



SIA BALTICFLOC īstenotā projekta

„Alternatīva makulatūras atkritumu un kaņepju šķiedras pārstrāde inovatīvos siltumizolācijas materiālos ar uzlabotu siltumvadītspēju”, projekta Nr. LIFE17 ENV/LV/000335, projekta saīsinājums LIFE_PHIPP

1. uzraudzības komitejas sēdes

Protokols Nr. 1

Cēsis

2021. gada 29. janvārī

Uzraudzības komitejas sēde tiek organizēta, lai īstenotu Eiropas Komisijas vides un klimata pasākumu programmas LIFE finansēto projektu „Alternatīva makulatūras atkritumu un kaņepju šķiedras pārstrāde inovatīvos siltumizolācijas materiālos ar uzlabotu siltumvadītspēju”, projekta Nr. LIFE17 ENV/LV/000335, projekta saīsinājums LIFE_PHIPP (turpmāk – projekts).

Sēdē piedalās:

SIA BALTICFLOC projekta vadītāja Zane Sērmaukša;

SIA BALTICFLOC valdes priekšsēdētājs un projekta vadītājs Edžus Cābulis;

SIA BALTICFLOC tehnoloģijas pārneses vadītājs Ēriks Nordens;

SIA BALTICFLOC mārketinga un komunikāciju speciāliste Līva Cābule.

Projekta uzraudzības komiteju pārstāv:

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas Vides kvalitātes un atkritumu apsaimniekošanas nodaļas vadītāja Ērika Lagzdīņa;

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas Dabas aizsardzības departamenta direktora vietniece un sugu un biotopu aizsardzības nodaļas vadītāja Ilona Mendziņa;

NVO Zaļā brīvība valdes priekšsēdētājs Jānis Brizga;

SIA Zaļā josta mārketinga vadītāja Laima Kubliņa.

Uzraudzības komitejas sēde notiek tiešsaistē, sākums plkst.10:00

Sēdes gaita:

1. Iepazīšanās ar dalībniekiem.
2. Projekta progress prezentācija no projekta vadītājas Zanes Sērmaukšas.

3. Projekta tehnoloģijas pārneses vadītāja Ērika Nordena prezentācija par projekta B.5. aktivitāti.

4. Projekta mārketinga un komunikāciju speciālistes Līvas Cābules prezentācija par projekta komunikācijas aktivitātēm D.1. un D.2.

5. Jautājumu un atbilžu sadaļa:

5.1. Ilona Mendziņa uzdod jautājumu – Vai jums ir plāns B, ja izstādes nekādā veidā neatgriežas, kādā veidā Jūs plānojat sasniegt savus potenciālos tirgus?

5.2. Ilona Mendziņa uzdod jautājumu - Ja potenciālie tirgi ir Vācija, Anglija un Somija, kāpēc Jūs drukājat bukletu spāņu valodā?

5.3. Ilona Mendziņa uzdod jautājumu - Par demo mājām, kā jūs tehniski plānojat darīt, vai sūtīt savu materiālu vietējiem ražotājiem vai uztādītājiem un vienoties? Kādā veidā jūs tur iesaistieties? Kā jūs pārliecināsiet, ka tas ir super materiāls? Kādā veidā jūs sasniegsiet projektā paredzētos monitoringa rezultātus un nospraustos mērķus saistībā ar šiem jocīgajiem apstākļiem kādi ir šobrīd?

5.4. Ilona Mendziņa uzdod jautājumu – Precizēt no Zanes prezentācijas. Vai Jūs 10 gadus testēsiet materiālu? Kā ar sasniedzamajiem rādītājiem jau projekta laikā?

5.5. Atbild Ēriks Nordens – Plāns B jau ir darbībā, jo tas šobrīd ir vienīgais variants - attālinātās tikšanās, nav citu veidu. Kontakta nodibināšana ne vienmēr notiek ar pirmo tikšanos klātienē, piemēram, izstādēs. Šobrīd izmantojam kontaktbiržu sniegtās tiešsaistes tikšanās iespējas un noteikti mērķa tirgi ir noteikti tikai projekta ietvaros. Mēs nesmādēsim jebkuru citu tirgu. Notiek sarunas arī ar Eiropas būvniecības asociācijas pārstāvi, kur tālāk būs iespēja uzrunāt daudz Eiropas valstu pārstāvjus. Pirmais kontakta mērķis ir izraisīt interesi, iegūt uzmanību, noprezentēt ideju un tālāk padziļinātas sarunas notiek ar tiem, kam tas tiešām interesē.

