



## Konkursa "Vidzemes inovāciju balva" norises nolikums

### I. Vispārīgie jautājumi

1. Konkursa "Vidzemes inovāciju balva" (turpmāk – konkurss) norises nolikums nosaka mērķi un kārtību, kādā konkursa dalībniekiem piešķir "Vidzemes inovāciju balva" (turpmāk – balva).
2. Konkursa mērķis ir godināt Vidzemes reģiona uzņēmējus par sasniegumiem produktu un pakalpojumu attīstībā, kā arī sekmēt inovācijas, ilgtspēju un sociālo atbildību, analizējot un novērtējot veiksmīgākos uzņēmējus un to produktus un pakalpojumus. Tā mērķis paredz godināt arī valsts un nevalstiskās organizācijas, kā arī pašvaldības par atbalstu uzņēmējdarbības un inovāciju attīstības veicināšanai.
3. Konkursu organizē Vidzemes plānošanas reģions (turpmāk- VPR).
4. Konkursa rezultātā tiek piešķirtas balvas uzņēmējiem trīs kategorijās: **"Inovācija", "Ilgtspēja", "Sociālā atbildība"**.
5. Konkursā tiek pasniegtas īpašas specbalvas (turpmāk – specbalva) vienai vai vairākām organizācijām - pašvaldībām, pētniecības un zināšanu organizācijām, valsts un nevalstiskām institūcijām (turpmāk – organizācija), kuras ir veikušas nozīmīgu darbu uzņēmējdarbības inovāciju attīstības veicināšanai.

### II. Konkursa norise

6. Konkurss tiek organizēts vienu reizi gadā, kura noslēgumā tiek pasniegtas balvas Vidzemes plānošanas reģiona organizētā pasākumā "Vidzemes inovāciju nedēļa". Tiesības izvirzīt pretendentes Konkursam ir jebkuram Latvijas iedzīvotājam, organizācijai, uzņēmuma kolektīvam, komersantam, biedrībai, iestādei un pašvaldībai. Pretendentus izvirza, aizpildot pieteikuma [anketu invest.vidzeme.lv](http://anketu.invest.vidzeme.lv) līdz 31. janvārim.
7. Rezultātu apkopošanu, kategorijām izvirzīto pretendentu izvērtēšanu atbilstoši konkursa nolikuma kritērijiem, uzvarētāju noteikšanu, veic Vidzemes plānošanas reģiona konkursa žūrijas komisija (turpmāk tekstā – komisija). Komisiju, ne mazāk kā 5 locekļu sastāvā apstiprina VPR. Komisija ir tiesīga pieaicināt citus ekspertus.
8. VPR ir tiesīgs izvirzīt vērtēšanai savus pretendentes.
9. Komisija, izvērtējot pretendentes, atbilstoši konkursa vērtēšanas kritērijiem saskaņā ar nolikuma Pielikumu Nr.1. izvirza uzvarētāju katrā Konkursa kategorijā. Pirms balsojuma komisijas locekļi diskutē par katru no nominantiem un izvērtē to atbilstību kritērijiem. Ja balsis sadalās vienādi, noteicošā ir komisijas priekšsēdētāja balss.
10. Komisijai ir tiesības kādā no kategorijām nepiešķirt balvu, ja uz to nav izvirzīts neviens pretendents vai pieteiktie pretendenti neatbilst konkursa nolikumam.

### III. Konkursa pretendenti

11. Konkursā var piedalīties uzņēmēji, pašvaldības, valsts un nevalstiskās institūcijas, kuru darbība tiek īstenota Vidzemes plānošanas reģiona teritorijā (Alūksnes novads, Cēsu novads, Gulbenes novads, Limbažu novads, Madonas novads, Ogres novads, Saulkrastu novads, Smiltenes novads, Valmieras novads, Valkas novads, Varakļānu novads), neatkarīgi no juridiskā statusa.
12. Konkursā var piedalīties uzņēmumi, kuri reģistrēti Valsts ieņēmumu dienestā kā nodokļu maksātāji, un, kuriem:
  - 12.1. Nodokļu parāds nepārsniedz 150 EUR (informācija tiek pārbaudīta VID publiskojamo datu bāzē žūrijas komisijas lēmuma pieņemšanas dienā);
  - 12.2. Ar tiesas lēmumu nav pasludināti par maksātnespējīgiem;
  - 12.3. Tā saimnieciskā darbība nav izbeigta vai neatrodas likvidācijas procesā.

