



**PODSUMOWANIE DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH
PRZEDSIĘBIORSTWA ENERGETYKI CIEPLNEJ SP. Z O. O.
W ROKU 2025**

Opracowała:
Starszy Specjalista ds. Planowania
Martyna Milewska

Zatwierdził:
Prezes Zarządu
Jarosław Belkiewicz



Spis treści

1. Wstęp i cel opracowania.....	4
2. Strategia komunikacji i promowania wizerunku Spółki.....	4
3. Działania promocyjne	6
3.1. Działania wizerunkowe	6
3.1.1. Nagrody i wyróżnienia.....	6
3.1.2. Reprezentowanie Spółki na wydarzeniach ogólnopolskich	17
3.2. Działania wizualne i identyfikacja marki	18
3.2.1. Projekt i wdrożenie nowej grafiki Spółki, ulotki.....	18
3.2.2. Zakup samochodu elektrycznego.....	21
3.2.3. Murale na obiektach Spółki.....	23
3.2.4. Nowe tablice identyfikacyjne obiektów.....	25
3.2.5. Gadżety promocyjne.....	27
3.3. Działania w obszarze cyfrowym i online.....	30
3.3.1. Strona internetowa	30
3.3.2. Media społecznościowe.....	34
3.4. Działania prospołeczne.....	37
3.4.1. Sponsoring	37
3.4.2. Darowizny	49
4. Efektywność działań promocyjnych i wnioski.....	50
5. Rekomendacje i kierunki działań na kolejny rok.....	51
6. Podsumowanie.....	52

1. Wstęp i cel opracowania

Niniejszy raport roczny został sporządzony w celu przedstawienia Radzie Nadzorczej Spółki kompleksowego podsumowania działań promocyjnych realizowanych w roku sprawozdawczym 2025. Dokument stanowi syntetyczne, a zarazem przekrojowe zestawienie podejmowanych inicjatyw promocyjnych, ich zakresu, charakteru oraz osiągniętych efektów, w odniesieniu do celu zarządczego, nałożonego w Uchwale NR 1/2025 Rady Nadzorczej Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Mińsku Mazowieckim z dnia 31.01.2025 r. w sprawie przyjęcia szczegółowych celów zarządczych do zrealizowania w roku obrotowym 2025:

§1 pkt 4.: Podjęcie działań zmierzających do wzmocnienia pozytywnego wizerunku Spółki wśród mieszkańców Miasta Mińsk Mazowiecki. Przedstawienie Radzie Nadzorczej stosownego sprawozdania w tym zakresie.

Działania promocyjne prowadzone były w sposób planowy i zgodny z obowiązującymi regulacjami wewnętrznymi Spółki, z uwzględnieniem zasad racjonalnego gospodarowania środkami oraz dbałości o spójność komunikacyjną i wizerunkową. Realizowane aktywności miały na celu w szczególności wzmocnienie rozpoznawalności marki, budowanie pozytywnego wizerunku i zaufania wśród interesariuszy oraz wspieranie realizacji celów biznesowych Spółki.

Raport obejmuje omówienie kluczowych obszarów działalności promocyjnej, w tym działań informacyjnych, marketingowych oraz wizerunkowych, prowadzonych z wykorzystaniem różnorodnych kanałów komunikacji. Przedstawiona analiza pozwala na ocenę skuteczności i zasadności podejmowanych działań, a także na sformułowanie wniosków istotnych z punktu widzenia dalszego planowania i optymalizacji działań promocyjnych w kolejnych latach.

2. Strategia komunikacji i promowania wizerunku Spółki

Celem strategii komunikacji Spółki jest budowanie spójnego i rozpoznawalnego wizerunku oraz umacnianie pozycji Spółki jako podmiotu nowoczesnego, proekologicznego, odpowiedzialnego społecznie i otwartego na potrzeby interesariuszy. Strategia koncentruje się na wzmocnieniu komunikacji zarówno w kanale cyfrowym, jak i w przestrzeni publicznej, a także na działaniach wizualnych, które jednoznacznie identyfikują Spółkę i podkreślają jej zaangażowanie w aspekty ekologiczne oraz lokalne inicjatywy społeczne.

Strategia Spółki opiera się na trzech głównych filarach:

1. Komunikacja cyfrowa i online

W ramach strategii cyfrowej priorytetem była przebudowa strony internetowej Spółki wraz z poprawą czytelności i intuicyjności strony, odświeżenia kolorystyki, a przede wszystkim, spełnienia wymogów ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych. W ramach komunikacji online prowadzone były również działania w mediach społecznościowych, w tym regularne publikowanie infografik, aktualizacja treści informujących o zmianach oraz lekkie odświeżenie formy publikowanych materiałów, co przyczyniło się do zwiększenia przejrzystości i atrakcyjności przekazu.

2. Identyfikacja wizualna i działania wizerunkowe

Strategia zakłada konsekwentne stosowanie jednolitej grafiki charakteryzującej Spółkę, zarówno w kanałach online, jak i w przestrzeni fizycznej. Wdrożenie nowego motywu graficznego obejmowało oklejenie samochodu elektrycznego kolorystyką zieloną, kojarzącą się z ekologią, instalację nowych tablic identyfikacyjnych przy obiektach Spółki oraz wykonanie murali na ciepłowniach. Działania te miały na celu wzmocnienie rozpoznawalności marki, jej spójności wizualnej oraz podkreślenie nowoczesnego i proekologicznego charakteru Spółki.

3. Budowanie prestiżu i wizerunku w społeczności lokalnej i branżowej

Strategia obejmuje także działania mające na celu umacnianie pozycji Spółki w otoczeniu biznesowym i lokalnym. Do najważniejszych z nich należą: udział przedstawicieli Spółki w Forum Rozwoju Mazowsza, uzyskiwanie nagród i wyróżnień branżowych (np. Diamenty Miesięcznika Forbes), a także wsparcie inicjatyw lokalnych poprzez darowizny i sponsoring. Dzięki tym działaniom Spółka nie tylko zwiększa swoją widoczność, ale również buduje wizerunek odpowiedzialnego partnera biznesowego i społecznego.

Strategia komunikacji i promowania wizerunku Spółki stanowi zatem spójny, wielokanałowy plan działań, który umożliwia osiągnięcie celów strategicznych Spółki, zapewniając równocześnie wysoką jakość komunikacji, rozpoznawalność marki oraz pozytywny odbiór wśród interesariuszy.

3. Działania promocyjne

3.1. Działania wizerunkowe

3.1.1. Nagrody i wyróżnienia

Rok 2025 był dla Spółki okresem sukcesów wizerunkowych, potwierdzonych uzyskaniem prestiżowych nagród i certyfikatów branżowych oraz biznesowych. Otrzymane wyróżnienia stanowią potwierdzenie stabilnej pozycji rynkowej Spółki, wysokiej efektywności operacyjnej oraz prawidłowo realizowanej strategii rozwoju.

W 2025 roku Spółka została laureatem rankingu dynamicznie rozwijających się przedsiębiorstw o dobrej kondycji finansowej **Diamenty Miesięcznika Forbes 2025**. Ponadto Spółka uzyskała **certyfikat efektywnego energetycznie systemu ciepłowniczego**, wydany przez **TÜV SÜD Polska Sp. z o.o.**, potwierdzający spełnianie wysokich standardów w zakresie efektywności energetycznej i nowoczesnego zarządzania systemem ciepłowniczym.

Prestiżowym wyróżnieniem branżowym było uhonorowanie Spółki **Laurem Ciepłownictwa** w kategorii *Wiodące Przedsiębiorstwo Ciepłownicze*, w grupie przedsiębiorstw o sprzedaży ciepła w przedziale 200 001–1 000 000 GJ, co potwierdza silną pozycję PECu wśród podmiotów o porównywalnej skali działalności.