5.6. Demo mājas tiks instalētas konkrēti mērķa tirgos un te mums ir nedaudz vieglāka situācija, jo diezgan daudz Latvijas koka karkasa māju konstrukciju ražotāji strādā gan Skandināvijas, gan Eiropas tirgū. Šobrīd ir bijušas pirmreizējās sarunas ar ražotājiem, kur mums nav konkrētas vienošanās līgumi, bet mums ir pozitīvas atsauksmes par iespējamu sadarbību. Būtu iespējams demo ēkas siltināt ar mūsu materiālu, bet sadarbībā ar Latvijas koka karkasu māju ražotājiem. Šādi ir varianti, kas ir izskatīti un iesāktas sarunas. Galējās vienošanās nav, jo mums nav gala materiāla un tas ir plānošanas jautājums gan būvniekiem, gan mums pašiem.

5.7. Atbild Zane Sērmaukša par ražošanas līnijas un materiāla testēšanu 10 gadus. Mēs uzstādām ražošanas līniju un tās darbības un lietošanas laiks ir paredzēts 10 gadus. Materiāla testēšana ir paredzēta sākotnēji. Projekta ietvaros ir paredzēts, ka jaunā materiāla receptes testējam mēnesi, bet tikmēr, kamēr šī līnija darbojas, mēs jebkurā laikā varam testēt kādu jaunu šķiedru, jaunu materiālu salikumu un veidot nedaudz savādāku recepti, materiālu vai šķiedru. Piemēram, kaņepju vai celulozes šķiedru nomainīt pret kokšķiedru vai kādu tekstilšķiedru. Tas ir domāts šādā veidā, lai mēs varam eksperimentēt ar līniju visas tās darbības laikā un veidot jaunus produktus un jaunas receptes.

5.8. Atbild Zane Sērmaukša par bukleta tulkošanu spāņu valodā. Projektā ir noteikts, ka buklets tiks tulkots 8 valodās un nebija precizēts kādās valodās, bet bija paredzēts piedalīties izstādē Spānijā. Par cik arī spāņu valoda ir viena no populārākajām valodām ne tikai Eiropā, bet vispār pasaulē. Mēs iztulkojam bukletu arī krievu valodā, kas nav sākotnējais mērķa tirgus, bet skatoties uz to, cik daudz cilvēki runā šajā valodā.

5.9. Atbild Līva Cābule par dalību izstādēs. Es no savas puses varētu papildināt tieši par izstādēm un meklēt papildus risinājumus kā mēs varētu vēl sasniegt mērķauditoriju. Pašlaik risinājums ir izsūtīt bukletus e – mail tieši industrijas pārstāvjiem. Kā arī ir tāda iespēja publicēt reklāmas mājas lapās, kas ir tieši mērķētas konkrētajai industrijai. Tagad daudziem industrijas žurnāliem ir izveidotas mājas lapas, kurās var izvietot reklāmu. Ir arī mājas lapas, kas tiek veidotas kā blogi, kur tiek pasniegti būvniecības industrijas jaunumi un inovācijas rakstu veidā. Vēl meklēsim kādu papildus risinājumu kā aizvietot izstādes.

5.10. Ilona Mendziņa komentē. Es paskatījos jūsu mājas lapu un visus rakstus saites uz Facebook un Youtube un iespējams ka tur ir kāds neizmantošs potenciāls tiem Youtube klipiniem, skatījumi ir ļoti maz. Jāpadomā to noteikti

var izmantot kā alternatīvu izstādēm. Un otrs man ļoti patika jūsu otrā vizuālā identitāte šis te logo ar papīru un kaņepju lapu. Jautājums vai jūs drusku neriskējiet ieliekot to kaņepju lapu vai tur cilvēkiem nerodas nepareizas asociācijas vai to jūs esiet pārdomājuši? Vai jūs nesūtiet nepareizus signālus? Vai jūs esiet izdomājuši visu līdz galam šajā lietā?