### IV. Konkursa kategorijas un vērtēšanas kritēriji

13. Kategorijā **“Inovācija”** balvu saņem uzņēmums, kurš pēdējo 3 gadu laikā ir radījis jaunus inovatīvus produktus un/vai pakalpojumus vai jaunā līmenī attīstījis jau esošu produktu/pakalpojumu, uzrāda pieaugumu jaunam tirgus potenciālam. Inovācija ir process, kurā jaunas zinātniskās, tehniskās, sociālās, kultūras vai citas jomas idejas, izstrādnes un tehnoloģijas tiek īstenotas tirgū pieprasītā un konkurētspējīgā produktā vai pakalpojumā.
  - 13.1. Kategorijā **“Inovācija”** vērtēšanas kritēriji:
    - 13.1.1. Pēdējo trīs gadu laikā radīts jauns inovatīvs produkts/pakalpojums vai jaunā līmenī attīstīts jau esošs produkts/pakalpojums;
    - 13.1.2. Produktam/pakalpojumam ir komercializācijas potenciāls vietējā un eksporta tirgos;
    - 13.1.3. Produkts/pakalpojums ir ar augstu pievienoto vērtību un tam ir konkurētspējas priekšrocība tirgū;
    - 13.1.4. Vērtības piedāvājums un konkurētspējas priekšrocības.
    - 13.1.5. Saimnieciskā darbība atbilst viedās specializācijas prioritārajām jomām (kokpastrāde, pārtikas un dzērienu ražošana, mežsaimniecība, lauksaimniecība, atjaunojamo resursu enerģijas ražošana, veselības aprūpe un rehabilitācija, zilā bioekonomika) saskaņā ar Vidzemes plānošanas reģiona Attīstības programmas 2022-2027.gadam.
14. Kategorijā **“Ilgtspēja”** balvu saņem uzņēmums, kurš pēdējo 3 gadu laikā ir veicis ieguldījumus un ieviesis risinājumus ilgtspējīga uzņēmuma attīstībā nākotnē. Ilgtspējīga uzņēmējdarbība apvieno ekonomiskās, sociālās un vides prasības, ieguldot resursus un inovācijas uzņēmējdarbībā, lai nodrošinātu ilgtermiņa attīstību un mazinātu ietekmi uz vidi.
  - 14.1. Kategorijā **“Ilgtspēja”** vērtēšanas kritēriji:
    - 14.1.1. Uzņēmums savu darbību īsteno, ievērojot Eiropas zaļā kursa mērķi ceļā un klimatneitralitāti, siltumnīcu gāzu emisiju samazināšanu un pielāgošanos klimata pārmaiņām un īsteno kādu no vairākām iniciatīvām:

- 14.1.1.1. Uzņēmums ieviesis jaunus, ilgtspējīgus pārvaldības modeļus un principus, veicot atbilstošas sertifikācijas;
    - 14.1.1.2. Uzņēmums efektīvi izmanto resursus, izmanto otrreiz pārstrādājumus izejmateriālus, veic pārstrādi vai ieviesis citus risinājumus, kas atbilst aprites ekonomikas principiem;
    - 14.1.1.3. Uzņēmums savu darbību īsteno atbilstoši bioloģiskās saimniekošanas standartiem, veicina bioloģisko daudzveidību.
15. Kategorijā **“Sociālā atbildība”** balvu saņem uzņēmums, kurš pēdējo 3 gadu laikā ir veicis ieguldījumu un atbalstījis pasākumus sabiedrības interesēs, tai skaitā kultūras, sporta, sociālās iekļaušanas, bērnu un jauniešu izglītībā, vides aizsardzībā, valsts tautsaimniecībā un citās sabiedrībai nozīmīgās jomās.
  - 15.1. Kategorijā **“Sociālā atbildība”** vērtēšanas kritēriji:
    - 15.1.1. Uzņēmums ir finansiāli atbalstījis vai organizējis sabiedriski nozīmīgus pasākumus kultūras, sporta, izglītības, vides aizsardzības, veselības un sociālajās jomās.
    - 15.1.2. Uzņēmums savā darbībā ievēro un īsteno korporatīvi sociālās atbildības principus, ko paredz Latvijas darba devēju konfederācijas Memorands par korporatīvās sociālās atbildības principiem;
    - 15.1.3. Uzņēmums savu darbību īsteno pēc sociālas uzņēmējdarbības pamatprincipiem un veic saimniecisko darbību, kas rada labvēlīgu un nozīmīgu sociālo ietekmi, nodarbinot mērķa grupas vai uzlabojot dzīves kvalitāti sabiedrības grupām, kuru dzīvi ietekmē sabiedrībai būtiskas problēmas, vai veicot citas sabiedrībai nozīmīgas darbības, kas rada ilgstošu pozitīvu sociālo ietekmi.
16. Konkursa komisija ir tiesīga noteikt papildus kritērijus pēc saviem ieskatiem.
17. Konkursa specbalva tiek piešķirta vienai vai vairākām organizācijām - pašvaldībām, pētniecības un zināšanu organizācijām, valsts un nevalstiskām institūcijām par atbalsta sniegšanu inovāciju un uzņēmējdarbības attīstībā. Kritērijus balvas piešķiršanai nosaka un izvērtē žūrijas komisija.

