



Ekonomikas ministrija

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1519, tālr. 67013100, fakss 67280882, e-pasts [pasts@em.gov.lv](mailto:pasts@em.gov.lv), [www.em.gov.lv](http://www.em.gov.lv)

## NOLIKUMS

Rīgā

Datums skatāms laika zīmogā Nr. 1.2-2/2018/33

### Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” nolikums

Izdoti saskaņā ar  
Valsts pārvaldes iekārtas likuma  
72. panta pirmās daļas 2. punktu

#### I. Vispārīgie jautājumi

1. Nolikums nosaka kārtību, kādā komersantiem piešķir „Eksporta un inovācijas balvu” (turpmāk – balva) par sasniegumiem eksportā un vietējā tirgū, kā arī jaunu, uz zināšanām balstītu preču vai pakalpojumu (turpmāk – produkts) radīšanu.
2. Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” (turpmāk – konkurss) mērķis ir sekmēt Latvijas komersantu konkurētspēju Latvijas un ārvalstu tirgos, veicināt Latvijas produktu eksporta apjoma un kvalitātes pieaugumu un produktu ar augstu pievienoto vērtību radīšanu, kā arī sekmēt inovāciju, izvērtējot komersantu rezultātus un atzinīgi novērtējot veiksmīgākos komersantus un to produktus.
3. Konkurss rīko Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija (turpmāk – Ekonomikas ministrija) un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (turpmāk – LIAA).
4. Konkursa rezultātā tiek piešķirtas balvas kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo/vidējo komercsabiedrību un mazo komercsabiedrību grupā, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts”, kā arī „Eksporta čempions” un „Rūpnieciskais dizains”.
5. Pretendēt uz balvu var Latvijā reģistrēts komersants, kas eksportē savu produktu un/ vai Latvijas tirgū piedāvā produktu, kas spēj aizvietot ārvalstīs ražoto, un/ vai ir radījis inovatīvu produktu, un/ vai produktam ir izstrādājis rūpniecisko dizainu.
6. Balva tiek piešķirta atklāta konkursa rezultātā un tās pretendentu izvērtēšana notiek divās kārtās.
7. Konkurss notiek Latvijas preču un pakalpojumu eksporta veicināšanas un ārvalstu investīciju piesaistes pamatnostādņu 2013.–2019. gadam (apstiprinātas ar Ministru Kabineta 2013. gada 17. jūnija rīkojumu Nr.249) ietvaros.

#### II. Konkursa kategorijas „Eksportspējīgākais komersants” vērtēšanas kritēriji

8. Uz balvu kategorijā „Eksportspējīgākais komersants” var pretendēt komersants, kurš aizvadītajā gadā eksportējis savus ražotos produktus.

9. Balvu šajā kategorijā piešķir divās grupās, atbilstoši Komercedarbības atbalsta kontroles likumā noteiktajai definīcijai atsevišķi vērtējot:
  - 9.1. lielās un vidējās komercsabiedrības (darbinieku skaits ir 50 un vairāk un tā gada neto apgrozījums vai kopējā gada bilance ir vairāk kā 10 miljoni EUR);
  - 9.2. mazās komercsabiedrības (darbinieku skaits ir 1 – 49 un tā gada neto apgrozījums vai kopējā gada bilance nepārsniedz 10 miljonus EUR);
10. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
  - 10.1. komersanta neto apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 10.2. komersanta eksporta apjoms (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 10.3. komersanta eksporta apjoma īpatsvars (neto apgrozījuma un eksporta apjoma attiecība procentuāli);
  - 10.4. komersanta eksporta tirgi un jaunie eksporta tirgi;
  - 10.5. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
11. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
  - 11.1. komersanta spēja pārdot ārvalstu tirgos (uzņēmuma produktu/ pakalpojumu pozīcija ārzemju tirgos);
  - 11.2. komersanta veiktie pasākumi uzņēmuma attīstībai (tai skaitā komersanta ieguldījums produktu/ pakalpojumu kvalitātes, ražošanas procesa vai darba vides uzlabošanā);
  - 11.3. komersanta darba vide;
  - 11.4. komersanta īstenotie eksporta veicināšanas pasākumi (piemēram, tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība ārvalstu izstādēs, mārketinga materiāli, tīmekļa vietnes izstrāde);
  - 11.5. komersanta radītā pievienotā vērtība;
  - 11.6. komersanta prezentācijas kvalitāte (prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās un izdales materiālu kvalitāte).