5.11. Atbild Līva Cābule. Mēs to uztveram ka tā nav vienkārši kaņepe, bet tā ir industriālā kaņepe. Cilvēkiem var rasties savādāks iespaids un šī iemesla pēc mēs domājam tuvākajā laikā izveidot mājas lapā bloga rakstu par atšķirībām marihuānai un industriālajai kaņepi, jo tās ir divas pilnīgi atšķirīgas lietas. Ar kaņepi ir tā, ka it kā var uztvert nepareizu ziņojumu, bet tajā pašā laikā tā ir viena no lietām, kas cilvēkus var ieinteresēt un viņi uzklīšķina un apskatās vai arī izstāžu laikā viņi uzdod papildus jautājumus par to. No vienas puses tā ir nepareiza ziņa, no otras puses tā ir sava veida odziņa, kas piesaista, cilvēki jautā jautājumus un tā ir mūsu iespēja pastāstīt vairāk par mūsu produktu un projektu.

5.12. Ilona Mendziņa komentē. Man nesen bija sarakste ar Latvijas Industriālo kaņepju asociāciju, kura ārkārtīgi gribēja, lai atļauj audzēt. Diskusija ar Zemkopības un veselības ministriju nav viennozīmīga. Par kaņepēm priekšstats un pieņēmumi ir diezgan stipri un regulē industriālās kaņepes audzēšanu.

5.13. Jānis Brizga uzdod jautājumu. Man radās jautājums par produkta vides sniegumu, vides ieguvumiem. Jūs vairākās vietās minējāt, bet es līdz galam nesapratu, vai jūs veiciet kādu salīdzinājumu? Vienā vietā jūs pieminējāt salīdzinājumu ar stikla vati vai jūs arī veiciet kādu dzīves cikla novērtējumu? Vai kādā citā veidā salīdziniet šīs alternatīvas – jūsu produkts salīdzināts ar kādiem citiem alternatīviem produktiem gan salīdzinot nodrošināto energoefektivitāti, gan arī tieši ietekmes uz vidi ziņā? Vai jūs tos salīdzinājumus veiksiet atbilstoši kādam standartam? Vienā vietā jums bija CO2 emisijas, bet tās es saprotu ir salīdzinājums kas notiktu, ja šī makulatūra, ko izmanto siet ražošanā, nonāktu atkritumu poligonos un sapūtu. Bet tas neaptver visas dzīves cikla izmaksas un emisijas, kas rodas arī ražošanā un arī lauksaimnieciskajā ražošanā. Ir dažādi šie standarti varbūt jūs kādu no tiem izmantojiet?

5.14. Atbild Zane Sērmaukša. Jā, mēs projekta ietvaros veiksīm dzīves cikla izpēti. Tas ietvers produkta ražošanu no izejmateriāliem līdz pat produkta gala atkritumiem – no šūpuļa līdz kapam, attiecīgi pēc ISO standarta. Pagaidām mēs veicam cenu aptauju, lai noskaidrotu izdevīgāko pakalpojuma sniedzēju. Esam aptaujājuši Beļģijas universitāti, kam arī vaicājam cenu piedāvājumu jau projekta rakstīšanas fāzē, pašā sākumā. Pētījumā veiks salīdzinājumu mūsu produktam ar minerālvati un tīras celulozes šķiedras siltumizolācijas materiālu un tad veiks arī ieteikumus kā vēl mēs varam uzlabot šī produkta ražošanu no vides ietekmes skatupunkta.

5.15. Ēriks Nordens papildina atbildi attiecībā uz veiktspēju. Viens ir dzīves cikla novērtējums, ko Zane pieminēja. Otrs, ko es pieminēju, ir paša siltumizolācijas materiāla veiktspēja, kam projektā ir paredzēts monitorings pēc tam, kad mēs to izmantojam demo ēkās, kurām mēs pēc tam veicam novērošanu. Pēc produkta izmantošanas šajās ēkās skatāmies kādi ir rādītāji gan telpas klimatam, gan siltuma patēriņam un tamlīdzīgi. Mums būs arī precīzi dati no laboratorijas mērījumiem, ko mēs iegūsim sertifikācijas gaitā un tie būs tīri salīdzināmi skaitļi ar citiem siltumizolācijas materiāliem tirgū. Visiem būvmateriāliem, kas nonāk tirgū, ir “declaration of performance”, kur esošos laboratoriski pierādītos skaitļus var salīdzināt. Projekta ietvaros vēl ir paredzēts pašas tehnoloģijas novērtējums, ko piedāvā inovatīvām vides tehnoloģijām. Tas ir Eiropas Komisijas izveidots vides tehnoloģiju novērtēšanas modelis, kas dod oficiālu apliecinājumu par to, ka ražošanas process un tehnoloģija kā tāda ir videi draudzīga. Es to nosaukumu konkrēti aizmirsu, varbūt Zane zina?

