē un apspriešanā, bet arī tās realizēšanā.

I Darba grupā pārstāvētās institūcijas, kuras ir iesaistītas Komunikācijas stratēģijas realizācijā jeb tiešie pasākumu īstenotāji:

Ārlietu ministrija (ĀM)

Sniedz vispārēju informāciju par eiro ieviešanas procesu diplomātiskajam korpusam Latvijā, kā arī Latvijas Goda konsuliem ārvalstīs, sadarbībā ar pārraudzībā esošo aģentūru "Latvijas institūts" regulāri sagatavo un izplata faktu lapu par eiro ieviešanas norisēm angļu valodā, iekļauj ar kampaņu saistošo tematiku Latvijas reģionālo plašsaziņas līdzekļu semināru dienas kārtībā. Tāpat ĀM izplata informāciju ar tās pārziņā esošo 31 ES informācijas punktu palīdzību, kas atrodas visā Latvijā.

Ekonomikas ministrija (EM)

Nodarbojas ar jautājumiem, kas attiecas uz nefinanšu uzņēmumiem un patērētājiem, vienlaikus nodrošinot saikni ar nevalstiskajām organizācijām un profesionālajām asociācijām savas darbības sfērā. Nodrošina cenu monitorēšanu akcijas „Godīga cenu atspoguļošana” (*Fair pricing initiative*) ietvaros.

Eiropas Komisijas pārstāvniecība Latvijā (EKP)

Sniedz atbalstu Latvijas valsts iestāžu īstenotajai eiro komunikācijai Latvijā un nodrošina esošo informācijas materiālu izplatīšanu ES mājā, *Europe Direct* informācijas centros un informācijas ievietošanu EKP interneta mājas lapā, kā arī sniedz atbalstu lekciju organizēšanā par eiro ieviešanu Latvijā, izmantojot DG ECFIN izveidoto Euro Team lektoru tīklu. Šobrīd EKP pārraudzībā ir EIROINFO tālrunis – 67211111, ko EKP ir pārņēmusi, lai nodrošinātu projekta pēctecību un uzturēšanu līdz eiro komunikācijas sākumam, kad FM to

pārņems kā projektu EK un FM partnerības ietvaros. Šobrīd tālrunis ir pāradresēts uz ES mājas zināšanu, sarunu un mākslas istabu tālruni, un tas darbojas darba dienās plkst. 10:00-18:00 un sestdienās 10:00-14:00.

***Europe Direct* informācijas centri**

Sniedz atbalstu Latvijas valsts iestāžu īstenotajai eiro komunikācijai Latvijā un nodrošina esošo informācijas materiālu izplatīšanu ES mājā, *Europe Direct* informācijas centros un informācijas ieviešanu *Europe Direct* informācijas centru interneta mājas lapā.

Finanšu ministrija (FM)

Veic koordinatora funkcijas starp Komunikācijas stratēģijas izstrādē un Komunikācijas pasākumu plāna realizēšanā iesaistītajām institūcijām. Ministrija sniedz informāciju padotības iestādēm. Sadarbībā ar Latvijas Banku un Ekonomikas ministriju FM informē sabiedrību par izmaiņām fiskālajā un monetārajā politikā, ekonomikā. Atbilstoši Komunikācijas pasākumu plānam, veic drukāto materiālu izgatavošanu un izplatīšanu, eiro ieviešanas vortāla www.eiro.lv izstrādi un uzturēšanu, nodrošina informatīvās kampaņas realizēšanu un koordinēšanu, kā arī informācijas izplatīšanu, izmantojot ministrijas rīcībā jau esošos kanālus (ministrijas mājas lapa, padotības iestādes). Nodrošina partnerību ar Eiropas Komisiju.

Izglītības un zinātnes ministrija (IZM)

Nodrošina metodisko atbalstu informatīvo materiālu izstrādē skolēniem un skolotājiem, koordinē informatīvo materiālu izplatīšanu izglītības iestādēm un nodrošina dažādu pasākumu skolēniem, studentiem un jauniešiem koordināciju, veicinot skolēnu, studentu un jauniešu aktīvu līdzdalību eiro ieviešanas procesā.

Labklājības ministrija (LM)

Nodrošina informācijas izplatīšanu, sniedz informāciju sociāli mazāk aizsargātajām grupām u.c., nodarbojas ar koordinēšanu un pasākumu plānošanu atbilstoši mērķauditorijai, īpaši akcentējot uzmanību uz jautājumiem, kas saistīti ar valsts sociālo apdrošināšanu, kā arī pārrauga informācijas sagatavošanu un nodošanu cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.

Latvijas Banka (LB)

Informē par skaidras un bezskaidras naudas apmaiņas kārtību, t.sk. maiņas kursu, eiro banknošu un monētu dizainu un pretviltošanas aizsardzību, pārmaiņām maksājumu sistēmās, pārmaiņām monetārajā politikā. Informē par EMS institucionālo uzbūvi, eiro zonas vienoto monetāro politiku un Eiropas Centrālo banku sistēmas darbības jautājumiem. Atbilstoši SEPA projekta komunikācijas plānam Nacionālās SEPA darba grupas vārdā uztur vortālu www.sepalatvija.lv. Nodrošina partnerību ar Eiropas Centrālo banku.

Patērētāju interešu aizstāvības asociācija (PIAA)

Veic koordināciju sadarbībai ar NVO, iesaistot savas organizācijas reģionālās nodaļas, sniedz informāciju patērētājiem interneta mājas lapā, pa informatīvo tālruni. Atbilstoši reģionālo nodaļu izvietojumam organizē izglītojošus pasākumus un seminārus par eiro ieviešanu un citu valstu pieredzi šajā kontekstā.

Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC)

Nodrošina patērētāju tiesību aizsardzības kontroli, komunikāciju ar patērētājiem un uzņēmējiem, skaidrojot eiro ieviešanas mehānismu piemērošanu un sagatavojot priekšlikumus komunikējamās informācijas saturam, t.sk. nodrošina PTAC patērētāju informēšanas tālruņa



65452554 darbību, sadarbībā ar EM realizē pasākumus, kas vērsti uz sabiedrības izpratnes veicināšanu par eiro ieviešanas pozitīvajiem aspektiem, piedalās informatīvo dienu organizēšanā Latvijas pilsētās ar vietējo pašvaldību pārstāvju, profesionālo asociāciju, sociālo dienestu, skolu un brīvprātīgo organizāciju piedalīšanos, veic cenu obligātās paralēlās atspoguļošanas procesa kontroli un komunicē pārbaužu rezultātus.

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (VARAM)

Lai nodrošinātu iedzīvotāju informētību reģionos, sniedz komunikācijas kampaņas ietvaros sagatavoto informāciju pašvaldībām un Latvijas Pašvaldību savienībai (LPS).

Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisija (SPRK)

Uzrauga regulēto sabiedrisko pakalpojumu tarifu izteikšanu eiro, pārliecinoties, lai noapaļošana tiktu veikta par labu patērētājiem. Cenu obligātās paralēlās atspoguļošanas periodā SPRK mājas lapā publicē apstiprinātos regulēto pakalpojumu tarifus gan latos, gan eiro. Nosūta plašsaziņas līdzekļiem informāciju par dažu būtiskāko pakalpojumu tarifiem latos un eiro. Savukārt par tarifiem, kurus regulēto pakalpojumu sniedzēji nosaka patstāvīgi, SPRK pieprasa nepieciešamo informāciju, lai varētu kontrolēt tarifu izteikšanu eiro.

Satiksmes ministrija (SM)

Organizē informācijas punktu izvietojumu VAS *Latvijas Pasta* nodaļās, lai nodrošinātu informāciju par eiro ieviešanu, jo īpaši valsts reģionos. Veicina ārvalstu tūristu un ceļotāju informēšanu par eiro ieviešanas jautājumiem, nodrošinot stendu izvietojumu lidostās, ostās, dzelzceļa stacijās u.c. stratēģiskos punktos, kur koncentrējas liels tūristu skaits.

Tieslietu ministrija (TM)

Nodrošina Vadības komitejas sagatavoto informācijas izplatīšanu, izmantojot padotības iestāžu, piemēram, Valsts probācijas dienesta, Valsts zemes dienesta reģionālās struktūrvienības. Specifisku informāciju tieši uzņēmējiem sniedz Uzņēmumu reģistra nodaļās, savukārt Ieslodzījuma vietu pārvalde nodrošina informācijas nonākšanu līdz personām, kuras atrodas ieslodzījuma vietās.

Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA)

Nodrošina ārvalstu tūristu un ceļotāju informēšanu par eiro ieviešanu Latvijā, izplatot informāciju tūrisma operatoriem ārvalstīs, tūrisma informācijas birojiem Latvijā, viesnīcām, internetā.

Valsts kanceleja (VK)

Valsts kanceleja kā atbildīgā par valsts pārvaldes iestāžu komunikācijas struktūrvienību darba koordināciju un valdības komunikācijas politikas īstenošanu nodrošina informācijas apmaiņu starp visām ministrijām, organizē sadarbību ar Ministru prezidenta biroju konkrētu eiro komunikācijas aktivitāšu realizēšanā, sniedz vispārēju informāciju sabiedrībai ar savu informācijas kanālu palīdzību, t.sk. Nevalstisko organizāciju un valdības memoranda padomes, Nacionālās trīspusējās sadarbības padomes ietvaros.

Veselības ministrija (VM)

Izplata sabiedrībai komunikācijas kampaņas ietvaros sagatavoto informāciju, izmantojot savus informācijas kanālus, tajā skaitā, ārstniecības iestādes un ģimenes ārstus.

II Komunikācijas stratēģiskie partneri:



Pašvaldības un LPS

Sadarbībā ar VARAM nodrošina informācijas izplatīšanu valsts reģionos, aptverot konkrētās teritorijās dzīvojošās (arī attālinātās) sabiedrības grupas un vietējos uzņēmējus, sevišķi akcentējot uzmanību uz mazajiem uzņēmējiem, kuri nav iesaistījusies profesionālajās asociācijās. Pašvaldībām ir iespēja informēt par svarīgākajiem eiro ieviešanas jautājumiem arī tos iedzīvotājus, kuriem ir maza interese par ekonomiskajiem procesiem valstī un kuri vāji iesaistās pilsoniskos procesos, taču vairāk interesējas par saimnieciskiem un praktiskiem jautājumiem pašvaldības robežās.

Privātās institūcijas – komercbankas, uzņēmumi, *Latvijas Pasts*, lielveikali utt.

Piedalās komunikācijas kampaņas realizēšanā, informējot savus darbiniekus un klientus par eiro ieviešanas aktuālajiem jautājumiem, nodrošina cenu obligātās paralēlās atspoguļošanas perioda norisi, piedalās „Godīga cenu atspoguļošana” akcijā.

Profesionālās asociācijas

Asociācijas un NVO (Latvijas Komercbanku asociācija, Latvijas Darba devēju konfederācija, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība, Latvijas Tirgotāju asociācija, Latvijas Pašvaldību savienība, u.c.) sektora pārstāvji valstī nodrošina saikni ar dažādām specifiskām sabiedrības mērķa grupām un aktīvākajiem šo grupu pārstāvjiem. Organizē un piedalās diskusijās, kas veltītas eiro ieviešanas procesam Latvijā.

