

LVM vidēja termiņa darbības stratēģijas 6. pielikums
Apstiprināta ar padomes 28.08.2019. lēmumu Nr.21
(protokols Nr.7/2019; 1.punkts)



6. pielikums.
Zemkopības ministrijas dāvināšanas (ziedošanas)
pamatprincipi

Rīga, 2019

SATURS

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) STRATĒGIJAS MĒRĶI.....	3
Dāvināšana (ziedošana) kā reputācijas un tēla arhitektūras sastāvdaļa.....	3
Dāvināšanas (ziedošanas) vērtējums: mērķa auditorija Latvijas sabiedrība.....	4
Jomas, kurās LVM vajadzētu veidot sociālās atbildības aktivitātes	5
Uzskati par to, vai LVM būtu jāturpina veltīt līdzekļus jaunu atpūtas vietu mežos izveidei un esošo uzturēšanai.....	6
Dati par respondentu atbildēm atkarībā no tā, vai ir pamanījuši un izmantojuši LVM izveidotās atpūtas vietas	7
Uzskati par to, vai LVM daļu peļņas vajadzētu dāvināt (ziedot)	8
Dati par respondentu atbildēm dažādās sociāli demogrāfiskajās grupās.....	9
Dāvināšanas (ziedošanas) stratēģija un LVM stratēģija	10
GALVENIE DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) MĒRĶI UN KOMUNIKĀCIJA.....	10
Uzņēmuma stratēģiskā pozicionējuma raksturojums	11
LVM stratēģiskais pozicionējums	11
Faktori, kuri ir LVM reputācijas un zīmola mārketinga motors.....	12
LVM stratēģiskā pozicionējuma arhitektūra.....	13
DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) JOMAS.....	14
Latvijas iedzīvotāju viedoklis par dāvināšanas (ziedošanas) prioritātē	14
PROJEKTU VĒRTĒŠANA UN VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI.....	15
Dāvināšanas (ziedošanas) joma – izglītība, zinātne	15
Dāvināšanas (ziedošanas) joma – kultūra, māksla	16
Dāvināšanas (ziedošanas) joma – sports	17
Dāvināšanas (ziedošanas) joma – labdarība, veselība, sociālā palīdzība	17

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) STRATĒGIJAS MĒRĶI

Akciju sabiedrības „Latvijas valsts meži” (turpmāk LVM) dāvināšanas (ziedošanas) stratēģijas izstrādes mērķis ir izveidot sistēmisku, uz uzņēmuma vērtībām balstītu un sabiedrības vēlmēm atbilstošu uzņēmuma dāvināšanas (ziedošanas) politiku atbilstoši Latvijas Republikas normatīvajos tiesību aktos noteiktajām dāvināšanas (ziedošanas) jomām, nosakot prioritātes, kā arī dažādu projektu vērtēšanai piemērojamus kritērijus.

Uzņēmuma ziedošanas stratēģija ir neatņemama LVM korporatīvās sociālās atbildības daļa un tā ir sagatavota, balstoties uz:

- ✓ LVM vispārējo stratēģisko mērķi: Īstenot valdījumā nodoto valsts stratēģisko aktīvu, tai skaitā valsts meža īpašuma, ilgtspējīgu (ekonomiski izdevīgu, videi draudzīgu, sociāli atbildīgu) apsaimniekošanu un tam nepieciešamās infrastruktūras, pakalpojumu un zināšanu attīstību (apstiprināts MK);
- ✓ uzņēmuma vidējā termiņa darbības stratēģiju;
- ✓ uzņēmuma galvenās mērķauditorijas – Latvijas sabiedrības – socioloģisku izpēti;
- ✓ LVM tēla un uzņēmuma sociālās atbildības stratēģisko pozicionējumu.

DĀVINĀŠANA (ZIEDOŠANA) KĀ REPUTĀCIJAS UN TĒLA ARHITEKTŪRAS SASTĀVDAĻA

Dāvināšana (ziedošana) ir būtiska jebkura liela un sociāli atbildīga uzņēmuma darbības joma, tāpēc ar dāvināšanas (ziedošanas) projektiem jākomunicē tas pats stratēģiskā pozicionējuma vēstījums, kas ar citām komunikācijas metodēm, lai stiprinātu kopējo uzņēmuma tēla komunikāciju.