5.16. Atbild Zane Sērmaukša. Jā, tas ir Environmental Technology Verification (ETV). Šī programma arī tika izveidota kā LIFE projekts, kas sākumā strādāja kā pilotprojekts. Tagad to jau iesaka veikt tādiem projektiem kā mūsējais, kas ir close – to – market (C2M) projekts un kad ir jāpierāda, ka tehnoloģija tiešām palīdz uzlabot kādu vides problēmu. Tehnoloģija iegūst novērtējumu, tā tiek pārbaudīta un secināts, ka mēs uzlabojam kādu sektoru.

5.17. Zane Sērmaukša jautā komitejas dalībniekiem kā piesaistīt projektu politikas veidošanā?

5.18. Atbild Ilona Mendziņa. Es varētu izstāstīt no LIFE viedokļa kā to dara citi projekti. Tas ir atkarīgs no tā ko grib panākt. Kāds ir šī dialoga mērķis? Mums ir vairāk projekti, kas izstrādā, tie gan vairāk ir tādi papīra darbi, vērtējuma metodikas vai tamlīdzīgi. Tad viņu galvenais uzdevums ir tālāk to popularizēt vai vienkārši izstāstīt politikas veidotājiem, ka viņi to ir izdarījuši. Tas vienkāršākais veids kā to izdarīt ir sarīkot seminārus vai skaidrojošos pasākumus. Šāda veida LIFE inovāciju ražošanas projekts ir viens no pirmajiem un viens no nedaudziem vispār. Līdz ar to jums arī šajā jomā ir jābūt celmlaužiem. Un tad ir jautājums tālākais ko grib panākt no šī dialoga. Skaidrs, ka valsts

iestādes nevarēs teikt, ka turpmāk visiem būs jāizmanto tikai un vienīgi šis materiāls. Bet tas ko jūs variet stāstīt un kas no jums tiek sagaidīts, un ko arī Jānis prasīja ir jūsu produkta salīdzinājums ar alternatīvām visa dzīves cikla garumā. Un tad uzreiz ir ne tikai no produkta viedokļa, bet arī no sabiedrības ieguvuma viedokļa. Cik jūsu materiāla saražošana un izmantošana padara dzīvi vieglāku visiem, vai tā padara dzīvi lētāku visiem? Tas attiecībā, piemēram, uz atkritumu vākšanu, atkritumu šķirošanu, kaut kādiem mājāsaimniecību izdevumiem vai tamlīdzīgi. Vai jūsu produkts no šāda viedokļa ir izdevīgs?