Dodatkowo Spółka otrzymała szereg certyfikatów przyznanych przez **Instytut Europejskiego Biznesu**, w tym:

- certyfikat **Efektywna Firma 2024** – za wysoką efektywność działania (XVII edycja konkursu),
- certyfikat **Gepardy Biznesu 2024** – za dynamiczny rozwój (XIX edycja konkursu),
- certyfikat **Mocna Firma Godna Zaufania 2024** – za dynamiczny rozwój i wysoką efektywność działania (XII edycja programu promocyjnego),
- certyfikat **Brylanty Polskiej Gospodarki 2024** – za osiągnięcie bardzo wysokiej wartości rynkowej (XVII edycja konkursu).

W 2025 roku Spółka uzyskała również **nominację do tytułu Lidera Społecznej Odpowiedzialności 2025 w kategorii EKO FIRMA**, przyznaną przez Redakcję *Forum Biznesu*, co stanowi potwierdzenie zaangażowania Spółki w działania

proekologiczne i społeczne. Ponadto Spółka zajęła **VII miejsce w ogólnopolskim rankingu przedsiębiorstw energetyki ciepłej za rok 2025**, opublikowanym przez *Biznes Magazyn Strefa Gospodarki*, potwierdzając swoją konkurencyjność i wysoką pozycję w skali kraju.

Uzyskane nagrody i certyfikaty utwierdzają wizerunek Spółki jako stabilnego, nowoczesnego i efektywnie zarządzanego przedsiębiorstwa komunalnego oraz stanowią istotny element budowania zaufania interesariuszy, w tym mieszkańców, partnerów biznesowych oraz instytucji publicznych.





Polska

CERTYFIKAT

Efektywny System Ciepłowniczy

nr TSP-GES-006.03

TÜV SÜD Polska Sp. z o.o. niniejszym zaświadcza,
że system ciepłowniczy przedsiębiorstwa

Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o.o.
ul. gen. Kazimierza Sosnkowskiego 16
05-300 Mińsk Mazowiecki

uzyskało status

efektywnego energetycznie systemu ciepłowniczego

w myśl przepisów Dyrektywy 2023/1791 w sprawie efektywności energetycznej

wykorzystując w co najmniej 50% połączenie
ciepła pochodzącego z kogeneracji oraz ciepła ze źródeł odnawialnych.

Okres ważności certyfikatu: od 29.05.2025 r. do 28.05.2026 r.

Następna ocena w nadzorze do dnia 01.12.2025 r. pod rygorem utraty ważności certyfikatu.

Warszawa, dnia 29.05.2025 r.


Artur Tabus
Dyrektor Działu Usług dla Przemysłu



TÜV SÜD Polska Sp. z o.o.
ul. Podwale 17
00 – 252 Warszawa

www.tuvsud.com/pl-pl

TUV®





Izba Gospodarcza
Ciepłownictwo Polskie

LAUR 2025

Izby Gospodarczej
Ciepłownictwo Polskie

LAUREAT

**Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o.o.
Mińsk Mazowiecki**

kategoria

WIODĄCE PRZEDSIĘBIORSTWO CIEPŁOWNICZE

Pierwszy wśród równych sobie

sprzedaż ciepła w granicach 200 001-1 000 000 GJ

Przewodniczący Kapituły
Jacek Szymczak



CERTYFIKAT



Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o. w Mińsku Mazowieckim

za wysoką efektywność działania
w XVII edycji Konkursu Efektywna Firma 2024

Warszawa, 24 lipca 2025 r.

Przewodniczący
Kapituły Konkursowej

Krajewski
mgr Jerzy Krajewski
Dyrektor Instytutu Europejskiego Biznesu

Członek
Kapituły Konkursowej

Żabiński
mgr inż. Roman Żabiński
Dyrektor Modern Business Club

ORGANIZATOR



Instytut Europejskiego Biznesu

PATRONI MEDIALNI

PORTAL PRZEDSIĘBIORCÓW
EuropejskaFirma.pl

PolskieBrylanty.pl



GEPARD BIZNESU 2024

CERTYFIKAT



**Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.
w Mińsku Mazowieckim**

za dynamiczny rozwój
w XIX edycji Konkursu Gepardy Biznesu 2024

Warszawa, 24 lipca 2025 r.

Przewodniczący
Kapituły Konkursowej

mgr Jerzy Krajewski
Dyrektor Instytutu Europejskiego Biznesu

Członek
Kapituły Konkursowej

mgr inż. Roman Żabiński
Dyrektor Modern Business Club

ORGANIZATOR



Instytut Europejskiego Biznesu

PATRONI MEDIALNI

PORTAL PRZEDSIĘBIORCÓW
EuropejskaFirma.pl

PolskieBrylanty.pl



MOCNA FIRMA GODNA ZAUFANIA 2024

CERTYFIKAT



Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o. w Mińsku Mazowieckim

za dynamiczny rozwój i wysoką efektywność działania
w XII edycji Programu Promocyjnego Mocna Firma Godna Zaufania 2024

Warszawa, 24 lipca 2025 r.

Przewodniczący
Kapituły Konkursowej

mgr Jerzy Krajewski
Dyrektor Instytutu Europejskiego Biznesu

Członek
Kapituły Konkursowej

mgr inż. Roman Żabiński
Dyrektor Modern Business Club

ORGANIZATOR



Instytut Europejskiego Biznesu

PATRONI MEDIALNI

PORTAL PRZE DZIAŁACZÓW
EuropejskaFirma.pl

PolskieBrylanty.pl



WIELKI BRYLANT POLSKIEJ GOSPODARKI 2024

CERTYFIKAT



Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o. w Mińsku Mazowieckim

za osiągnięcie bardzo wysokiej wartości rynkowej
w XVII edycji Konkursu Brylanty Polskiej Gospodarki 2024

Warszawa, 24 lipca 2025 r.

Przewodniczący
Kapituły Konkursowej

mgr Jerzy Krajewski
Dyrektor Instytutu Europejskiego Biznesu

Członek
Kapituły Konkursowej

mgr inż. Roman Żabiński
Dyrektor Modern Business Club

ORGANIZATOR



Instytut Europejskiego Biznesu

PATRONI MEDIALNI

PORTAL PRZEDSIĘBIORCÓW
EuropejskaFirma.pl

PolskieBrylanty.pl

DYPLOM

dla firmy

**Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej
Sp. z o.o w Mińsku Mazowieckim**

za zajęcie

VII miejsca

w

**Ogólnopolskim Rankingu
Przedsiębiorstw Energetyki Ciepłej za rok 2025**

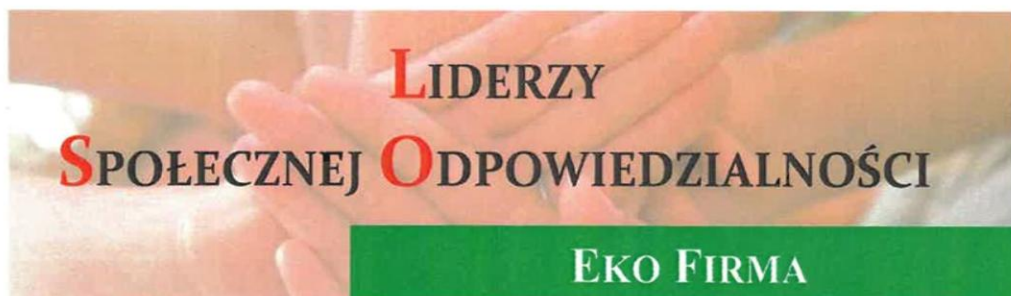




Łukasz Osypiński
Dyrektor Programu



Grzegorz Kozicki
Redaktor Naczelny



Redakcja Forum Biznesu

ma zaszczyt przyznać firmie

**Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej
Sp. z o.o.**

nominację do
tytułu

**Lidera
Społecznej Odpowiedzialności 2025**

w kategorii

EKO FIRMA



3.1.2. Reprezentowanie Spółki na wydarzeniach ogólnopolskich

8 października 2025 roku Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej zaprezentowało się jako wystawca podczas 15. edycji Forum Rozwoju Mazowsza, organizowanego przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych – jednego z najważniejszych wydarzeń poświęconych roli Funduszy Europejskich w rozwoju regionu Mazowsza.

