



## PGE z Brązowym Spinaczem za akcję „Daj się oświecić”

Kampania „Daj się oświecić” została nagrodzona w prestiżowym konkursie branży public relations, w kategorii event społeczny. Kategoria obejmuje projekty zwracające uwagę na ważne cele i problemy społeczne. Kampania PGE Obrót powstała we współpracy z agencją El Padre.

W kategorii event społeczny zgłoszonych zostało łącznie 12 projektów. Tylko trzy z nich zakwalifikowały się do II etapu i wyróżnione zostały statuetką Brązowego Spinacza.

Daj się oświecić – uważnie czytaj umowy

Celem projektu było uświadomienie klientom technik jakimi posługują się nieuczciwi sprzedawcy energii elektrycznej oraz uczulenie, by czytali umowy, które zamierzają podpisać. Celem akcji było także przekazanie informacji o możliwości odstąpienia od umowy zawartej poza siedzibą firmy w ciągu 14 dni. Działania miały formę konkursu przeprowadzanego przez animatorów. Konkurs sprawdzał czujność biorących w nich udział osób i prezentował „triki”, którymi posługują się oszuści. Aby wziąć udział w konkursie, każdy chętny musiał podpisać regulamin, w którym kryły się niekorzystne zapisy. Osoby, które bez czytania podpisały dokument, otrzymały informację, że aby otrzymać nagrodę muszą wypełnić jeden z warunków, na który wcześniej wyraziły zgodę, np.: wykonać 10 przysiadów, zaśpiewać piosenkę, zatańczyć walca, wyrecytować kilka wersów „Pana Tadeusza”. W taki sposób uświadamiano klientom jak ważne jest czytanie regulaminów przed ich podpisaniem. Uczestnicy, którzy nie podpisali regulaminu, okazywali się zwycięzcami i otrzymali w nagrodę gadżety. Ci, którzy dali się nabrać, dostali kreatywne ulotki edukacyjne z rozkładaną żarówką i hasłem akcji „Daj się oświecić!”.

Dopełnieniem akcji była korespondencja kreatywna. Klienci w swoich skrzynkach pocztowych mogli znaleźć gadżety i materiały edukacyjne.

W akcji wzięło udział 7815 osób, z czego aż 3294 podpisało dokumenty bez ich wcześniejszego przeczytania, zgadzając się tym samym na warunki zawarte w regulaminie. Wyniki wskazują, że aż 42 proc. badanych nie czyta regulaminów przed ich podpisaniem, jeśli zapoznają się z nimi poza siedzibą firmy.

Relacja z akcji „Daj się oświecić”: <https://www.youtube.com/watch?v=doQP4fCsS3M>

Złote Spinacze

Złote Spinacze to konkurs, którego celem jest upowszechnianie wiedzy na temat usług public relations oraz promowanie zawodowego kunsztu i najwyższych standardów w tworzeniu szeroko pojętych kampanii informacyjnych. Tegoroczna gala, podczas której wręczono statuetki, odbyła się 2 grudnia, w hotelu Westin Warszawie. Jury konkursowe „Złotych Spinaczy” wybrało zwycięzców w 27 kategoriach.



([https://cmsstatic.gkpg.pl/var/gkpg\\_site/storage/images/\\_aliases/galleryfull/8/4/0/6/136048-1-pol-PL/brzowy\\_spinacz\\_2016\\_nierozowy.JPG](https://cmsstatic.gkpg.pl/var/gkpg_site/storage/images/_aliases/galleryfull/8/4/0/6/136048-1-pol-PL/brzowy_spinacz_2016_nierozowy.JPG))