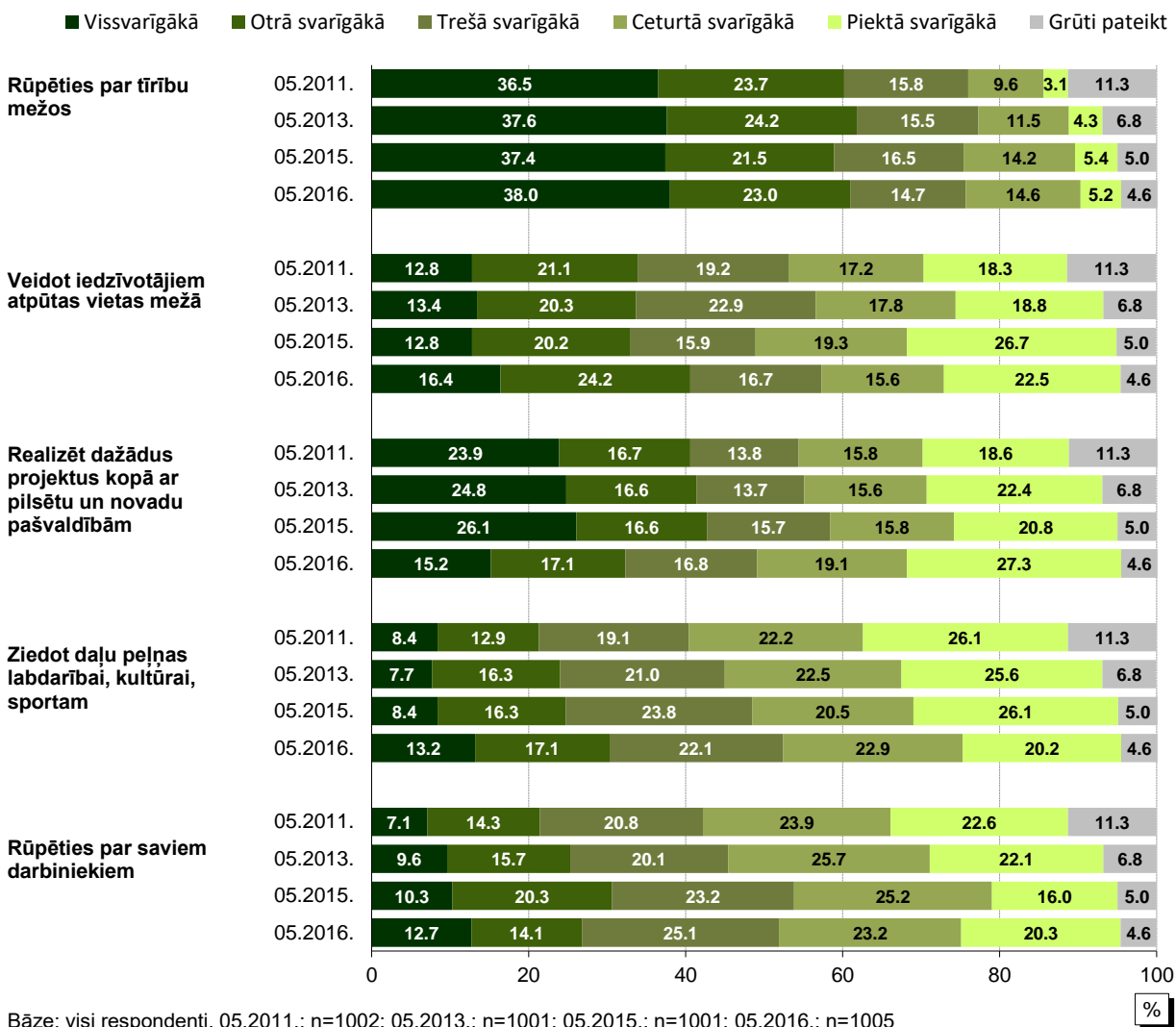
LVM darbības mērogs un vērtības nosaka, ka dāvināšanai (ziedošanai) jāizvēlas nacionāla mēroga projekti ar lielu sociālo ietekmi, kuri pauž uzņēmuma filozofiju atbalstošas vērtības. Vērtējot iespējamus dāvināšanas (ziedošanas) projektus, kā arī nav pretrunā ar tādām uzņēmumam raksturīgām vērtībām kā godīgums un atklātība, ilgtspējība, saudzīga attieksme pret vidi, sociālā atbildība. Uzņēmuma galvenās mērķauditorijas dāvināšanas (ziedošanas) kontekstā ir Latvijas sabiedrība, kā arī biznesa partneri un meža nozares pārstāvji ārvalstīs.

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) VĒRTĒJUMS: MĒRĶA AUDITORIJA LATVIJAS SABIEDRĪBA

Lai noskaidrotu sabiedrības viedokli un attieksmi pret LVM sociālo atbildību, Tirdzniecības un sabiedriskās domas pētījumu centrs SKDS (turpmāk tekstā – SKDS), veicot sabiedrības aptaujas, iekļāva jautājumus par LVM sociālo atbildību un dāvināšanu (ziedošanu).

JOMAS, KURĀS LVM VAJADZĒTU VEIDOT SOCIĀLĀS ATBILDĪBAS AKTIVITĀTES

"Šeit ir redzamas piecas jomas, kurām AS „Latvijas valsts meži” varētu pievērst pastiprinātu uzmanību, tai skaitā arī piešķirt tām finanšu līdzekļus. Kurai no šīm jomām, Jūsaprāt, būtu jāvelta vislielākais atbalsts? Kura būtu nākamā? Lūdzu, sarindojiet prioritārā secībā visas tās jomas, kurām, Jūsaprāt, AS “Latvijas valsts meži” būtu jāvelta uzmanība."



Dati: SKDS aptaujas, 2011.-2016.

2016. gada maija aptaujā Latvijas iedzīvotājiem, tāpat kā 2011., 2013. un 2015. gadā, tika lūgts sarindot pēc nozīmīguma piecas jomas, kurām AS „Latvijas valsts meži” varētu pievērst pastiprinātu uzmanību (tai skaitā arī piešķirt tām finanšu līdzekļus).

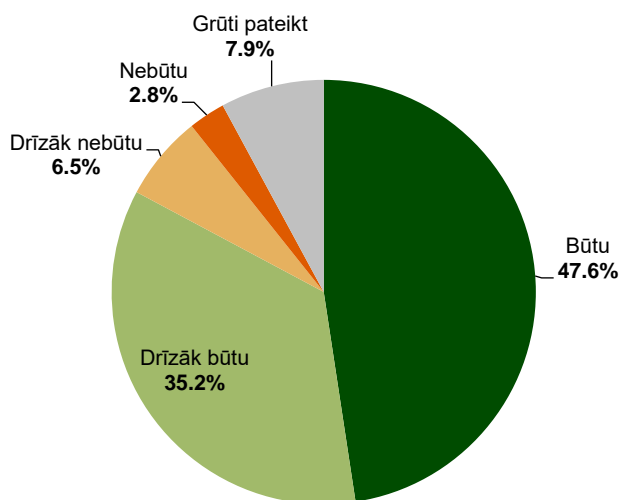
Aptaujas dati liecina, ka visbiežāk par jomu, kurai LVM vajadzētu pievērst pastiprinātu uzmanību, iedzīvotāji uzskata rūpes par tīrību mežos (par pašu svarīgāko to atzina 38% iedzīvotāju). Jau ievērojami retāk par vissvarīgākajām iedzīvotāji atzina tādus darbības virzienus kā atpūtas vietu iedzīvotājiem veidošana mežā (16%) un dažādu projektu realizēšanu kopā ar pilsētu un novadu pašvaldībām (15%). Vēl nedaudz retāk par vissvarīgākajām

iedzīvotāji atzina sekojošas jomas: ziedot daļu peļņas labdarībai, kultūrai, sportam (13%) un rūpēties par saviem darbiniekiem (13%).

