



Obrót S.A.

Siedem dobrych praktyk CSR realizowanych w ubiegłym roku przez GK PGE znalazło się w raporcie „Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2016”. W tym cztery wypracowane przez spółkę PGE Obrót z siedzibą w Rzeszowie. Autorem publikacji jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Raport jest co roku największym w Polsce przeglądem działań biznesu społecznie odpowiedzialnego. Piętnasta jego edycja zawiera opisy praktyk 180 firm, które swoje działania realizowały w 2016 roku. Pogrupowane one zostały według siedmiu obszarów normy ISO 26000: ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki związane z miejscem pracy, środowisko naturalne, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienia konsumenckie, zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej.

Wśród opublikowanych praktyk i programów CSR GK PGE znalazły się m.in. program certyfikacji Zielone Biuro w PGE, standardy współpracy z dostawcami oraz wdrożone w 2016 roku Dobre Praktyki Zakupowe, które zobowiązują dostawców Grupy do etycznego i odpowiedzialnego udziału w postępowaniach oraz na dalszych etapach współpracy.

Szczególne ważne dla Grupy PGE są zagadnienia konsumenckie realizowane głównie przez spółkę PGE Obrót, zajmującą się sprzedażą energii. Uświadamianie i edukowanie klientów, poszukiwanie rozwiązań, które pozwolą na zaspokojenie ich potrzeb są jednym z celów naszego strategicznego myślenia o odpowiedzialnym zarządzaniu. W Raporcie FOB wyróżnione zostały działania skierowane do osób niesłyszących – nauka pracowników biur obsługi języka migowego, dzięki temu mogą oni obsługiwać osoby niedosłyszące i głuchonieme w wygodny dla nich sposób bez konieczności korzystania z pomocy innych osób.

Ważnym elementem działań Grupy PGE na rzecz klientów jest budowanie ich świadomości na temat technik nieuczciwych sprzedawców energii, często podszywających się pod markę PGE. Akcja „Daj się oświecić” skierowana była do klientów PGE narażonych na działanie nieuczciwych sprzedawców energii elektrycznej i uświadamiała techniki, którymi się posługują. W czasie jej trwania okazało się, że aż 42 proc. uczestników nie czyta regulaminów przed ich podpisaniem, gdy zapoznają się z nimi poza siedzibą firmy.

Badania przeprowadziliśmy w 17 miastach w Polsce, w których ankieterzy zapraszali przechodniów do udziału w konkursach. Chętni musieli jednak podpisać regulamin konkursu, w którym celowo ukryliśmy niekorzystne dla nich zapisy. Dzięki takim kampaniom jak „Daj się oświecić” zwiększamy świadomość konsumentów i pokazujemy, jakie mają prawa. Jest to jeden z aspektów naszej odpowiedzialności wobec otoczenia – mówi Maciej Szczepaniuk, rzecznik prasowy Grupy PGE.

Podczas tegorocznego ogłoszenia raportu, Forum Odpowiedzialnego Biznesu postanowiło przeprowadzić podobną akcję wśród uczestników spotkania. Wyniki zaskoczyły wszystkich – zarówno organizatorów, jak i zebranych. Ponad 50 proc. uczestników podpisało podsunięte oświadczenie bez wcześniejszego zapoznania się z jego zapisami. - Ten niegroźny eksperyment potwierdza, że akcje uświadamiające klientów przed nieuczciwymi praktykami są bardzo potrzebne. Z pewnością będziemy je kontynuować – dodaje Maciej Szczepaniuk.

Pozostałe dwie dobre praktyki wypracowane przez PGE Obrót, to kampania „Fachowcy w trasie”, w której w ramach oferty “Prąd jak prąd, ale z pomocą fachowców” PGE sprawiła świąteczny prezent najmłodszym i dokonała w siedemnastu domach dziecka na terenie całej Polski bezpłatnych, kompleksowych napraw. Fachowcy wspólnie z nimi przystrajali też jedną z wybranych sal. Dodatkowo, podczas tych wizyt, zespół Recycling Band umiłał czas podopiecznym, dając świąteczny koncert. A także „Naturalnie, że energia”, specjalna oferta „ekologiczna” sprzedaży energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii, skierowana do klientów biznesowych, którzy w swojej strategii mają wpisane działania proekologiczne. Oferta zawierała zobowiązanie PGE Obrót do przekazania klientowi gwarancji pochodzenia zakupionej energii elektrycznej.

PGE Obrót

press box