

Vadlīnijas *Latvenergo* un *Elektrum* zīmolu lietojumam reklāmas projektos

1. Vadlīniju nolūks

Latvenergo koncerns ikgadēji īsteno dažāda mēroga reklāmas projektus produktu un pakalpojumu popularizēšanai un korporatīvā tēla veicināšanai. Attīstot koncerna piedāvājumu un darbības mērogu, kā arī atverot elektroenerģijas tirgu mājsaimniecībām, arvien aktuālāks kļūst jautājums par nosacījumiem zīmolu kopējam un individuālam lietojumam reklāmas projektos.

Latvenergo koncerns skaidri nošķir dāvinājuma (ziedojuma) un reklāmas projektus. DĀVINĀJUMA gadījumos mēs negaidām atlīdzību, pat ne publiskas pateicības formā. REKLĀMAS projektos mēs veicinām *Latvenergo* un *Elektrum* zīmolu atpazīstamību, vienmēr cenšoties panākt ieguldīto resursu maksimālu atdevi.

Šīs vadlīnijas nosaka kritērijus *Latvenergo* un *Elektrum* zīmolu lietojumam reklāmas projektos. Dāvinājumu projektu kritēriji kā korporatīvās sociālās atbildības (KSA) aktivitāšu sastāvdaļa ir raksturoti *Latvenergo* koncerna KSA politikā.

2. Definīcija

Reklāma ir ar komercdarbību vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.

3. Zīmolu lietošana

Iespējama dažāda *Latvenergo* un *Elektrum* zīmolu lietošana, atkarībā no katra zīmola vērtību saiknes ar reklāmas projekta mērogu, jomu un mērķauditoriju:

1. *Latvenergo* koncerna vai AS „*Latvenergo*” zīmols;
2. Tirdzniecības zīmols *Elektrum*;
3. *Latvenergo* un *Elektrum* zīmolu sinerģija.

4. Zīmolu vērtības un mērķauditorija

 Koncerna un mātesabiedrības zīmols	 Tirdzniecības zīmols
Zīmola vērtības	
Atbildība Uz mums var paļauties – par katru veicamo darbu uzņemamies personisku atbildību. Efektivitāte Mēs rīkojamies profesionāli un sasniedzam izvirzītos mērķus, pamatoti izmantojot resursus Atvērtība Mēs esam pretimnākoši un atklāti, veicinām	Dzīvīgums Enerģisks, aktīvs, dinamisks, pozitīvs un daudzkrāsains. Personiskums Vērsts uz konkrētu cilvēku, ieinteresēts, draudzīgs, cienpilns, izprtošs, tuvs un vienkāršs. Centrā vienmēr ir cilvēks un viņa pieredze prieks gandarījums par enerģijas

pieredzes apmaiņu, esam atvērti jaunam idejām un pārmaiņām	sniegto gala ieguvumu. <i>Atjautīgums</i> Inovatīvs, gudrs, kas pat vienkāršus un ikdienišķus pakalpojumus ļauj ieraudzīt kā vērtīgus risinājumus un jauninājumus.
Zīmola vērtību apraksts	
Vērtības atspoguļo mūsu attieksmi pret ikdienas darba pienākumiem un koncernam un visai sabiedrībai būtiskām norisēm. Tās ir mūsu rīcības orientieri, pilnveidojot attiecības ar klientiem, darba kolēģiem un sadarbības partneriem, vieno darbiniekus un uz tām balstīta koncerna stratēģija un virzība uz vīziju, sniedzot ieguldījumu energoapgādes nozares ilgtspējīgā attīstībā.	
Mērķauditorija	
<ul style="list-style-type: none"> – Vietējā un starptautiskā sabiedrība; – Akcionārs; – Valsts un pašvaldību institūcijas; – Finansētāji, investori; – Biznesa partneri; – Profesionālās biedrības, nozares speciālisti; – Mediji. 	Mājsaimniecību un biznesa klientu segments.

5. Kritēriji *Latvenergo* zīmola lietojumam reklāmas projektos

- Atbilstība koncerna ilgtermiņa stratēģiskajiem mērķiem un darbības virzieniem, veicinot sabiedrības izpratni par to aktualitātēm;
- Būtisks ilgtermiņa iespaids, kā arī jau īstenoto un iesākto aktivitāšu nepārtrauktība;
- Nacionāls un/vai starptautisks darbības mērogs;
- *Latvenergo* kā sociāli atbildīgu uzņēmumu tēla veicināšana;
- Plašu sabiedrības grupu iesaiste;
- Tieša saikne ar enerģētikas nozari un/vai cilvēku enerģiju;
- Sadarbības partneru un reklāmas projektu dalīborganizāciju reputācijas atbilstība koncerna zīmolu vērtībām.

6. Kritēriji *Elektrum* zīmola lietojumam reklāmas projektos

- *Elektrum* produktu reklāmas projekti mājsaimniecību un biznesa klientu segmentam atbilstoši Tirdzniecības virziena stratēģijai;
- Partnerības, kuras virza iesaistīšanās, kopējais labums un labākā pieredze auditorijai, kura izmanto konkrēto pakalpojumu vai pasākumu;
- Sadarbība ar organizācijām, kuras ir motivēti līderi savā jomā, kuras virza skaidrs redzējums un mērķi, un kuras ir pārredzamas un sociāli atbildīgas;
- Projekti, kuros realizējas oriģināla domāšana, jaunākās tehnoloģijas, jaunas idejas, radoša iedvesma un stratēģiski ieskatī;
- „Draudzīgās enerģijas” pozīcija saiknē ar zīmola vērtībām „atjautīgi, dzīvīgi un personiski”;
- Sadarbība ar līderiem savā jomā;
- Līdzekļu ekonomiski pamatots un saimnieciski izdevīgs izlietojums.