Strona znajduje się w archiwum.

Patrzysz i wiesz. Ogólnopolska kampania edukacyjna URE

URE przygotowuje ważną dla odbiorców energii kampanię informacyjną pod hasłem „I Ty możesz zmienić sprzedawcę prądu”.

W lipcu i we wrześniu w całej Polsce pojawią się billboardy i plakaty, spoty radiowe, idea placement w jednym z popularnych seriali, artykuły sponsorowane oraz ulotki i warsztaty dla odbiorców energii tzw. Trzeciego Wieku.

Kampania finansowana jest ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego.

Czy są potrzebne dodatkowe działania informacyjne dotyczące promocji prawa odbiorców do zmiany sprzedawcy prądu ? Jeżeli od 1 lipca 2007 roku, na 13 i pół miliona gospodarstw domowych, tylko niewiele ponad tysiąc zmieniło sprzedawcę prądu - to chyba tak. Stan wiedzy konsumenckiej prezentują aktualne badania społeczne. W lutym 2010 roku Instytut PBS DGA przeprowadził badania ankietowe dotyczące rynku energetycznego w Polsce. W badaniach diagnozowano miedzy innymi ważny dla Regulatora poziom wiedzy odbiorców energii o przysługującym im prawie do zmiany i wyboru sprzedawcy energii elektrycznej. Zdecydowana większość ankietowanych przez PBS DGA, bo 89 proc. Polaków nie potrafiło wybrać nowego sprzedawcy prądu. Wśród pozostałych 11 proc. najlepiej poinformowane były osoby zajmujące kierownicze stanowiska i prywatni przedsiębiorcy.

Bariera niewiedzy

Komentując wyniki badań PBS DGA dla dziennika „Rzeczpospolita”, Prezes URE, dr Mariusz Swora, mówił o groźnej dla odbiorcy barierze niewiedzy oraz o braku zainteresowania mechanizmami rynkowymi ze strony przedsiębiorstw energetycznych. Zdaniem Prezesa URE, firmy energetyczne nie są zainteresowane pozyskiwaniem nowych odbiorców w postaci gospodarstw domowych, mają zbyt mało ofert przygotowanych specjalnie dla klientów indywidualnych. Dr Mariusz Swora porównał sytuację „konsumenckiego

przywiązania do sprzedawcy” na rynku energetycznym do twardej walki o klienta na rynku telekomunikacyjnym, gdzie od lat konkurenci zabiegając o abonentów proponują im coraz bardziej konkurencyjne warunki zakupu usług.

Jak w takim razie, bez wzmocnienia mechanizmów konkurencyjności rynku i możliwości indywidualnego wyboru najlepszej oferty handlowej, prowadzić misję liberalizacji rynku energii, do którego zobowiązuje nas m.in. ustawodawstwo Unii Europejskiej?

To działa !...

Od 1 lipca 2007 roku odbiorcy indywidualni mogą wybierać sprzedawcę energii elektrycznej. W 2009 roku odnotowano 1800 procentowy wzrost zmian sprzedawcy wśród odbiorców biznesowych. Zmiany sprzedawców wśród konsumentów nadal są stosunkowo nieliczne.

W grupie odbiorców przemysłowych (grupy taryfowe A, B, C), którzy zmienili sprzedawcę energii tylko w ostatnim roku nastąpił wzrost o ok. 1800 proc. z 85 do 1599 podmiotów. W pierwszym kwartale 2010 roku sprzedawcę zmieniło kolejnych tysiąc dwustu odbiorców z grup A, B i C.

...ale nie wszędzie

Mimo uproszczeń i skrócenia procedur przez Prezesa URE ciągle jeszcze niewielu odbiorców indywidualnych skorzystało z możliwości zmiany sprzedawcy energii - choć i w tej grupie daje się zaobserwować niewielką tendencję wzrostową. Dynamika zmian jest tu jednak zdecydowanie mniejsza. W pierwszym roku, gdy pojawiła się taka możliwość, od lipca do grudnia 2007 r. decyzję o zmianie sprzedawcy podjęło 541 odbiorców, w 2008 r. - kolejnych 364 odbiorców. Na koniec 2009 r. wszystkich odbiorców, kupujących prąd od innego sprzedawcy niż tradycyjnie związany z danym terenem - było już 1035, choć to niewiele biorąc pod uwagę liczbę gospodarstw domowych stanowiących zasadniczą część grupy taryfowej G.

Niewielka dynamika zmian sprzedawcy wśród odbiorców indywidualnych z pewnością spowodowana jest ciągle jeszcze zbyt niską świadomością prawa do zmiany sprzedawcy w tej grupie. Wciąż jeszcze wielu konsumentów indywidualnych nie zna swoich praw. Niewiedzy sprzyja niewielka aktywność sprzedawców energii w dotarciu ze swoją ofertą do odbiorców (to sprzedawcy energii elektrycznej powinni stanowić podstawowe źródło informacji dla odbiorców w ramach działań marketingowych). Ze skrzynek pocztowych wysypują się ogłoszenia konkurujących ze sobą przedsiębiorstw telekomunikacyjnych, firm edukacyjnych, instytucji finansowych, pizzerii, przedszkoli, nowo otwieranych prywatnych zakładów opieki zdrowotnej. Wśród kolorowych kartek nie znajdziemy korespondencji promującej nowe pro-konsumenckie oferty sprzedawców energii elektrycznej.