Udział w Forum stanowił element działań informacyjno-promocyjnych Spółki oraz okazję do zaprezentowania dobrych praktyk w zakresie wykorzystania środków unijnych w sektorze ciepłowniczym. Na stoisku Spółki prowadzono gry i konkursy dla uczestników wydarzenia, które cieszyły się dużym zainteresowaniem odwiedzających. Nagrodami w konkursach były gadżety promocyjne Spółki, wspierające rozpoznawalność jej marki oraz działań proekologicznych.

Przedstawiciele Spółki prowadzili rozmowy z uczestnikami Forum, przybliżając tematykę realizowanych inwestycji, w szczególności funkcjonowania nowoczesnej elektrociepłowni wybudowanej przy wsparciu środków z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. Podkreślano znaczenie funduszy europejskich w transformacji energetycznej, poprawie efektywności energetycznej oraz ograniczaniu emisji zanieczyszczeń.



Udział w wydarzeniu umożliwił Spółce nawiązanie bezpośredniego kontaktu z mieszkańcami regionu, przedstawicielami instytucji publicznych oraz innymi beneficjentami Funduszy Europejskich, a także przyczynił się do budowania pozytywnego wizerunku Spółki jako nowoczesnego i odpowiedzialnego podmiotu realizującego cele zrównoważonego rozwoju.

3.2. Działania wizualne i identyfikacja marki

3.2.1. Projekt i wdrożenie nowej grafiki Spółki, ulotki

W ramach działań promocyjnych Spółka zrealizowała projekt odświeżenia swojej identyfikacji wizualnej, którego celem było nowoczesne i spójne przedstawienie marki w komunikacji z klientami i partnerami. Nowa grafika została zaprojektowana w duchu ekologii i innowacji, odzwierciedlając zarówno działalność Spółki w sektorze energetycznym, jak i jej zaangażowanie w zrównoważony rozwój miasta.

Przygotowany projekt wizualny obejmuje zarówno elementy graficzne, jak i ilustracje przedstawiające miejską przestrzeń, w której Spółka funkcjonuje, z zaznaczeniem infrastruktury energetycznej oraz zielonych terenów. W nowej oprawie graficznej szczególny nacisk położono na przystępność i łatwość odbioru, tak, aby materiały promocyjne były spójne, atrakcyjne wizualnie i rozpoznawalne dla szerokiego grona odbiorców, w szczególności dla mieszkańców Miasta Mińska Mazowieckiego.



Wdrożenie nowej grafiki objęło zarówno materiały drukowane, jak i cyfrowe – od strony internetowej, przez media społecznościowe, po broszury Spółki. Efektem projektu jest wzmocnienie wizerunku jako nowoczesnej, otwartej na innowacje i odpowiedzialnej ekologicznie Spółki, co wspiera dalsze działania promocyjne i komunikacyjne.

Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.
05-300 Mińsk Mazowiecki
ul. gen. Kazimierza Sosnkowskiego 16
tel. 25 759 58 30 e-mail: sekretariat@pec-minskmaz.pl
www.pec-minskmaz.pl



Mińsk Mazowiecki, [Data opublikowania] r.



Symbol stanowiska/Inicjały/...../Rok bieżący



Załączniki:

1) ...

Otrzymują: 1)....., 2)....., 3).....

Nazwa

Adres

Rejestr: Sąd Rejonowy Lublin Wschód w Lublinie z siedzibą w Świdniku, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego,
Numer KRS: 0000088667 Numer identyfikacji podatkowej: 8220003795
Kapitał zakładowy: 10.996.000,00 zł opłacony w całości

Strona 1 z 1

Przy okazji zmiany oprawy graficznej strony internetowej i mediów społecznościowych zaktualizowano i poprawiono wizualnie oraz wdrożono do stosowania przez pracowników Spółki także nowy szablon druku firmowego, umieszczając na lewym marginesie logotypy najważniejszych uzyskanych nagród i wyróżnień.

Na potrzeby marketingowe opracowano projekt broszury, zawierającej atrakcyjne wizualnie, podstawowe informacje o Spółce.

Przyłącz się!

Miński system ciepłowniczy charakteryzuje się wysoką niezawodnością i dyspozycyjnością dostaw ciepła przez cały rok!

Pewność i bezpieczeństwo

Komfort

Ekologia

Oszczędność i stabilność cen

Komfort i wygoda – ciepło dostarczane bezobsługowo, bez konieczności zakupu i składowania opału

Pewność dostaw – stabilne źródło ciepła przez cały rok

Ekologia – redukcja niskiej emisji i czystsze powietrze w mieście

Stoła obsługa techniczna

Nowoczesność – możliwość korzystania z kogeneracji i OZE

Stabilne koszty – brak nagłych wahań cen opału i przejrzysty system rozliczeń

Wsparcie miasta – rozwój lokalnej sieci ciepłowniczej jako element polityki ekologicznej i energetycznej



Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.

Dobra energia dla Mińska Mazowieckiego!

Kim jesteśmy?

Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o. zajmuje się produkcją i sprzedażą ciepła oraz energii elektrycznej na terenie Miasta Mińska Mazowieckiego. Jesteśmy jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się i najczęściej nagradzanych firm ciepłowniczych w Polsce.

Liczba źródeł	6
Liczba węzłów ciepłych	364
Moc ciepła zainstalowana	42,8 MW
Moc elektryczna zainstalowana	6,7 MW
Moc zamówiona przez odbiorców	38,51 MW
Długość sieci ciepłowniczych	31 km
w tym sieci preizolowane	90 %











Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.
 ul. gen. Kazimierza Sosnkowskiego 1a
 05 - 300 Mińsk Mazowiecki
 tel. 25 759 58 30
 e-mail: sekretariat@pec-minskmaz.pl
<https://www.pec-minskmaz.pl/>



Dbamy o środowisko

Posiadamy certyfikat "Efektywny system ciepłowniczy"

KOGENERACYJNA ELEKTROCIĘPLOWNIA GAZOWA
 PRODUKCJA ENERGII ELEKTRYCZNEJ I CIEPŁEJ W SKOJARZENIU



KOLEKTORY SŁONECZNE





W grudniu 2020 roku zakończyliśmy budowę nowoczesnego, ekologicznego źródła ciepła opartego na kogeneracji gazowej. Na realizację inwestycji uzyskaliśmy dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej. Aktualnie aż 56 % ciepła dostarczanego do odbiorców stanowi ciepło wytwarzane w naszej elektrociepłowni. Daje to roczną oszczędność energii pierwotnej na poziomie 23 %.



Monitorujemy ślad węglowy

Mimo braku formalnego obowiązku, wynikającego z Dyrektywy CSRD, podjęliśmy konkretne działania w zakresie monitorowania i raportowania śladu węglowego i wdrożenia polityk ESG, z wykorzystaniem narzędzi posiadających certyfikację zgodności metodologicznej z normami GHG Protocol i ISO 14064-1, wpisujące się w politykę zrównoważonego rozwoju.



Inwestujemy w przyszłość



W inwestycji w modernizację infrastruktury technicznej i rozwój inteligentnego systemu ciepłownictwa – zdalne sterowanie, wizualizacja węzłów ciepłych oraz automatyzacja procesów technologicznych umożliwiają optymalizację działania całego systemu.