5.19. Tad par nozarēm. Es pilnīgi noteikti saredzu ka jums ir jādraudzējas ar lauksaimniekiem un ar industriālo kaņepju audzētāju asociāciju, jo galu galā tā ir niša. Ir vismaz no kaņepju audzētājiem tādā liela vēlme paplašināt savu ražošanu viņi atduras drusku pret šiem formālajiem ierobežojumiem attiecībā pret kaņepēm kā tādām un ierobežojumiem, aizspriedumiem, normatīvo bāzi vai kaut ko tamlīdzīgu, bet ja jūs viņus variet dabūt aliansē un tad iet kopīgi ar viņiem, tad jau šis spēks ir lielāks. Jo jautājums arī par citām valstīm vai jūs savos mērķa tirgos paredzat likt savu produktu tikai gatavu vai paredzat arī, ka tur varētu uzstādīt šādu pašu līniju un ražot šo materiālu uz vietas. Tad jautājums ir kāda ir situācija ar kaņepju šķiedru audzēšanu un pieejamību citās valstīs? Vai tur ir tieši tādi paši formāli, neformāli ierobežojumi, cik liels ir kaņepju šķiedras tirgus šajās valstīs? Cik es saprotu par atkritumu tirgu jums ir skaidrība un tur atkritumu savākšana un šķirošana ir drusku savādāka un izaicinājums ir skaidrs. Kas ir ar kaņepju šķiedrām vai tās vispār ir pieejamas vai jums ir uzreiz jāmeklē alternatīva ar citām šķiedrām? Protams vienkāršākais ir popularizēt savu produktu, bet tad jūs esiet vienā rindā ar citiem siltumizolācijas materiāliem un tad jums ir jābūt ārkārtīgi pārliecinošiem, ka esiet vismaz tikpat labi. Kas ir tās īpašības kāpēc jūs varētu izvēlēties, bet tas ir tīri no produkta mārketinga viedokļa kas ir jūsu produkta stiprās puses. Bet no nozares viedokļa kā jūsu produkts padara dzīvi labāku un vieglāku citiem. Vai kā jūsu ražošana palīdz attīstīt un veidot citas nozares, tas ko es teicu par kaņepju šķiedrām. Vai varbūt ir vērts jau tagad runāt par koksnes izmantošanu, koksnes atlikumu, jo meža nozare mums ir diezgan nopietna un mežus mēs kādu laiciņu vēl droši vien izmantosim un tur arī ir ciršanas atliekas un koksnes atkritumi diezgan paliels apjoms. Un varbūt ne visu vajag aizvilkt uz granulu ražošanu, bet varbūt ir vērts šādā veidā virzīties. Tas ir tas kā to citi dara, principā jāsāk saskatīt šo produktu ražošanu un produktu visā dzīves ciklā. Vai jūs meklējat sinerģijas ar citiem uzņēmumiem un citām nozarēm un padariet dzīvi vieglāku vai interesantāku tur. Un tad arī tas gala produkts vai tā ievietošana, uzlikšana ir labāka vai nē. Un te es varu pateikt, ja jūs to visu variet sarēķināt un pateikt, ja mēs tagad visu vai pārstrādājot 10% no visas Latvijas papīra atkritumiem iegūstam konkrētu vides ieguvumu. Tās ir daudzas mazās lietas, jāskatās uz visu dzīves ciklu kopumā. Jā, un stāstīt par to visu, stāstīt par šiem te posmiem. Tas ka jūs tur rakstiet to blogu ir labi, bet ir vērts intensificēt to, ar 8 papildus rakstiem nepietiek. Pilināt to savu ziņu, to stāstu daudz vairākās lietās un varbūt veidot vairāk tos rakstus. Jums ir paredzēts viens raksts Latvijas būvniecībā varbūt ir vēl kaut kur, kaut kādās specializētājās nozarēs likt iekšā šāda veida saites. Un otrs ir ārkārtīgi daudz izmantot angļu versiju un iet uz visurieni, izmantot daudz plašāk to visu. Es zinu ka tajā kapacitātes projektā ar Jāni Vēberu variet parunāt par to, ka mēs pierādījām kā caur šīm te Google reklāmām kaut kā var uzauzēt informācijas pieejamību un popularizēt to visu un varbūt ir vērts to visu attīstīt daudz vairāk un tur ir daudz vairāk jāizmanto angļu versija. Tas būtu arī tas plāns B kā jūs tiekat pie tiem citiem darījumiem. Tagad es drusku paklausīšos, bet man būs drīz jāiet uz nākamo sanāksmi.

5.20. Es varbūt varu papildināt Ilonas teikto. Zaļais iepirkums ir kaut kas tāds, kur jūs varētu arī pievērst savu uzmanību jūsu produktam, lai tas parādās. Lai nebūtu noteikumi kas ļauj piedalīties publiskajos iepirkumos ar savu produktu ne tikai Latvijā, bet jums jāskatās uz visu Eiropas tirgu. Vides ministrijā tieši strādā ar šo jautājumu un tur ir zem zaļā publiskā iepirkuma arī vadlīnijas. Ir arī Eiropas Komisijas mājas lapa Green Public Procurement sadaļa, kur ir vadlīnijas arī dažādiem materiāliem un arī būvniecībai kā tādai, kas ir milzīgi liels segments tieši no valsts un publiskā iepirkuma. Es ieteiktu tur paskatīties, bet tur būtu labi ka jums jau ir kaut kādi dati par produktu, lai jūs variet parādīt, ka jūsu produkts ir lētāks, ātrāks, ērtāks un nodrošina mērķu sasniegšanu. Jūs vienā brīdī teicāt, ka Tetrapakas varētu būt viens no materiāliem, zemās klases celuloze. Un to ir svarīgi teikt, jo tā ir viena no atkritumu sadaļām, kas ir problemātiska. Tāpēc, ka pārstrāde ir ļoti sarežģīta, Latvijā to nepārstrādā, ved uz Poliju, Somiju. Pati Tetrapaka saka, ka viņi spēj 5 - 7% nodot pārstrādei. Ir jāsasniedz visādi Eiropas mērķi uz 2030. gadu, kur mums ļoti būtiski jāsamazina apglabāšana. Šis ir viens no tādiem piedāvājumiem ko tad darīt ar tām Tetrapakām. Tas nav tikai Latvijā, tas ir populārs iepakojušs visā Eiropā. Šis būtu vēl viens aspekts, ko ir vērts paskatīties, tikai jūs konkurējat tad ar dedzināšanas iekārtām, jo tad jūs cīnāties par vienu un to pašu izejvielu. Tie ir divi aspekti, kur ir vērts pasekot līdzi. Varbūt sazināties ar Tetrapaku Latvijā, ir arī citi šī iepakojušs ražotāji. Kā arī pasekot līdzi zaļajam publiskajam iepirkumam. Pasekot līdzi kas tur notiek, jo energoefektivitāte ir tā, kas noteikti attīstīsies.