## V. Inovāciju balvas zīmes lietošanas noteikumi

18. Vidzemes plānošanas reģions, pasniedzot balvu, piešķir uzņēmējam tiesības lietot inovāciju balvas saņēmēja zīmi.
19. Zīmi var lietot tikai ar tā gada skaitli, kurā iegūta balva.
20. Zīme ir izmantojama latviešu vai angļu valodā.
21. Zīmei ir trīs dažādi veidi:
  - 22.1. balvas "Inovācija" zīme:

INOVĀCIJA

VIDZEMES INOVĀCIJU BALVA  
2024

INNOVATION

VIDZEME INNOVATION AWARD  
2024

- 22.2. balvas "Ilgtspēja" zīme:

ILGTSPĒJA

VIDZEMES INOVĀCIJU BALVA  
2024

SUSTAINABILITY

VIDZEME INNOVATION AWARD  
2024

- 22.3. balvas "Sociālā atbildība" zīme:

SOCIĀLĀ ATBILDĪBA

VIDZEMES INOVĀCIJU BALVA  
2024

SOCIAL RESPONSIBILITY

VIDZEME INNOVATION AWARD  
2024

22. Zīmes novietojumu uz produkcijas balvas saņēmējs saskaņo ar VPR.

23. Zīmi var attēlot: melnu zīmi uz gaiša fona vai baltu zīmi uz tumša fona.
24. 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).
25. Zīmi var lietot uz produkta vai produkta līnijas, iepakojuma, mārketinga materiāliem.
26. Zīmei jābūt viegli saskatāmai (arī pēc iepakojuma atvēršanas), novietotai uz produkta, produkta iepakojuma (tirdzniecības iepakojuma vai sekundārā iepakojuma) vai mārketinga materiālu ārējās virsmas, izmēru ziņā proporcionālai iepakojumam.

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

27. Konkursa dalībnieku personas datu apstrādes drošības noteikumi nosaka kārtību, kādā VPR nodrošina konkursa kontaktpersonu datu apstrādi, drošību un aizsardzību.
28. Lietoti termini:
  - 28.1. 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;
  - 28.2. kontaktpersona – fiziska persona, kas aizpilda un iesniedz konkursa dalībnieka pieteikuma anketu pirmajā kārtā (turpmāk – kontaktpersona);
  - 28.3. dalībnieks – juridiska persona – komersants, kurš piedalās konkursā (turpmāk – dalībnieks);
  - 28.4. 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 darīt tos pieejamus, saskaņošana vai kombinēšana, ierobežošana, dzēšana vai iznīcināšana.
29. Personas dati tiek vākti un apstrādāti, lai nodrošinātu dalībnieka dalību konkursā un informētu par konkursa norisi. Bez kontaktpersonas datu iegūšanas un tālākās apstrādes VPR nevar nodrošināt dalībnieka dalību konkursā.
30. Personas datu apstrādes mērķis ir konkursa organizatoriskās un operatīvās informācijas apmaiņas nodrošināšana, kā arī uzvarētāju publiskošana.
31. VPR nodrošina personas datu nepieejamību trešajām personām, izņemot gadījumus, kad kontaktpersona ir devusi atļauju datu nodošanai trešajām personām.
32. 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 VPR publicitātes nodrošināšanai, informācijas apkopošanai un publiskošanai par konkursa uzvarētājiem, t.sk., reklamējot konkursu nākamajos gados.
33. Fotogrāfijas no konkursa apbalvošanas pasākuma VPR var izmantot publicitātes nolūkos, lai informētu par VPR sniegtajiem pakalpojumiem, tās ievietojot VPR tīmekļvietnē [www.vidzeme.lv](http://www.vidzeme.lv)