Informācijas starpnieki

Eiro ieviešanas komunikācijas stratēģijas realizēšanā atbalstāmi ir visu indivīdu un grupu centieni gūt un arī izplatīt informāciju par eiro ieviešanu. Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupa īpašu uzmanību pievēršīs sekundāro informācijas avotu apzināšanai un informēšanai, lai panāktu megafona efektu jeb situāciju, kad vairākas balsis atskaņo vienu un to pašu ziņojumu. Tas izveido informācijas tīmekli, kurā katrs informators nodod savu ziņu tālāk un palīdz nodrošināt plašu sabiedrības informētību par konkrēto jautājumu. Kā sekundārie informatori un partneri jāmin asociācijas, organizācijas (īpaši tās, kas rūpējas par sociāli neaizsargāto iedzīvotāju aizsardzību, tiesībām, iedzīvotājiem ar īpašām vajadzībām), kā arī valsts institūcijas, kurām plašs klientu loks (VID, VSAA, *Latvijas Pasts* u.c.), pašvaldības.

Jāņem vērā, ka, tuvojoties eiro ieviešanas brīdim, būs liels pieprasījums saņemt un izplatīt informāciju par šo tēmu. Komunikācijas pasākumos par eiro ieviešanu ir aicināta iesaistīties jebkura organizācija, kas pauž šādu vēlmi.

Darba grupā pārstāvētās institūcijas informācijas par eiro ieviešanu izplatīšanai izmanto visus tām pieejamos informācijas kanālus. To interneta mājas lapās tiek ievietota gan tieša informācija, gan norādītas saites uz citiem informācijas avotiem.

Komunikācijas kampaņas norise tiek koordinēta ar galvenajiem komunikācijas partneriem – Eiropas Komisiju un Eiropas Centrālo banku.

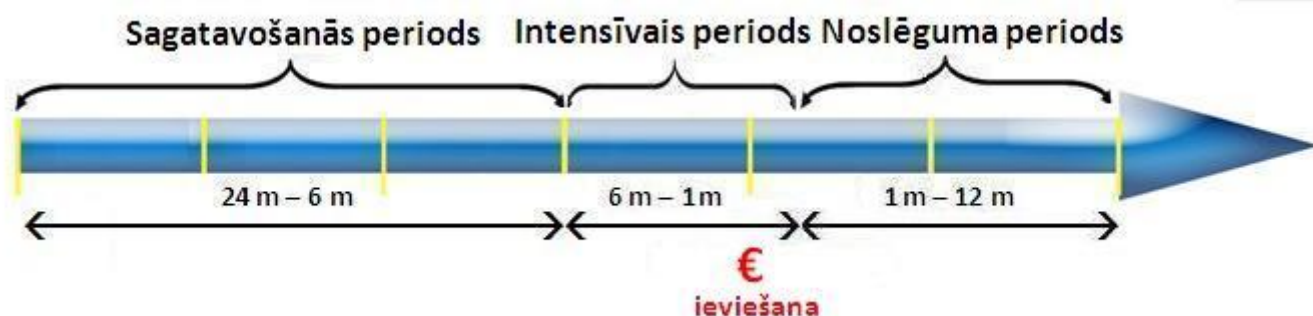
5. KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU LAIKA GRAFIKS

Eiro ieviešana Latvijā ir ES daudzpusējo attiecību jautājums, kas skar visu savienības dalībvalstu kopīgās intereses. Euro ieviešanas paredzamais laika grafiks iegūs oficiālu statusu tikai pēc visu sarunu un citu formālo procedūru pabeigšanas.

Lai nodrošinātu savlaicīgu euro ieviešanas pasākumu realizēšanu, MK ir apstiprinājis euro ieviešanas perspektīvu, kas paredz:

- Ņemot vērā Euro ieviešanas plāna 1.pielikumā ietvertos 2. grupas pasākumu realizēšanas termiņus.
- Euro ieviešanas plāna 1.pielikuma **aktualizēšana notiek vienu reizi gadā**, izmaiņu gadījumā tas tiek iesniegts MK apstiprināšanai vienlaikus ar ziņojumu par praktiskās sagatavošanas gaitu līdz katra gada 27. februārim.
- Euro ieviešanas plāna 1.pielikuma aktualizēšana tiek veikta, pamatojoties uz aktuālajā **Latvijas konverģences programmā ietvertajām prognozēm nākamajiem trim gadiem.**

Balstoties uz Euro ieviešanas plānā noteikto, Komunikācijas pasākumu plānā noteiktas 3 fāzes:



I fāze jeb sagatavošanās periods:

24 mēneši pirms euro ieviešanas datuma – seši mēneši pirms euro ieviešanas datuma

Tiek realizēti 1. grupas pasākumi, kas ietver bažu mazināšanas un vispārējā atbalsta veicināšanas pasākumus. Tiek mazinātas bažas par euro ieviešanas kontekstā iedzīvotāju uztraucošiem jautājumiem – it kā sagaidāmo cenu kāpumu, euro un lata maiņas kursu pārejas brīdī u.c. Notiek iedzīvotāju iepazīstināšana ar kopīgās valūtas ieguvumiem ES un Latvijā, informācijas sniegšana par ES un integrāciju savienībā. Tiek skaidroti Eurobarometer un citu pētījumu par attieksmi pret euro ieviešanu rezultāti, sniegta informācija par citu valstu pieredzi euro ieviešanā.

Šajā periodā arī veidojami pamati partnerībai intensīvās komunikācijas fāzē – potenciālo partneru uzrunāšana un ieinteresēšana, iepazīstināšana ar kampaņas norisi un vienošanās par sadarbības veidiem, kā arī notiek 2.grupas pasākumu sagatavošana.

Fāzes noslēgums paredzams sešus mēnešus pirms euro ieviešanas.

II fāze jeb intensīvais periods:

seši mēneši pirms euro ieviešanas datuma – viens mēnesis pēc euro ieviešanas datuma

Kad zināms konkrēts euro ieviešanas datums, uzsāk Pasākumu plāna 2.grupas pasākumus. Notiek aktīva informācijas sniegšana par valūtas atpazīstamību, naudas banknošu vērtību, cenu stabilitāti, valūtu apmaiņas kursu, iespējām apmainīt naudu. Akcents tiek likts

uz praktiskiem jautājumiem – naudas drošība, eiro ieviešanas procesa realizēšana, tiek organizēti bažu mazināšanas pasākumi – cenu obligātās paralēlās atspoguļošanas perioda norise, t.sk. ziņas par akciju „Godīga cenu atspoguļošana”, semināri, lekcijas un publiskās domas veidošana.

III fāze jeb noslēguma periods:

viens mēnesis pēc eiro ieviešanas datuma – 12 mēneši pēc eiro ieviešanas datuma

Informācijas sniegšana par eiro ieviešanas procesa izvērtējumu, naudas drošības pasākumi, cenu obligātās paralēlās atspoguļošanas perioda norise, t.sk. ziņas par akciju „Godīga cenu atspoguļošana”, konstatēto pārkāpumu komunikēšana un situācijas skaidrošana, skaidras naudas apmaiņas iespējas bez komisijas maksas un „sadzīvošana” ar jauno valūtu nākotnē.

Pēc III fāzes katra institūcija informāciju par eiro sniedz savas kompetences ietvaros.

6. KOMUNIKĀCIJAS KANĀLI

Komunikācijas stratēģija ir vērsta uz to, lai Latvijas iedzīvotājiem sniegtu objektīvu informāciju par EMS un eiro, padziļinātu iedzīvotāju zināšanas par eiro monētām un banknotēm, par bezskaidras naudas eiro apriti, kā arī veicinātu sabiedrības izpratni par eiro ieviešanas priekšrocībām.

Līdz ar to Komunikācijas stratēģijas un Komunikācijas pasākumu plāna realizācijā jāizmanto plašs komunikācijas kanālu klāsts, kas nodrošinās visām sabiedrības grupām objektīvu un izsmeļošu informāciju. Komunikācijas kanālu spektrs un konkrētais lietojums pastāvīgi izvērtējams, ņemot vērā ļoti dinamisko interneta plašsaziņas līdzekļu attīstību – iespējas un lietojamības kāpumu, lai intensīvajā fāzē būtu iespējami efektīvākais kanālu lietojums.

Jāmeklē ceļš arī pie sekundārajiem informatoriem – asociācijām, biedrībām, sociālajiem dienestiem un valsts institūcijām ar plašu klientu loku. Sniedzot informāciju plašai sabiedrībai un iesaistot dažādus partnerus, jāpanāk **multiplicējošs efekts**. Tas nodrošinās efektīvu un sekmīgu komunikāciju ar sabiedrību, aptverot visas lielākās grupas.

Plānotie komunikācijas kanāli ir šādi:

- **plašsaziņas līdzekļi** – nacionālie un reģionālie laikraksti, periodiskie izdevumi, televīzija, radio, tīmekļa vietnes, ārvalstu plašsaziņas līdzekļi;
- **vides reklāma** – stendi, plakāti;
- **mediju partnerības veidošana** – iespējams, efektīvākai komunikācijai var veidot partnerību ar Latvijas Televīziju, Latvijas Radio, nacionālo laikrakstu (latviešu un krievu valodā, piemēram Latvijas Avīze un Chas), kā arī interneta portālu (piemēram, delfi.lv) **informatīvie pasākumi** – semināri, pieredzes apmaiņas pasākumi, informatīvo dienu pasākumi pilsētās, lekcijas noteiktai mērķauditorijai, preses konferences, informatīvas izstādes, pilsētu svētki, konkursi, konsultatīvā padome, forums un dažādi citi publiski pasākumi;
- **īpašie pasākumi** – Eiropas Komisijas un Eiropas Centrālās bankas izstādes par Ekonomikas un monetāro savienību, eiro banknotēm un monētām, eiro ieviešanai veltīta konference, Euro zvaigznes nodošanas pasākums;
- **tiešie kontakti** – individuālas tikšanās un informācijas apmaiņa, prezentāciju rīkošana;

- **apmācības** – mācību semināri par patērētāju tiesībām, mācību programmas banku un veikalu kasieriem, lektoru, izglītības iestāžu audzēkņu un viņu vecāku apmācība, kuri iegūto informāciju var nodod citiem interesentiem;
- **internets** – interneta vortāls par eiro ieviešanu (www.eiro.lv), interneta vortāls bezskaidrās naudas eiro maksājumu projektam – Nacionālā SEPA Latvija interneta lapa (www.sepalatvija.lv), informācija valsts pārvaldes iestāžu interneta vietnēs, banku vortālos, publiskie interneta vortāli;
- **sociālie mediji** – izveidoti eiro komunikācijas konti tviterī, facebook Latvijas mājaslapā un Latvijas populārākajā sociālajā tīklā draugiem.lv;
- **informatīvais tālrunis** – informācijas tālruņa līnija, kur ikviens interesents var saņemt atbildes uz jautājumiem, kas saistīti ar eiro ieviešanu;
- **informācijas centri** – Latvijas Bankas apmeklētāju centrs „Naudas pasaule”, ES informācijas punkti;
- **informācijas starpnieki** – bibliotēkas, aptiekas, slimnīcas, poliklīnikas, NVO, biedrības, pašvaldības, rajonu padomes un pagasti, izglītības iestādes, pasta nodaļas, tirdzniecības un pakalpojumu sniegšanas vietas, lidosta, stacijas, bankas, VSAA nodaļas u.c.