W 2025 roku do naszej floty samochodowej dołączył samochód elektryczny.



W celu zwiększenia udziału OZE w naszym miksie energetycznym w miejscu ciepłowni węglowej budujemy nowoczesne źródło złozone z grunтовой pompy ciepła i zasilającej ją w energię elektryczną gazowej jednostki kogeneracyjnej. Będzie to instalacja o wysokim stopniu efektywności, umożliwiającą magazynowanie energii i działanie w trybie niemal autonomicznym.

Nowe źródło zasili miejską sieć ciepłowniczą, wzmacniając bezpieczeństwo dostaw energii ciepłej i dywersyfikując źródła wytwarzania ciepła. To kolejny krok w kierunku odejścia od paliw kopalnych i rozwijania energetyki lokalnej opartej na odnawialnych źródłach.



Wspieramy Mieszkańców

„Działamy nie tylko na rzecz ciepła, ale też dobra miasta – bierzemy udział w lokalnych akcjach charytatywnych i inicjatywach na rzecz mieszkańców. Dumnie wspieramy także mińskie drużyny sportowe.



3.2.2. Zakup samochodu elektrycznego

W ramach działań promocyjno-wizerunkowych w 2025 r. Spółka dokonała zakupu nowoczesnego, w pełni elektrycznego samochodu typu brygadówka wraz z zabudową towarową, który dołączył do floty pojazdów służbowych. Pojazd został oklejony naklejkami firmowymi, zgodnymi z identyfikacją wizualną Przedsiębiorstwa oraz podkreślającymi jej proekologiczny charakter.

Samochód elektryczny jest wykorzystywany do realizacji bieżących podróży służbowych, pełniąc jednocześnie funkcję mobilnego nośnika reklamy. Dzięki codziennej eksploatacji na terenie miasta i okolic pojazd zwiększa rozpoznawalność marki Spółki oraz wzmacnia jej wizerunek jako podmiotu nowoczesnego, odpowiedzialnego środowiskowo i społecznie oraz konsekwentnie realizującego działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.





3.2.3. Murale na obiektach Spółki

W ramach działań promocyjnych w 2025 roku, Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej w Mińsku Mazowieckim zrealizowało projekt artystyczno-edukacyjny, polegający na przygotowaniu murali na budynkach ciepłowni przy ul. Jana Pawła II 10 i elektrociepłowni przy ul. 1 PLM Warszawa 1 E.

Działania obejmowały:

- Organizację konkursu dla młodzieży na projekt muralu ściennego. Konkurs miał charakter otwarty i był skierowany do uczniów ze wszystkich szkół ponadpodstawowych z Mińska Mazowieckiego.
- Promocję i zachęcenie do udziału w konkursie poprzez ogłoszenia online, plakatowanie oraz udostępnienie dokumentów konkursowych na stronie internetowej Spółki.
- Wybór i realizację projektu muralu, który łączył elementy edukacyjne związane z energetyką i proekologicznym wizerunkiem Spółki. Wybrany projekt autorstwa uczennicy Zespołu Szkół Ekonomicznych w Mińsku Mazowieckim został wykonany na ścianie elewacji południowej elektrociepłowni oraz zaadaptowany do nowej grafiki Spółki i włączony do finalnej kompozycji muralu na budynku ciepłowni od strony wschodniej. Oba murale zostały wzbogacone o hasło *Dobra energia dla wszystkich.*



Efekty działań:

- Wzrost świadomości społecznej na temat działalności Spółki oraz roli lokalnej energetyki w Mińsku Mazowieckim.
- Wzmocnienie wizerunku Spółki jako partnera edukacyjnego i promującego proekologiczne inicjatywy.
- Stworzenie atrakcyjnej przestrzeni wizualnej na obiektach Spółki, która służy mieszkańcom jako element estetyczny i edukacyjny.

Projekt muralu spotkał się z pozytywnym odbiorem lokalnej społeczności i był szeroko relacjonowany w mediach społecznościowych Spółki.





3.2.4. Nowe tablice identyfikacyjne obiektów

W ramach działań służących poprawie wizerunku Spółki zleciła wykonanie oraz montaż nowych tablic identyfikacyjnych na terenie dwóch ciepłowni. W przypadku ciepłowni przy ul. Nadrzecznej 18 tablica informacyjna nie była dotychczas zainstalowana, natomiast w drugiej- ciepłownia przy ul. ppłk. Mariana Skrzyneckiego 6- zastąpiono istniejącą, zniszczoną tablicę nową. Działanie to poprawiło czytelność oznakowania obiektów Spółki oraz wpłynęło na ujednoczenie jej wizerunku.



**Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.
w Mińsku Mazowieckim**

CIEPŁOWNIA

przy ul. ppłk. Mariana Skrzyneckiego 6

POGOTOWIE CIEPŁOWNICZE tel. 607 969 097

SEKRETARIAT tel. 25 759 58 30

e-mail: sekretariat@pec-minskmaz.pl



**Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.
w Mińsku Mazowieckim**

CIEPŁOWNIA

przy ul. Nadrzeczna 18

POGOTOWIE CIEPŁOWNICZE tel. 607 969 097

SEKRETARIAT tel. 25 759 58 30

e-mail: sekretariat@pec-minskmaz.pl

3.2.5. Gadzety promocyjne

W roku sprawozdawczym Spółka realizowała działania promocyjne z wykorzystaniem gadżetów firmowych, mające na celu wzmocnienie rozpoznawalności marki PEC Mińsk Mazowiecki oraz budowanie jej wizerunku jako podmiotu działającego w duchu innowacyjności, proekologicznego i zaangażowanego w życie lokalnej społeczności.



W ramach tych działań zakupiono i dystrybuowano m.in.:

- kubki termiczne bambusowe z logo Spółki,
- powerbanki solarne w obudowie bambusowej z logo Spółki,
- krówki w papierkach z logo Spółki,



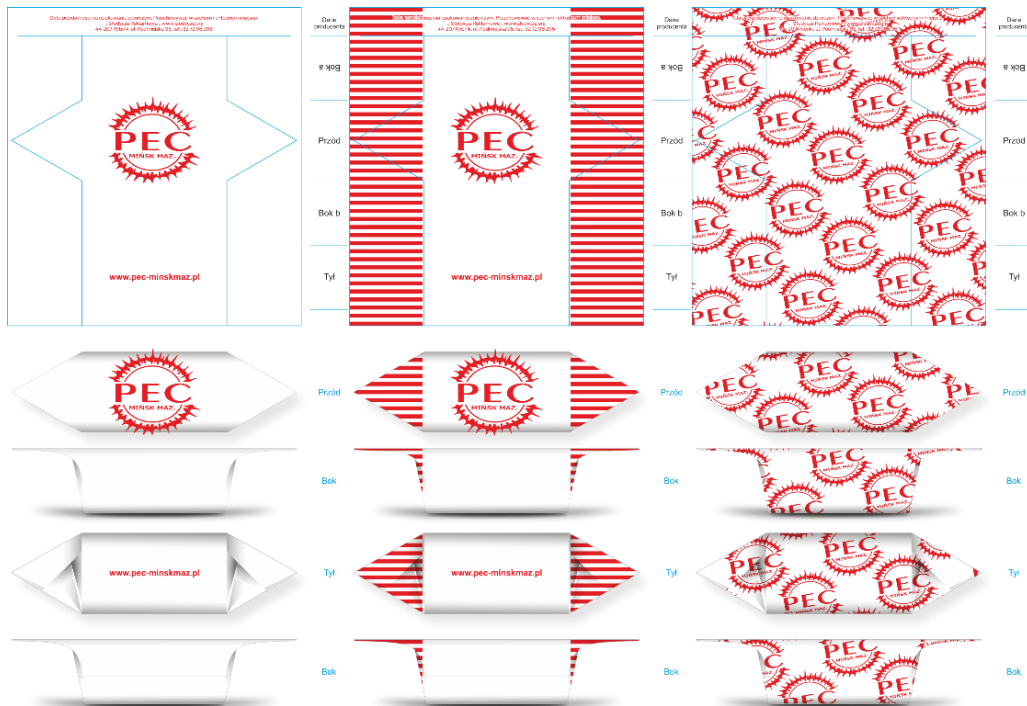
- pluszową maskotkę Pecus – bohatera identyfikacji wizualnej Spółki,
- pierniki lukrowane z motywem i logo Spółki.