5.21. Atbild Zane Sērmaukša. paldies! Jā,mums ir paredzēts viens no rezultātiem zaļā publiskā iepirkuma ieteikumi. Ar kuriem mēs ejam gan Latvijā, gan mūsu mērķa valstīs, meklēt veidus kā to piedāvāt pašvaldībām.

5.22. Atbild Ēriks Nordens. Mums tas uzsvars ir , ka viens no mūsu izejmateriāliem ir nevis vienkārši papīrs, bet papīrs ar zemu kvalitāti, kuru nav iespējams atkārtoti pārstrādāt kā papīru. Līdz ar to normālā pašreizējā ciklā sanāktu to apglabāt vai dedzināt. Mūsu tehnoloģija ir unikāla, jo ir iespēja zemas kvalitātes papīram turpināt dzīvi citā formā. Tas līdz ar līnijas uzstādīšanu būs reāli praksē jāizmēģina, jo līdz šim mums ir bijuši tikai agrīnie prototipa izmēģinājumi. Tagad varēsīm sākt šo receptūru reāli dzīvē pārbaudīt un redzēt vai tas aiziet dzīvē tā kā mēs to vēlamies.

5.23. Atbild Zane Sērmaukša. Projekta ietvaros ir paredzēti divi produkti viens ir pati tehnoloģija, kuru mēs piedāvāsim mērķa tirgū arī ražotājiem, citiem uzņēmumiem, kas arī ražo dabīgas šķiedras siltumizolācijas materiālu. Mēs piedāvāsim savu tehnoloģiju licences līguma veidā, lai viņi varētu ražot jau savā reģionā izmantojot zemas klases makulatūru un ražot šo produktu savā reģionā, būt ražotājs. Un otrs ir pats produkts, ko mēs ražosim šeit uz vietas. Tā ir šī interesantā lieta mūsu projektam divi produkti no mūsu projekta.

5.24. Ilona Mendziņa dod ceļa vārdus. Lai jums tiešām izdodas ar Tetrapaku sagatavot produktu un tas ir sekmīgs! Es ieteiktu nekautrēties un izvērst ārkārtīgi agresīvu mārketinga kampaņu it sevišķi ārpusē. Tā problēma ir visiem un visi ar to cīnās un jūs esiet atraduši risinājumu, nevajag kautrēties un agresīvi par to ir jāstāsta. Tad arī ir jāpaskatās vizuālā identitāte atbilstoša un mārketinga kampaņa. Tagad tas viss izskatās ļoti skaists un mierīgs un ieturēts, kas popularizē to visu, bet ja tas produkts tiešām aiziet, tad tur ir pavisam cits vēriens. Nebaidieties, esiet drosmīgi un stāstiet galvenais. Jo tā ir tā lielākā problēma, ja paklausās, ko LIFE projektos citas valstis dara un ar kādiem niekiem viņi tur lielās. Tad jāsaprot tā, ka mēs visi Latvijā esam daudz gudrāki un pārāki, mēs tikai nevienam to nesakām. Un šo vajag aizmirst, ja mēs tur gribam tajā lielajā tirgū, tad spēlē pēc lielā tirgus noteikumiem un tik pat agresīvi, skaidrs, ka mūs tur neviens nelaidīs, ja mēs tur tā pieklājīgi klauvēsim maliņā, tiešām jāpagrūž ar elkoņiem visi un nevajag kautrēties to darīt. Lai veicas!

Sēdi beidz plkst.11:30