



Latvijas Republika
VENTSPILS PILSĒTAS DOME

LĒMUMS

Ventspilī

2012. gada 17. augustā

Nr. 114
(protokols Nr.14;2)

*Par grozījumiem Ventspils pilsētas domes
2011.gada 21.oktobra lēmumā Nr. 140
„Par mārketinga simbola „vents”
apstiprināšanu”*

Ventspils pilsētas dome 2011.gada 21.oktobrī pieņēma lēmumu Nr. 140 „Par mārketinga simbola „vents” apstiprināšanu”.

Nolūkā popularizēt Ventspils pilsētu kā tūrisma galamērķi, atbilstoši Ventspils pilsētas Domes īstenotai Ventspils pilsētas mārketinga stratēģijai 2010.-2013.gadam, Ventspils pilsētas pašvaldība katru gadu veic mērķtiecīgas pilsētas mārketinga aktivitātes, lai informētu pilsētas iedzīvotājus, kā arī piesaistītu pilsētai apmeklētājus. Īstenojot mārketinga stratēģiju, 2011.gadā tika apstiprināts Ventspils pilsētas mārketinga simbols „vents” un tā 5 veidi: „5 venti”, „10 venti”, „20 venti”, „50 venti”, „100 venti”.

Nemot vērā Ventspils pilsētas iedzīvotāju un pilsētas viesu lielo interesi par mārketinga simboliku „vents”, kā arī, lai veicinātu tūrisma plūsmu, pamatojoties uz likuma „Par pašvaldībām” 15.panta pirmās daļas 10.punktu, Tūrisma likuma 8.panta 2.punktu, Tūrisma komisijas 2012.gada 23.jūlija un Ekonomikas un budžeta komisijas 2012.gada 27.jūlija sēdes ieteikumu, kā arī Finanšu komitejas 2012.gada 10. augusta sēdes atzinumu,

Ventspils pilsētas dome

n o l e m j:

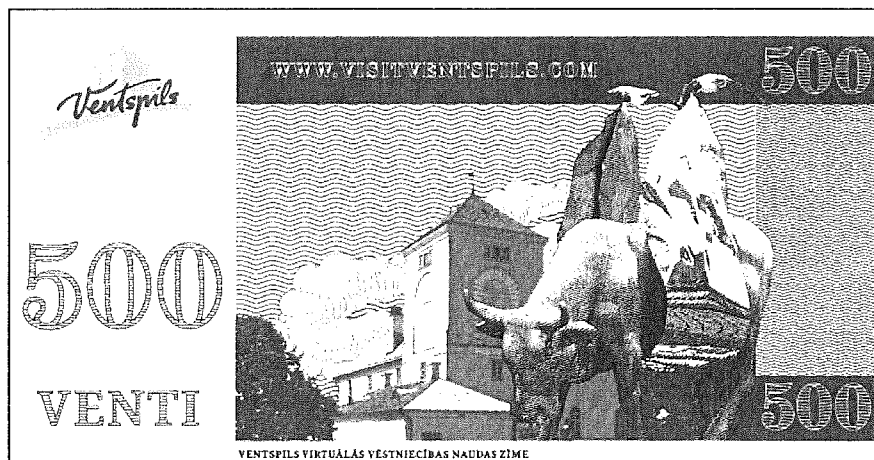
1. Izdarīt grozījumus Ventspils pilsētas domes 2011.gada 21.oktobra lēmumā Nr.140 „Par mārketinga simbola „vents” apstiprināšanu”:

1.1. Pielikuma preambulas pēdējo teikumu izteikt šādā redakcijā:

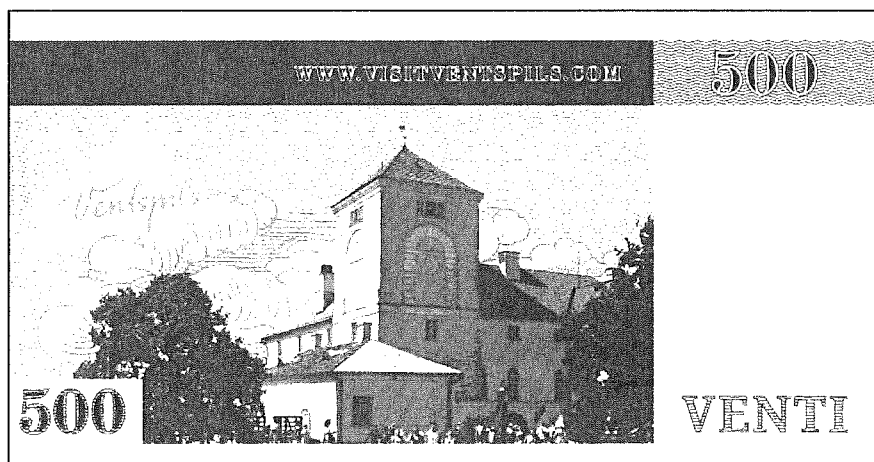
„Izgatavoti un aprītē pieejami 6 veida „venti” : „5 venti”, „10 venti”, „20 venti”, „50 venti”, „100 venti” un „500 venti”.

1.2. Papildināt pielikumu ar 6.punktu šādā redakcijā:
„6. 500 venti

Viena puse



Otra puse



Sēdes vadītājs,
Domes priekšsēdētāja
1.vietnieks infrastruktūras jautājumos

J.Vītoliņš

Nosūtīt:

1-Vispārējai nodaļai

1-Finanšu nodaļai

1-Domes grāmatvedībai

1-Ekonomikas nodaļai

1-Tūrisma informācijas centram

6 eks.lietā ul