

Oświadczenie Grupy Kapitałowej TIM na temat informacji niefinansowych

1. Otoczenie

2. Komentarz do wyników finansowych

3. Działalność Grupy Kapitałowej TIM w 2019 roku

4. Perspektywy i plany rozwoju Grupy Kapitałowej TIM

5. Zarządzanie ryzykiem

6. Oświadczenie Grupy Kapitałowej TIM na temat informacji niefinansowych

7. Ład korporacyjny

8. Pozostałe informacje

Kluczowe zagadnienia omawiane w tym rozdziale:

**#lider #GPW #kapitał #hybryda
#wyjątkowymodelbiznesowy #fundament**

Oświadczenie Grupy Kapitałowej TIM na temat informacji niefinansowych

Czytaj
dalej



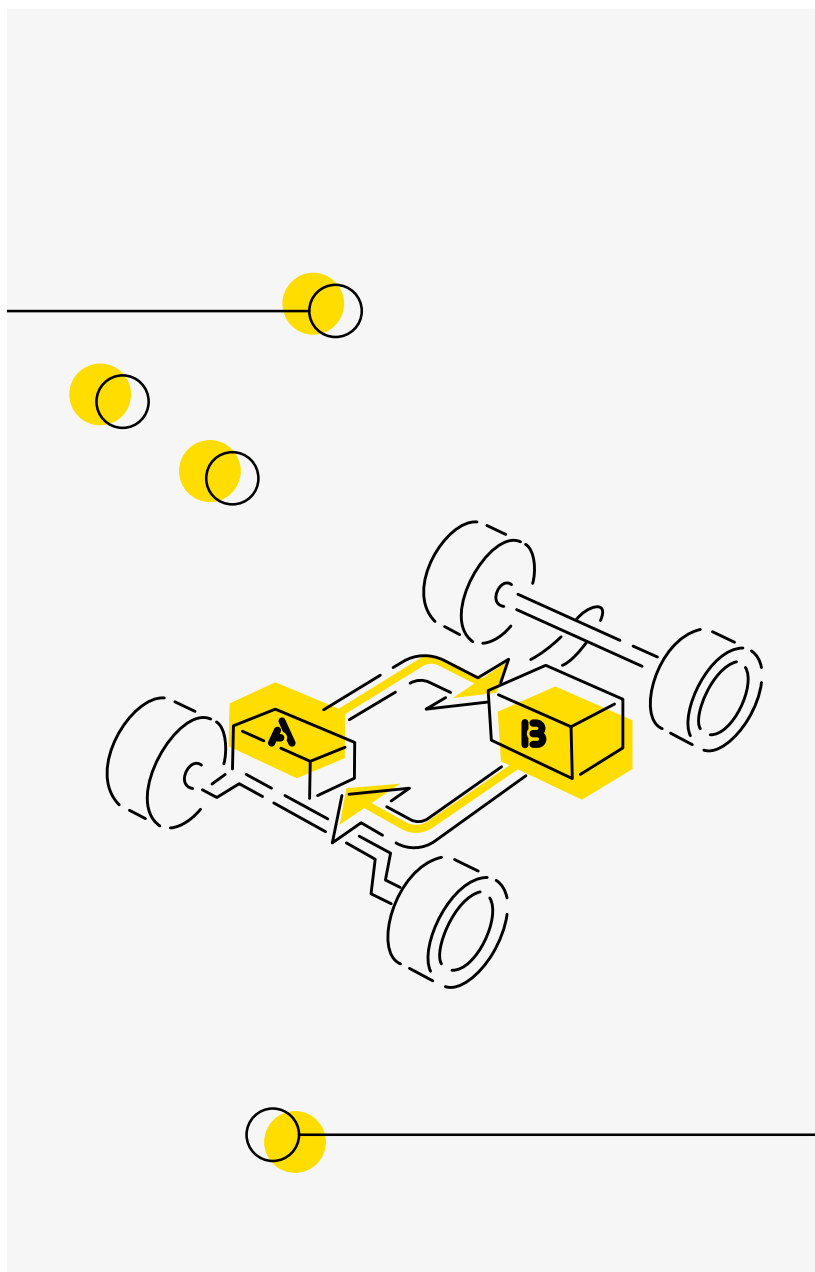
6.1. Model biznesowy

6.1.1. Podstawowe informacje na temat Grupy TIM

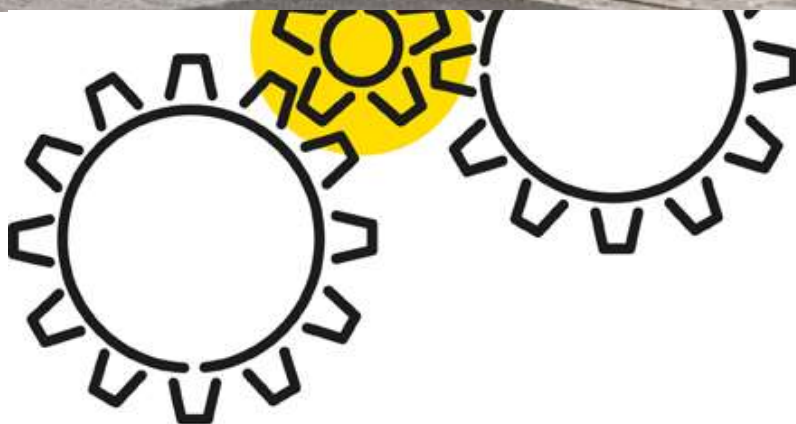
Kim jesteśmy?

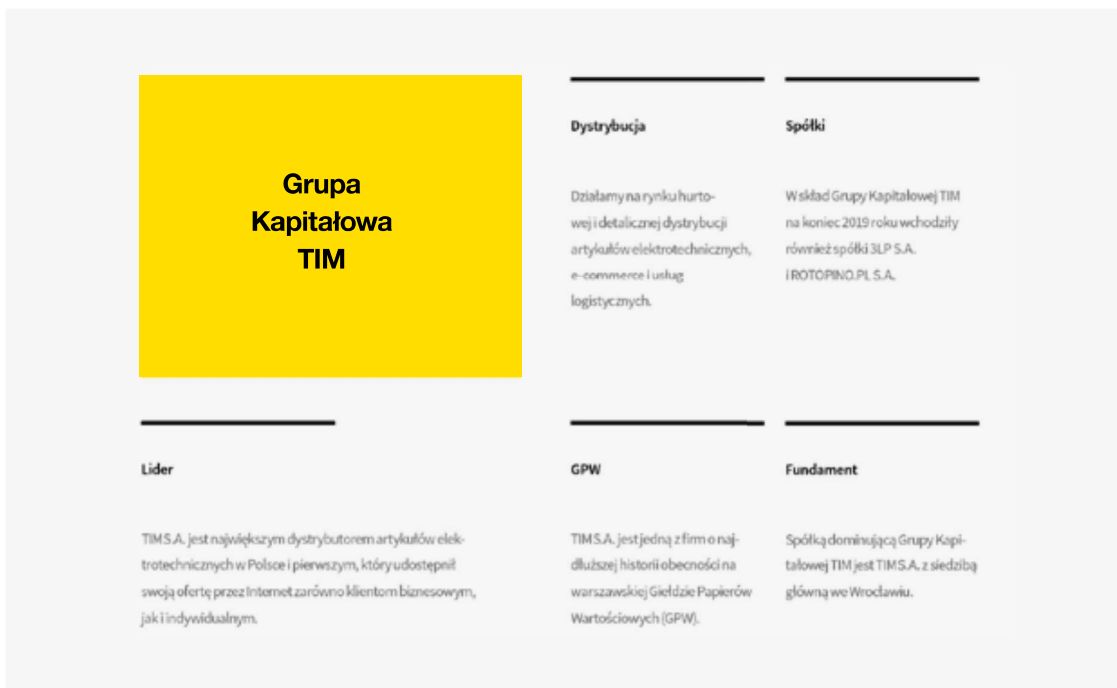
Grupę Kapitałową TIM tworzą spółki operujące na rynku hurtowej i detalicznej dystrybucji artykułów elektrotechnicznych i narzędzi, e-commerce oraz usług logistycznych. Spółką wiodącą w Grupie jest TIM S.A. – największy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce, obecny na rynku od 1987 roku. Przewagą konkurencyjną Grupy jest szeroka, stale rozwijana i optymalizowana oferta asortymentowa w sklepie internetowym TIM.pl, dostępna zarówno dla klientów biznesowych (B2B), jak i indywidualnych (B2C). Ponadto Grupa dysponuje nowoczesnym, zautomatyzowanym centrum logistycznym w Siechnicach koło Wrocławia, którego operatorem jest spółka 3LP S.A. Obiekt zapewnia spółkom TIM S.A. oraz ROTOPINO.PL S.A. istotną przewagę rynkową w postaci wydajnego łańcucha dostaw.

