



## 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)

### Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” norises nolikums

#### I. Vispārīgie jautājumi

1. Konkursa “Eksporta un inovācijas balva” norises nolikums nosaka kārtību, kādā konkursa dalībniekiem piešķir „Eksporta un inovācijas balvu” (turpmāk – balva) par sasniegumiem preču vai pakalpojumu (turpmāk – produkts) noieta veicināšanā ārvalstu tirgū (turpmāk – eksports) un vietējā tirgū, kā arī par jaunu, uz zināšanām balstītu produktu 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. Konkursu 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”, “Eksporta jaunpienācējs”, „Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts”, kā arī „Eksporta čempions” un “Inovācijas čempions”.
5. Pretendēt uz balvu konkursa kategorijās “Eksportspējīgākais komersants”, “Eksporta jaunpienācējs” un “Uz zināšanām balstīta inovācija” var Latvijā reģistrēts komersants, kas eksportē savu produktu vai ir radījis inovatīvu produktu. Pretendēt uz balvu konkursa kategorijā “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” var Latvijā reģistrēts komersants, Latvijā reģistrēta biedrība vai nodibinājums, plānošanas reģions vai pašvaldības iestāde, kas tirgū ieviesis jaunu tūrisma produktu.
6. Balva tiek piešķirta atklāta konkursa rezultātā un tās pretendentu izvērtēšana notiek divās kārtās.
7. Konkurss tiek īstenots un balvas tiek piešķirtas saskaņā ar 2021.gada 21.aprīļa Ekonomikas ministrijas apstiprināto Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra 2021.gada darbības plānu.

#### 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, 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 pozīcija ārzemju tirgos);
    - 11.2. komersanta veiktie pasākumi uzņēmuma attīstībai (tai skaitā komersanta ieguldījums produktu vai pakalpojumu kvalitātes, ražošanas procesa vai darba vides uzlabošanā);
    - 11.3. komersanta īstenotie eksporta veicināšanas pasākumi (piemēram, tirgus pētījumi, tiešais mārketinga, dalība ārvalstu izstādēs, mārketinga materiāli, tīmekļa vietnes izstrāde);
    - 11.4. komersanta radītā pievienotā vērtība;
    - 11.5. komersanta prezentācijas saturs un uzstāšanās kvalitāte.

### **III. Konkursa kategorijas “Eksporta jaunpienācējs” vērtēšanas kritēriji**

12. Uz balvu kategorijā “Eksporta jaunpienācējs” var pretendēt komersants, kura saražoto produktu eksporta apjoms aizvadītajā gadā bijis vismaz 50 000 EUR un kura eksporta apjoma pieaugums pret aizvadīto gadu ir vismaz 50 %.
13. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
  - 13.1. komersanta neto apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 13.2. komersanta eksporta apjoms (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 13.3. komersanta vecums.
14. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā:
  - 14.1. komersanta eksporta partneri (B2C un B2B eksporta kanāli un eksporta vērtība);
  - 14.2. komersanta ārējā finansējuma piesaiste eksporta attīstībai (komersanta piesaistītais ALTUM, riska kapitāla fondu un cita ārējā finansējuma avotu apjoms);
  - 14.3. komersanta ilgtermiņa eksporta potenciāls (komersanta ilgtermiņa līgumi un eksporta sadarbība, eksporta aizsardzība, tai skaitā produktu patenti, sertifikāti un citi apdrošinājumi, uzņēmuma attīstības stratēģija un vīzija nākamajiem diviem gadiem eksporta tirgu apgūšanai);
  - 14.4. komersanta produkta radīšanas procesā ieguldītā darba, laika, zināšanu un citu ieguldījumu apjoms;
  - 14.5. komersanta izmantotais LIAA atbalsts eksporta un eksportspējas veicināšanā;
  - 14.6. komersanta radītās darba vietas un to pieaugums;
  - 14.7. komersanta prezentācijas saturs un uzstāšanās kvalitāte.

### **IV. Konkursa kategorijas “Uz zināšanām balstīta inovācija” vērtēšanas kritēriji**

15. Uz balvu kategorijā “Uz zināšanām balstīta inovācija” var pretendēt komersants, kurš radījis jaunu, uz zināšanām balstītu produktu.

16. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
  - 16.1. komersanta neto apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 16.2. produkta pārdošanas apgrozījums (absolūtās vērtībās) un tā pieaugums (absolūtās vērtībās un procentuāli);
  - 16.3. komersanta darba ražīgums;
  - 16.4. ieguldītās investīcijas produkta izstrādē un attīstībā (tajā skaitā pētniecības un attīstības darbībās);
  - 16.5. komersanta radītā produkta pievienotā vērtība;
  - 16.6. intelektuālā īpašuma aizsardzības stratēģija;
  - 16.7. produkta atbilstība kvalitātes standartiem;
  - 16.8. produkta inovācijas pamatojums, inovācijas un pētniecības līmenis uzņēmumā (tai skaitā sadarbība ar citām organizācijām (zinātniski pētnieciskajām iestādēm, piemēram, starptautiskos projektos, ar citām komercsabiedrībām, piemēram, pētniecības projektos), laboratorijas vai pētniecības un attīstības struktūrvienības esamība).
17. Vērtēšanas kritēriji konkursa otrajā kārtā paredz komersanta prezentācijas satura un uzstāšanās kvalitātes vērtēšanu.

#### **V. Konkursa kategorijas “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” vērtēšanas kritēriji**

18. Uz balvu kategorijā “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” var pretendēt komersants, biedrība, nodibinājums, plānošanas reģions vai pašvaldības iestāde, kurš pēdējo divu gadu laikā ir ieviesis tirgū tādu jaunu tūrisma produktu, kurš ir ilgtspējīgs, inovatīvs, kvalitatīvs un ar augstu pievienoto vērtību, nodrošinot tūristu iesaistes iespēju, un ir piemērots ārvalstu tūristu vajadzībām.
19. Balvu šajā kategorijā piešķir divās grupās, atsevišķi vērtējot:
  - 19.1. mazo un vidējo komercsabiedrību (darbinieku skaits ir 1 -250, un tā neto apgrozījums vai kopējā gada bilance nepārsniedz 50 miljonus EUR) iesniegtos pieteikumus;
  - 19.2. biedrību, nodibinājumu, plānošanas reģionu vai pašvaldības iestāžu iesniegtos pieteikumus.
20. Vērtēšanas kritēriji konkursa pirmajā kārtā:
  - 20.1. produkta atbilstība ilgtspējīga tūrisma pamatprincipiem:
    - 20.1.1. produkts tiek veidots, saglabājot vietējos resursus, nodrošinot to ilglaicīgu attīstību;
    - 20.1.2. produkts tiek attīstīts, ņemot vērā vietējos kultūras, dabas, sociālos un ekonomiskos faktorus;
    - 20.1.3. produkta veidošana notiek sadarbībā ar citiem uzņēmumiem, un produkta ieviešana pozitīvi ietekmē vietējās ekonomikas attīstību.
  - 20.2. produkta atbilstība inovatīva tūrisma produkta pamatprincipiem: salīdzinot ar tirgū esošajiem piedāvājumiem, tiek piedāvāts jauns pakalpojums, jauns esoša pakalpojuma paveids, efektīvs tehnoloģiskais process, jauns vai uzlabots produkta pasniegšanas veids u.tml., kas palīdz saglabāt un nostiprināt stāvokli tirgū, nodrošina lielāku konkurētspēju, palielina apgrozījumu, kā arī rada citas priekšrocības.
  - 20.3. produkta eksportspēja:
    - 20.3.1. produkts tiek pārdots ārvalstu tūristiem, palielinot ārvalstu tūristu skaitu un no ārvalstīm veikto rezervāciju skaitu nākamajiem periodiem pēc tā ieviešanas tirgū;

- 20.3.2. produkts tiek virzīts ārvalstu tirgos, un informācija par produktu ir pieejama dažādos informācijas kanālos, mērķa tirgum atbilstošās valodās tajā skaitā digitālajā vidē (mājaslapa, sociālie tīkli u.tml.);
- 20.3.3. produktam ir skaidri saprotams cenas veidošanās mehānisms, un to ir iespējams pasūtīt un nopirkt.
- 20.4. produkta kvalitāte: produkts tiek veidots, izzinot klienta vajadzības un vērtējumu, produkta kvalitāte tiek kontrolēta un uzraudzīta visos tā posmos.
- 20.5. produkta atbilstība augstas pievienotās vērtības tūrisma produktam: produkts tiek veidots, efektīvi izmantojot resursus un to potenciālu, izmantojot cilvēka zināšanas un profesionalitāti.
- 20.6. produkta atbilstība tūrisma produktam ar augstu tūristu līdzdalības pakāpi un pieredzes gūšanu: produkts tiek veidots, dodot klientiem iespēju līdzdarboties, iesaistīties, gūt jaunu pieredzi.
- 21. Vērtēšanas kritērijs konkursa otrajā kārtā paredz prezentācijas satura un uzstāšanās kvalitātes vērtēšanu.

