



Wytyczne dotyczące sponsoringu i promocji ArcelorMittal Poland

NASZ CEL

Głównym celem działań związanych z promocją marki ArcelorMittal Poland jest budowanie długoterminowych relacji z lokalnymi społecznościami sąsiadującymi z oddziałami ArcelorMittal Poland.

Wszystkie oferty i prośby o patronat, sponsoring czy też inne formy wsparcia przesyłane do ArcelorMittal Poland są rozpatrywane pod kątem spójności z polityką promocyjną firmy.

JAKIE DZIAŁANIA

Obszary, w których prowadzimy działalność promocyjną firmy są ściśle powiązane z filarami odpowiedzialności biznesu. Są to: bezpieczna i zrównoważona produkcja stali, dbanie o pracowników, wspieranie lokalnych społeczności oraz ład korporacyjny.

Kryteria oceny

Wszelkie oferty sponsoringu przesyłane do ArcelorMittal Poland oceniane pod kątem spełniania następujących kryteriów:

- zgodność z filarami odpowiedzialności biznesu
- możliwość promocji marki

- lokalizacja i korzyści dla lokalnych społeczności
- możliwość budowania długoterminowych relacji z adresatami projektów
- możliwość popularyzacji przedsięwzięć i rozwiązań dotyczących przemysłu stalowego
- możliwość promocji produktów i projektów ArcelorMittal Poland
- wydarzenia i projekty o charakterze religijnym
- wyprawy, projekty podróżnicze
- finansowanie partii, organizacji politycznych lub polityków
- pokazy mody
- wybory miss

Przykładowe projekty, które **spełniają** kryteria oceny ArcelorMittal Poland:

- społeczności lokalne: Dni Dąbrowy Górniczej
- kultura i sztuka: Festiwal Muzyki Filmowej w Krakowie
- wydarzenia branżowe: konferencja SteelMarket
- popularyzacja hutnictwa: Dymarki Świętokrzyskie

Przykładowe projekty, które **nie spełniają** kryteriów oceny ArcelorMittal Poland:

- prośby o sponsoring osób prywatnych
- sport zawodowy oraz dyscypliny sportów ekstremalnych, sponsoring drużyn sportowych

CO POWINNA ZAWIERAĆ OFERTA

Przesyłane oferty muszą zawierać:

- listę świadczeń reklamowo-promocyjnych
- wartość świadczeń reklamowo-promocyjnych
- lokalizację wydarzenia
- szacowaną liczbę uczestników/odbiorców