7. EIRO KOMUNIKĀCIJAS PASĀKUMU PLĀNS

Pastāvīgi veicamie eiro komunikācijas pasākumi (1.grupas pasākumi)

Nr.	Komunikācijas kanāls	Komunikācijas produkts / pasākums	Atbildīgā iestāde	Termiņš	
				sākums	beigas
1.	Plašsaziņas līdzekļi	Reaģēt uz sabiedriskās domas aptaujām, sniedzot komentārus un izplatot paziņojumus par konkrēto jautājumu	FM, LB, Par sabiedrības informēšanu atbildīgās institūcijas	Pastāvīgi	Pastāvīgi
2.	Informatīvie pasākumi	Izstrādāt komunikācijas logo	FM, LB	2006. g. oktobris	2007. g. aprīlis
				Īstenots	
3.		Organizēt izstādi „Eiro monētu tapšana”	FM, LB	2006. g. janvāris	2006. g. jūlijs
				Īstenots	
4.		Organizēt sadarbību ar EK par sabiedrības informēšanas pasākumu līdzfinansēšanu un noslēgt sadarbības līgumu	FM	2012. g. pirmā puse	20 mēneši pirms eiro ieviešanas
5.		Organizēt sadarbību ar ECB par sabiedrības informēšanas pasākumu līdzfinansēšanu un noslēgt sadarbības līgumu	LB	2012. g. pirmā puse	20 mēneši pirms eiro ieviešanas
6.		Sagatavot Latvijas Nacionālā eiro ieviešanas plāna kopsavilkumu un regulāri to aktualizēt	FM, LB	Plāna apstiprināšana MK	1 mēnesis pēc plāna aktualizētās versijas apstiprināšanas MK
7.		Regulāri informēt sabiedrību par eiro ieviešanas aktualitātēm	FM, LB, Par sabiedrības informēšanu atbildīgās institūcijas	2005. g. novembris	12 mēneši pēc eiro ieviešanas
8.		Regulāri veikt cenu monitoringu	EM, PTAC, VID, SPRK, PIAA	12 mēnešus pirms eiro ieviešanas	12 mēnešus pēc eiro ieviešanas

9.		Diskusija ar eiro komunikāciju ar LASAP, LSAKA u.c. nozares NVO	FM, LB, VK	2012. g. vasara	2012. g. rudens
10.	Apmācības	Regulāri organizēt lekcijas, piesaistot <i>Euro Team</i> lektoros	FM, LB, EM, VK, EK pārstāvniecībā Latvijā	2006. g. jūlijs	Eiro ieviešanas diena
11.	Internets	Vortāla www.eiro.lv izstrāde	FM, LB	2006. g. novembris	2009. g. decembris
				Īstenots	
12.		Vortāla www.eiro.lv aktualizēšana		Pastāvīgi	Pastāvīgi
13.	Sociālie mediji	Eiro tvitera konta izveide un aktualizēšana	FM	2012. g. jūnijs	pastāvīgi
14.		Eiro sadaļas izveidei portālā www.draugiem.lv	FM	2013. g. 30. jūnijs	pastāvīgi
15.		Pastāvīga informācijas publicēšana Latvijas www.facebook.com lapā	VK, FM	2013. g. 30. jūnijs	pastāvīgi
16.	Informatīvais tālrunis	Nodrošināt EIROINFO tālruņa līnijas darbību (kā projekts FM un EK stratēģiskajā partnerībā)	FM, LB, EKP	2007. g. februāris	2014. g. decembris
17.		Nodrošināt informācijas tālruņa darbībai nepieciešamo informāciju par eiro ieviešanas jautājumiem	FM, LB,	2007. g. aprīlis	Pastāvīgi
18.		PTAC patērētāju informēšanas tālrunis 65452554	PTAC	Pastāvīgi	Pastāvīgi
19.		PIAA patērētāju informēšanas tālrunis 67296884	PIAA	Pastāvīgi	Pastāvīgi

24 - 0 mēneši pirms eiro ieviešanas veicamie eiro komunikācijas pasākumi (2.grupas pasākumi)



Nr.	Mērķa grupa	Atbildīgā iestāde	Komunikācijas produkts / pasākums	Komunikācijas kanāli/partneri
1.	Bankas, banku klienti	LB	<ul style="list-style-type: none"> • Informācijas komplekts par eiro banknotēm un monētām banku apmeklētājiem; • informācijas komplekts par eiro bezskaidrās naudas maksāšanas līdzekļiem (SEPA); • speciālistu apmācība par eiro banknotēm un monētām tālākai informācijas sniegšanai bankās, tirdzniecības uzņēmumos 	Bankas, Latvijas komercbanku asociācija
2.	Bezdarbnieki, darba meklētāji	LM	<ul style="list-style-type: none"> • Jautājumi - atbildes NVA mājas lapā (bezdarbnieka pabalsta pārrēķināšanas kārtība u.tml); • informatīvi materiāli par pāreju uz eiro norisi; • e-kalkulatora izveide 	NVA filiāles Latvijā, NVA mājas lapa un VSAA mājas lapa, VSAA reģionālās nodaļas (bezdarbnieku pabalstu aprēķināšana ir VSAA kompetence). NVA, VSAA
3.	Bibliotekāri, bibliotēku apmeklētāji	KM	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliotekāru apmācības; • informatīvi materiāli par pāreju uz eiro norisi 	Bibliotēkas
4.	Cilvēki ar īpašām vajadzībām (ar dzirdes, redzes, garīgās veselības, kustību, runas traucējumiem)	LM	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīvi materiāli, t.sk. braila rakstā; • cilvēku ar īpašām vajadzībām pārstāvošo organizāciju speciālistu apmācība 	Apeirons, Sustento un tās dalīborganizācijas. Apeirons, Sustento ³ un tās dalīborganizācijas, Īpaši Latvijas Nedzirdīgo savienība un Latvijas Neredzīgo biedrība

³ Latvijas Cilvēku ar īpašām vajadzībām sadarbības organizācija, sk. <http://www.sustento.lv/section/show/4?page=1>

5.	ES jautājumu komunikatori (<i>Europe Direct</i> , ES informācijas punkti)	EKP, ĀM	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīvu materiālu izplatīšana par eiro ieviešanu Latvijā; • apmācības 	<i>Europe Direct</i> , ES informācijas punkti, Eiropas Savienības māja
6.	Iedzīvotāji (sociāli, ekonomiski un politiski aktīvie)	LB, FM	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīva kampaņa medijos (TV, radio, tematiskie ielikumi nacionālajos un reģionālajos laikrakstos, interneta portālos); • informatīvi materiāli; • vides reklāma; • nacionāla līmeņa pasākums "Eiro dienas"- ES dienu ietvaros; • LB Apmeklētāju centrs "Naudas pasaule"; • EK un ECB izstādes par EMS un eiro banknotēm un monētām; • sociālie mediji; • info tālrunis. 	TV, radio, nacionālie un reģionālie laikraksti, interneta portāli; Latvijas Pasta nodaļas, lielveikali, valsts un pašvaldību iestādes, LB, www.eiro.lv
7.	Ieslodzītie, bijušie ieslodzītie, likuma pārkāpēji	TM	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīvi materiāli; • izglītojoši/informatīvi pasākumi 	Ieslodzījuma vietas, audzināšanas iestādes nepilngadīgajiem, Valsts probācijas dienesta nodaļas, Ieslodzījuma vietu pārvalde
8.	Mājsaimniecības	FM, LB	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīvs buklets par pāreju uz eiro norisi; • Eiro-kalkulators ar saules baterijām; • Informatīvs buklets par eiro banknošu un monētu dizainu un pretviltošanas pazīmēm 	Tiešais pasts

9.	Žurnālisti ⁴	FM, LB	<ul style="list-style-type: none"> • Regulāri brīfingi, intervijas; • elektroniski informatīvi materiāli par eiro ieviešanu; • preses mape; • apmācības; • reprezentatīvie materiāli; • žurnālistu braucieni uz ECB, naudas kaltuvi; • ārvalstu vizīte par eiro ieviešanu 	www.eiro.lv , www.sepalatvija.lv , e-pasts, preses konferences, īpašie pasākumi
10.	Ministrijas, valsts pārvaldes iestādes un kapitālsabiedrības	FM, LB, visas ministrijas	<ul style="list-style-type: none"> • Vispārpiejamā informācija www.eiro.lv, www.sepalatvija.lv; • sagatavotie informatīvie materiāli par pāreju uz eiro norisi 	Par sabiedrības informēšanu atbildīgās institūcijas; www.eiro.lv , www.sepalatvija.lv
11.	Ministru kabinets	FM	<ul style="list-style-type: none"> • Regulāri (pusgada) informatīvi ziņojumi par eiro ieviešanu; • ministru brīfēšana par eiro ieviešanas pasākumiem un aktualitātēm 	MK
12.	Saeima	FM, LB	<ul style="list-style-type: none"> • Regulāri informatīvi ziņojumi par eiro ieviešanu; • deputātu brīfēšana par eiro ieviešanas pasākumiem un aktualitātēm 	Saeima
13.	Numismāti	LB	<ul style="list-style-type: none"> • Latvijas eiro monētu komplekti 	LB, numismātu apvienības
14.	NVO	FM, LB, MK, LM	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīvu materiālu izplatīšana par eiro ieviešanu Latvijā 	Nevalstiskās organizācijas

⁴ Nacionālo un reģionālo laikrakstu, radio, TV, interneta žurnālisti.