Barwy kampanii

To między innymi dlatego Urząd Regulacji Energetyki przygotowuje kampanię edukacyjno -

informacyjną pod roboczym tytułem „I Ty możesz zmienić sprzedawcę prądu”.

W kampanii zostaną wykorzystane nowoczesne środki przekazu: billboardy (w 2 cyklach po 2 tygodnie), plakaty, ulotki, spoty reklamowe w radio, idea placement w jednym z popularnych polskich seriali, teksty sponsorowane w prasie oraz bezpośrednie spotkania i bardziej tradycyjne środki przekazywania informacji - warsztaty edukacyjne, konferencje prasowe.

Do wszystkich gmin w Polsce, trafią plakaty i ulotki z informacjami o możliwości zmiany sprzedawcy prądu. W gazetach i tygodnikach adresowanych do osób prowadzących gospodarstwa domowe ukażą się materiały informacyjne przygotowane z pomocą Urzędu Regulacji Energetyki. W sumie w ramach kampanii „I Ty możesz zmienić sprzedawcę prądu” URE przygotuje 40 tysięcy plakatów, 450 tysięcy ulotek, w tym dwa tysiące adresowanych specjalnie do odbiorców w wieku 60 +

Warsztaty dla wrażliwych

URE chce dotrzeć do odbiorców energii tzw. Trzeciego Wieku często przeświadczonych, że są „skazani” na jednego sprzedawcę prądu, nie znają swoich praw lub boją się z nich korzystać. Stąd porozumienie z Ogólnopolską Federacją Stowarzyszeń Uniwersytetów Trzeciego Wieku zawarte przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki. To właśnie dla tej grupy odbiorców zostaną przygotowane warsztaty edukacyjne.

W ramach warsztatów odbędzie się co najmniej 30 sesji edukacyjnych w dużych miastach, w tym we wszystkich miastach wojewódzkich. O prawach do zmiany sprzedawcy zostaną poinformowani przede wszystkim odbiorcy w wieku 60 +. Ofertę bezpłatnych warsztatów przygotowano dla co najmniej 1000 osób, wszyscy uczestnicy spotkań otrzymają materiały informacyjne, ulotki z podstawowymi informacjami dotyczącymi możliwości zmiany sprzedawcy prądu.

Wiesz... ii nie płacisz

Kampania realizowana jest w ramach projektu „Aktywizacja strony popytowej rynku energii - promocja praw odbiorców energii elektrycznej i gazu wynikających z *acquis communautaire*” i finansowana ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego.

Przy realizacji kampanii URE współpracuje z Agencją Reklamową DSK Sp. z o.o. wyłonioną w drodze przetargu.

***

Promowanie konkurencji na rynku energii jest jednym z głównych zadań Urzędu Regulacji

Energetyki. Warunkiem niezbędnym dla funkcjonowania konkurencyjnego rynku jest prawo wyboru sprzedawcy, gwarantujące realizację kontraktu każdemu odbiorcy, który znajdzie innego partnera w handlu energią. Prawo to, w stosunku do wszystkich odbiorców energii, obowiązuje od 1 lipca 2007. Prezes URE działając na rzecz wzmocnienia konkurencji na rynku energii wprowadził istotne ułatwienia i skrócił procedury zmiany sprzedawcy - są one obecnie w Polsce nieporównanie prostsze niż wcześniej (proces zmiany nie powinien przekroczyć 30 dni w przypadku pierwszej zmiany i 14 dni w przypadku kolejnej zmiany sprzedawcy - czyli czterokrotnie krócej niż wcześniej). Co ważne, zmiana sprzedawcy nic nie kosztuje. Do odbiorcy należy zawarcie umowy sprzedaży z nowym sprzedawcą i rozliczenie się ze starym sprzedawcą. Wszystkie pozostałe formalności, łącznie z wypowiedzeniem umowy, może wykonać nowy sprzedawca - jeśli odbiorca go do tego upoważni.

Niezależnie od kampanii informacyjnej „I Ty możesz zmienić sprzedawcę prądu”,w całym kraju trwają działania edukacyjne URE adresowane do odbiorców energii. W 2010 roku eksperci Urzędu Regulacji Energetyki przeprowadzili warsztaty edukacyjne, szkolenia w Łodzi, Lublinie, Poznaniu, Krakowie, Katowicach, Katowicach i Rzeszowie. W latach 2008 - 2009, URE zorganizowało ponad 380 warsztatów, konferencji, spotkań edukacyjnych propagujących zachowania związane ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw energetycznych, ochroną odbiorców wrażliwych oraz prawami konsumentów. W tym roku, tylko oddziały terenowe URE, zaplanowały ok. 300 wydarzeń edukacyjnych.

Data publikacji : 13.05.2010
Data modyfikacji : 15.05.2010

Następny Strona