Jāatzīmē, ka 2016. gada maija aptaujā biežāk nekā iepriekš veiktajās aptaujās iedzīvotāji par vissvarīgāko jomu atzina atpūtas vietu iedzīvotājiem veidošanu mežā un daļas peļņas ziedošanu labdarībai, kultūrai, sportam, bet retāk - dažādu projektu realizēšanu kopā ar pilsētu un novadu pašvaldībām.

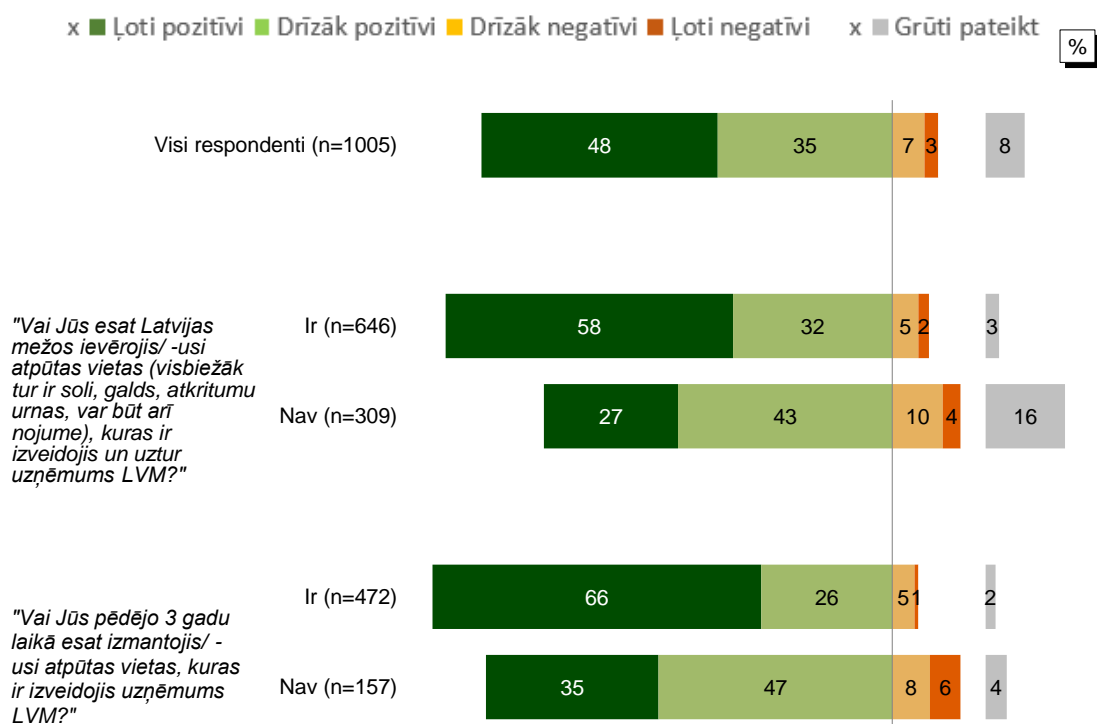
UZSKATI PAR TO, VAI LVM BŪTU JĀTURPINA VĒLTĪT LĪDZEKĻUS JAUNU ATPŪTAS VIETU MEŽOS IZVEIDEI UN ESOŠO UZTURĒŠANAI

"Vai, Jūsaprāt, LVM būtu jāturpina tērēt nopelnītos līdzekļus šādu jaunu atpūtas vietu mežā izveidei un esošo uzturēšanai?"



