

ENERGA Z NOWĄ ENERGIĄ

Prezentacja strategii rozwoju i marki Grupy ENERGA

Nawet 20 mld zł planuje zainwestować Grupa ENERGA w ciągu najbliższych sześciu lat, głównie w projekty poprawiające bezpieczeństwo energetyczne i podnoszące standardy obsługi klienta. W strategii na lata 2009-2015 firma postawiła na jakość, nowe produkty i innowacyjność. ENERGA podjęła również decyzję o wprowadzeniu jednolitej marki dla wszystkich spółek Grupy.

Strategia jest odpowiedzią Grupy ENERGA na wyzwanie, przed którym stoi dzisiaj polski sektor elektroenergetyczny - zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego. Wieloletnie zaniedbania inwestycyjne, deficyt mocy wytwórczych, konieczność rozbudowy sieci elektroenergetycznych - to przy wzrastającym o 3 procent rocznie zużyciu prądu, rosnących cenach paliw i konieczności ochrony środowiska - problemy, z którymi zmierzyć się dziś musi polska energetyka.

- Mamy solidne podstawy, aby sprostać tym wyzwaniom. ENERGA dysponuje ogromnym doświadczeniem i potencjałem, który zamierzamy optymalnie wykorzystać. Wiemy, co zrobić, aby cele strategiczne zaczęły się materializować, a marka ENERGA kojarzona była z najwyższą jakością świadczonych usług - mówi Mirosław Bieliński, prezes Zarządu ENERGA S.A.

Strategia opiera się na pięciu filarach:

- osiągnięcie trwałej przewagi konkurencyjnej w sprzedaży energii elektrycznej
- wzrost rentowności i rozwój sieci dystrybucyjnej
- inwestycje w rozproszone - w szczególności odnawialne - źródła energii elektrycznej
- rozwój energetyki węglowej poprzez udział kapitałowy partnerów strategicznych
- model, w którym odbiorca energii może być także dostawcą energii odnawialnej.

Niektóre projekty, jak np. oferta sprzedaży innych niż energia elektryczna mediów użytkowych czy model współpracy z klientem, który może być jednocześnie dostawcą usług dla Grupy ENERGA, to rozwiązania nowatorskie na skalę kraju.

Korzyści dla klienta

Najważniejszym z filarów strategii jest inwestycja w jakość obsługi klienta i rozbudowanie oferty produktowej dostosowanej do potrzeb klientów. W tym zakresie Grupa ENERGA zamierza osiągnąć pozycję lidera na rynku, dostarczając usługę najwyższej jakości, m.in. poprzez nowoczesny i sprawny system obsługi klienta. Planowane działania skoncentrują się na ujednoczeniu pracy Biur Obsługi Klienta, rozwoju elektronicznej formy kontaktu z klientem oraz uruchomieniu nowego call center. Już dziś ENERGA wdraża standardy obowiązujące dotychczas w branżach o wysokim poziomie konkurencji o klienta, czyli instytucję Rzecznika Klienta. Działania w zakresie obsługi klienta i organizacji sprzedaży ENERGA będzie wspierać atrakcyjnym portfolio produktowym. Już teraz jako pierwsza i jedyna na rynku wprowadza ofertę ze stałą ceną na 4 lata. Wkrótce przedstawi specjalny produkt dla instytucji publicznych. Nowością na rynku będzie wprowadzenie oferty sprzedaży innych niż energia elektryczna mediów użytkowych, takich jak gaz czy ciepło.

- Zależy nam, aby nasi klienci mogli cieszyć się życiem, realizować się zawodowo, nie martwić się o usługi, których dostawcą jest ENERGA - podkreśla prezes Bieliński. - Tak właśnie rozumiemy naszą misję. Chcemy zapewnić komfort życia i pracy. Ta prosta sentencja pokazuje kierunek, w którym będziemy się rozwijać jako Grupa. Czekają nas duże zmiany. Nasza przyszłość, to już nie tylko energia elektryczna, to cały wachlarz usług ułatwiających nam codzienne życie.

Moc inwestycji

- W najbliższych sześciu latach zamierzamy zaangażować w rozwój Grupy do 20 mld złotych. Inwestycje te obejmą rozwój sieci dystrybucyjnej, systemy bilingowe, systemy wsparcia zarządczego i rozbudowę mocy wytwórczych - mówi Roman Szyszko, wiceprezes ENERGA S.A.