### **III. Konkursa kategorijas „Importa aizstājējprodukts” vērtēšanas kritēriji**

12. Uz balvu kategorijā „Importa aizstājējprodukts” var pretendēt komersants, kurš pēdējo trīs gadu laikā ir piedāvājis vietējā tirgū tādu produktu (vai pakalpojumu), kas ir konkurētspējīgs ar līdzīgiem ārvalstīs ražotiem produktiem un spējis nostiprināties vietējā tirgū. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija.
13. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
  - 13.1. komersanta neto apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 13.2. importa aizstājējprodukta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 13.3. importa aizstājējprodukta apgrozījums Latvijā (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 13.4. importa aizstājējprodukta pārākums – konkurētspēja salīdzinājumā ar līdzīgiem ārvalstu (kā arī vietējo) ražotāju produktiem;
  - 13.5. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
14. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:

- 14.1. komersanta spēja pārdot produktu vietējā tirgū;
- 14.2. komersanta ieguldījums importa aizstājējprodukta izpētē un attīstībā;
- 14.3. komersanta darba vide;
- 14.4. komersanta īstenotie produkta vietējās tirdzniecības veicināšanas pasākumi (piemēram, tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība vietējās izstādēs, mārketinga materiāli, tīmekļa vietnes izstrāde);
- 14.5. komersanta radītā produkta pievienotā vērtība;
- 14.6. komersanta un produkta prezentācijas kvalitāte (prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās un izdales materiālu kvalitāte).

#### **IV. Konkursa kategorijas „Inovātīvākais produkts” vērtēšanas kritēriji**

15. Uz balvu kategorijā „Inovātīvākais produkts” var pretendēt komersants, kurš ir radījis jaunu, uz zināšanām balstītu produktu (vai pakalpojumu), kas ir ievērojami pārāks salīdzinājumā ar agrāk ražotajiem un/ vai citiem tirgū esošajiem produktiem. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija.
16. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
  - 16.1. komersanta neto apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 16.2. inovatīvā produkta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (procentuāli un absolūtās vērtībās);
  - 16.3. inovatīvā produkta apgrozījuma īpatsvars (neto apgrozījuma un inovatīvā produkta apgrozījuma attiecība procentuāli);
  - 16.4. komersanta ieguldījums inovatīvā produkta izstrādē;
  - 16.5. inovatīvā produkta intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība;
  - 16.6. inovācijas esamība un inovatīvā produkta pārākums – konkurētspēja salīdzinājumā ar līdzīgiem tirgū esošiem komersanta vai konkurentu produktiem;
  - 16.7. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
17. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
  - 17.1. produkta inovācijas pamatojums;
  - 17.2. inovācijas un pētniecības līmenis uzņēmumā (tai skaitā sadarbība ar citām organizācijām (zinātniski pētnieciskajām iestādēm, piemēram, starptautiskos projektos, ar citām komercsabiedrībām, piemēram, pētniecības projektos), laboratorijas un/ vai pētniecības un attīstības struktūrvienības esamība) un komersanta ieguldījums inovatīvā produkta izpētē un attīstībā;
  - 17.3. komersanta darba vide;
  - 17.4. komersanta intelektuālā īpašuma aizsardzības stratēģija;
  - 17.5. komersanta spēja pārdot produktu;
  - 17.6. komersanta radītā produkta pievienotā vērtība;
  - 17.7. komersanta un produkta prezentācijas kvalitāte (prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās un izdales materiālu kvalitāte).