Bāze: visi respondenti, n=1005

DATI PAR RESPONDENTU ATBILDĒM ATKARĪBĀ NO TĀ, VAI IR PAMANĪJUŠI UN IZMANTOJUŠI LVM IZVEIDOTĀS ATPŪTAS VIETAS



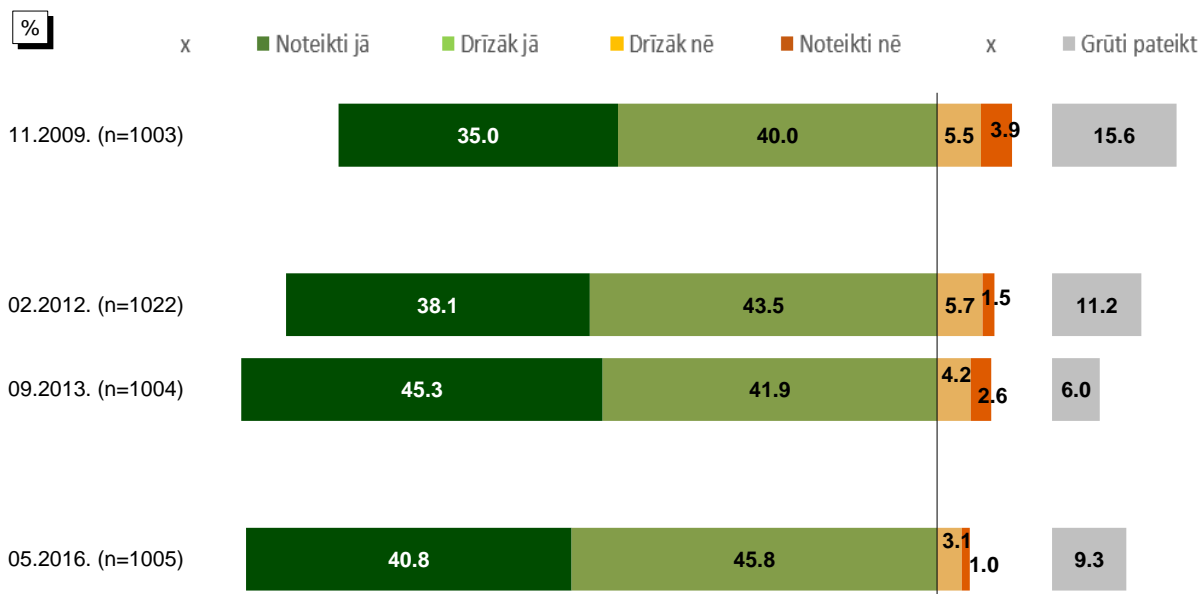
Bāze: visi respondenti

Dati: SKDS aptauja, 2016

UZSKATI PAR TO, VAI LVM DAĻU PEĻŅAS VAJADZĒTU DĀVINĀT (ZIEDOT)

Lai noskaidrotu sabiedrības viedokli, LVM SKDS veiktā aptaujā iekļāva šādu jautājumu: "Vai, Jūsprāt, AS „Latvijas valsts meži” vajadzētu daļu uzņēmuma peļņas novirzīt sporta, izglītības, kultūras atbalstam un labdarībai uzņēmuma sociālās atbildības programmas ietvaros?"

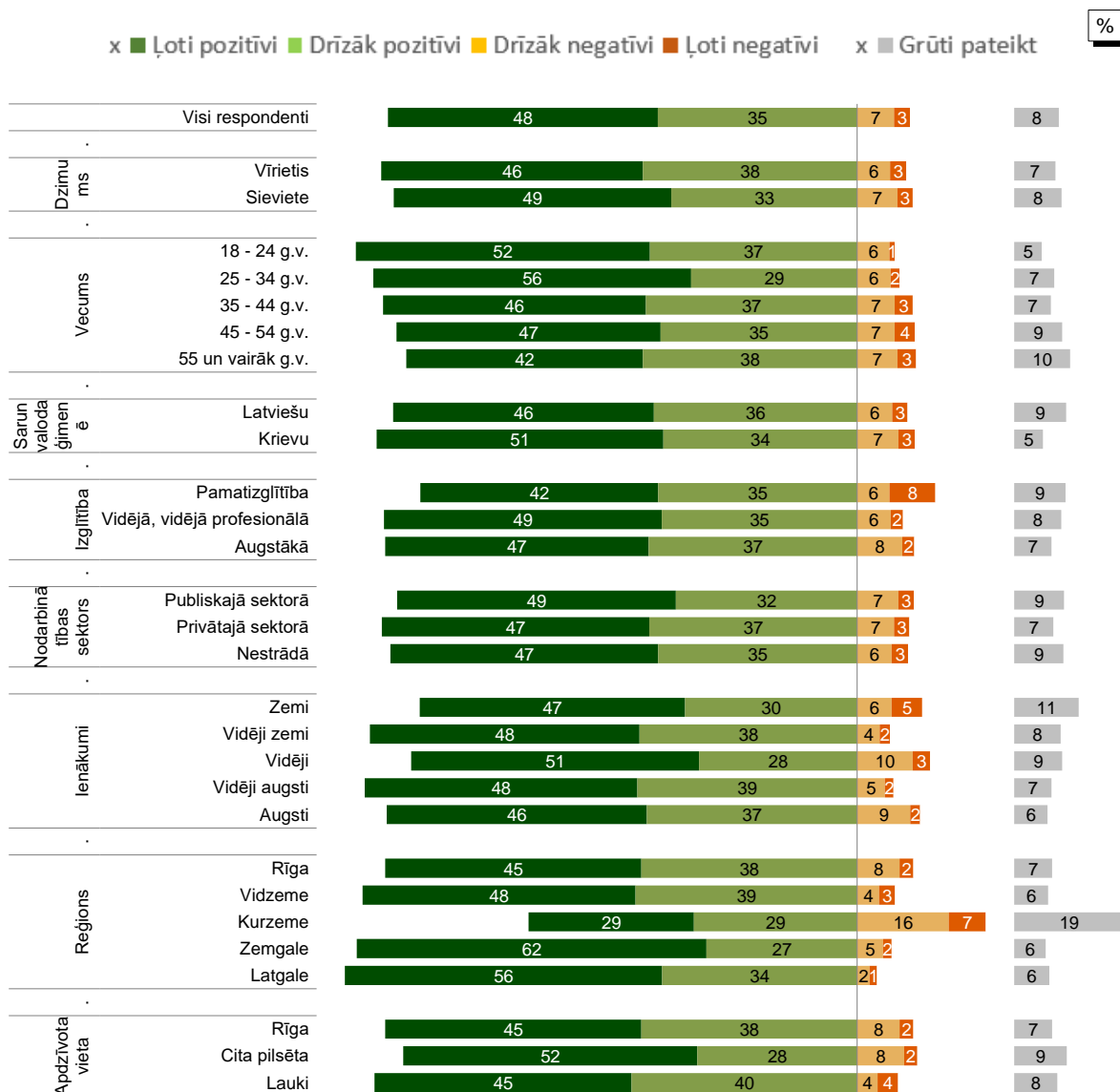
"Vai, Jūsprāt, AS „Latvijas valsts meži” vajadzētu daļu uzņēmuma peļņas novirzīt sporta, izglītības, kultūras atbalstam un labdarībai uzņēmuma sociālās atbildības programmas ietvaros?"



