

Pracownicy Elektrowni Opole włączają się w ogólnopolską kampanię PGE „Polskie – kupuję to!”

Kampania społeczna PGE Polskiej Grupy Energetycznej „Polskie – kupuję to!” zachęca Polaków do kupowania krajowych produktów i usług. Akcję zainicjowali pracownicy PGE, a Grupa zdecydowała się ją wesprzeć i nadać jej ogólnopolski wymiar. Do Grupy PGE należy m.in. Elektrownia Opole i jej pracownicy również aktywnie włączają się w akcję.



#MAPdlaPolaków

Polskie – kupuję to!

PGE

DOŁĄCZ DO AKCJI
NASZYCH
PRACOWNIKÓW

Kampanię „Polskie – kupuję to!” cechuje to, że narodziła się z inicjatywy pracowników PGE. W czasie pandemii pracownicy angażowali się w działania wolontariackie, m.in. wspierając infolinię NFZ, otaczając opieką seniorów oraz oddając krew. Jednocześnie wiele polskich firm znalazło się w trudnej sytuacji ekonomicznej. Aby je wesprzeć, pracownicy Grupy PGE, za pośrednictwem wewnętrznych narzędzi komunikacji, zaczęli polecać sobie polskie produkty.

Akcja rozwija się, a pracownicy dzielą się już nie tylko informacjami o produktach, ale także usługach, oraz polecają sobie ciekawe miejsca na weekendy i wakacje w Polsce.

*Województwo opolskie słynie przede wszystkim z organizacji krajowego festiwalu polskiej piosenki. Festiwal jest wizytówką całego regionu. Co rok, tylko z tej okazji, Opole odwiedzają tysiące Polaków, poznając jednocześnie lokalną historię i kulturę, regionalną kuchnię oraz wyśmienite produkty wpisane na listę produktów tradycyjnych województwa opolskiego np. śląski kołocz – mówi **Mirosław Pietrucha, dyrektor Oddziału Elektrownia Opole**, która promuje region już od lat m.in. poprzez świadomie zamieszczoną na chłodniach kominowych symbolikę muzyczną z nutami „Karolinki”.*

Grupa dostrzegła tę aktywność i zdecydowała się ją wesprzeć. Wewnątrz Grupy PGE stworzony został specjalny blog, który ułatwia pracownikom wszystkich spółek wymianę opinii o polskich produktach. W ten sposób powstało miejsce, dzielenia się informacjami oraz wspierania rodzimych producentów, usługodawców, ale także instytucji kultury. Startująca właśnie ogólnopolska kampania społeczna ma na celu rozszerzenie aktywności pracowników poza Grupę PGE.

To, jak duże znaczenie ma wybór krajowych produktów, pokazały badania firmy audytorsko-doradczej Grant Thornton. Z jej szacunków wynika, że jeśli kupujemy towary polskich firm, wyprodukowane w naszym kraju, to w Polsce z każdej wydanej złotówki zostaje 79 groszy. Tymczasem przy zakupie towaru importowanego z zagranicy, wytworzonego poza Polską, jest to 24 grosze. Z wyliczeń firmy Grant Thornton wynika także, że gdyby polscy konsumenci zwiększyli zaledwie o 1 proc. zakupy krajowych towarów kosztem importowanych, to w polskiej gospodarce zostawałoby rocznie dodatkowo 6,6 mld zł.

Akcja odbywa się pod honorowym patronatem Ministra Aktywów Państwowych, który od początku koordynuje działania spółek Skarbu Państwa w walce z epidemią i jej skutkami gospodarczymi.

Spot: <https://www.youtube.com/watch?v=K3b2100YS9s&feature=youtu.be>

Landing Page: <https://polskiekupujeto.pl/>

Facebook: <https://www.facebook.com/polskiekupujeto/>

Twitter: <https://twitter.com/KupujeTo>

Hasztag: **#PolskieKupujęTo!**