Na koniec 2019 roku spółki z Grupy Kapitałowej TIM łącznie zatrudniały 517 pracowników, to jest o 27 więcej osób niż na koniec 2018 roku.



Łączymy ponad 30 lat doświadczenia w tradycyjnym handlu z nowoczesną technologią e-commerce.





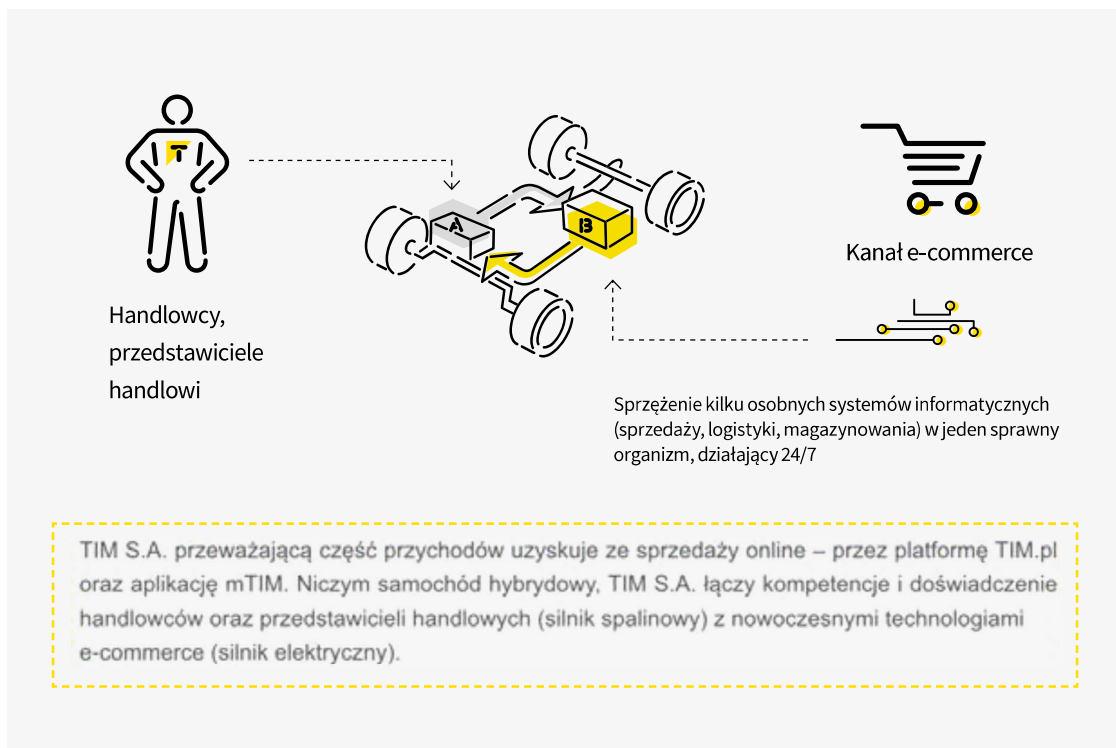
Fundamenty działalności Grupy



Hybrydowy model biznesowy TIM S.A. i alternatywne modele handlu

Strategia TIM zakłada wzrost wartości dla akcjonariuszy w oparciu o:

- handel materiałami elektrotechnicznymi w modelu hybrydy (tak jak dotychczas),
- rozwój działalności w oparciu o alternatywne modele handlu materiałami technicznymi.



W obszarze handlu materiałami elektrotechnicznymi w modelu hybrydy TIM S.A. planuje zwiększenie udziału w rynku poprzez wzrost świadomości marki TIM, a także podniesienie efektywności i rentowności. Naszym strategicznym celem jest osiągnięcie do 2021 roku średniorocznego wzrostu przychodów w tym obszarze na poziomie 5% powyżej inflacji.

W ramach alternatywnych modeli handlu TIM S.A. rozwija sprzedaż poprzez:

- dropshipping – model charakteryzujący się szybkością i niższymi kosztami dotarcia do nowych grup klientów i rynków (towar jest dostarczany bezpośrednio od dostawcy do klienta finalnego, dzięki czemu TIM nie angażuje kapitału obrotowego w zapasy oraz nie ponosi kosztów logistyki i spedycji);
- handel B2B2C – model umożliwiający uzyskanie synergii ze współpracy z partnerami biznesowymi i w rezultacie zwiększenie udziału TIM

w segmencie B2C;

- wdrożenie modelu marketplace i rozwój platformy dostosowanej do rozbudowanego modelu biznesowego.

Strategia TIM (zaprezentowana w dokumencie Średnioterminowa strategia TIM S.A. do roku 2021) zakłada, że do 2021 roku sprzedaż za pośrednictwem modeli alternatywnych będzie generowała powyżej 10% rocznego obrotu.

Łańcuch wartości

1. BUDOWANIE OFERTY

Pierwszym elementem w łańcuchu wartości Grupy Kapitałowej TIM jest budowa oferty. Zapewnienie najszerzej, najbardziej trafiającej w potrzeby klientów B2B (biznesowych) oraz B2C (detalicznych) oferty produktowej w branży stanowi jedną z przewag konkurencyjnych spółki dominującej, TIM S.A., a tym samym całej Grupy Kapitałowej TIM.

W celu utrzymywania szerokiej, atrakcyjnej oferty asortymentowej w TIM S.A. realizowany jest wieloetapowy proces zakupowy, obejmujący między innymi precyzyjne budowanie oferty w oparciu o ściśle określone wymagania.

W ramach procesu budowania oferty współpracujemy z licznymi dostawcami. Nasza współpraca z nimi jest realizowana przede wszystkim na bazie wieloletnich umów, których warunki handlowe są corocznie aktualizowane. Ponadto, w celu ustandaryzowania procesu i ciągłego podnoszenia poziomu współpracy, od 2018 roku w TIM S.A. funkcjonuje Karta współpracy z dostawcą. Wszystkie te elementy zapewniają bezpieczeństwo

współpracy, odpowiedni poziom dostępności produktów oraz szybką realizację serwisu sprzedażowego oferowanych produktów.

W 2019 roku w TIM S.A. współpracowaliśmy z 211 dostawcami, a liczba unikalnych indeksów dostępnych w naszej ofercie magazynowej (towary z określoną dostępnością i czasem realizacji) wyniosła 79 791 (na koniec 2018 roku było to odpowiednio 176 dostawców i 68 185 unikalnych indeksów).