Dobór gadżetów był celowy i spójny z wartościami promowanymi przez Spółkę. Szczególny nacisk położono na produkty użytkowe i ekologiczne, co wpisuje się w strategię zrównoważonego rozwoju oraz edukację ekologiczną mieszkańców. Gadzety były wykorzystywane podczas wydarzeń lokalnych, inicjatyw promocyjnych oraz aktywności skierowanych do dzieci i młodzieży.

Stosowanie gadżetów przyjaznych środowisku oraz trwałych ograniczało wykorzystanie jednorazowych produktów promocyjnych. Dzięki temu Spółka podkreślała swoje odpowiedzialne podejście do kwestii środowiskowych oraz promowała racjonalne korzystanie z energii.

Wykorzystanie gadżetów, takich jak bambusowe kubki termiczne i powerbanki solarne, wzmocniło nowoczesny wizerunek Spółki, natomiast inne produkty, takie jak krówki, pierniki oraz maskotka Pecus – budowały pozytywny, emocjonalny kontakt z marką, szczególnie wśród dzieci i rodzin.

Działania te przyczyniły się do zwiększenia rozpoznawalności Spółki, utrwalenia jej wizerunku jako odpowiedzialnego społecznie partnera oraz skutecznie wspierały pozostałe aktywności promocyjne realizowane w roku sprawozdawczym.







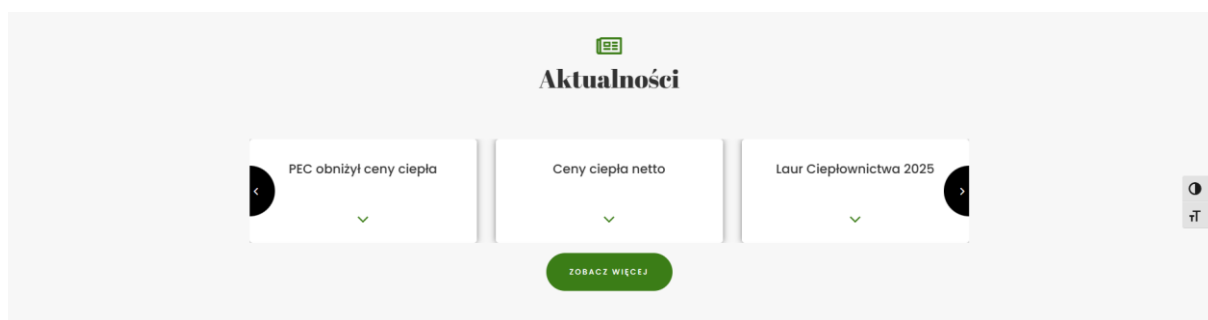
3.3. Działania w obszarze cyfrowym i online

3.3.1. Strona internetowa

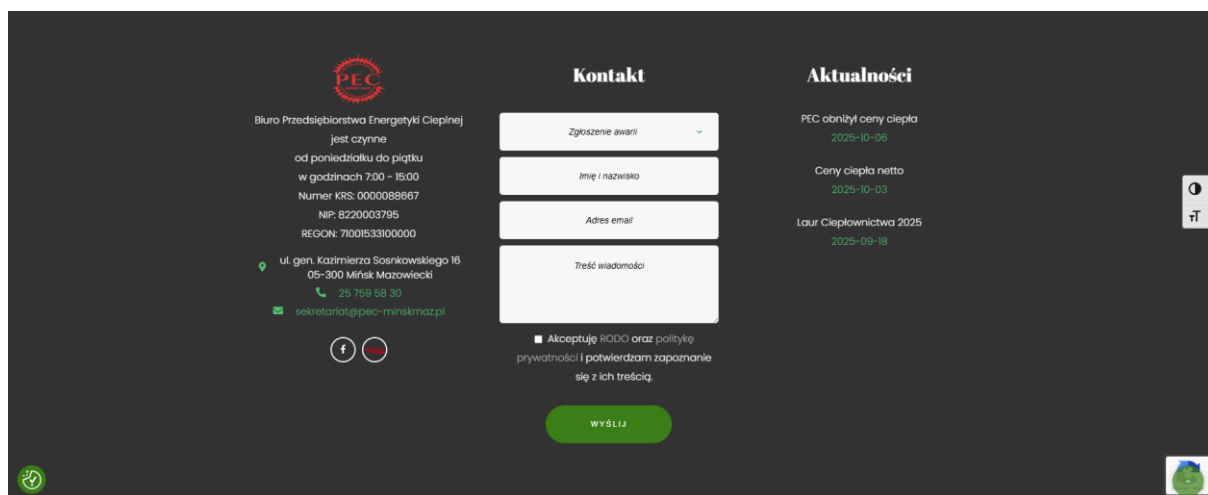
W roku sprawozdawczym zrealizowano zmianę systemu zarządzania treścią strony internetowej z Quick CMS na WordPress, co stanowiło istotny krok w kierunku unowocześnienia narzędzi komunikacji Spółki. Wdrożenie WordPressa znacząco zwiększyło elastyczność zarządzania treściami oraz poprawiło ergonomię pracy osób odpowiedzialnych za aktualizację strony.

Nowy system umożliwia szybsze publikowanie informacji, łatwiejszą edycję treści oraz lepsze dostosowanie strony do obowiązujących standardów dostępności cyfrowej i urządzeń mobilnych. Zmiana CMS wpłynęła również pozytywnie na bezpieczeństwo serwisu oraz jego dalszy rozwój funkcjonalny, w tym integrację z narzędziami analitycznymi i mediami społecznościowymi.

Migracja została przeprowadzona w sposób uporządkowany i bez zakłóceń w dostępności strony dla użytkowników, zapewniając ciągłość komunikacji oraz pozytywne doświadczenie odbiorców.



Na stronie dodano formularz zgłoszeniowy połączony z pocztą e-mail sekretariat@pec-minsk maz.pl.



Została rozbudowana zakładka *Troska o środowisko*.

Troska o środowisko

[STRONA GŁÓWNA](#) / [PEC](#) / [TROSKA O ŚRODOWISKO](#)

Troska o środowisko

Jednym z kluczowych celów działalności Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej Sp. z o.o. w Mińsku Mazowieckim jest troska o środowisko naturalne. Nieustannie dążymy do podnoszenia standardów ekologicznych oraz ograniczania negatywnego wpływu na otoczenie. Nasze działania koncentrują się na zapobieganiu zanieczyszczeniom oraz redukcji emisji gazów cieplarnianych i zużycia energii pierwotnej.

Największą inwestycją w historii Spółki, zrealizowaną w duchu zrównoważonego rozwoju, była **budowa elektrociepłowni w Mińsku Mazowieckim**. Nowoczesna jednostka wysokosprawnej kogeneracji oparta na dwóch silnikach gazowych o łącznej mocy cieplnej 6,7 MW i mocy elektrycznej 5,6 MW stanowi obecnie kluczowe źródło ciepła dla mieszkańców – latem pełni rolę podstawowego źródła zasilania, a zimą znacząco zmniejsza udział produkcji w ciepłowni węglowej.