15.	Pašvaldības un to iedzīvotāji (kā arī sociālo pakalpojumu/palīdzību saņēmēji)	VARAM, LM	<ul style="list-style-type: none"> • Informatīvi materiāli par eiro ieviešanu Latvijā; • informatīvs stends pilsētu svētku ietvaros; • apmācības pašvaldību vadītājiem (iespējamās runaspersonas pašvaldībās) 	Elektroniskie mediji, tiešā komunikācija. Latvijas pašvaldību savienība, Latvijas Lielo pilsētu asociācija, pašvaldības, NVO (kas uztur patversmes vai zupas virtuves)
16.	Patērētāji	EM	<ul style="list-style-type: none"> • Patēriņa preču un pakalpojumu cenu monitorings (PTAC); • sabiedrisko tarifu monitorings (SPRK); • kolektīvo un individuālo sūdzību izskatīšana (PTAC); • informācija un konsultācijas (PIAA reģionālais pārstāvis novados); • informatīvie materiāli 	PTAC mājas lapa un informatīvais tālrunis, PIAA un PTAC, SPRK ⁵
17.	Pensionāri un sociālo pabalstu saņēmēji	LM	<ul style="list-style-type: none"> • Eiro-kalkulatori ar saules baterijām; • jautājumi - atbildes VSAA mājas lapā (pensiju un sociālo pabalstu pārrēķināšanas kārtība u.tml.); • LPF speciālistu apmācība; • informatīvie materiāli 	VSAA mājas lapa, VSAA reģionālās nodaļas, Latvijas Pensionāru federācija, citas pensionāru organizācijas
18.	Saeimas Sabiedrisko attiecību biroja Apmeklētāju un	LB, FM	<ul style="list-style-type: none"> • Speciālistu apmācība 	Informatīvais tālrunis

⁵ Un Patērētāju interešu aizstāvības asociācijas reģionālās nodaļas: Gulbenē, Liepājā, Ogrē, Cēsīs, Rīgā, Salacgrīvā, Daugavpilī, Jelgavā.

	informācijas centrs			
19.	Skolēni, studenti, jaunieši, bērni	IZM	<ul style="list-style-type: none"> • Mācību animācijas filmas; • elektroniskas interaktīvas spēles; • augstskolu erudīcijas un iniciatīvu konkurss; • skolēnu un studentu zinātnisko darbu izstrāde par Eiro tematiku; • interaktīvā spēles portālā www.draugiem.lv; • EK un ECB izstāžu par EMS un eiro banknotēm un monētām apmeklēšana, uz to bāzes konkurss 	Izglītības iestādes, mājas lapas, pedagogu metodiskās apvienības, augstskolas. Valsts izglītības satura centrs, Jaunatnes organizācijas, pašvaldību jauniešu centri, Jaunatnes Starptautisko programmu aģentūra
20.	Skolu pedagogi	IZM	<ul style="list-style-type: none"> • Metodiskais līdzeklis pedagogiem; • mācību palīglīdzekļi; • mācību līdzekļu prezentācijas reģionos 	IZM, pedagogu metodiskās apvienības, Valsts izglītības satura centrs
21.	Tirdzniecības uzņēmumi /pakalpojumu sektors	EM	<ul style="list-style-type: none"> • Speciālistu apmācība par eiro banknotēm un monētām tālākai informācijas sniegšanai tirdzniecības uzņēmumos 	Latvijas tiešās tirdzniecības asociācija (LTTA), Latvijas tirgotāju asociācija (LTA)
22.	Tūristi ārvalstu	EM, SM, ĀM	<ul style="list-style-type: none"> • Plakāti transporta mezglos (lidosta, dzelzceļa stacija, autoosta, osta); • Latvijas Institūta sagatavotā informācija <i>NewsLetter</i> formā ārvalstu žurnālistiem un tūrisma operatoriem; • informatīvi materiāli svešvalodās 	Nacionālais tūrisma portāls www.latviatourism.lv , tūrisma informācijas centri, tūrisma aģentūras, lidosta, dzelzceļa stacija, autoosta, osta, Latvijas Institūts, Latvijas vēstniecības ārvalstīs. TAVA
23.	Uzņēmēji	EM	<ul style="list-style-type: none"> • Apmācības uzņēmējiem par 	Latvijas Investīciju un attīstības

			izmaiņām grāmatvedībā u.c.	aģentūra (LIAA), Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera (LTRK), Latvijas Darba dēvēju konfederācija (LDDK), bankas
24.	Kasieri	LB, FM	<ul style="list-style-type: none"> • Semināri pilsētās par eiro ieviešanas procesu un par eiro banknošu un monētu dizainu un pretviltošanas pazīmēm; • ECB izdales materiāli kasieriem 	Pašvaldības, lielveikalu ķēdes, Latvijas tirgotāju asociācija

8. FINANSĒJUMS

Eiro ieviešanas projekta finansēšana tiek paredzēta centralizēti, kā vidējā termiņa budžeta prioritāte; finansējums tiek ietverts FM stratēģijā un aktualizēts katru gadu atbilstoši stratēģijai. Ņemot vērā citu jauno ES dalībvalstu pieredzi, pārejas no lata uz eiro komunikācijai Latvijā nepieciešamā finansējuma kopējā apjoma aplēses veidojamas, par pamatu izmantojot iedzīvotāju skaitu un uz katru iedzīvotāju komunikācijas pasākumiem rēķinot vismaz vienu eiro.

Komunikācijas pasākumu plāna realizēšanai nepieciešamo finanšu avoti:

- Latvijas valsts budžets (**centralizēti** caur FM stratēģiju visām valsts pārvaldes institūciju realizētajām komunikācijas aktivitātēm);
- LB budžets;
- Eiropas Komisijas un ECB finansējums (noslēdzot stratēģiskās partnerības un/vai granta līgumus).

No valsts budžeta nepieciešamā finansējuma apjoms tiek precizēts katru gadu ikgadējā valsts budžeta izskatīšanas laikā. Papildus komunikācijas stratēģijas īstenošanā atbalstāmas ir partneru iniciatīvas, kas paredz finansiālu līdzdalību – nodrošinot pasākumu īstenošanu, informācijas un materiālu izplatīšanu un finansēšanu.

9. KOMUNIKĀCIJAS STRATĒGIJAS IEVIEŠANA UN IZVĒRTĒŠANA, ATSKAITĪŠANĀS KĀRTĪBA

Eiro ieviešanas process notiek saskaņā ar MK apstiprināto Euro ieviešanas plāna 1.pielikumu, kurā komunikācijas aktivitātes tiek sasaistītas ar identificētiem pasākumiem visās citās eiro ieviešanas jomās.

Komunikācijas stratēģijas un Pasākumu plāna izvērtēšana laika periodā līdz eiro ieviešanai, kā arī vismaz sešus mēnešus pēc eiro ieviešanas, notiek regulāri. Izvērtēšana notiek, analizējot īstenotos pasākumus un veicot sabiedriskās domas aptaujas:

- LB sabiedriskās domas aptaujas – divas reizes gadā, mediju monitorings;
- kā arī salīdzinot Latvijā veikto pētījumu datus ar *Eurobarometer* aptauju par attieksmi pret eiro jaunajās ES dalībvalstīs, kas tiek veikta vienu reizi gadā;
- Centralizēts pētījums par dažādu sabiedrības grupu informētību un attieksmi.

Aptauju analīzes rezultāti ir instruments, uz kuru darba grupa balstās, veicot Komunikācijas plāna aktualizēšanu.

Par Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupas darbu Vadības komitejai atskaitās darba grupas vadītājs. FM un LB veic visaptverošu komunikācijas kampaņas **koordināciju**, saskaņojot visu informācijas un komunikācijas pasākumu norisi. Komunikācijas stratēģijas realizēšanu eiro projekta ietvaros pārbauga eiro projekta vadītājs.

SABIEDRISKĀS DOMAS APTAUJU ANALĪZE

Sabiedriskās domas aptauju analīze palīdz noskaidrot informētības līmeni par eiro banknotēm un monētām, atklāj attieksmi par eiro un tā ieviešanu, kā arī sniedz pamatojumu – kas veicina attieksmes veidošanos. Būtiski noskaidrot iedzīvotāju viedokli par (subjektīvo) informētības līmeni un jautājumus, uz kuriem sabiedrība vēlētos saņemt atbildes. Vērtīgs sabiedrības domas un informētību atklājošs instruments ir arī telefona līnija, kur cilvēki var uzdot neskaidros jautājumus, kā arī nereti pauž savu attieksmi par procesu kopumā. Visu šo avotu izmantošana palīdzēs formēt kampaņas saturu, kontrolēt mērķu sasniegšanu un, ja nepieciešams, veikt korekcijas.

Jautājumi par iedzīvotāju attieksmi pret ES vienoto valūtu – eiro un tās ieviešanu Latvijā ir uzdoti dažādās sabiedriskās domas aptaujās (*Eurobarometer*, LB rīkotajās aptaujās 2009. gadā). Aptauju attieksmes rādītāji var tikt izmantoti, lai sekmētu eiro ieviešanas procesa organizētību attiecībā uz sabiedrības sagatavošanu gaidāmajām pārmaiņām un informētību par vienoto valūtu – eiro. Aptauju datu analīze citās valstīs dod papildu atskaites punktus to interpretācijai un piemērošanai komunikācijā.

Sabiedrības izpratnes veicināšana par eiro ieviešanu un vienotās valūtas priekšrocībām jāveic savlaicīgi iedzīvotājiem saprotamā veidā. Negatīvās attieksmes mazināšana ir svarīgs priekšnoteikums, lai nodrošinātu veiksmīgu eiro ieviešanu Latvijā. Līdz ar to aptaujas dati sniedz papildu informāciju par Komunikācijas stratēģijā noteiktajiem uzdevumiem, kas veicami, lai sasniegtu izvirzīto mērķi – veicinātu eiro veiksmīgu ieviešanu Latvijā. Tomēr vienlaikus jāapzinās, ka jautājums par eiro ieviešanu Latvijā pēc būtības ir izlemts un tā komunikācijā galvenais uzdevums ir laikus un precīzi informēt par praktiskiem norises aspektiem.

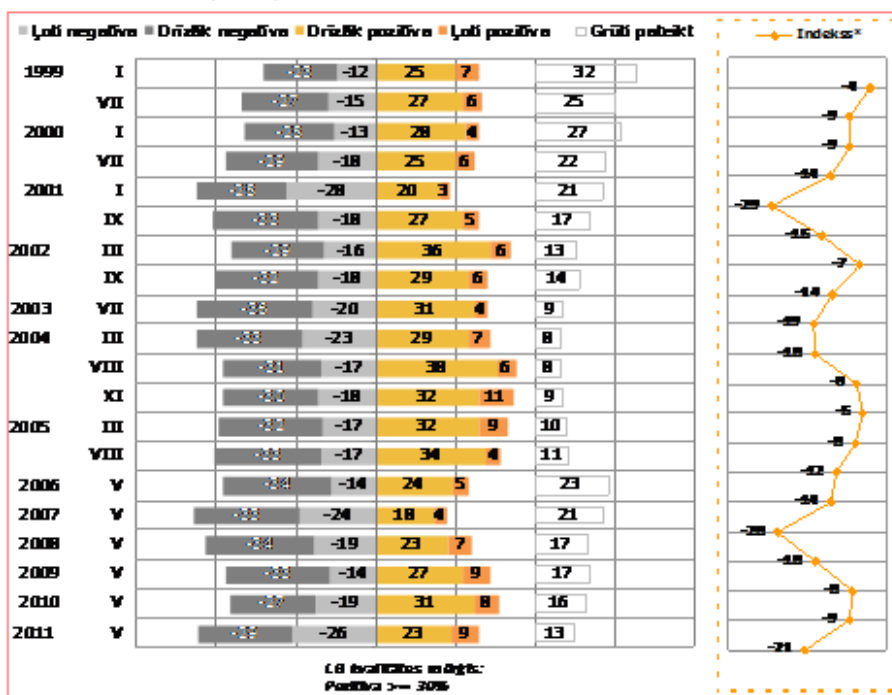
Lai noskaidrotu sabiedrības un atsevišķu ieinteresēto pušu attieksmi pret eiro ieviešanu un izpratni par atsevišķiem šī procesa aspektiem, izmantoti divi 2009. gadā veikti pētījumi: EK veiktā *Eurobarometer* aptauja „Eiro ieviešana jaunajās dalībvalstīs” (2009. gada jūlijs) un SIA „Factum” pēc LB pasūtījuma veiktā iedzīvotāju aptauja „Naudas un banku sistēma Latvijā” (2009. gada maijs).

