Załącznik nr 1 do SIWZ nr 3/PN/2025

**BRIEF**: Obsługa PR dla spółki Węglokoks S.A.

**Firma**: Węglokoks S.A.

**Marka/i**: Węglokoks S.A., Huta Pokój Profile, Walcownia Blach Batory, Huta Łabędy, Huta Pokój Konstrukcje, Huta Pokój SA, Węglokoks Energia, Inter Balt, Polske Uhli, Port Północny, Biuro Centrum, GTL.

**Brief przygotowany przez**: Michał Łyczak

**Stanowisko**: Rzecznik prasowy

**Kontakt**: 785 001 899 /  m.lyczak@weglokoks.com.pl

**Ogólne założenia kampanii/działań**:

Regularne działania komunikacyjne dotyczące komunikacji zewnętrznej, wewnętrznej oraz ESG dla spółki Węglokoks S.A.

**Informacje dotyczące zasadniczego przedmiotu Briefu**:

Spółka Węglokoks S.A. (oraz spółki zależne) jest jedną z największych spółek skarbu Państwa z branży energetycznej oraz hutniczej w Polsce. To marka zrzeszająca przedsiębiorstwa z sektora hutniczego, energetycznego i logistycznego, a zarazem największy w Polsce eksporter węgla energetycznego, operator logistyczny i handlowy.

Przedsiębiorstwo powstało w 1951 roku jako Centrala Handlu Zagranicznego, zajmująca się głównie eksportem węgla kamiennego. Obecnie węgiel jest eksportowany głównie do krajów Unii Europejskiej, jednak coraz silniej eksplorowane są rynki krajów Afryki Północnej i Azji Wschodniej. Działalność firmy na rynku krajowym to przede wszystkim: handel produktami dla hutnictwa, dostawy magnetytu
i flokulantów, materiałów dla górnictwa oraz handel biomasą i paliwami płynnymi dla przemysłu energetycznego.

**Nowa strategia:** W 2022 roku rozpoczęto przebudowę Grupy. Zaczęto od sprzedaży całego pakietu akcji spółek wydobywczych: Polskiej Grupy Górniczej SA oraz Węglokoks Kraj SA. Modyfikowana była także struktura produktowa koncentrując się w większym stopniu na węglu metalurgicznym, wpisanym na listę surowców strategicznych UE. Rozpoczęto również programy inwestycyjne w hutnictwie, finalnie procedując rebranding Spółki oraz całej Grupy Kapitałowej.

Spółka zdaje sobie sprawę z faktu, iż energetyka w Polsce przechodzi czas transformacji i proces ten musi odbywać się w sposób zrównoważony. Dlatego w najbliższych latach Węglokoks S.A. chce być wsparciem oraz liderem zmian procesu transformacji w regionie. Działalność skupiać się będzie na rozwoju czterech linii biznesowych: handlu, logistyki, hutnictwa i nowoczesnej energetyki. Spółka będzie zajmować się również rozwojem nowych obszarów działalności, m.in. wykorzystaniem wodoru oraz technologiami magazynowania energii. Spółka pragnie być nie tylko wiarygodnym oraz odpowiedzialnym partnerem w biznesie, gwarantującym bezpieczeństwo oraz rozwój Pracowników, ale także Grupą odpowiedzialną za środowisko, w którym funkcjonuje, dbającą o wszystkich Interesariuszy.

**Cele komunikacyjne:**

W ostatnich latach, pod kątem komunikacji, Węglokoks nie prowadził działań PR w ramach jasno nakreślonej strategii komunikacji. Tym samym firma planuje nakreślić długofalową strategię komunikacji spółki i spółek zależnych (zarówno z interesariuszami zewnętrznymi, jak i wewnętrznymi) i następnie prowadzić zgodnie z nią regularne działania w Polsce. Strategia ta powinna być ściśle zespolona ze strategią biznesową Grupy.

Firma pragnie pokazać Węglokoks komunikacyjnie z szerszej perspektywy: jako dużą, europejską firmę, która co prawda działa w tradycyjnych gałęziach przemysłu, jednak jest świadoma wyzwań związanych np. z zieloną transformacją i, nie mając zamiaru przeprowadzać rewolucji pod kątem działań operacyjnych, wchodzi na profesjonalny, globalny sposób zarządzania organizacją i właściwie to komunikuje. Z korzyścią dla wszystkich interesariuszy: partnerów biznesowych, klientów
i pracowników Węglokoksu.

**Podsumowując**: dzięki właściwej komunikacji spółka pragnie pokazać, że nawet firmy mające w swoim portfolio spółki reprezentujące tradycyjne gałęzie gospodarki, mogą być zarządzane nowocześnie i tym samym śmiało patrzeć w przyszłość, szczególnie pod kątem zielonej transformacji w Europie i Polsce.

**Dotychczasowe działania promocyjne:**

Dotychczas spółka Węglokoks S.A. opierała swoją komunikację na pojedynczych i spontanicznych działaniach, w tym sponsoringach. Jeśli chodzi o komunikację wewnętrzną, należy traktować, że nie była ona prowadzona wg jakiejkolwiek strategii i należy zacząć budowanie jej od nowa. Spółka posiada swoje social media, jednak zależy jej na doradztwie w ramach prowadzenia ich w bardziej profesjonalny sposób. Działania dot. ESG (szczególnie charytatywne) były prowadzone w sposób doraźny. Spółka nie prowadziła także szerokoformatowych kampanii promocyjnych czy specjalnych eventów dla interesariuszy.

**Dotychczasowa aktywność PR:**

Dotychczas firma prowadziła bieżącą komunikację z interesariuszami głównie na poziomie rzecznictwa prasowego oraz sponsoringów.

GRUPY DOCELOWE / KONSUMENT / INTERESARIUSZE:

1.      Klienci/partnerzy biznesowi Węglokoks S.A.

2.      Odbiorcy energii w Polsce.

3.      Media ogólnopolskie, branżowe, regionalne oraz lokalne.

4.      Samorządowcy i przedstawiciele rządu.

5.      Pracownicy Węglokoks S.A. i spółek zależnych.

6.      Grupy zbieżne z planowanymi obszarami zaangażowania sponsoringowego spółki.