Rozpoczęcie produkcji i sprzedaży energii elektrycznej pozwoliło nie tylko na dywersyfikację źródeł przychodów, ale także na wzmocnienie stabilności i kondycji finansowej przedsiębiorstwa.



Przebudowano zakładkę *Infrastruktura techniczna*– długie, nieczytelne opisy zastąpiono interaktywną mapą sieci ciepłowniczej– obiekty należące do Spółki są oznakowane pinezkami, a po kliknięciu w wybrany obiekt pojawiają się zdjęcia i krótki opis danego obiektu.

Infrastruktura techniczna PEC w Mińsku Mazowieckim

Spółka jest właścicielem sieci ciepłowniczej i źródeł ciepła na terenie Mińska Mazowieckiego, w których wytwarza się ciepło zamówione przez Odbiorców, na potrzeby centralnego ogrzewania, wentylacji i podgrzania wody użytkowej.

Skala działania

Spółka sprzedała w 2024 roku 242 175,81 GJ ciepła. Moc cieplna zamówiona przez odbiorców wyniosła na koniec 2024 roku 38,51 MW.





Elektrociepłownia przy ul. 1 PLM Warszawa 1E

Paliwo: gaz ziemny wysokometanowy
Moc cieplna elektrociepłowni: 6,7 MW
Moc elektryczna elektrociepłowni: 7,1 MW

System kogeneracyjny został zbudowany w oparciu o dwa gazowe agregaty prądotwórcze, wyposażone w silniki spalinowe tłokowe, zasilane gazem ziemnym i sprzężone z generatorami synchronicznymi.

Realizacja projektu „Budowa elektrociepłowni w Mińsku Mazowieckim” została zakończona w grudniu 2020 r. Decyzją Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki Beneficjent został dopuszczony do systemu premii gwarantowanej.

Głównym celem inwestycji jest zwiększenie efektywności przetwarzania energii pierwotnej i stopniowe eliminowanie węgla z produkcji energii, poprzez wytwarzanie energii elektrycznej i energii cieplnej w skojarzeniu (w ramach jednego procesu) w wysokosprawnej kogeneracji zasilanej gazem sieciowym, co doprowadzi do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych do atmosfery.

Budowa elektrociepłowni została dofinansowana z funduszy POIiŚ 2014–2020 oraz NFOŚiGW.



3.3.2. Media społecznościowe

W okresie sprawozdawczym przeprowadzono działania porządkujące i rozwojowe w zakresie komunikacji Spółki w mediach społecznościowych, tj. na profilu Facebook. Obejmowały one odświeżenie profilu, ujednoczenie stylistyki publikowanych treści oraz usunięcie nieaktualnych i niespójnych postów.

Wprowadzono bardziej uporządkowaną i czytelną formę komunikacji, z wykorzystaniem infografik oraz dbałością o spójny i estetyczny efekt wizualny publikacji. Podjęte działania przyczyniły się do poprawy czytelności przekazu, wzmocnienia wizerunku Spółki oraz dostosowania komunikacji do odbiorców.

Spółka planuje dalszy rozwój komunikacji w mediach społecznościowych, w szczególności ukierunkowany na dotarcie do szerszego grona mieszkańców, ze szczególnym uwzględnieniem młodszych odbiorców.

Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o.

ul. gen. Kazimierza Sosnkowskiego 16
05 - 300 Mińsk Mazowiecki
tel. 25 759 58 30
e-mail: sekretariat@pec-minskmaz.pl
<https://www.pec-minskmaz.pl/>
e-Doręczenia: AE:PL-55019-71614-ATDEA-21





1 PAŹDZIERNIKA DZIEŃ EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ

Oszczędzaj energię, dbaj o planetę!

Pamiętaj, że nawet małe zmiany w zużyciu energii mają **WIELKIE** znaczenie!

Zmniejszenie temperatury w mieszkaniu o jeden stopień to rocznie :

 około **5–8%** mniejsze zużycie ciepła

 **450 tys. ton** zużytego węgla mniej

 **1 mln ton** mniej wyemitowanego dwutlenku węgla

**PRZEDSIĘBIORSTWO ENERGETYKI CIEPŁEJ SP. Z O. O. W MIŃSKU MAZOWIECKIM
OD 2020 ROKU UTRZYMUJE STATUS EFEKTYWNEGO SYSTEMU CIEPŁOWNICZEGO**





Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej

Opublikowane przez: Martyna Milewska · 7 października 2025 ·

Od lutego 2024 roku do kwietnia 2025 Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o. o. w Mińsku Mazowieckim nie zmieniało cen taryfowych ciepła.

Od maja 2025 Spółka obniżyła ceny taryfowe ciepła średnio o ok. 3,8 %.

Przypominamy, że w okresie od stycznia 2023 roku do 30 czerwca 2025 roku Spółka stosowała preferencyjne ceny ciepła dla odbiorców uprawnionych.



3.4. Działania prospołeczne

3.4.1. Sponsoring

W okresie sprawozdawczym Spółka realizowała liczne działania sponsoringowe obejmujące wsparcie inicjatyw sportowych, kulturalnych oraz społecznych o charakterze lokalnym. Wybór jednostek sponsorowanych był ukierunkowany na **zwiększenie rozpoznawalności marki PEC Mińsk Mazowiecki**, budowanie pozytywnego wizerunku Spółki jako podmiotu zaangażowanego w życie miasta oraz wzmacnianie relacji z mieszkańcami.

Zakres świadczeń w ramach zawartych umów sponsoringowych obejmował przede wszystkim **usługi promocyjno-reklamowe**, realizowane zarówno w przestrzeni fizycznej (wydarzenia, mecze, festiwale), jak i w kanałach cyfrowych (strony internetowe, media społecznościowe organizatorów).



Działania sponsoringowe w obszarze sportu, realizowane we współpracy z Klubem Sportowym PROBASKET, Miejskim Ośrodkiem Sportu i Rekreacji, a także z klubem MKS Mazovia Mińsk Mazowiecki (umowa z 2024 r.), zapewniały **regularną i powtarzalną ekspozycję marki Spółki** poprzez umieszczenie logotypu na strojach meczowych, banerach, stronach internetowych oraz poprzez komunikaty spikerskie i publikacje w mediach społecznościowych. Obecność Spółki podczas wydarzeń sportowo-rekreacyjnych umożliwiała również **bezpośredni kontakt z mieszkańcami**.

W obszarze kultury i dziedzictwa lokalnego Spółka współpracowała z Miejską Biblioteką Publiczną, Miejskim Domem Kultury oraz Muzeum Ziemi Mińskiej. Sponsoring wydarzeń takich jak Gale, festiwale oraz projekty artystyczne pozwolił na **pozycjonowanie Spółki jako mecenasa kultury i partnera instytucji publicznych**. Nadanie tytułu Partnera wydarzeń, szeroka obecność logotypu w materiałach promocyjnych, informacja w mediach lokalnych oraz udział w wydarzeniach znacząco zwiększały zasięg i widoczność marki PEC.

Na szczególną uwagę zasługuje trwały efekt promocyjny wynikający z realizacji projektu rzeźbiarskiego Pelagii Łubieńskiej, w ramach którego logo Spółki zostało

umieszczone przy rzeźbie oraz w materiałach towarzyszących prezentacji, co zapewnia **długofalową ekspozycję w przestrzeni publicznej**.

Podsumowując, realizowane działania sponsoringowe:

- zapewniły **szeroką i zróżnicowaną ekspozycję marki** wśród mieszkańców Mińska Mazowieckiego,
- wzmacniały wizerunek Spółki jako **odpowiedzialnego i aktywnego uczestnika życia społecznego miasta**,
- były spójne z charakterem działalności Spółki oraz jej rolą jako podmiotu komunalnego.