LB veiktās aptaujas rezultāti ar eiro saistītajos jautājumos

- Kopumā ES 27 valstu iedzīvotāju vidū **vislielākais atbalsts ES procesiem ir EMS ar vienotu valūtu eiro**, kurai savu atbalstu ir pauduši 61% ES 27 valstu pilsoņi.
- Polārs viedoklis eiropiešiem ir par ES paplašināšanos turpmākajos gados – 43% eiropiešu atbalsta turpmāku ES paplašināšanos, savukārt 46% ir pret jaunu dalībvalstu uzņemšanu ES turpmākajos gados.

Attieksme pret lata aizstāšanu ar eiro: 1999-2011 (% - atbilžu sadalījums procentos, INDEKSS*)
 Kāda ir Jūsu attieksme pret to, ka lats tiks aizstāts ar eiro?

Attieksme pret lata aizstāšanu ar eiro: 1999-2011 (% - atbilžu sadalījums INDEKSS*)
 Kāda ir Jūsu attieksme pret to, ka lats tiks aizstāts ar eiro?



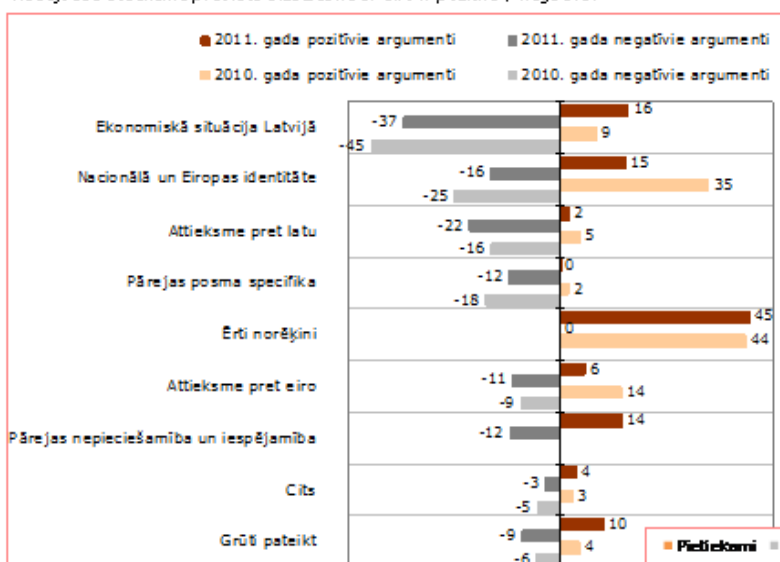
Bāze: visi respondenti, N=1000

*INDEKSS - vidējais vērtējums skalā no -100 (ļoti negatīva) līdz +100 (ļoti pozitīva)

Bāze: visi respondenti, N=1000

*INDEKSS - vidējais vērtējums skalā no -100 (ļoti negatīvi) līdz +100 (ļoti pozitīvi)

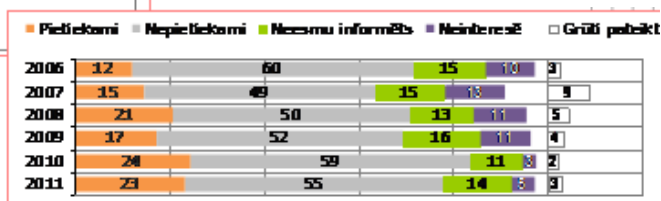
Lata aizstāšana ar eiro, vērtējuma argumentācija: 2010 - 2011 (% - atbilžu sadalījums)
 Kādēļ Jūsu attieksme pret lata aizstāšanu ar eiro ir pozitīva / negatīva?



Bāze 2011: pozitīvs vērtējums N=325; negatīvs vērtējums N=547

Informācija par pāreju uz eiro: 2006-2011
 (% - atbilžu sadalījums)

Kā Jūs vērtējat, vai Jūs esat pietiekami informēti par plānoto pāreju no lata uz eiro?



Bāze: visi respondenti, N=1000

KOMUNIKĀCIJAS VĒSTĪJUMI**KOMUNIKĀCIJAS GALVENĀS ZIŅAS JEB PAMATTĒZES****1. Pievienošanās EMS.**

2004. gada 1. maijā Latvija, pamatojoties uz sabiedrības balsojumu referendumā, oficiāli pievienojās ES un kļuva pār tās dalībvalsti. Iestāšanās līgums ES paredz arī pievienošanos EMS un eiro ieviešanu Latvijā pēc Māstrihtas konverģences kritēriju izpildīšanas.

Eiro ieviešana būs apliecinājums ceļā uz noturīgu, ilgtspējīgu izaugsmi vērstai Latvijas ekonomiskai un fiskālai politikai.

2. Euro būs likumīgs maksāšanas līdzeklis no € dienas.

Sākot no eiro ieviešanas datuma, eiro banknotes un monētas kļūs par likumīgu maksāšanas līdzekli Latvijā. Vienu mēnesi ilgs latu un eiro vienlaicīgās apgrozības periods, kad skaidras naudas norēķinos tiks izmantotas abas valūtas. Bezskaidras naudas latu konvertācija uz eiro notiks ar eiro ieviešanas dienu.

Sākot no € dienas, latu banknotes un monētas no apgrozības pakāpeniski izņems un aizstās ar eiro. Vienu mēnesi skaidrā naudā varēs norēķināties kā eiro, tā latos.

3. Latu un eiro vienlaicīgās apgrozības periods.

Latu un eiro vienlaicīgās apgrozības periods ilgs vienu mēnesi, sākot no € dienas līdz brīdim, kad eiro skaidrā nauda kļūs par vienīgo likumīgo maksāšanas līdzekli. Vienlaicīgās apgrozības periodā gan latu, gan eiro ir oficiālie maksāšanas līdzekļi Latvijā.

Mēnesi ilgs laika posms pēc € dienas ir latu un eiro vienlaicīgās apgrozības periods – iedzīvotāji varēs veikt norēķinus gan latos, gan eiro.

4. Cenu paralēlās atspoguļošanas periods.

Lai laicīgi sagatavotu sabiedrību norēķinu valūtas maiņai, veicinātu cenu uztveri eiro, sniegtu iespēju kontrolēt cenu līmeni abās, tiks noteikts obligāts cenu paralēlās atspoguļošanas periods – trīs mēnešus pirms € dienas un vēl gadu pēc tās. Pietiekami ilgs cenu paralēlās atspoguļošanas periods ir mehānisms, kas patērētājiem ļauj aprast ar jauno naudu un ierobežo preču un pakalpojumu cenu spekulatīvu kāpumu.

Obligāta cenu paralēla atspoguļošana visās tirdzniecības un pakalpojumu sniegšanas vietās būs jānodrošina trīs mēnešus pirms un gadu pēc € dienas.

5. Valsts ar savu piemēru aicinās tirgotājus/pakalpojumu sniedzējus veikt cenu noapaļošanu godīgi.

Vadoties no eiro zonas valstu pieredzes, pastāv viedoklis, ka eiro ieviešana veicinās cenu pieaugumu. Ar eiro ieviešanu saistītais patēriņa cenu pieaugums eiro zonas valstīs vidēji ir 0,2 līdz 0,3 procentu punkti no kopējā inflācijas līmeņa. Valsts tirgus ekonomikas apstākļos cenas nediktē, tomēr ir paredzēti konkrēti pasākumi, lai neļautu tirgus dalībniekiem izmantot naudas nomaiņas aizsegu cenu paaugstināšanai. Tiek organizēta patēriņa preču groza cenu monitorēšana, tiks veidota akcija „Godīga cenu atspoguļošana” (*Fair pricing*), valsts rādīs piemēru, cenu noapaļošanā strikti vadoties pēc matemātiskiem principiem. Uzņēmēji tiks

aicināti parakstīt labas gribas memorandu par cenu nepaaugstināšanu. Obligāti noteiktā cenu paralēlā atspoguļošana tiks uzsākta ne vēlāk kā trīs mēnešus pirms € *dienas* un turpināta vēl gadu pēc € *dienas*. Patērētājiem ir jābūt informētiem, lai nepieļautu nepamatotu cenu pieaugumu.

Valsts rūpēsies, lai mazinātu iespēju negodīgiem uzņēmējiem izmantot naudas nomaiņas aizsegu cenu paaugstināšanai. Arī paši patērētāji ir aicināti aktīvi iesaistīties pārkāpumu atklāšanā.

Valsts sektorā piemērojot striktus matemātiskās noapaļošanas principus, valsts ar savu piemēru aicinās tirgotājus/pakalpojumu sniedzējus tam sekot.

6. Euro ieviešana neradīs naudas iekrājumu samazināšanos.

Lai Latvija varētu kļūt par pilntiesīgu EMS dalībnieci un ieviest eiro, 2005. gada 2. maijā Latvija pievienojās Valūtas kursa mehānismam II, kas nodrošina valūtas kursa stabilitāti. Turklāt 2005. gada 1. janvārī lats tika piesaistīts eiro, kas nozīmē nemainīgu maiņas kursu 1 € = Ls 0,702804. Līdz ar to eiro ieviešana ir naudas apmaiņa pēc fiksēta valūtas maiņas kursa, nevis naudas reforma.

Pēc eiro ieviešanas Latvijas iedzīvotāju naudas iekrājumi nesamazināsies.

7. Zemas procentu likmes samazinās aizņēmumu izmaksas

Brīva kapitāla plūsma ES vienotajā tirgū ir EMS paplašināšanas mērķis, ietverot vienotās Eiropas valūtas eiro ieviešanu. Latvija nevis zaudēs neatkarīgas monetārās politikas realizēšanas iespējas, bet iegūst tiesības ietekmēt visas EMS monetāro politiku, kļūstot par pilntiesīgu tās dalībnieci. Vienotajā eiro zonā palielināsies konkurence starp aizdevējiem (bankām un kredītiestādēm). Konkurences apstākļos savukārt tiek veicināta aizdevumu procentu likmju samazināšanās, un tas rada priekšnoteikumus straujākai uzņēmējdarbības attīstībai. Samazinās aizņēmumu izmaksas, ļaujot veidoties papildu kapitālam, ko izmantot darbības attīstīšanā – jaunu iekārtu un ražotņu izveidē. Šādi labvēlīgie apstākļi veicina kopējo tautsaimniecības attīstību.

Uzņēmējiem tiek radīta droša vide attīstības plānošanai ilgtermiņā un būs pieejami lētāki kredīti.

8. Latvijas lats kā neatkarības simbols ir vēstures apliecinājums arī nākotnei.

Sākot ar € *dienu*, eiro banknotes un monētas iegūs likumīga maksāšanas līdzekļa statusu Latvijā. Tas nozīmē, ka no šī brīža latu banknotes un monētas no apgrozības pakāpeniski tiks izņemtas un aizstātas ar eiro. Valsts nezaudē latu kā neatkarības simbolu – nacionālie simboli tiks saglabāti, kaļot Latvijas eiro monētas (gan apgrozības, gan jubilejas). Banknotes visā eiro zonā ir pilnīgi vienādas.

Latvijas eiro monētas popularizēs Latvijas vārdu Eiropā.