Dati: SKDS aptauja, 2016.

DATI PAR RESPONDENTU ATBILDĒM DAŽĀDĀS SOCIĀLI DEMOGRĀFISKAJĀS GRUPĀS

"Vai, Jūsaprāt, LVM būtu jāturpina tērēt nopelnītos līdzekļus šādu jaunu atpūtas vietu mežā izveidei un esošo uzturēšanai?"



Avots: SKDS aptauja, 2016.

Kā redzams grafikā, dažādas Latvijas sabiedrības sociālās grupas pauž salīdzinoši vienotu viedokli, atbalstot dāvināšanu (ziedošanu) no LVM peļņas.

2016. gada maija Latvijas iedzīvotāju aptaujā kopumā 87% aptaujāto pauda atbalstu tam, ka LVM uzņēmuma sociālās atbildības programmas ietvaros vajadzētu daļu uzņēmuma peļņas novirzīt sporta, izglītības, kultūras atbalstam un labdarībai; 41% iedzīvotāju uzskata, ka to noteikti vajadzētu darīt, bet 46% - ka to drīzāk vajadzētu darīt. Tikai 3% respondentu norādīja, ka to drīzāk nevajadzētu darīt, bet 1% - ka to noteikti nevajadzētu darīt (kopā 4%). No iedzīvotāju atbildēm aprēķinot indeksu, redzams, ka iedzīvotāju atbalsts ziedojumu veikšanai 2016. gada

maijā ir līdzīgs kā 2013. gadā (indeksa vērtības attiecīgi 61.2 un 61.6 punkti) un nedaudz lielāks kā 2009. un 2012. gadā (indeksa vērtības attiecīgi 48.4 un 55.5 punkti).

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) STRATĒGIJA UN LVM STRATĒGIJA

Dāvināšanas (ziedošanas) stratēģijas mērķi izriet no uzņēmuma stratēģijas, tāpēc, izvērtējot LVM dalību dažādos sabiedriskā labuma projektos, ir jāņem vērā šo projektu mērķu atbilstība LVM darbības mērķiem, kā arī tas, vai šie projekti komunicē LVM stratēģijai atbilstošas vērtības.



Ziedošana kopumā vistiešāk ir saistīta ar mērķi “būt atbildīgam un uzticamam sabiedrības loceklim”, kas nozīmē ne tikai to, ka uzņēmuma darbība ir efektīva un pelnoša, tā radot ziedošanai nepieciešamos finanšu resursus, bet ziedošanas process ir skaidri definēts un ir publiski pieejama informācija par ziedošanas apjomiem un ziedojumu saņēmējiem.

GALVENIE DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) MĒRĶI UN KOMUNIKĀCIJA

Galvenie dāvināšanas (ziedošanas) mērķi no komunikācijas viedokļa ir:

- ✓ uzņēmuma un tā identitātes kopējās atpazīstamības celšana;

- ✓ konkrētu LVM produktu, pakalpojumu vai zīmolu virzīšana tirgū;
- ✓ uzņēmuma tēla vēstījuma komunikācija, izmantojot atbalstītā projekta tehniskās iespējas.

Vērtējot dāvināšanas (ziedošanas) komunikācijas iespējas LVM atbalstītajos projektos, ir jāvērtē gan racionālais, gan arī emocionālais šo projektu komunikācijas raksturs.

UZŅĒMUMA STRATĒĢISKĀ POZICIONĒJUMA RAKSTUROJUMS

Stratēģisko pozicionējumu veido:

- ✓ produkta vai kompānijas zīmols vai nosaukums;
- ✓ auditorija;
- ✓ konkurences konteksts, tirgus, tirgus segments;
- ✓ patērētāja ieguvums (fizisks, emocionāls, pārdzīvojums);
- ✓ zīmola komunikācijas raksturs.

Plānojot komunikāciju, no stratēģiskā pozicionējuma viedokļa ir jāidentificē un jāuzsver tie aspekti, kas ir reputācijas vai zīmola mārketinga motors – atšķirīgs no konkurentiem, spēcīgi izteikts, rada labumu auditorijai (emocionālu vai racionālu).

LVM STRATĒĢISKAIS POZICIONĒJUMS

Kompānijas zīmols/nosaukums	Latvijas valsts meži
Mērķauditorija	Latvijas sabiedrība Partneri un meža nozares pārstāvji ārvalstīs
Konkurences konteksts / tirgus segments	Viens no lielākajiem uzņēmumiem Latvijā, meža nozares konkurētspējas pamats
Labums klientam (fizisks vai emocionāls)	Fizisks – koksnes produkti, malka, zaļā enerģija Emocionāls – lepnums par LVM kā starptautiski atzītu biznesa līderi, rekreācija, līderība vides aizsardzībā

FAKTORI, KURI IR LVM REPUTĀCIJAS UN ZĪMOLA MĀRKETINGA MOTORS

Atšķirīgi no konkurentiem, spēcīgi izteikti, sniedz labumu (emocionālu) auditorijai.

