



## AS “CleanR Grupa” Godīga un ētiska mārketinga principi

### GRUPAS MISIJAS ĪSTENOŠANA

AS “CleanR Grupa” (turpmāk – Grupa) godīga un ētiska mārketinga principi veicina Grupas misijas īstenošanu: “Mēs ticam, ka gādājot par cilvēkiem, mēs rūpējamies par planētu – un otrādi”, kas ietver gan iesaisti ilgtspējīgas valsts vides politikas veidošanā un attīstīšanā, gan ikdienas atbalstu un ikviena sabiedrības locekļa izpratnes vairošanu un izglītošanu jautājumos, kas vērsti uz vides saudzēšanu, uzturēšanu, kopšanu, ilgtspēju un patēriņa mazināšanu.

Grupas mārketinga principi ir vērsti uz sociālās atbildības jautājumu integrēšanu arī komerciālā mārketinga aktivitātēs. Grupas mārketinga aktivitātes atspoguļo uzņēmuma ētisko attieksmi pret patērētāju un sabiedrību kopumā, ietverot sabiedrības atvēršanos, izglītošanas un pilnveidošanas funkciju.

### SOCIĀLĀ ATBILDĪBA

Grupas mārketinga aktivitāšu uzdevums ir akcentēt Grupas sociālo atbildību par sabiedrības pašreizējām un ilgtermiņa interesēm, fokusējoties uz sabiedrības izglītošanu un piedāvājot risinājumus, kas vērsti uz sabiedrības un indivīda kopējās dzīves un vides kvalitātes celšanu. Grupas mārketinga principi paredz vienlīdzīgu fokusu kā kopējas sabiedrības un tās atsevišķo indivīdu, tā arī savu darbinieku izglītošanu par vides saudzēšanu, efektīvu atkritumu apsaimniekošanu, tostarp atkritumu šķirošanu un pārmērīga patēriņa samazināšanu, kā arī citiem ilgtspējas jautājumiem.

CleanR Grupa akcentē ilgtspējīgas resursu izmantošanas veidus, ar mērķi, saudzējot vidi, nodrošināt cilvēku vajadzības pašreiz un turpmākajās paaudzēs. Grupas mārketinga aktivitātes ir vērstas uz prasmju un ilgtspējīgu ieskatu attīstīšanu ar mērķi vairojot sociālo ieguvumu un atstātu pozitīvu ietekmi uz sabiedrības veselību, labklājību un izaugsmi saskaņā ar ilgtspējīgas vides politikas pamatnostādnēm.

### IZGLĪTOŠANA UN “ZAĻĀ MĀRKETINGA” PRINCIPI

Nozīmīgs Grupas mārketinga aktivitāšu segments ir bērnu un jauniešu izglītošana par vides saudzēšanas, atkritumu šķirošanas un ilgtspējas jautājumiem. Arī darbā ar jauniešiem mārketinga aktivitātes ir vērstas uz bērnu izpratnes celšanu un sociālo prasmju veidošanu un attīstīšanu vides ilgtspējas nodrošināšanai.

Grupa praktizē “zaļā mārketinga” principus, praktizējot produktu un pakalpojumu reklamēšanu videi draudzīgā veidā. Iespēju robežās atsakoties no neefektīvas dabas resursu tērēšanas mārketinga aktivitāšu vajadzībām – prioritāri mārketinga materiālu pieejamība tiek nodrošināta digitālā vidē, to druka notiek tikai uzņēmuma situācijās. Savukārt, izvēloties reprezentācijas materiālus, Grupa pievērš uzmanību to atbilstībai kā vides un ekoloģiskajām, tā arī organiskā un “zaļā mārketinga” principiem.

### SADARBĪBA IETVARĀS

Kopīgo vides mērķu sasniegšanā Grupas mārketinga principi nosaka atvērtību sadarbībai nozares un starpnozaru līmenī. Kas sevī iekļauj gan dalīšanos ar Grupas veikto kvalitatīvo pētījumu datiem, gan strādājot pie vienotu priekšlikumu izstrādes kopējās vides nozares politikas pilnveidei, iesaistoties arī pilnvērtīgas vides izglītības materiālu bāzes izstrādē. Grupas uzņēmumi dalās ar savām zināšanām un pieredzi, lai palīdzētu citiem uzņēmumiem, iestādēm un sabiedrībai apgūt veidus, kā atbildīgi patērēt resursus un nodrošināt to pārstrādi.



Efektīvāku rezultātu sasniegšanai Grupa ir atvērta un aktīvi iniciē sadarbību gan ar nozares uzņēmumiem, gan pašvaldībām, uzņēmumiem un nevalstiskajām organizācijām.

## **ATBILSTĪBA**

Plānojot un īstenojot mārketinga aktivitātes, Grupa strikti ievēro Latvijas un starptautiskajos tiesību normās definētos likumības, patiesuma, objektivitātes, godprātīgas reklāmas prakses un godīgas konkurences principus. Veicinot zīmola uzticamību un atpazīstamību, strikta uzmanība tiek pievērsta atbildīgas, ilgtspējīgas un caurspīdīgas uzņēmējdarbības praksei.

Grupa atbildīgi ievēro Latvijā un Eiropas Savienībā pieņemto regulējumu attiecībā uz personu datu aizsardzību un to izmantošanu komunikācijas mērķiem, kā arī tiek īstenota atbilstoši ētikas un godīgas konkurences pamatprincipiem.

Grupas uzņēmumi regulāri veic pētījumus un aptaujas, lai izzinātu klientu vajadzības, vēlmes un ierosinājumus, kas var veicināt efektīvākas mārketinga aktivitātes vides izglītības un ilgtspējas jautājumos. Grupas mārketinga komunikācijas materiālu saturs un izplatīšana tiek īstenota tā, lai ikviens neatkarīgi no vecuma, tautības un dzīvesvietas, saņemtu sev svarīgāko informāciju. Komunikācijas materiāli tiek izstrādāti atbildīgi un tā, lai nekādā veidā neveicinātu diskrimināciju, naidu vai agresiju.