9. Latu skaidrās naudas nomaiņa ar eiro bez komisijas maksas.

Lai mazinātu ar valūtas maiņu saistītās izmaksas un nodrošinātu efektīvu eiro ieviešanas procesu, sešus mēnešus latu skaidrās naudas nomaiņa uz eiro tiks veikta bez komisijas maksas bankās, VAS „Latvijas Pasts”, komercsabiedrībās, kuras ir saņēmušas LB licenci ārvalstu valūtu skaidrās naudas pirkšanai un pārdošanai un LB. Pēc šī perioda, neiekasējot komisijas maksu, latu skaidro naudu pret eiro neierobežotu laiku un neierobežotā daudzumā turpinās mainīt LB.

Latvijas lats saglabās savu vērtību arī nākotnē. Latus varēs samainīt pret eiro neierobežotā laikā pēc eiro dienas bez komisijas maksas.

10. Ikvienam būs iespējas ērti un savlaicīgi veikt naudas maiņu uz eiro.



Lai nodrošinātu valsts iedzīvotājus ar eiro monētām un banknotēm, eiro ieviešanas process paredz maksimāli ērtu bezskaidrās naudas nomaiņu. Eiro ieviešanas dienā – *€ dienā* – visa nauda latos banku kontos automātiski un bez maksas tiks konvertēta eiro, līdz ar to iedzīvotājiem būtu ieteicams vairāk izmantot bezskaidras naudas norēķinus, bet skaidrās naudas uzkrājumus savlaicīgi noguldīt bankas kontā. Tas palīdzēs izvairīties no ārpus kārtas banku apmeklēšanas, ietaupīs laiku un ceļa izdevumus, kas varētu rasties, braucot uz banku mainīt naudu. Tādēļ iedzīvotājiem jābūt aktīviem un jāseko informācijai, lai neradītu sev neērtības, kuras iespējams novērst.

Ikvienam iedzīvotājam būs iespēja laicīgi un maksimāli ērti samainīt naudu vai veikt citas finanšu operācijas.

11. Patērētājiem vienota valūta – „pārredzamāks” Eiropas tirgus.

Patērētāji var salīdzināt preču un pakalpojumu cenas dažādās valstīs, kas savukārt pastiprina konkurenci. Eiro ieviešanas rezultātā EMS valstīs iedzīvotāji ir kļuvuši par gudriem pircējiem, kas spēj salīdzināt cenas un iegādāties lētākas preces.

Vienotā tirgū ar vienotu valūtu tiek sekmēta patēriņa preču cenu līmeņa līdzsvarošana.

12. Tūrisma attīstība.

Viens no lielākajiem eiro ieviešanas ieguvumiem ES valstu iedzīvotājiem ir valūtas maiņas jautājuma atrisinājums. Ceļojot pa eiro zonas valstīm, tūristiem vienas valsts valūta vairs nav jāmaina pret citas valsts valūtu. Tas ceļošanu padara ērtāku un izdevīgāku, jo nav nepieciešamības mainīt naudu un maksāt ar naudas maiņu saistīto komisijas maksu.

Vienota valūta – eiro atvieglo ceļošanu eiro zonas valstīs.

13. Emocionālās bažas pārspēj racionālās.

Iedzīvotāju bažām, kas skar eiro ieviešanu Latvijā, pamatā ir nevis racionāli argumenti, bet emocionāli, kurus varētu izskaidrot ar nezināšanu un situācijas neizpratni. Tas nozīmē, ka iedzīvotāju raizes nevar kļiedēt tikai ar racionāliem un pamatotiem argumentiem; nepieciešami papildu pasākumi atsevišķām mērķa grupām.

Dominē nevis racionāli pamatotas, bet emocionālas bažas.

14. Izvēle ieviest eiro notika līdz ar iestāšanos ES

Balsojot referendumā par pievienošanos ES, daļa iedzīvotāju neapzinājās, ka vienlaikus tiek pieņemts lēmums arī par eiro ieviešanu, ko paredz Eiropas Kopienas dibināšanas līgums. Realizējot informatīvo kampaņu, iedzīvotājiem tiek sniegta informācija par eiro ieviešanas nepieciešamību, kā arī ekonomiskajiem ieguvumiem.

Par eiro ieviešanu netiks rīkots referendums, savu piekrišanu eiro ieviešanai Latvijas iedzīvotāji izteica referendumā par iestāšanos ES.

15. Reitingu aģentūras un ekonomikas eksperti, kā arī augstākās amatpersonas izsaka savus pieņēmumus par eiro ieviešanas iespējamo datumu.

Dažādu organizāciju, aģentūru un amatpersonu brīvi izteiktās prognozes par eiro ieviešanas iespējamību tuvākā vai tālākā nākotnē pastiprina nenoteiktības izjūtu sabiedrībā. Tā kā prognožu ir ļoti daudz, tās nereti nonāk pretrunās viena otrai un sarežģī sabiedrības orientēšanos. Jāturpina sniegt informācija par eiro ieviešanas projekta aktualitātēm un eiro ieviešanas praktiskajiem aspektiem. Tiek strādāts pie tā, lai iespējami ātri definētu noteikumus, pēc tam šo informāciju darītu zināmu uzņēmējiem u.c. Latvijas iedzīvotājiem un viņi spētu savlaicīgi sagatavoties eiro ieviešanai.

Dažādās prognozes par eiro ieviešanu rada apjukumu un nereti nonāk pretrunās. Euro ieviešanas projekts tiek balstīts uz skaidru eiro ieviešanas perspektīvu, kas paredz pasākumu īstenošanu gan eiro ieviešanas sagatavošanas periodā, gan pēc tam, kad datums tiks nosaukts oficiāli (ne vēlāk kā divus gadus jeb 24 mēnešus pirms eiro ieviešanas).

16. Naudas reformas gadījumā iedzīvotāji vienmēr zaudē, zaudējumi visvairāk skar tieši maznodrošinātos, un naudas apmaiņa neizbēgami radīs lielas neērtības.

Ievērojot apstākli, ka Latvijas iedzīvotāji pēdējo 50 gadu laikā ir piedzīvojuši vairākas monetārās reformas, kas ietvēra arī naudas nomaiņu, tad lielai daļai iedzīvotāju ir priekšstats, ka naudas nomaiņa tieši saistās ar monetāro reformu kā netaisnīgu un zaudējumus nesošu procesu. Sabiedrībā, sevišķi vecākiem cilvēkiem, nav pilnīgas pārliecības, ka eiro ieviešana kvalitatīvi atšķirsies no iepriekš piedzīvotā, trūkst izpratnes par to, ka eiro ieviešana būs nevis naudas reforma, bet valūtas nomaiņa. Sabiedrība pastāvīgi tiek informēta par eiro ieviešanas projekta aktualitātēm, kā arī par valūtas nomaiņas praktiskajiem aspektiem. Tiek skaidrota atšķirība starp monetāro reformu un naudas nomaiņas procesu. Naudas nomaiņa tiek veidota pēc iespējas ērta visiem iedzīvotājiem. Lata un eiro vienlaicīgās apgrozības periods ir paredzēts vienu mēnesi pēc eiro ieviešanas, kas ļaus vairumu naudas iztērēt ikdienas pirkumiem un mazinās nepieciešamību veikt naudas apmaiņu.

Pāreja uz eiro notiks, cenas pārrēķinot pēc matemātiskajiem principiem. Uzklusot ieteikumus un sekojot līdzi informācijai par eiro ieviešanu, patērētājiem iespējams izvairīties no jebkādiem papildu izdevumiem vai zaudējumiem.

17. Bažas par pastāvīgas monetārās politikas zaudēšanu.

Sabiedrībai lats personificē Latvijas neatkarību un tā aizstāšana ar eiro psiholoģiski saistās ar Latvijas neatkarības zaudēšanu. Pēc pievienošanās EMS ECB padomes pieņemtie monetārās politikas lēmumi būs saistoši arī Latvijai. ECB padomē līdzdarbosies arī LB prezidents.

Latvijas lats būs mūžīgs, jo LB veiks latu nomaiņu bez laika un apjoma ierobežojuma. Tāpat uz Latvijas izdotajām eiro monētām tiks atveidoti Latvijas valsts simboli – lielais un mazais ģerbonis un latviešu tautu meitas portrets. LB līdzdarbosies visas eiro zonas monetārās politikas veidošanā, kam ir noteicoša ietekme uz Latvijas ekonomiku jau tagad, pirms eiro ieviešanas.

18. Vai lata un eiro apmaiņas kurss ir izdevīgs?

Sabiedrībā pastāv bažas, ka lata piesaistes kurss eiro nav izdevīgs. Lata piesaistes kurss ir ļoti izdevīgs Latvijas eksportam, kas 2007. gadā sasniedza 4,040 miljardus latu, kas ir par 22,7% vairāk nekā 2006. gadā. Prognozējams, ka eksporta rādītāji turpinās augt.

Lata maiņas kurss, īpaši pēc lata piesaistes eiro bijis izdevīgs Latvijas eksportētājiem un tautsaimniecībai kopumā. Svarīga tautsaimniecībai – uzņēmējiem, iedzīvotājiem un valsts finansēm - ir lata stabilitāte, ko nodrošina lata piesaiste eiro ar nelielu svārstību koridoru.

19. Vai eiro ieviesīs pēc pašreizējā piesaistes kursa

Pārejas kursu galīgi apstiprinās ECOFIN, bet pašreizējā piesaistes kursa maiņai (1 EUR = 0.702804 EUR) nav ekonomiska pamata.

Latvijā fiksētais valūtas kurss bijis nemainīgs kopš 1994. gada un labi kalpo. Latvijas Bankas politika ir un paliks nemainīga, tādēļ, visticamāk, eiro Latvijā tiks ieviests pēc pašreizējā piesaistes kursa. Valūtas kursa mehānisma II darbības principi neizslēdz iespēju koriģēt valūtas kursu pirms eiro ieviešanas, par ko visām iesaistītajām pusēm jāpanāk savstarpēja vienošanās.

20. Vienotā valūta un vienotie maksāšanas līdzekļi – SEPA maksājumi

SEPA (*single euro payments area* – vienotā eiro maksājumu telpa) ir vienotā Eiropas valūta ar vienotu maksāšanas līdzekļu kopu. Ieviešot eiro, sabiedrība varēs saņemt visus tos ieguvumus, kurus piedāvā vienotie bezskaidrās naudas maksājumi – SEPA kredīta pārvedums, SEPA tiešā debeta maksājums un SEPA karšu maksājums. Ar minēto triju SEPA maksājumu palīdzību jebkurš klients jebkur Eiropā varēs veikt bezskaidrās naudas maksājumus tikpat ātri, ērti un droši, kā pašlaik var veikt iekšzemes maksājumus.

Pietiks ar vienu karti un vienu kontu, lai varētu veikt maksājumus jebkur Eiropā saskaņā ar vienādiem tehniskajiem un juridiskajiem nosacījumiem.

Ņemot vērā bažas, kuras būtu nepieciešams mazināt, papildus Komunikācijas stratēģijai un Komunikācijas pasākumu plānam jāpublicē biežāk uzdoto jautājumu - atbilžu saraksts. Uz sarakstā iekļautajiem jautājumiem atbildes gatavo iestādes, kuru kompetencei jautājums atbilst. Jautājumu un atbilžu saraksts tiek nodots lietošanā komunikācijā ar sabiedrību iesaistītajām institūcijām (t.sk. informatīvā tālruņa operatoriem).