Vadības profesionalitāte (personību pozicionējums)	Finanšu rezultāti (apgrozījums, peļņa, devums valstij)	Starptautiskā atzinība (balvas, EUSTAFOR salīdzinājumi utt.)	Sociālā atbildība (sociālās atbildības programmas)	Vides apsaimniekošanas kvalitāte	Ambīcijas (mērķi, vīzija)
Augstas kvalitātes produkti un pakalpojumi (pamatbizness)	Lielums (teritorija, vērtība)	Rekreācijas pakalpojumi	Unikāli, sociāli nozīmīgi uzņēmuma zīmoli	Unikālas tradīcijas	Attīstības gaita, temps, dinamika
Nozares statuss sabiedrībā	Ēkas, zīmes meža, citi fiziski elementi	Atbalsts sabiedriski nozīmīgiem projektiem (sponsorēšana)	Koksnes produkti, to īpašības	Tirgus dalībnieku, klientu atsauksmes	Unikālas zināšanas, izpēte, analītika

Paskaidrojums:



LVM STRATĒGISKĀ POZICIONĒJUMA ARHITEKTŪRA

Auditorijas:

- Latvijas sabiedrība,
- Partneri un meža nozares pārstāvji ārvalstīs.

Leģenda – svarīgākie fakti

“Latvijas valsts meži” ir uzņēmums, kas profesionāli un saudzīgi apsaimnieko valsts mežus visā meža apsaimniekošanas ciklā no sēklas līdz baļķim, apvienojot gadsimtiem ilgās Latvijas mežsaimniecības tradīcijas ar mūsdienīgu, novatorisku, uz efektivitāti vērstu saimniekošanas modeli. LVM darbinieku profesionalitāte un entuziasms ļāvuši septiņdesmit uzņēmuma darbības gados izvirzīties starp labākajiem Eiropā.

Pamata kompetence

“Latvijas valsts meži” nodrošina stabilu un prognozējamu izejmateriālu plūsmu Latvijas kokapstrādes uzņēmumiem. Uzņēmuma pamata kompetence ir meža apsaimniekošana pilna mežsaimnieciskā cikla ietvaros, ievērojot un līdzsvarojot meža apsaimniekošanas ekonomiskos, sociālos un vides aspektus.

Mērķa klienti

“Latvijas valsts mežu” klienti ir kokmateriālu pārstrādātāji – zāģētavas, finiera un celulozes ražotāji, kā arī enerģētiskās koksnes patērētāji Latvijā un citās Eiropas valstīs.

Rekreācijas pakalpojumu un dekoratīvo stādu jomā klienti ir visi Latvijas iedzīvotāji, kā arī ārvalstu klienti.

Galvenās tēla vērtības

Moderns uzņēmums – pastāvīga attīstība.

Stabils un nozīmīgs meža nozares spēlētājs.

Veiksmīgs konkurents pasaules tirgū – savas jomas līderis Eiropā.

Profesionalitāte – finanšu un nozares zināšanu varējums.

Sociālā atbildība kā neatņemama attīstības sastāvdaļa.

Pilnvērtīgs un uzticams sabiedrības loceklis.

Saudzīgs pret vidi.

Zīmola būtība – galvenā pozicionēšanas ziņa

“Latvijas valsts meži” ir viens no mūsdienīgākajiem un visstraujāk augošajiem mežsaimniecības uzņēmumiem Eiropā, kas apsaimnieko mežus no sēklas un stāda līdz pat gatavam baļķim. Apsaimnieko valstij piederošās meža platības pilna mežsaimnieciskā cikla ietvaros, ievērojot un līdzsvarojot meža apsaimniekošanas ekonomiskos, sociālos un vides aspektus.

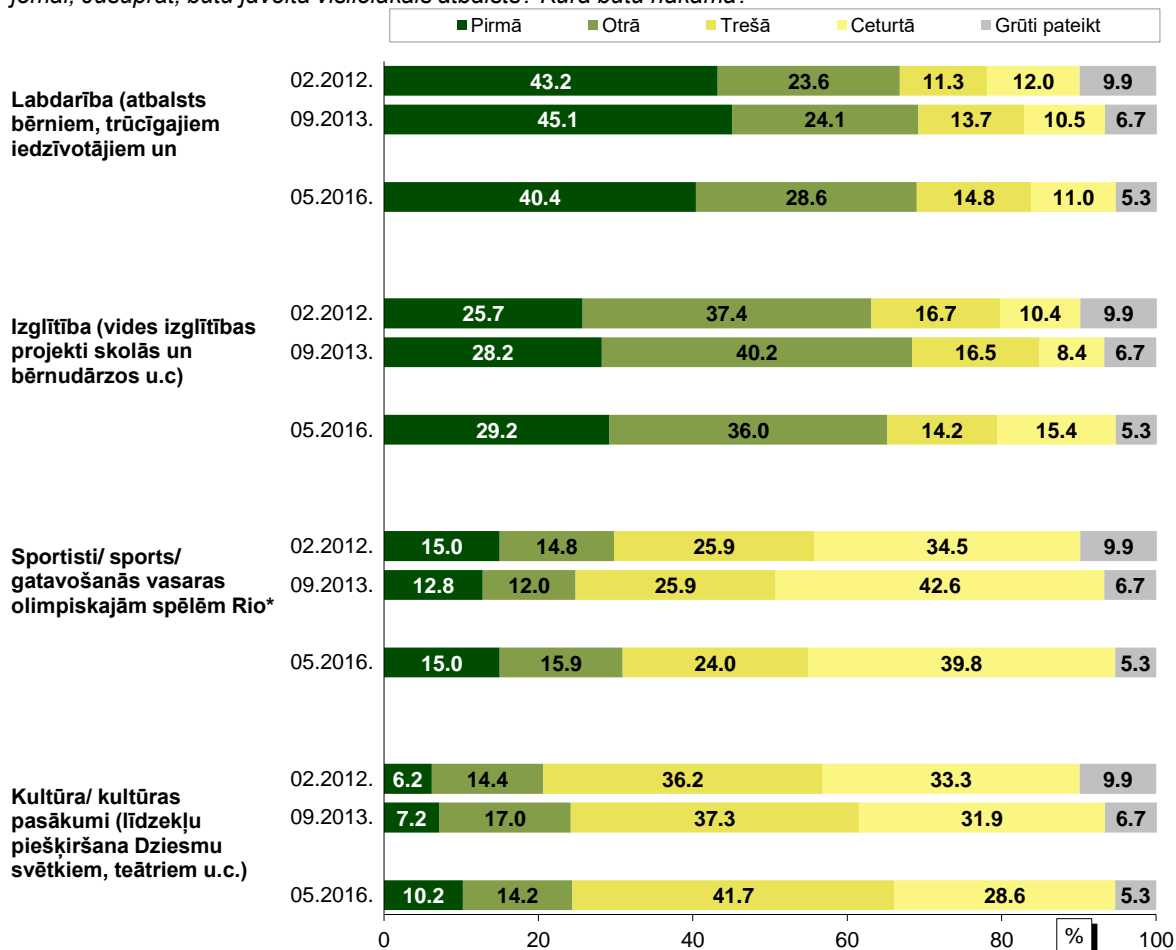
DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) JOMAS

