

Działalność sponsoringowa Grupy ENERGA

Działalność sponsoringową Grupy ENERGA regulują „Zasady prowadzenia działalności sponsoringowej Grupy ENERGA”, które są zgodne z przyjętą przez Radę Nadzorczą ENERGA SA Strategią Grupy Kapitałowej ENERGA na lata 2013 - 2020 oraz spełniają kryteria zawarte w Zarządzeniu Nr 5 Ministra Skarbu Państwa z dnia 13 lutego 2009 roku w sprawie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa.

Zgodnie z Modelem regulacji działalności sponsoringowej spółek z udziałem Skarbu Państwa, stanowiącym załącznik do ww. Zarządzenia, do głównych celów działań sponsoringowych realizowanych przez Grupę ENERGA należy zaliczyć:

- propagowanie (upowszechnianie i wzmacnianie) marki Grupy ENERGA poprzez zwiększenie stopnia znajomości marki i zasięgu jej oddziaływania,
- budowę pozytywnego wizerunku Grupy ENERGA poprzez przeniesienie na nią skojarzeń z podmiotu sponsorowanego,
- wsparcie działań promocyjno-handlowych,
- dotarcie z przekazem do istotnych dla Grupy ENERGA środowisk,
- budowę reputacji Grupy ENERGA,
- budowę relacji biznesowych i pozabiznesowych istotnych z punktu widzenia Grupy ENERGA.

Działania sponsoringowe Grupy ENERGA mają wspierać Misję, Wizję oraz Wartości i Cele Strategiczne Grupy Kapitałowej.

Działania sponsoringowe Grupy ENERGA mogą być podejmowane w następujących obszarach:

1. kluby sportowe zorganizowane w formie spółek akcyjnych, uczestniczące w ligach zawodowych,
2. przedsięwzięcia sportowe (w ramach programu ENERGA Sport),
3. przedsięwzięcia kulturalne, w tym wydarzenia masowe (w ramach programu ENERGA Mecenat),
4. nauka i szkolnictwo każdego szczebla (w ramach programu ENERGA Edukacja),
5. inicjatywy proekologiczne (w ramach programu ENERGA dla Przyrody),
6. akcje społeczne, w tym realizowane przez Fundację ENERGA,
7. konferencje, kongresy, sympozja, targi, granty i inne, związane z obszarem działalności Grupy ENERGA.

Podmioty zainteresowane współpracą zobowiązane są do przygotowania ofert sponsoringowych, w których należy określić:

- misję i cele imprezy,
- grupę docelową i otoczenie imprezy,
- planowane działania promocyjno-reklamowe,
- oferowane sponsorowi tytuły i pakiety sponsorskie,
- partnerów i patronów imprezy, w tym patronów medialnych,
- plan działania i schemat przygotowań imprezy,
- sposób kontroli i monitorowania efektywności działań na rzecz sponsora.

Wnioski należy przysyłać drogą elektroniczną za pośrednictwem [formularza](#). Wnioski dostarczone w innej formie nie będą rozpatrywane.

ENERGA nie rozpatruje wniosków:

- składanych później, niż na miesiąc przed wydarzeniem, które miałyby być sponsorowane,
- na których nie umieszczono kontaktu zwrotnego,
- charakterze politycznym,
- służących jakiegokolwiek dyskryminacji,
- naruszających prawo czy ogólnie przyjęte normy społeczne,
- tematycznie nawiązujących do uzależnień (np. od alkoholu, tytoniu, itp.) i patologii,
- złożonych przez kościoły i związki wyznaniowe nie ujęte w prowadzonym przez Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji rejestrze kościołów i związków wyznaniowych, których relacje z państwem polskim regulują odrębne ustawy.

Decyzja o realizacji działania sponsoringowego uzależniona jest od budżetu na działania sponsoringowe Grupy ENERGA przyjętego na dany rok, realizacji ww. celów zgodnie z przyjętymi przez Grupę ENERGA priorytetami oraz od oceny skuteczności i efektywności działania sponsoringowego.

Odpowiedzi na wnioski w sprawie zaangażowania sponsoringowego podawane są do wiadomości wnioskodawcy drogą pisemną, e-mailową lub telefoniczną najpóźniej w ciągu 30 dni od daty wpłynięcia wniosku do siedziby ENERGA SA.