Komunikācijā par eiro jāievēro praktiskas informācijas sniegšanas princips:

- 1) oficiālā maksāšanas līdzekļa lata nomaīņa pret eiro – iedzīvotāji tiek informēti par to, kā un kad notiek pāreja uz eiro;
- 2) naudas maiņas jautājumi:
 - lata un eiro finanšu vērtības attiecība;
 - maksāšana citās valstīs;
 - eiro banknošu un monētu izskats, drošības pazīmes;
 - apmaiņas kārtība;
 - banku konti;
 - vērtspapīri, līgumi;
 - bankas automātu, taksofonu u.c. darbība, kur pašreiz tiek lietotas latu un santīmu monētas u.c.;
 - bezskaidras un e-naudas maksāšanas līdzekļi;
- 3) pārmaiņas iedzīvotāju dzīvē saistībā ar eiro ieviešanu:
 - izmaiņas normatīvajos aktos;
 - ieguvumi un zaudējumi;
 - valūtu riski;
 - būtiskākās izmaiņas uzņēmējdarbībā;
 - praktiski padomi (banknošu izmērs, eiro kā maksāšanas līdzeklis citās valstīs u.c.);
- 4) pārmaiņas monetārajā politikā un ekonomikā kopumā.

MĒRĶA GRUPU RAKSTUROJUMS

Komunikācijas stratēģijas mērķauditorija ir visi naudas lietotāji Latvijā. Plānojot komunikācijas pasākumus, tie orientēti uz šādām mērķa grupām – mājsaimniecībām, pensionāriem un mazāk aizsargātām iedzīvotāju sociālām grupām, skolēniem un studentiem, valsts pārvaldes sektora pārstāvjiem, žurnālistiem, komersantiem, banku sektora pārstāvjiem, viedokļa līderiem, tūristiem, investoriem, numismātiem, sabiedrību kopumā.

Atbilstoši Latvijas Nacionālajā eiro ieviešanas plānā definētajam pamatprincipam (orientācija uz sliktāk pozicionēto iedzīvotāju), īpaša uzmanība tiks pievērsta ar plašsaziņas līdzekļiem grūtāk sasniedzamiem iedzīvotājiem piemēram, attālos rajonos dzīvojoši pensionāri, personas ar īpašām vajadzībām, mazākumtautību pārstāvji, kuri neizmanto informāciju latviešu valodā u.tml. Komunikācijai ar šīm grupām ir jāveido īpaša pieeja, iesaistot kampaņās profesionālās asociācijas, atbildīgās valsts iestādes, apvienības un sociālos dienestus, veidojot tiešos kontaktus ar mērķa grupu.

Ņemot vērā to, ka ieslodzītie un no ieslodzījuma atbrīvotie ir sabiedrības daļa, kurai varētu būt grūtības iegūt informāciju par eiro ieviešanu, Komunikācijas stratēģijas ietvaros paredzēts veikt īpašus tieši šīm personām paredzētus informatīvus pasākumus ieslodzījuma vietās un Valsts probācijas dienesta nodaļās. Šo iestāžu bibliotēkās un nodaļās tiks izvietoti informatīvi materiāli par eiro ieviešanu latviešu un krievu valodā.

Komunikācijas stratēģijas un Komunikācijas pasākumu plāna īstenošanā tieši vai netieši ir iesaistītas visas valsts pārvaldes institūcijas, privātais sektors – kredītiestādes, tirdzniecības uzņēmumi, pakalpojumu sniedzēji, kā arī asociācijas, NVO un sociālie dienesti. Komunikācijas partneriem, kas tiks iesaistīti vai vēlēsies iesaistīties eiro informatīvajā kampaņā, būs jāievēro Komunikācijas stratēģija. Galvenie komunikācijas kampaņas partneri – Eiropas Komisija, ECB, Saeima, ministrijas, bankas, pašvaldības, NVO, profesionālās un sabiedriskās asociācijas, komersanti, valsts institūcijas, kam ir plašs klientu loks un kas rūpējas par sociāli neaizsargātām sabiedrības grupām u.c.

Lai nodrošinātu sabiedrības informētību par Latvijas Nacionālo eiro ieviešanas plānu un veicinātu sabiedrības izpratni par eiro ieviešanas jautājumiem, informācijas sniegšana tiek plānota atbilstoši mērķa grupām:

- 1) Naudas lietotāji – patērētāji, īpašu uzmanību pievēršot šādām apakšgrupām:
 - a. Pensionāriem
 - b. Bērniem, skolēniem un studentiem
 - c. Grūtāk sasniedzamiem cilvēkiem un cilvēkiem ar īpašām vajadzībām
- 2) Valsts pārvalde, pašvaldības, Saeima un NVO
- 3) Biznesa vide – uzņēmēji
 - a. Tirdzniecības un pakalpojumu sektors
 - b. Bankas
 - c. Kasieri
- 4) Informatori: izglītība un apmācība
 - a. Plašsaziņas līdzekļi
 - b. Sekundārie informatori
 - c. Viedokļa līderi
- 5) Tūristi un investori – ārvalstu iedzīvotāji
- 6) Numismāti

1. *Naudas lietotāji – patērētāji*

Iedzīvotāji ir galvenā mērķa grupa, kas aptver ikvienu dzīvojošo personu valstī. Naudas lietotāji ir visi iedzīvotāji, jo gan ikdienas pirkumu iegāde, gan uzņēmējdarbības veikšana ir saistīta ar naudas apgrozību. Tādēļ iedzīvotāju informētību un gatavību pārmaiņām nodrošinās Komunikācijas stratēģijā plānotie komunikācijas pasākumi. Atsevišķi nodalītas trīs naudas lietotāju apakšgrupas:

a. *Pensionāri*

Pensionārus kā mērķa grupu raksturo konservatīvisms, balstīšanās uz tradicionāliem uzskatiem, pārbaudītām vērtībām. Pirmkārt, tas attiecas uz norēķinu paradumiem – pensionāri vairāk lieto skaidras naudas, mazāk – bezskaidras naudas norēķinus un interneta norēķinu tehnoloģijas. Otrkārt, šai sabiedrības daļā atšķiras plašsaziņas līdzekļu lietojums informācijas ieguvē. Treškārt, lai gan eiro ieviešana ne mazākajā mērā nav monetāra reforma, bet gan vienas valūtas nomaiņa ar citu, jāņem vērā, ka pensionāri šos procesus var asociēt vienu ar otru, jo ir pieredzējuši ar materiāliem zaudējumiem saistītas naudas reformas, kas ir atstājušas negatīvas emocijas.

Pirms neatkarības atgūšanas, kad Latvija vēl bija Padomju Savienības sastāvā, notika vairākas monetārās reformas. 1992. gadā tika pieņemts lēmums par LB pagaidu naudas zīmes – Latvijas rubļa – laišanu apgrozībā. Savukārt 1993. gadā apgrozībā tika ieviesta Latvijas Republikas nacionālā valūta – lats. Tā kā naudas reformas pamanāmākā izpausme ir skaidras naudas nomaiņa un dažas no minētajām reformām sabiedrībai radīja zaudējumus, negatīvā pieredze rada bažas arī par gaidāmo latu nomaiņu pret eiro. Tādēļ ir ļoti svarīgi skaidrot šai mērķa grupai, ka tiek realizēta nevis naudas reforma, bet gan naudas nomaiņa, informēt šo mērķa grupu par eiro ieviešanu, cenšoties maksimāli iesaistīt informācijas sniegšanā šīs grupas pārstāvjus, pakāpeniski gūstot pensionāru uzticību un atbalstu vienotās Eiropas valūtas ieviešanai Latvijā.

b. *Bērni, skolēni un studenti*

Mērķa grupa ietver pirmskolas vecuma bērnus, skolēnus un studentus, kuru informēšanai tiks izmantotas īpaši sagatavotas kampaņas un materiāli par eiro ieviešanu. Jaunā paaudze ir atvērtāka un pozitīvāk noskaņota pret pārmaiņām. Turklāt, ja šī mērķa grupa tiks labi informēta, tā veicinās informētības un pozitīvas attieksmes veidošanos par eiro ieviešanu arī citās grupās, savās ģimenēs, vecvecākiem. Jaunieši Latvijas iestāšanos ES un nākotnē arī eiro ieviešanu uztver kā ieguvumu, jo tādējādi ērtāka kļūst ceļošana, kā arī rodas jaunas iespējas gūt izglītību citās Eiropas valstīs.

c. *Grūtāk sasniedzamie cilvēki un cilvēki ar īpašām vajadzībām*

Mērķa grupa ietver sociāli mazāk aizsargātos cilvēkus, cilvēkus ar īpašām vajadzībām, kā arī attālās valsts teritorijās dzīvojošos, ieslodzītos un bijušos cietumniekus. Darbs ar šo mērķa grupu notiek ar konkrētas atbildīgās institūcijas starpniecību un galvenais uzdevums ir novērst šīs mērķa grupas bailes no eiro ieviešanas, norādot, ka bažas par jaunās valūtas drošumu un iespējām zaudēt naudas pārmaiņas rezultātā ir nepamatotas. Šo auditoriju var sasniegt ar brošūru un dažādu izdales materiālu palīdzību, kā arī veicot apmeklējumus pie šiem cilvēkiem, lai veiktu izskaidrojošo darbu, piemēram, lekciju vai semināru veidā, atbildot uz šīs mērķa grupas biežāk uzdotajiem jautājumiem.

Svarīgi ir pasniegt informāciju ne tikai latviešu, bet arī krievu valodā, lai aptvertu pēc iespējas plašāku auditoriju un neatstātu informācijas vakuuma Latvijā dzīvojošās etniskās minoritātes. Svešvalodu lietojums veicams saskaņā ar normatīvajiem aktiem.

Tāpat jānodrošina informācijas pieejamība un speciālu informatīvo materiālu sagatavošana cilvēkiem ar īpašām vajadzībām (ar dzirdes, redzes, garīgās veselības traucējumiem).

Uzmanība jāvērs uz to, lai informatīvās kampaņas ietvaros tiktu aptverti arī attālās teritorijās dzīvojošie lauku rajonu iedzīvotāji, kuriem finanšu pakalpojumi nav viegli sasniedzami.

2. Valsts pārvalde, pašvaldības, Saeima un NVO

Šajā mērķa grupā ietilpst MK, valsts pārvaldes iestādes, LB, pašvaldības, kā arī Saeima un NVO. Uzsākot sabiedrības informēšanu par eiro ieviešanas jautājumiem, būtiski ir vispirms šo informāciju sniegt Saeimā, valsts pārvaldes iestādēs, pašvaldībās un NVO strādājošajiem, kas, no vienas puses, realizē latu nomaiņas pret eiro procesu, bet, no otras puses, kalpo kā informācijas avots visai pārējai sabiedrībai. Tādēļ ir svarīgi šo mērķa grupu informēt ļoti detalizēti un veicināt pozitīvas attieksmes veidošanos.