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

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

#### **VII. Konkursa kategorijas “Inovācijas čempions” vērtēšanas kritēriji**

- 24. Titula „Inovācijas čempions” pretendētus izvirza žūrijas komisija, izvērtējot Latvijas lielākos inovāciju ieviesējus, pamatojoties uz pētniecības un attīstības izmaksu datiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.
- 25. Šo titulu komersants var saņemt vienu reizi.

#### **VIII. Žūrijas komisija**

- 26. Konkursa dalībnieku izvērtēšanai Ekonomikas ministrijas valsts sekretārs izveido žūrijas komisiju, kuras sastāvā ietilpst valsts institūciju, nevalstisko organizāciju un plašsaziņas līdzekļu pārstāvji.
- 27. Žūrijas komisijas sanāksmes (tai skaitā dalībnieku vērtējumus) protokolē LIAA pārstāvis.

#### **IX. Konkursa norise un dalībnieku izvērtēšana**

- 28. Konkursu katru gadu izsludina LIAA.
- 29. Konkursa dalībnieks, 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.). Konkursa dalībnieks vienlaikus var iesniegt dalībnieka pieteikuma anketu vairākās kategorijās. Kategorijās “Uz zināšanām balstīta inovācija” un “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” konkursa dalībnieks var iesniegt vairākus pieteikumus – katru par atsevišķu produktu vai produktu līniju.
- 30. Žūrijas komisija ir tiesīga, izvērtējot konkursa pirmās kārtas pieteikumus, papildus vērtējot eksporta datus, produkta pārākumu salīdzinājumā ar līdzīgiem konkursa dalībnieka vai konkurentu tirgū esošiem produktiem un ieguldījumu ilgtspējīgas izaugsmes nodrošināšanā.

31. Konkursa pirmajā kārtā tiek izvērtēti dalībnieku pieteikumi kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, “Eksporta jaunpienācējs”, “Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts”. Dalībai konkursa otrajā kārtā žūrijas komisija izvirza piecus līdz astoņus visvairāk punktus ieguvušos balvas pretendentes katrā kategorijā.
32. Konkursa otrajā kārtā izvirzītos balvas pretendentes kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, “Eksporta jaunpienācējs”, “Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” apmeklē žūrijas komisija, veicot apskati un izvērtējumu saskaņā ar otrās kārtas vērtēšanas kritērijiem.
33. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, “Eksporta jaunpienācējs”, “Uz zināšanām balstīta inovācija” un “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” abās kārtās iegūtie punkti tiek summēti.
34. Kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, “Eksporta jaunpienācējs”, “Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” var tikt piešķirta 1. vieta, 2. vieta, 3. vieta un atzinība par dalību konkursā.
35. Kategorijā „Eksporta čempions” un “Inovācijas čempions” katru gadu tiek apbalvots viens komersants.
36. Visa konkursa dalībnieku sniegtā informācija ir konfidenciāla un tā netiks izmantota komerciāliem mērķiem un izplatīta trešajām personām.
37. Žūrijas komisijas locekļi, uzsākot konkursa dalībnieku iesniegto pieteikumu vērtēšanu, paraksta apstiprinājumu par informācijas neizpaušanu.

#### **X. Konkursa dalībnieku personas datu apstrādes noteikumi**

38. Konkursa dalībnieku personas datu apstrādes drošības noteikumi nosaka kārtību, kādā LIAA nodrošina konkursa kontaktpersonu datu apstrādi, drošību un aizsardzību.
39. Lietoti termini:
  - 39.1. 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, kā arī kontaktpersonu un/vai konkursa dalībnieku pārstāvju attēli fotogrāfiju, audio un video ierakstu veidā;
  - 39.2. kontaktpersona – fiziska persona, kas aizpilda un iesniedz konkursa dalībnieka pieteikuma anketu pirmajā kārtā (turpmāk – kontaktpersona);
  - 39.3. dalībnieks – juridiska persona – komersants, kurš piedalās konkursā (turpmāk – dalībnieks);
  - 39.4. 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 darot tos pieejamus, saskaņošana vai kombinēšana, ierobežošana, dzēšana vai iznīcināšana.
40. Personas dati tiek vākti un apstrādāti, lai nodrošinātu dalībnieka dalību konkursā un informētu par konkursa norisi. Bez kontaktpersonas datu iegūšanas un tālākās apstrādes LIAA nevar nodrošināt dalībnieka dalību konkursā.
41. Personas datu apstrādes mērķis ir konkursa organizatoriskās un operatīvās informācijas apmaiņas nodrošināšana, kā arī uzvarētāju publiskošana.
42. LIAA nodrošina personas datu nepieejamību trešajām personām, izņemot gadījumus, kad kontaktpersona ir devusi atļauju datu nodošanai trešajām personām.
43. 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. Pēc konkursa personas dati tiek dzēsti, izņemot ciktāl to apstrāde nepieciešama konkursu balvas saņemšanai un izmantošanai, kā arī LIAA publicitātes nodrošināšanai, informācijas apkopošanai un publiskošanai par konkursa uzvarētājiem, t.sk., reklamējot konkursu nākamajos gados.