Dāvināšanas (ziedošanas) jomas noteiktas Publiskas personas finanšu līdzekļu un mantas izšķērdēšanas novēršanas likums, 10. panta 2. daļā: **izglītība, zinātne; kultūra, māksla; sports; labdarība, veselība, sociālā palīdzība.**

LATVIJAS IEDZĪVOTĀJU VIEDOKLIS PAR DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) PRIORITĀTĒ

Pievienotajā grafikā redzams, kuras jomas, pēc aptaujāto Latvijas iedzīvotāju domām, AS "Latvijas valsts meži" būtu lietderīgi atbalstīt. Aptaujā tika lūgts sakārtot atbalstāmās jomas prioritāšu secībā.

"Šeit ir redzamas četras jomas, kuras akciju sabiedrība „Latvijas valsts meži” varētu finansiāli atbalstīt. Kurai jomai, Jūsuprāt, būtu jāvelta vislielākais atbalsts? Kura būtu nākamā?"



* - 2012. gada februāra aptaujā formulējums bija: "sportisti/ sports/ gatavošanās olimpiskajām spēlēm Londonā"; 2013. gada septembra aptaujā formulējums bija: "sportisti/ sports/ gatavošanās ziemas olimpiskajām spēlēm Sočos"
Bāze: visi respondenti, 02.2012.: n=1022; 09.2013.: n=1004; 05.2016.: n=1005

Dati: SKDS aptauja, 2016.

Aptaujas dati liecina, ka 2016. gada maijā iedzīvotāju uzskati ir līdzīgi kā 2012. un 2013. gadā – visās trīs aptaujās visbiežāk kā jomu, kurai būtu jāvelta vislielākais atbalsts, iedzīvotāji norādīja labdarību (atbalsts bērniem, trūcīgajiem iedzīvotājiem un slimniekiem) – 2016. gada maijā to norādīja 40% iedzīvotāju (2012.: 43%; 2013.: 45%). Tālāk seko

izglītība (vides izglītības projekti skolās un bērnudārzos) (29% iedzīvotāju to novērtēja kā vissvarīgāko (2012.: 26%; 2013.: 28%)), sportisti/ sports/ gatavošanās olimpiskajām spēlēm (vissvarīgākā – 15% (2012.: 15%; 2013.: 13%)) un kultūra/ kultūras pasākumi (līdzekļu piešķiršana Dziesmu svētkiem, teātriem u.c.) (vissvarīgākā – 10% (2012.: 6%; 2013.: 7%)).

PROJEKTU VĒRTĒŠANA UN VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI

Individuālu projektu atbilstību šajā stratēģijā noteiktajiem kritērijiem izvērtē atbilstošā sadarbības organizācija(s) katrā dāvinājuma (ziedošanas) jomā, atbilstoši mērķprogrammām.

Projektos tiek vērtēta to atbilstība LVM stratēģijai un tēla vērtībām.

- ✓ Vai projekts atbilst LVM tēla vērtībām? (definētas iepriekš stratēģijā)
- ✓ Vai projekts ir līderis savā jomā nacionālā mērogā?
- ✓ Vai un kā projekts pievienos vērtību LVM zīmolam?
- ✓ Vai projekts veicina uzņēmumam nozīmīgu vēstījumu komunikāciju sabiedrībā?
- ✓ Kāda ir projekta iesniedzēja reputācija?

Attiecībā uz nozīmīgākajiem projektiem to atbilstību LVM tēla vērtībām ieteicams pārbaudīt ar fokusa grupas aptaujas palīdzību.

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) JOMA – IZGLĪTĪBA, ZINĀTNE

Stratēģiskie uzstādījumi

Izglītības un zinātnes jomā atbalstīt projektus, kas atbilst LVM tēla pozicionējuma vērtībām - *profesionāls, mūsdienīgs, atbildīgs, saudzīgs pret vidi*.

Augstskolas	⇒	LLU
Nozarei nozīmīgu zinātnisku projektu un sabiedrību izglītojošu projektu atbalsts	⇒	Sadarbībā ar Meža attīstības fondu
Zinātnes / izglītības / profesionālās izcilības balva meža vai saistītajās nozarēs	⇒	Sadarbībā ar meža un saistīto nozaru organizācijām
Atbalsts uz vides saudzēšanu vēršiem izglītojošiem projektiem	⇒	Prioritātes ir meža vide, atkritumu samazināšana dabā, fosilo materiālu aizstāšana ar koksni

Projektu atbalsts tiek organizēts sadarbībā ar Meža attīstības fondu, ik gadus šai jomai atvēlot 20% no kopējā dāvināšanai (ziedošanai) pieejamā finansējuma.