Kontynuacja działań sponsoringowych w podobnym modelu, opartym na współpracy z lokalnymi instytucjami sportu i kultury, jest zasadna i przynosi wymierne korzyści wizerunkowe.

Lp.	Jednostka sponsorowana	Świadczenia w ramach sponsoringu	Kwota sponsoringu	Data
1	Klub Sportowy PROBASKET w Mińsku Mazowieckim	Usługi promocyjno-reklamowe w ramach rozgrywek drugiej ligi koszykówki mężczyzn w sezonie 2024/2025/2026: <ol style="list-style-type: none"> 1. Zamieszczenia informacji o Sponsorze w social mediach KS PROBASKET, 2. Umieszczeniu logo Sponsora na stronie internetowej KS PROBASKET, 1. Umieszczeniu logo Sponsora na strojach meczowych, 2. Informacja spikerska o Sponsorze na każdym meczu, 3. Umieszczenie banera Sponsora na każdym meczu. 	20 000 zł	20. 03. 2025
2	Miejska Biblioteka Publiczna w Mińsku Mazowieckim	Usługi promocyjno-reklamowe w ramach organizacji Gali Alei Gwiazd Literatury: <ol style="list-style-type: none"> 1. Prezentacji Spółki PEC podczas eventu, 2. Zamieszczenia informacji o Sponsorze w social mediach MBP, 3. Umieszczeniu logo Sponsora na stronie internetowej MBP, 	2 000 zł brutto	04. 04. 2025

		<p>4. Zamieszczenia informacji o Sponsorze na stronie Urzędu Miasta Mińsk Mazowiecki,</p> <p>5. Zamieszczenia informacji o Sponsorze na portalu internetowym Wirtualny Mińsk Mazowiecki.</p>		
3	Miejski Dom Kultury w Mińsku Mazowieckim	<p>Usługi promocyjno-reklamowe w ramach pakietu sponsorskiego, przy organizacji imprezy o nazwie <i>Festiwal 4M – Mińsk dla Muzyki, Muzyka dla Mińska</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nadania TYTUŁU PARTNERA 2. Umieszczeniu logotypu Sponsora na wszystkich drukowanych materiałach promocyjnych. 3. Umieszczenie logotypu Sponsora na roll-upie w miejscu odbywania się wydarzeń. 4. Umieszczenie logotypu na banerach internetowych. 5. Umieszczenie logotypu w serwisie internetowym Organizatora. 6. Informacja o współpracy w social mediach organizatora. 7. Możliwość dystrybucji materiałów promocyjnych. 8. Możliwość zorganizowania konkursu. 9. Reklama spikerska ze sceny podczas koncertu finałowego. 10. Umieszczenie logotypu na identyfikatorach. 11. Możliwość ustawienia stoiska promocyjnego. 12. Inne działania w zależności od ustaleń. 	20 000 zł netto	14.05.2025
4	Muzeum Ziemi Mińskiej w Mińsku Mazowieckim	<p>Usługi promocyjno-reklamowe w ramach realizacji projektu rzeźbiarskiego dotyczącego postaci Pelagii Łubieńskiej:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Przekazanie na rzecz Przedsiębiorstwa Energetyki 	23 500 zł brutto	25. 06. 2025

		<p>Ciepłej Sp. z o.o. statuetki Pelagii Łubieńskiej,</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Zamieszczenie informacji o Sponsorze w mediach lokalnych, 3. Umieszczenie logo Sponsora we wszystkich materiałach reklamowych dotyczących prezentacji rzeźby, 4. Zamieszczenie logo Sponsora na tabliczce zamieszczonej przy rzeźbie. 		
5	<p>Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji Sp. z o.o. w Mińsku Mazowieckim</p>	<p>Usługi promocyjno - reklamowe w ramach organizacji Pikniku Sportowo – Rekreacyjnego w dniu 31 sierpnia 2025 r.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prezentacja Spółki PEC podczas eventu, 2. Zamieszczenie informacji o Sponsorze w social mediach MOSiR, 3. Kilukrotne podanie informacji o Sponsorze podczas imprezy, 4. Umieszczenie logo Sponsora na stronie internetowej MOSiR, 5. Zapewnienie możliwości wystawienia własnego stoiska reklamowego, umieszczenia balonu reklamowego oraz stoiska z ulotkami podczas trwania Pikniku. 	<p>3 000 zł netto</p>	<p>06. 08. 2025</p>
6	<p>Miejski Dom Kultury w Mińsku Mazowieckim</p>	<p>Usługi promocyjno-reklamowe w ramach organizacji 17. Festiwalu Himilsbacha w dniach 10 – 14 września 2025 r.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nadanie TYTUŁU PARTNERA 2. Umieszczenie logotypu Sponsora na wszystkich drukowanych materiałach promocyjnych wydarzenia. 3. Umieszczenie logotypu Sponsora na roll-up'ie w miejscu odbywania się wydarzeń. 4. Umieszczenie logotypu Sponsora na banerach 	<p>7 000 zł netto</p>	<p>28. 08. 2025</p>

		<p>internetowych oraz serwisach internetowych Festiwalu i Organizatora.</p> <p>5. Informacja o współpracy w social mediach Organizatora.</p> <p>6. Możliwość dystrybucji materiałów promocyjnych.</p> <p>7. Reklama spikerskiej ze sceny podczas koncertu finałowego.</p>		
7	Miejski Dom Kultury w Mińsku Mazowieckim	<p>Usługi promocyjno-reklamowe w ramach organizacji 16. Festiwalu Piotra Skrzyneckiego w dniach 18 – 22 listopada 2025 r.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nadanie TYTUŁU PARTNERA 2. Umieszczenie logotypu Sponsora na materiałach promocyjnych wydarzenia. 3. Umieszczenie logotypu Sponsora z aktywnym linkiem do strony internetowej Sponsora na stronie Organizatora oraz w mediach społecznościowych. 4. Umieszczenie logotypu Sponsora na roll-up'ie w miejscu odbywania się wydarzeń. 5. Reklama spikerskiej ze sceny podczas trwania wydarzenia. 6. Przekazanie zaproszeń na Koncert Galowy oraz inne koncerty i spektakle. 	10 000 zł netto	02. 10. 2025



16.

FESTIWAL



PIOTR

PODZIĘKOWANIE

DLA

PRZEDSIĘBIORSTWA ENERGETYKI
CIEPLNEJ W MIŃSKU MAZOWIECKIM

ZA WSPARCIE PRZY ORGANIZACJI
16. FESTIWALU
PIOTRA SKRZYNECKIEGO

MIEJSKI DOM KULTURY

PIOTRA
SKRZYNECKIEGO

18 — 22.11.

2025 Mińsk
Mazowiecki

Wsparcie klubów sportowych- MKS Mazovia Mińsk Mazowiecki







Podziękowanie



Składam serdeczne podziękowanie
za okazane wsparcie i zaangażowanie w organizację Pikniku Sportowo-Rekreacyjnego.

Dzięki Państwa pomocy mogliśmy stworzyć wyjątkowe wydarzenie,
które dostarczyło uczestnikom wiele radości i dało możliwość aktywnego wypoczynku.
Państwa życzliwość i otwartość są dla nas nieocenionym wsparciem,
a współpraca z tak zaangażowanymi Partnerami daje nam motywację do dalszych działań.

Z wyrazami wdzięczności i nadzieją na dalszą współpracę

Prezes Zarządu
Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji
w Mińsku Mazowieckim Sp. z p. o.
Tomasz Płochocki
Tomasz Płochocki



Wsparcie klubów sportowych- Klub Sportowy PROBASKET







3.4.2. Darowizny

W 2025 r. Spółka przekazała darowizny na rzecz inicjatyw o charakterze społecznym, edukacyjnym i kulturalnym. Wsparcie objęło realizację Koncertu Pamięci *Cisza ma imię* oraz projektu *Stwórz ekopracownię marzeń* w Szkole Podstawowej nr 5 w Mińsku Mazowieckim, wpisując się w działania Spółki na rzecz społecznej odpowiedzialności i wspierania lokalnej społeczności.

