

## 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, 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 Ilgtspējas politikā un AS "Latvenergo" ziedošanas (dāvināšanas) stratēģijā.

### 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 un AS „Latvenergo” zīmols;
2. Tirdzniecības zīmols *Elektrum*;
3. *Latvenergo* un *Elektrum* zīmolu sinerģija.

### 4. Zīmolu vērtības un mērķauditorija

 Koncerna un mātesabiedrības zīmols	 Tirdzniecības zīmols
<b>Zīmola vērtības</b>	
<i>Ar sirdi</i> Esam atvērti un aizrautīgi. <i>Ar prātu</i> Darām pēc būtības un nepārtraukti mācāmies. <i>Ar enerģiju</i> Esam drosmīgi un mērķtiecīgi.	<i>Dzīvīgums</i> Enerģisks, aktīvs, dinamisks, pozitīvs un daudzkrāsains. <i>Personiskums</i> Vērsts uz konkrētu cilvēku, ieinteresēts, draudzīgs, cieņpilns, izprotošs, tuvs un vienkāršs. Centrā vienmēr ir cilvēks un

<p><i>Ar domām par nākotni</i> Darām labu klientam un sabiedrībai.</p>	<p>viņa pieredze prieks gandarījums par enerģijas <i>Atjautīgums</i> Inovatīvs, gudrs, kas pat vienkāršus un ikdienišķus pakalpojumus ļauj ieraudzīt kā vērtīgus risinājumus un jauninājumus.</p>
<b>Zīmola vērtību apraksts</b>	
<p>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.</p>	
<b>Mērķauditorija</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vietējā un starptautiskā sabiedrība;</li> <li>– Akcionārs;</li> <li>– Valsts un pašvaldību institūcijas;</li> <li>– Finansētāji, investori;</li> <li>– Biznesa partneri;</li> <li>– Profesionālās biedrības, nozares speciālisti;</li> <li>– Mediji.</li> </ul>	<p>Mājsaimniecību un biznesa klientu segments.</p>

#### **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.