3. Biznesa vide – uzņēmēji

Tirdzniecības un pakalpojumu sniegšanas uzņēmumi, kā arī finanšu iestādes vistiešākajā veidā būs iesaistītas valūtas nomaiņas procesā. Šai mērķa grupai ir jāsniedz plaša informācija par gaidāmajām pārmaiņām, kas ietekmēs uzņēmumu tālāku darbību, ņemot vērā attiecīgo nozaru prasības. Būtiski uz šo mērķa grupu orientētu komunikācijas un informēšanas kampaņu uzsākt pietiekami savlaicīgi, lai uzņēmumiem tiktu dots laiks veikt sagatavošanās darbus veiksmīgai eiro ieviešanai.

a. Tirdzniecības un pakalpojumu sektors

Mērķa grupa ietver gan valsts, gan privātā sektora pakalpojumu sniedzējus un tirdzniecības uzņēmumus, kuriem katram atsevišķi ir jābūt pietiekoši informētiem, lai savlaicīgi veiktu nepieciešamos priekšdarbus un plānotu budžetu eiro ieviešanas procesa nodrošināšanai. Savi informācijas sniegšanas kanāli ir arī mazumtirdzniecības ķēdēm, kas arī tiks izmantotas, lai sagatavotu gala lietotāju naudas nomaiņas procesam.

Šo mērķa grupu nosacīti var sadalīt trijās apakšgrupās, ar katru tiks strādāts atsevišķi:

- uzņēmumi, kas saistīti ar skaidras naudas apgrozību – tirdzniecības un pakalpojumu sniegšanas vietas, finanšu iestādes, pasts u.tml.;
- uzņēmumi, kas saistīti ar bezskaidrās naudas maksāšanas līdzekļiem – maksājumu kartēm, termināļiem tirdzniecības vietās;
- uzņēmumi, kas izmanto banknošu un monētu automātus.

b. Bankas

Bankām ir ne tikai nozīmīga loma naudas nomaiņas procesā, bet tās arī kalpo kā informācijas avots saviem klientiem, kas pastarpināti caur banku informācijas kanāliem (interneta mājas lapas, internetbankas u.c.) saņems informāciju par eiro ieviešanas procesa detaļām. Bankām un mazumtirdzniecības ķēdēm būs galvenā loma arī latu skaidras naudas izņemšanā no apgrozības.

c. Kasieri

Banku un tirdzniecības uzņēmumu kasieri ir izdalāmi kā īpaša grupa, jo viņiem ir kritiski svarīgi pazīt naudu un viņi ir viedokļa un noskaņojuma tālāknesēji. Šai grupai svarīga tiešā komunikācija profesionālos semināros un mācību materiāli.

4. Informatori: izglītība un apmācība



Mērķa grupa ir cilvēki, kuri izglīto un ar savu viedokli iepazīstina citus cilvēkus, veidojot informācijas tīklu. Svarīgi ir izskaidrot šīs mērķa grupas pārstāvjiem eiro ieviešanas jautājumus, lai netiktu tālāk tīrāžēts aplams un neprecīzs viedoklis. Pie šīs auditorijas pieder žurnālisti, sekundārie informatori un viedokļa līderi. Tiem nepieciešami atsevišķi informēšanas pasākumi.

a. Plašsaziņas līdzekļi

Mērķa grupu veido žurnālisti no nacionālajiem un reģionālajiem laikrakstiem, kā arī radio, TV un interneta žurnālisti. Mērķa grupa nav plaša, taču tai ir ļoti nozīmīga loma komunikācijas procesā, jo plašsaziņas līdzekļi aptver plašu un daudzveidīgu informācijas lietotāju loku, atspoguļo un veido iedzīvotāju attieksmi un viedokļus.

b. Sekundārie informatori

Šajā mērķa grupā ietilpst dažādas profesionālās asociācijas, biedrības u.c. jebkuru ieinteresēto grupu pārstāvji. Šo auditoriju var sasniegt, rīkojot eiro ieviešanas tēmai veltītus forumus, konferences un dibinot konsultatīvo padomi. Diskusijas ļaus šiem cilvēkiem gūt atbildes uz viņus interesējošiem jautājumiem, kā arī saņemt informāciju tālākai izplatīšanai.

c. Viedokļa līderi

Mērķa grupa ietver pārstāvjus no visām jau iepriekš definētajām mērķa grupām, kas kalpo kā konkrēto mērķa grupu sekundārais informācijas avots un viedokļa veidotāji. Šī mērķa grupa ietver ekspertus, politiķus, NVO pārstāvjus, kā arī personas, kuras ir viedokļa līderi gan savā sociālajā grupā, gan profesionālajā nozarē, novadā, kā arī visā Latvijā. Mērķa grupai vispiemērotākais ir tiešais komunikācijas kanāls un individuāla pieeja.

5. Tūristi un investori – ārvalstu iedzīvotāji

Mērķa grupu vairumā gadījumu raksturo labas zināšanas par eiro, tomēr iztrūkst zināšanas par lata un eiro savstarpējo attiecību un eiro ieviešanas procesu Latvijā. Nozīmīgi komunikācijas kanāli ir Latvijas vēstniecības ārvalstīs un tūrisma informācijas centri Latvijā.

6. Numismāti

Mērķa grupu raksturo labas zināšanas par eiro ieviešanas procesu Latvijā. Kā informācijas kanāli tiks izmantotas apvienības un biedrības.

KAMPAŅAS PAMATPRINCIPI

Eiro ieviešanas komunikācija ir realizējama, izmantojot integrētu komunikācijas kanālu un rīku lietošanu komunikācijas mērķu sasniegšanai. Integrētā mārketinga komunikācija ir koncepcija, kurā kompānija, eiro ieviešanas projekta izpratnē – Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupa rūpīgi pārdomā un koordinē daudzveidīgos komunikācijas kanālus – netiešo komunikāciju (reklāma plašsaziņas līdzekļos, internets u.tml.) un tiešos komunikācijas kanālus (kontakti, informatīvie pasākumi, informatīvais tālrunis utt.) „pārdošanai”, „patēriņa stimulēšanai”, vienlaikus nodrošinot sabiedriskās attiecības, tiešo mārketingu, „ziņas iepakojumu” u.tml. ar mērķi izstrādāt precīzu un realizēt secīgu un pārliecinošu priekšstatu par kompāniju un tās precēm. Šajā gadījumā par valsts realizētu projektu – eiro ieviešanu.

I Vienots dizains un lozungs

Eiro ieviešanas kampaņā tiek izmantots vienota dizaina logo un lozungs, kuru lieto visas eiro ieviešanas komunikāciju realizējošās institūcijas – gan valsts, gan privātās, gan sociālie partneri.

Konkurss par eiro logo dizainu un lozingu tika izsludināts 2006. gada nogalē. 2007. gada aprīlī tika paziņots konkursā uzvarējušais logo – it kā ar bērna roku zīmēts saules attēls, kam vidū ir eiro simbols, bet lozungs ir *eiro.lv*, kas sasaucas ar eiro ieviešanas vortāla www.eiro.lv interneta adresi.



Attēls Nr. 2



Attēls Nr. 3

Kampaņas ietvaros atbilstoši finansējuma avotam pieļaujama arī vairāku logotipu lietošana. Eiropas Komisija eiro ieviešanas kampaņai jaunajās dalībvalstīs piedāvā vienu dizaina un logo variantu (*Viena valūta, daudz iespēju*), bet arī ECB ir savs dizaina un lozunga (*Eiro – mūsu nauda*) piedāvājums, kas tiks lietots tās informatīvajos materiālos.

II Vienots komunikācijas avots

Eiro ieviešanas komunikācijas process notiek, realizējot vienotu Komunikācijas pasākumu plānu eiro Komunikācijas stratēģijas ietvaros, tādējādi nodrošinot *vienas balsis* principa īstenošanu. Būtiska loma komunikācijā ir arī privātajām institūcijām un sociālajiem partneriem, kas sadarbojas ar valsti uz stratēģiskas partnerības pamata, piedaloties ne tikai stratēģijas izstrādē un apspriešanā, bet arī tās realizēšanā.

Sabiedrības informēšanas un komunikācijas darba grupa apzinās, ka, jo vairāk komunikācijā būs iesaistīti pēc svara un nozīmības līdzvērtīgi „spēlētāji”, kas nav tikai valsts institūcijas un kas ir dabiski informācijas sniedzēji konkrētajām auditorijām, jo labāk tiks sasniegts informācijas gala lietotājs, mazāka būs sabiedrības un sabiedrības „viedokļa līderu” pretestība eiro ieviešanai un lielāks atbalsts realizējamiem procesiem. Tādēļ tiek plānots veidot stratēģisko partnerību.

III Partnerība

Eiro komunikācijas kampaņā var iesaistīties visas valsts iestādes, privātais sektors, kā arī nevalstiskās organizācijas. Kampaņas partnerības veidi:

- informatīva – informācija par plānotajiem pasākumiem, par eiro ieviešanas jautājumiem, drukāto materiālu pieejamība u.c.;
- finansiāla un tehniska – piemēram, ECB sagatavo materiālu bukletiem u.tml., drukāšanas darbu un izplatīšanu veic komercbankas (par saviem līdzekļiem), *Latvijas Pasts* izplata drukātus materiālus u.tml.

IV Informācija

Sabiedrībai par eiro ieviešanas procesu tiek sniegta praktiska un pragmatiska informācija, atbildot uz jautājumiem – kā, ko, kad.

Uz jautājumu „kāpēc eiro tiek ieviests?” atbilde tiek sniegta no eiro ieviešanas priekšrocību skatu punkta, mazāk skaidrojot, ka piekrišanu eiro ieviešanai Latvijas pilsoņi izteica jau referendumā par pievienošanos ES (2003. gada septembrī).

Tomēr pastāv iespēja, ka, ņemot vērā visai zemu atbalstu eiro ieviešanai Latvijā, būs nepieciešams ar eiro ieviešanu saistītos jautājumus skaidrot arī plašāk, proti, argumentēti pamatot eiro ieviešanas lietderību ES un Latvijā. Šādas informācijas sniegšanai pilnvērtīgi jāizmanto komunikācijas ievada fāzi jeb periodu, pirms tiek nosaukts eiro ieviešanas datums.

V Sabiedrības bažu mazināšana

Sabiedriskās domas aptaujas uzrāda gandrīz nemainīgu atbalsta līmeni eiro ieviešanai Latvijā, tomēr tas uzskatāms par salīdzinoši zemu un ir saistīts nevis ar racionāliem apsvērumiem, bet ar emocionālām un bieži vien grūti argumentējamām bažām, ar attieksmi pret ES kopumā, kā arī ar procesiem valsts tautsaimniecībā. Papildu skaidrojumi mērķa grupām sniedzami, ņemot vērā to, ka eiro ieviešanai piemīt tendence raisīt galvenokārt emocionālās, nevis praktiskās bažas, piemēram, saistot to ar nacionālās identitātes un ekonomiskās politikas zaudēšanu. Šīs bažas nevar kļedēt tikai ar racionāliem argumentiem, tādēļ nepieciešami arī „psichoemocionāli” pasākumi dažādām mērķa grupām.

VI Kampaņas finansēšanas avots

Valsts budžeta iestāžu eiro komunikācijas kampaņas realizēšanai ir vienots finansēšanas avots – valsts budžets, kas tiek plānots centralizēti, par pamatu izmantojot FM stratēģiju. LB realizētie komunikācijas kampaņas pasākumi tiek finansēti no LB budžeta.