34. Saņemtos personas datus VPR apstrādā saskaņā ar VPR Privātuma politiku (pieejama šeit: [http://www.vidzeme.lv/lv/fizisko\\_personu\\_datu\\_aizsardziba](http://www.vidzeme.lv/lv/fizisko_personu_datu_aizsardziba))

## VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI

Nr. p.k.	Kritērijs	Max punktu skaits	legūtais punktu skaits	Pamatojums vērtējumam
<b>Kategorijā "Inovācija"</b>				
1.	Pēdējo trīs gadu laikā radīts jauns inovatīvs produkts/pakalpojums vai jaunā līmenī attīstīts jau esošs produkts/pakalpojums	3		3 – ir 0 – nav
2.	Produktam/pakalpojumam ir komercializācijas potenciāls eksporta tirgos	3		3 – ir augsts potenciāls ārvalstu tirgos 2 – ir tirgus potenciāls vismaz uz vienu ārvalsti 1 – ir potenciāls Latvijas tirgū 0 – nav pamatojuma tirgus potenciālam
3.	Produkts/pakalpojums pievienotā vērtība un konkurētspēja	3		3 – augsta pievienotā vērtība 2 – vidēja pievienotā vērtība 1 – zema pievienotā vērtība 0 – nav pamatojuma
4.	Saimnieciskā darbība atbilst viedās specializācijas prioritārajām jomām (kokpastrāde, pārtikas un dzērienu ražošana, mežsaimniecība, lauksaimniecība, atjaunojamo resursu enerģijas ražošana, veselības aprūpe un rehabilitācija, zilā bioekonomika) saskaņā ar Vidzemes plānošanas reģiona Attīstības programmu 2022-2027.gadam	3		3 – atbilst 0 – neatbilst
<b>Kategorijā "Ilgspēja"</b>				
5.	Uzņēmums savu darbību īsteno, ievērojot Eiropas zaļā kursa mērķi	3		3 – ievēro, ievieš un popularizē vairākas

	<p>ceļā un klimatneitralitāti, siltumnīcu gāzu emisiju samazināšanu un pielāgošanos klimata pārmaiņām, piemēram, ieviesis inovatīvu risinājumu ilgtspējas veicināšanai efektīvi izmanto resursus, izmanto otrreiz pārstrādājumus izejmateriālus, veic pārstrādi vai ieviesis citus risinājumus, kas atbilst aprites ekonomikas principiem vai savu darbību īsteno atbilstoši bioloģiskās saimniekošanas standartiem, veicina bioloģisko daudzveidību</p>			<p>iniciatīvas</p> <p>2 – ievēro un ievieš vairākas iniciatīvas</p> <p>1 – ievēro un ievieš vismaz vienu iniciatīvu</p> <p>0 – nav pamatots</p>
<b>Kategorijā “Sociālā atbildība”</b>				
<b>6.</b>	<p>Uzņēmums ir finansiāli atbalstījis vai organizējis sabiedriski nozīmīgus pasākumus kultūras, sporta, izglītības, vides aizsardzības, veselības un sociālajās jomās</p>	<b>3</b>		<p>3 – atbalstījis un organizējis vismaz vienu pasākumu</p> <p>2 – atbalstījis vai organizējis vismaz vienu pasākumu</p> <p>0 – nav pamatots</p>
<b>7.</b>	<p>Uzņēmums savā darbībā ievēro un īsteno korporatīvi sociālās atbildības principus, ko paredz Latvijas darba devēju konfederācijas Memorands par korporatīvās sociālās atbildības principiem</p>	<b>3</b>		<p>3 – ievēro pilnībā</p> <p>2 - ievēro daļēji</p> <p>0 – nav pamatots</p>
<b>8.</b>	<p>Uzņēmums savu darbību īsteno pēc sociālas uzņēmējdarbības pamatprincipiem un veic saimniecisko darbību, kas rada labvēlīgu un nozīmīgu sociālo ietekmi, nodarbinot mērķa grupas vai uzlabojot dzīves kvalitāti sabiedrības grupām, kuru dzīvi ietekmē sabiedrībai būtiskas problēmas, vai veicot citas sabiedrībai nozīmīgas darbības, kas rada ilgstošu pozitīvu sociālo ietekmi</p>	<b>3</b>		<p>3 - ievēro pamatprincipus un popularizē sabiedrībā</p> <p>2 – ievēro pamatprincipus</p> <p>0 – nav pamatots</p>