44. Fotografijas no konkursa apbalvošanas pasākuma LIAA var izmantot publicitātes nolūkos, lai informētu par LIAA sniegtajiem pakalpojumiem, tās ievietojot LIAA tīmekļvietnē [www.liaa.gov.lv](http://www.liaa.gov.lv). Saņemtos personas datus LIAA apstrādā saskaņā ar LIAA Privātuma politiku (pieejama šeit: <https://www.liaa.gov.lv/lv/privatuma-politika>).

## **XI. Konkursa balvu fonds**

45. Konkursa dalībnieki iegūst šādas balvas atkarībā no iegūtās vietas:
- 45.1. 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 un:
- 45.1.1. pirmās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” , “Eksporta jaunpienācējs” tiek apbalvoti ar konkursa zīmi (turpmāk – zīme), kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem;
- 45.1.2. pirmās vietas ieguvēji kategorijās “Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” 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.
- 45.2. 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 un:
- 45.2.1. otrās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants” , “Eksporta jaunpienācējs” tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem;
- 45.2.1. otrās vietas ieguvēji kategorijās “Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” 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.
- 45.3. trešās vietas ieguvēji saņem Ekonomikas ministrijas diplomu un LIAA balvu – apmaksātu reklāmas laukumu pēc izvēles vienā no LIAA informatīvajiem izdevumiem un:
- 45.3.1. trešās vietas ieguvēji kategorijās „Eksportspējīgākais komersants”, “Eksporta jaunpienācējs” tiek apbalvoti ar zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem;
- 45.3.2. trešās vietas ieguvēji kategorijās “Uz zināšanām balstīta inovācija”, “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” 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.

- 45.4. Dalībniekiem, kuri tika izvirzīti konkursa otrajai kārtai un neieguva pirmo, otro vai trešo vietu kādā no kategorijām, tiek pasniegti Ekonomikas ministrijas pateicības raksti.
- 45.5. titula „Eksporta čempions” un “Inovācijas čempions” ieguvēji tiek apbalvoti ar Ekonomikas ministrijas diplomu un zīmi, kuru tie ir tiesīgi izmantot uz visiem saviem produktiem vai produktu līnijām, kā arī uz to mārketinga materiāliem.
46. Žūrijas komisija ir tiesīga piešķirt konkursa speciālbalvas.
47. Konkursa norises finansiālajam nodrošinājumam var tikt piesaistīti sponsoru līdzekļi.
48. 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.

## XII. Eksporta un inovācijas balvas zīmes lietošanas noteikumi

49. Zīmi var lietot tikai ar tā gada skaitli, kurā iegūta balva.
50. Zīme ir izmantojama latviešu vai angļu valodā.
51. Zīmei ir seši dažādi veidi:

- 51.1. konkursa “Eksporta un inovāciju balva” zīme:



- 51.2. balvas “Eksportspējīgākais komersants” zīme:



- 51.3. balvas “Eksporta jaunpieņācējs” zīme:



- 51.4. balvas “Eksporta čempions” zīme:





- 51.5. balvas “Eksportspējīgākais jaunais tūrisma produkts” zīme:



- 51.6. balvas “Uz zināšanām balstīta inovācija” zīme:



- 51.7. balvas “Inovāciju čempions”



52. Zīmes novietojumu uz produkcijas balvas saņēmējs saskaņo ar LIAA.
53. Zīmi var attēlot: melnu zīmi uz gaiša fona vai baltu zīmi uz tumša fona.
54. 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, kas satur vairākas minerālūdens pudeles).
55. Zīmi var lietot uz:
- 55.1. produkta vai produkta līnijas;
  - 55.2. iepakojuma;
  - 55.3. mārketinga materiāliem.
56. Zīmei jābūt:
- 56.1. viegli saskatāmai;
  - 56.2. novietotai uz produkta, produkta iepakojuma (tirdzniecības iepakojuma vai sekundārā iepakojuma) vai mārketinga materiālu ārējās virsmas;
  - 56.3. izmēru ziņā proporcionālai iepakojumam;
  - 56.4. saskatāmai arī pēc iepakojuma atvēršanas.