Projektu atbalsts sadarbībā ar Meža attīstības fondu izglītības un zinātnes jomā tiek realizēts, izveidojot šādas mērķprogrammas:

- ✓ meža nozares profesionālās un augstākās izglītības attīstība;
- ✓ meža nozares attīstībai nepieciešami zinātniskie pētījumi;
- ✓ sabiedrības informēšanas pasākumi un meža īpašnieku izglītošanas un apmācības programmas;
- ✓ skolu jaunatnes un interešu pulciņu izglītības pasākumi un programmas.

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) JOMA – KULTŪRA, MĀKSĻA

Stratēģiskie uzstādījumi

Kultūras un mākslas jomā atbalstīt projektus, kas atbilst LVM tēla pozicionējuma vērtībām - *mūsdienīgs, nozares līderis, sociāli atbildīgs*.

Lielo brīvdabas kultūras pasākumu organizēšana	⇒	Koncerti dabā, Dziesmu svētki, citi pasākumi ar augstu reputāciju
Latvijas nacionālā kino ražošana	⇒	Lielfilmas, filmas ar augstu sabiedriskās nozīmes potenciālu
Koru mūzikas un tautasdeju tradīcijas attīstībai	⇒	Prioritāri meža nozares un bērnu / jauniešu kori un tautas deju ansambļi
Likteņdārza izveide Koknesē	⇒	Nacionāla līmeņa projekts, LVM ir potenciāls sasaistīt savu zīmolu ar šo projektu
Literatūra un grāmatniecība	⇒	Atbalsts nacionālās literatūras attīstībai, grāmatu izdošanai un bibliotēku fondu papildināšanai ar latviešu rakstnieku grāmatām
Vizuālā māksla (māksla, fotogrāfija u. c.)	⇒	Atbalsts meža tēmu attīstīšanai, vēlams profesionālas balvas formā

Projektu atbalsts tiek organizēts sadarbībā ar Valsts kultūrkapitāla fondu, ik gadus šai jomai atvēlot 15% no kopējā dāvināšanai (ziedošanai) pieejamā finansējuma.

Projektu atbalsts sadarbībā ar Valsts kultūrkapitāla fondu kultūras un mākslas jomā tiek realizēts, izveidojot šādas mērķprogrammas:

- ✓ Latvijas valsts mežu atbalsts nozīmīgiem nacionāla mēroga projektiem;
- ✓ Latvijas valsts mežu atbalsts kultūras programmām Latvijas reģionos;
- ✓ Latvijas valsts mežu atbalsts koru un tautas deju tradīcijas attīstībai.

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) JOMA – SPORTS

Stratēģiskie uzstādījumi

Sporta jomā atbalstīt projektus, kas atbilst LVM tēla pozicionējuma vērtībām - mūsdienīgs, uzticams sabiedrības loceklis, atbildīgs pret vidi, sociāli atbildīgs.

Atbalsts jaunatnes sporta programmām un pasākumiem	⇒	Līdz 20% no kopējā sportam pieejamā finansējuma
Atbalsts augstu sasniegumu sportam Olimpisko spēļu sagatavošanās programmu ietvaros individuālajos sporta veidos	⇒	Līdz 20% no kopējā sportam pieejamā finansējuma
Atbalsts augstu sasniegumu sportam Olimpisko spēļu sagatavošanās programmu ietvaros komandu sporta veidos	⇒	Līdz 40% no kopējā sportam pieejamā finansējuma
Atbalsts augstu sasniegumu neolimpiskajiem sporta veidiem	⇒	Līdz 10% no kopējā sportam pieejamā finansējuma
Atbalsts tautas sportam, paraolimpiskajiem un neolimpiskajiem sporta veidiem	⇒	Vismaz 10% no kopējā sportam pieejamā finansējuma

Projektu atbalsts tiek organizēts sadarbībā ar Latvijas Nacionālo sporta padomi un sporta jomu pārstāvošajām organizācijām.

Ik gadus sporta jomai paredzēts atvēlēt 50% no kopējā dāvināšanai (ziedošanai) pieejamā finansējuma.

DĀVINĀŠANAS (ZIEDOŠANAS) JOMA – LABDARĪBA, VESELĪBA, SOCIĀLĀ PALĪDZĪBA

Stratēģiskie uzstādījumi

Labdarības, veselības un sociālās palīdzības jomā atbalstīt projektus, kas atbilst LVM tēla pozicionējuma vērtībām - *uzticams un sociāli atbildīgs sabiedrības loceklis*.

Atbalsts bērniem un pieaugušām personām ar īpašām vajadzībām	⇒	Sadarbība ar organizācijām, kam raksturīga augsta reputācija
Palīdzība sociāli mazaizsargātajām sabiedrības grupām krīzes situācijās	⇒	Atbalsts projektiem, kas vērsti uz sociālo palīdzību nozīmīgām sociāli neaizsargātām grupām
Atbalsts pensijas vecuma cilvēkiem cienīgam un aktīvam dzīvesveidam	⇒	Sadarbība ar organizācijām, kam raksturīga augsta reputācija
Atbalsts sabiedrības grupu integrācijai		

Projektu atbalsts tiek organizēts sadarbībā ar fondu Ziedot, Latvijas Bērnu fondu un Latvijas Samariešu apvienību, ik gadus šai jomai atvēlot 15% no kopējā dāvināšanai (ziedošanai) pieejamā finansējuma.

Atbalsts paredzams arī projektiem, kur dāvināšanas (ziedošanas) jomas savstarpēji pārsedzas, piemēram, sports un sociālā joma, zinātne un kultūra utt., atbilstoši stratēģiskajiem uzstādījumiem.