## **V. Konkursa kategorijas „Rūpnieciskais dizains” vērtēšanas kritēriji**

18. Uz balvu kategorijā „Rūpnieciskais dizains” var pretendēt komersants, kura produktam (vai pakalpojumam) ir izstrādāts rūpnieciskais dizains (piemēram, rūpnieciski ražotos produktos (vai sniegtajos pakalpojumos) tiek savienota estētika un funkcionalitāte, vienlaikus uzlabojot un radot inženiertehniskos, lietošanas, ergonomikas, mārketinga, zīmola attīstības un tirdzniecības risinājumus) un kas ir ievērojami pārāks salīdzinājumā ar agrāk izstrādātajiem vai citiem tirgū esošajiem produktu dizainiem. Kā produkts šajā kategorijā ir saprotams gan atsevišķs produkts, gan saistīto produktu līnija, gan atsevišķs produkta elements. Komersantus vērtēšanai un pretendēšanai uz balvu kategorijā „Rūpnieciskais dizains” var izvirzīt arī žūrijas komisija, izvērtējot konkursa otrajā kārtā izvirzītos komersantus.

*(Grozīts ar EM \_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)*

19. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
- 19.1. komersanta neto apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 19.2. produkta apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (procentuāli un absolūtās vērtībās);
  - 19.3. produkta intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība;
  - 19.4. rūpnieciskā dizaina esamība un produkta pārākums pār agrāk izstrādātajiem un/ vai citiem līdzīgiem tirgū esošajiem produktiem;
  - 19.5. komersanta darba ražīgums (apgrozījuma un darbinieku skaita attiecība).
20. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
- 20.1. produkta rūpnieciskā dizaina esamība;
  - 20.2. ieguvums no rūpnieciskā dizaina (piemēram, estētika, ergonomika, funkcionalitāte, ekoloģija, videi un veselībai draudzīgu resursu un materiālu izmantošana, energoefektivitāte, laika, naudas un telpas ietaupījums produkta lietošanā);
  - 20.3. komersanta radītā produkta pievienotā vērtība;
  - 20.4. komersanta darba vide;
  - 20.5. komersanta spēja pārdot produktu;
  - 20.6. komersanta un produkta prezentācijas kvalitāte (prezentācijas saturs, prezentētāja uzstāšanās un izdales materiālu kvalitāte).

## **VI. Konkursa kategorijas „Eksporta čempions” vērtēšanas kritēriji**

21. Titula „Eksporta čempions” pretendētus izvirza žūrijas komisija, izvērtējot Latvijas lielākos eksportētājus, pamatojoties uz eksporta datiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.
22. Šo titulu komersants var saņemt vienu reizi.

## **VII. Žūrijas komisija**

23. Balvas pretendentu izvērtēšanai Ekonomikas ministrijas valsts sekretārs izveido žūrijas komisiju, kuras sastāvā ietilpst valsts institūciju, nevalstisko organizāciju un plašsaziņas līdzekļu pārstāvji.

*(Grozīts ar EM 06.10.2015. iekšējiem noteikumiem Nr.1-7-33)*

24. Žūrijas komisijas sanāksmes (tai skaitā pretendentu vērtējumi) protokolē LIAA pārstāvis.