W obszarze dystrybucji ENERGA planuje wzrost rentowności oraz intensywny rozwój sieci zarówno na terenie Polski, jak i w krajach basenu Morza Bałtyckiego. Zamierza także wejść w obszary dystrybucji nowych usług (gaz, ciepło). Model współpracy z partnerami biznesowymi w tym obszarze będzie zróżnicowany: od dzierżawy sieci dystrybucji, przez akwizycję do budowy nowej infrastruktury. Grupa zamierza do 2020 r. obniżyć awaryjność sieci o 50%.

Grupa ENERGA zamierza inwestować w innowacyjną energetykę rozproszoną, odnawialno-gazową, czyli elektrownie biogazowe, elektrownie opalane biomasą, farmy wiatrowe oraz lokalne elektrownie wodne. Działania te pozwolą Grupie odpowiedzieć na dwa podstawowe sygnały rynkowe - deficyt mocy wytwórczych i certyfikatów, czyli świadectw pochodzenia energii ze źródeł odnawialnych. Inwestycje w energetykę rozproszoną umocnią pozycję Grupy jako lidera w produkcji energii z OZE. Projekt ten ENERGA chce realizować samodzielnie oraz we współpracy z gminami i inwestorami prywatnymi.

Odpowiedzią ENERGI na coraz wyraźniej odczuwalny deficyt mocy w Polsce będzie również budowa nowych mocy wytwórczych opartych na węglu. Zadanie to spółka zamierza realizować przy udziale partnera zewnętrznego, dzięki któremu do 2015 roku w Ostrołęce wybudowany zostanie drugi blok o mocy 1000 MW. To niekonwencjonalne w sposobie finansowania podejście pozwoli Grupie zagwarantować sobie dostęp do nowych mocy, bez konieczności posiadania 100-procentowej własności w nowej inwestycji.

Zwiększenie udziału energii odnawialnej oraz mocy wytwórczych ENERGA zamierza osiągnąć poprzez zaproponowanie swoim klientom nowatorskiego rozwiązania. Opierać się ono będzie na partnerskiej współpracy, zakładającej wsparcie przydomowych czy osiedlowych inwestycji w ekologiczne źródła wytwarzania energii oraz skupowaniu wyprodukowanych nadwyżek.

Wspólna marka - wspólny system wartości

Ważnym elementem strategii jest budowa wizerunku organizacji i wdrożenie wspólnej marki. ENERGA chce realizować strategię wykorzystując potencjał całej Grupy. Dlatego postanowiła wprowadzić jedną, wspólną dla 47 spółek markę. Zastąpi ona całą grupę 47 marek, co jest rozwiązaniem korzystniejszym pod względem wizerunkowym, jak i ekonomicznym - jest inwestycją budującą pozycję i wartość rynkową Grupy ENERGA.

- *Marka ENERGA oddaje nasze aspiracje, innowacyjny charakter działań, jak również utożsamia system wartości, który chcemy respektować i promować w codziennym życiu. Jesteśmy przekonani, że za jakiś czas wszystkim naszym Klientom, Partnerom, ale także Konkurencji będzie się ona kojarzyć właśnie z cechami, które chcemy eksponować* - mówi **Ireneusz Kulka**, dyrektor Biura Marketingu i Komunikacji w ENERGA S.A.

Głównym elementem graficznego odwzorowania wspólnej marki Grupy ENERGA jest dynamiczne „e” symbolizujące: ENERGE, energię, ekologię, edukację, efektywność, emocje.

Dodatkowe informacje:

BEATA OSTROWSKA
Rzecznik prasowy Grupy ENERGA
80-870 Gdańsk, ul. Reja 29
tel. +48 58 347 39 54, kom. 603 649 057
e-mail: beata.ostrowska@energa.pl
www.energa.pl

Grupa ENERGA jest jedną z czterech grup elektroenergetycznych w Polsce. Głównymi obszarami działalności Grupy ENERGA są dystrybucja, obrót i wytwarzanie energii. Jest krajowym liderem w produkcji energii ze źródeł odnawialnych z 30-procentowym udziałem w rynku.

ENERGA obsługuje ponad 2,7 mln klientów, głównie w północnej i środkowej części kraju. ENERGA dostarcza prąd do domów ponad 7 milionów Polaków oraz do ponad 200 tys. firm. Jest operatorem systemu dystrybucyjnego obejmującym swoim zasięgiem obszar o powierzchni 75 tys. km kw., czyli mniej więcej wielkości całych Czech. Grupa ENERGA jest pewnym pracodawcą dla ponad 12,5 tys. osób.