Lp.	Jednostka sponsorowana	Świadczenia w ramach sponsoringu	Kwota sponsoringu	Data
1	Fundacja Rozwoju Młodzieży IDEA	Finansowe wsparcie działań w ramach realizacji Koncertu Pamięci <i>Cisza ma imię</i>	5 000,00 zł.	10.09.2025 r.
2	Szkoła Podstawowa Nr 5 im. Józefa Wybickiego w Mińsku Mazowieckim	Wsparcie działań w ramach realizacji projektu <i>Stwórz ekopracownię marzeń</i> w Szkole Podstawowej Nr 5 im. Józefa Wybickiego w Mińsku Mazowieckim	2 000,00 zł	06.03.2025 r.

4. Efektywność działań promocyjnych i wnioski

Działania promocyjne realizowane przez Spółkę w okresie sprawozdawczym charakteryzowały się spójnością, racjonalnością oraz adekwatnością do skali i charakteru działalności Spółki. Podejmowane inicjatywy koncentrowały się na wzmacnianiu rozpoznawalności marki PEC Mińsk Mazowiecki, budowaniu pozytywnego wizerunku Spółki jako nowoczesnego i odpowiedzialnego przedsiębiorstwa komunalnego oraz na utrwalaniu relacji z lokalną społecznością.

Efektywność działań promocyjnych przejawiała się przede wszystkim w szerokim i zróżnicowanym zasięgu komunikacyjnym, osiągniętym poprzez obecność Spółki w przestrzeni publicznej, podczas wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych, a także w kanałach cyfrowych. Szczególną rolę odegrały działania sponsoringowe i partnerskie, które zapewniły regularną ekspozycję marki oraz możliwość bezpośredniego kontaktu z mieszkańcami.

Pozytywnym efektem prowadzonych działań była również poprawa jakości komunikacji w mediach społecznościowych oraz uporządkowanie wizerunku Spółki online, co przełożyło się na większą czytelność przekazu i lepsze dopasowanie formy komunikacji do odbiorców. Działania te stanowią solidną podstawę do dalszego rozwoju nowoczesnych narzędzi komunikacji, w szczególności w kontekście docierania do młodszych grup mieszkańców, będących potencjalnymi klientami.

Potwierdzeniem skuteczności podejmowanych działań promocyjnych i wizerunkowych było uzyskanie licznych nagród, certyfikatów i wyróżnień branżowych oraz biznesowych, które wzmacniają wiarygodność Spółki i budują zaufanie interesariuszy.

Wnioski z realizacji działań promocyjnych wskazują na zasadność kontynuowania przyjętego kierunku komunikacji, opartego na lokalnym zaangażowaniu, spójności przekazu oraz racjonalnym doborze narzędzi promocyjnych. W kolejnych okresach zasadne jest dalsze rozwijanie działań w obszarze komunikacji cyfrowej, przy jednoczesnym utrzymaniu obecności Spółki w inicjatywach miejskich i wydarzeniach o istotnym znaczeniu dla lokalnej społeczności.

5. Rekomendacje i kierunki działań na kolejny rok

W oparciu o analizę zrealizowanych działań promocyjnych oraz ocenę ich efektywności rekomenduje się kontynuację i dalszy rozwój spójnej strategii komunikacyjnej Spółki, ukierunkowanej na wzmacnianie rozpoznawalności marki PEC Mińsk Mazowiecki oraz budowanie trwałych relacji z lokalną społecznością.

W kolejnym roku zasadnym jest dalsze rozwijanie obecności Spółki w kanałach cyfrowych, w szczególności w mediach społecznościowych, poprzez systematyczne publikowanie treści o wysokiej jakości wizualnej i informacyjnej (infografiki). Działania te powinny być ukierunkowane na dotarcie do szerszego grona mieszkańców, ze szczególnym uwzględnieniem młodszych odbiorców, przy jednoczesnym zachowaniu rzetelnego i merytorycznego charakteru komunikacji. Planuje się również zmianę formularzy udostępnianych obecnie w formacie PDF na formularze interaktywne (edytowalne), dostępne bezpośrednio na stronie internetowej Spółki. Działanie to stanowi element dalszej cyfryzacji procesów obsługi klienta i ma na celu zwiększenie wygody, dostępności oraz skrócenie czasu realizacji spraw.

Rekomenduje się również utrzymanie oraz selektywny rozwój działań sponsoringowych i partnerskich, skoncentrowanych na inicjatywach sportowych, kulturalnych i społecznych o zasięgu lokalnym. Dalsza współpraca z instytucjami miejskimi i organizacjami działającymi na rzecz mieszkańców pozwoli na utrzymanie wysokiej widoczności Spółki oraz wzmacnianie jej wizerunku jako odpowiedzialnego przedsiębiorstwa komunalnego.

Istotnym kierunkiem działań w kolejnym roku jest również rozwój działań edukacyjnych skierowanych do dzieci i młodzieży, realizowanych we współpracy ze szkołami podstawowymi. Planowane są zajęcia edukacyjne poświęcone tematyce ciepła systemowego, efektywności energetycznej oraz funkcjonowania przedsiębiorstwa ciepłowniczego, których celem będzie budowanie świadomości ekologicznej, promowanie racjonalnego korzystania z energii oraz kształtowanie pozytywnego wizerunku Spółki już wśród najmłodszych mieszkańców. Przy tej okazji dostrzega się potencjał rozwoju wizerunku maskotki Spółki jako elementu wspierającego działania promocyjne i edukacyjne. Maskotka może stanowić skuteczne narzędzie komunikacji, szczególnie w działaniach skierowanych do dzieci i młodzieży, wzmacniając rozpoznawalność marki oraz pozytywne skojarzenia ze Spółką.

W kolejnych okresach celowe jest także systematyczne wykorzystywanie uzyskanych nagród, certyfikatów i wyróżnień w działaniach komunikacyjnych i promocyjnych Spółki, zarówno w kanałach online, jak i w materiałach informacyjnych. Pozwoli to na dalsze wzmacnianie wiarygodności Spółki oraz budowanie zaufania interesariuszy.

Podejmowane działania promocyjne powinny być realizowane z zachowaniem zasady racjonalności kosztowej, przy jednoczesnym dążeniu do maksymalizacji efektu wizerunkowego oraz spójności przekazu we wszystkich kanałach komunikacji.

6. Podsumowanie

Działania promocyjne realizowane przez Spółkę w okresie sprawozdawczym były spójne, celowe i dostosowane do charakteru działalności przedsiębiorstwa, będącego własnością miasta. Obejmowały one zarówno działania wizerunkowe, sponsoringowe i edukacyjne, jak i rozwój komunikacji w kanałach cyfrowych.

Podejmowane inicjatywy przyczyniły się do wzmocnienia rozpoznawalności marki PEC Mińsk Mazowiecki, budowania pozytywnego wizerunku Spółki jako nowoczesnego i odpowiedzialnego podmiotu oraz pogłębiania relacji z lokalną społecznością. Uzyskane nagrody, certyfikaty i wyróżnienia stanowią dodatkowe potwierdzenie skuteczności przyjętego kierunku działań.

Realizowana polityka promocyjna była prowadzona z zachowaniem zasady racjonalności kosztowej oraz adekwatności do celów Spółki. Przyjęte kierunki działań stanowią solidną podstawę do dalszego rozwoju komunikacji i działań wizerunkowych w kolejnych okresach.