*(Grozīts ar EM \_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)*

### **VIII. Konkursa norise un balvas pretendentu izvērtēšana**

25. Konkursu katru gadu izsludina LIAA.
26. Balvas pretendents, atbilstoši sludinājumā noteiktajam, LIAA iesniedz konkursa pirmās kārtas dalībnieka pieteikuma anketu(-as) (pielikumā) un nepieciešamības gadījumā arī citu informāciju (piemēram, mārketinga materiālus, produktu paraugus u.c.). Komersants vienlaikus var iesniegt dalībnieka pieteikuma anketu vairākās kategorijās. Kategorijās „Importa aizstājējprodukts”, „Inovatīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” kategorijas ietvaros komersants var iesniegt vairākus pieteikumus – katru par atsevišķu produktu vai produktu līniju.
27. Žūrijas komisija ir tiesīga, izvērtējot konkursa pirmās kārtas pieteikumus, papildus vērtēt komersantus, pamatojoties uz eksporta datiem, produkta pārākumu salīdzinājumā ar līdzīgiem komersanta vai konkurentu tirgū esošiem produktiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.
28. Konkursa pirmajā kārtā tiek izvērtēti dalībnieku pieteikumi kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovatīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains”. Dalībai konkursa otrajā kārtā žūrijas komisija izvirza piecus līdz astoņus visvairāk punktus ieguvušos balvas pretendētus katrā kategorijā.
29. Konkursa otrajā kārtā izvirzītos balvas pretendētus kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovatīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” apmeklē žūrijas komisija, veicot apskati un izvērtējumu saskaņā ar otrās kārtas vērtēšanas kritērijiem.
30. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovatīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” balvas pretendentu abās kārtās iegūtie punkti tiek summēti.
31. Žūrijas komisija var papildus izvirzīt pretendētus kategorijā „Rūpnieciskais dizains”, izvērtējot otrajā kārtā izvirzītos komersantus, kuru produktiem ir izstrādāts rūpnieciskais dizains.  
*(Grozīts ar EM\_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)*
32. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo un vidējo komercsabiedrību grupā, „Eksportspējīgākais komersants” mazo komercsabiedrību grupā, „Importa aizstājējprodukts”, „Inovatīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” var tikt piešķirta 1. vieta, 2. vieta, 3. vieta un atzinība par dalību konkursā.
33. Kategorijā „Eksporta čempions” katru gadu tiek apbalvots viens komersants. Titulu „Eksporta čempions” komersants var saņemt tikai vienu reizi.
34. Visa komersantu sniegtā informācija ir konfidenciāla un tā netiks izmantota komerciāliem mērķiem un izplatīta trešajām personām.
35. Žūrijas komisijas locekļi, uzsākot komersantu iesniegto pieteikumu vērtēšanu, paraksta apstiprinājumu par informācijas neizpaušanu.

### **IX. Konkursa dalībnieku personas datu apstrādes drošības noteikumi**

36. Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” dalībnieku personas datu apstrādes drošības noteikumi nosaka kārtību, kādā LIAA nodrošina konkursa kontaktpersonu datu apstrādi, drošību un aizsardzību.
37. Lietoti termini:

- a. personas dati – konkursa pieteikuma anketas aizpildītāja (kontaktpersonas) vārds, uzvārds, ieņemamais amats, mobilā tālruņa numurs, e-pasta adrese, – tiek norādīti, aizpildot konkursa pieteikuma anketu pirmajā kārtā;
  - b. kontaktpersona – fiziska persona, kas aizpilda un iesniedz konkursa dalībnieka pieteikuma anketu pirmajā kārtā (turpmāk – kontaktpersona);
  - c. dalībnieks – juridiska persona – komersants, kurš piedalās konkursā (turpmāk – dalībnieks);
  - d. apstrāde – jebkura ar personas datiem vai personas datu kopumiem veikta darbība vai darbību kopums, ko veic ar vai bez automatizētiem līdzekļiem, piemēram, vākšana, reģistrācija, organizēšana, strukturēšana, glabāšana, pielāgošana vai pārveidošana, atgūšana, aplūkošana, izmantošana, izpaušana, nosūtīt, izplatīt vai citādi darīt tos pieejamus, saskaņošana vai kombinēšana, ierobežošana, dzēšana vai iznīcināšana.
38. Personas dati tiek vākti un apstrādāti, lai nodrošinātu dalībnieka dalību konkursā un informētu par konkursa norisi. Bez kontaktpersonas datu iegūšanas LIAA nevar nodrošināt dalībnieka dalību konkursā.
39. Personas datu apstrādes mērķis ir konkursa organizatoriskās un operatīvās informācijas apmaiņas nodrošināšana.
40. LIAA nodrošina personas datu nepieejamību trešajām personām, izņemot gadījumus, kad kontaktpersona ir devusi atļauju datu nodošanai trešajām personām.
41. Personas dati tiek glabāti un apstrādāti tikai tādā apjomā un termiņā, cik tas nepieciešams – no pieteikuma anketas saņemšanas brīža līdz konkursa norises un saņemtās balvas izmantošanas termiņa beigām.

## **X. Konkursa balvu fonds**

42. Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” dalībnieki iegūst šādas balvas atkarībā no iegūtās vietas:

- 42.1. pirmās vietas ieguvēji saņem Ekonomikas ministrijas diplomu un LIAA balvu – 3000 EUR darījuma braucienu divām personām, tai skaitā līdzdalības komersantu delegāciju sastāvā valsts augstāko amatpersonu vizītēs ārvalstīs, līdzdalības LIAA organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai;
- 42.1.1. pirmās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo un vidējo komercsabiedrību grupā un „Eksportspējīgākais komersants” mazo komercsabiedrību grupā tiek apbalvoti ar konkursa „Eksporta un inovācijas balva” zīmi (turpmāk – zīme), kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem;
- 42.1.2. pirmās vietas ieguvēji kategorijās „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot tikai uz tā produkta vai produktu līnijas, kas tika pieteikta konkursam. Zīmi var lietot arī balvu ieguvušā produkta vai produktu līnijas mārketinga materiālos;
- 42.2. otrās vietas ieguvēji saņem Ekonomikas ministrijas diplomu un LIAA balvu – 1500 EUR darījuma braucienu vienai personai, tai skaitā līdzdalības komersantu delegāciju sastāvā valsts augstāko amatpersonu vizītēs ārvalstīs, līdzdalības LIAA organizētajās tirdzniecības misijās un individuālo darījuma braucienu, apmaksai;
- 42.2.1. otrās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo un vidējo komercsabiedrību grupā un „Eksportspējīgākais komersants” mazo

komercsabiedrību grupā tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem;

42.2.2. otrās vietas ieguvēji kategorijās „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot tikai uz tā produkta vai produktu līnijas, kas tika pieteikta konkursam. Zīmi var lietot arī balvu ieguvušā produkta vai produktu līnijas mārketinga materiālos;

42.3. trešās vietas ieguvēji saņem Ekonomikas ministrijas diplomu un LIAA balvu – apmaksātu reklāmas laukumu pēc izvēles vienā no LIAA informatīvajiem izdevumiem;

42.3.1. trešās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” lielo un vidējo komercsabiedrību grupā un „Eksportspējīgākais komersants” mazo komercsabiedrību grupā tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem;

42.3.2. trešās vietas ieguvēji kategorijās „Importa aizstājējprodukts”, „Inovātīvākais produkts” un „Rūpnieciskais dizains” tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot tikai uz tā produkta vai produktu līnijas, kas tika pieteikta konkursam. Zīmi var lietot arī balvu ieguvušā produkta vai produktu līnijas mārketinga materiālos;

42.4. dalībniekiem, kuri tika izvirzīti konkursa otrajai kārtai un neieguva pirmo, otro vai trešo vietu kādā no kategorijām, tiek pasniegti Ekonomikas ministrijas pateicības raksti;

42.5. titula „Eksporta čempions” ieguvējs tiek apbalvots ar Ekonomikas ministrijas diplomu un zīmi, kuru tas ir tiesīgs izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem.

43. Žūrijas komisija ir tiesīga piešķirt konkursa speciālbalvas.

44. Konkursa norises finansiālajam nodrošinājumam var tikt piesaistīti sponsoru līdzekļi.

45. Par konkursa sponsoru uzskatāms komersants vai organizācija, kas atbalsta konkursu ar mērķa finansējumu, ziedojumiem, pakalpojumiem vai bezmaksas personāla darba stundām. Konkursa sponsori var pasniegt savas speciālbalvas.

## **XI. Eksporta un inovācijas balvas zīmes lietošanas noteikumi**

42. Zīmi var lietot tikai ar tā gada skaitli, kurā iegūta balva.

43. Zīme ir izmantojama latviešu un angļu valodā.

44. Zīmes latviešu valodā apraksts:

Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” zīmi var lietot horizontāli vai vertikāli. Zīme ir sadalīta trīs daļās, kur pirmajā attēlots „Magnetic Latvia” logo, otrajā uzraksts „Eksporta un inovācijas balva” un trešajā kategorijas nosaukums. Zīmes pirmo un otro daļu horizontāli vai vertikāli atdala melna līnija. Trešā daļa – kategorijas nosaukums – atspoguļojams krāsas pildīta apla iekšpusē. Zīmi var lietot, tikai savienojot pirmo un otro daļu vai pirmo, otro un trešo daļu.

*(Grozīts ar EM \_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)*

45. *(Svītrots ar EM \_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)*

46. Zīmes angļu valodā apraksts:

Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” zīmi var lietot horizontāli vai vertikāli. Zīme ir sadalīta trīs daļās, kur pirmajā attēlots „Magnetic Latvia” logo, otrajā uzraksts „Export and Innovation Award” un trešajā kategorijas nosaukums. Zīmes pirmo un otro daļu horizontāli vai vertikāli atdala melna līnija. Trešā daļa – kategorijas nosaukums – atspoguļojams krāsas pildīta apla iekšpusē. Zīmi var lietot, tikai savienojot pirmo un otro daļu vai pirmo, otro un trešo daļu.

(Grozīts ar EM\_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)

47. (Svītrots ar EM\_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)

48. Zīmei ir seši dažādi veidi:

48.1. Konkursa „Eksporta un inovāciju balva” zīme:



48.2. balvas „Eksportspējīgākais komersants” zīme:



48.3. balvas „Eksportspējīgākais komersants” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE EK 465C.

48.4. balvas „Importa aizstājējprodukts” zīme:



48.5. balvas „Importa aizstājējprodukts” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE 540C.

48.6. balvas „Inovatīvākais produkts” zīme:





48.7. balvas „Inovatīvākais produkts” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE IP 471C.

48.8. balvas „Rūpnieciskais dizains” zīme:



48.9. balvas „Rūpnieciskais dizains” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE 555C.

48.10. balvas „Eksporta čempions” zīme:



48.11. balvas „Eksporta čempions” zīmes pamatkrāsa uz balta fona ir PANTONE EC 5125C.

(Grozīts ar EM \_\_ iekšējiem noteikumiem Nr. \_\_)

49. Zīmi iespējams attēlot arī melnbaltās krāsās.
50. Zīmes novietojumu uz produkcijas balvas saņēmējs saskaņo ar Latvijas Investīciju un attīstības aģentūru.
51. Zīmei ir jābūt novietotai tā, lai patērētājs varētu to redzēt un nekavējoties atpazīt. Ar zīmi var apzīmēt gan tirdzniecības iepakojumu (piemēram, piena paciņu, televizora kasti, vīna pudeli), gan sekundāro iepakojumu (piemēram, kasti ar piena paciņām, polietilēna plēvi, kura satur vairākas minerālūdens pudeles).
52. Zīmi var izvietot uz:
  - a. produkta vai produkta līnijas;
  - b. iepakojuma;
  - c. mārketinga materiāliem.

53. Zīmei jābūt:

- a. viegli saskatāmai;
- b. novietotai uz produkta, produkta iepakojuma (tirdzniecības vai sekundārā) vai mārketinga materiālu ārējās virsmas;
- c. izmēru ziņā proporcionālai iepakojumam, bet ne lielākai kā 7 cm diametrā;
- d. saskatāmai arī pēc iepakojuma atvēršanas.

## **XII. Nobeiguma noteikumi**

54. Atzīt par spēku zaudējušus Ekonomikas ministrijas 2018. gada 11. septembra Grozījumus Ekonomikas ministrijas 2014. gada 27. augusta nolikumā Nr.1-7-30 „Konkursa „Eksporta un inovācijas balva” nolikums”.

ekonomikas ministrs

R.Nemiro

ŠIS DOKUMENTS IR ELEKTRONISKI PARAKSTĪTS AR DROŠU  
ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA ZĪMOGU

Ilze Baltābola 67013271  
[ilze.baltabola@em.gov.lv](mailto:ilze.baltabola@em.gov.lv)