2. MAGAZYNOWANIE

W związku z szerokością oferty asortymentowej oraz mnogością źródeł dostaw, dla efektywnego działania Grupy kluczowe są procesy przyjęcia oraz magazynowania towarów przeznaczanych do dalszej sprzedaży. Zadania te są realizowane w Centrum Logistycznym w Siechnicach, którego operatorem jest spółka 3LP S.A.

Centrum Logistyczne jest jednym z największych obiektów tego typu w Polsce, posiadającym dogodną lokalizację oraz nowoczesne systemy magazynowania i oprogramowanie IT.

Odpowiednie wyposażenie oraz systemy zaimplementowane w Centrum Logistycznym umożliwiają sprawne przyjmowanie i rozładunek dostaw od dostawców, a następnie udostępnianie towarów do sprzedaży klientom biznesowym i detalicznym.

W 2019 roku Centrum Logistyczne w Siechnicach dysponowało 50 000 m² powierzchni magazynowej (w 2019 roku jego powierzchnia zwiększyła się o 10 000 m²) oraz dodatkowymi 10 000 m² w Wojkowicach.

3. MARKETING

Prowadzone przez nas działania marketingowe mają na celu wzmocnienie i utrwalenie pozytywnego wizerunku marki TIM jako eksperta w dziedzinie e-commerce B2B oraz eksperta technicznego, którego charakteryzuje przyjazność, innowacyjność, otwartość i dzielenie się wiedzą. Prowadzone działania marketingowe są ponadto nakierowane na zbudowanie wokół Grupy Kapitałowej TIM zaangażowanej społeczności dostawców i klientów.

Spółki należące do Grupy wykorzystują różnorodne formy

komunikacji marketingowej – promocje i konkursy dla klientów organizowane z dostawcami; działania w mediach społecznościowych (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram), w tym ekspercka grupa dyskusyjna „Łączy nas napięcie” w serwisie Facebook i komunikacja wideo (YouTube); content ekspercki i poradnikowy w e-sklepach, mailingi; obecność na branżowych targach i konferencjach; wypowiedzi eksperckie dla prasy i branżowych portali; spotkania szkoleniowe dla klientów.

W ramach dzielenia się wiedzą TIM S.A. zaprezentował w 2019 roku nową odsłonę portalu szkolenia.tim.pl, na którym zebrane są najbardziej wartościowe szkolenia w branży elektrotechnicznej.

4. SPRZEDAŻ I OBSŁUGA OKOŁOSPRAZEDAŻOWA
Priorytetami w działaniach sprzedażowych są dla nas jakość współpracy z klientami (w tym obsługi okołosprzedażowej), dbanie o dostępność szerokiego wachlarza produktów, a także szybkość i terminowość realizowanych dostaw. Generując większą część przychodów w kanale e-commerce, dbamy o to, aby internetowe

platformy sprzedażowe TIM charakteryzowały się możliwie prostą i efektywną ścieżką zakupową, atrakcyjnym i nowoczesnym UX/UI. Równocześnie wspieramy rozwój techniczny naszych klientów/partnerów oraz dbamy o rozszerzanie i bieżącą optymalizację oferty produktowej.

Na dbałość o wysoki poziom satysfakcji klientów składają się również sprawna komunikacja, konsultacje i dialog z klientami, ukierunkowane na ciągłe poszukiwanie ścieżek doskonalenia oferty i obsługi. W ramach ułatwienia procesu zakupowego naszym stałym klientom zapewniamy wsparcie ze strony dedykowanych opiekunów.

W 2019 roku sieć sprzedaży TIM S.A. obejmowała: sklep internetowy TIM.pl, aplikację mTIM, 16 Biur Handlowych, 4 Oddziały oraz 7 Agentów Sprzedaży. Ponadto działało 9 sklepów internetowych należących do spółki ROTOPINO.PL S.A.

W 2019 roku liczba zamówień online złożonych w sklepie TIM.pl wyniosła 460 928, a liczba sprzedanych

unikalnych indeksów (wraz z produktami sprzedanymi w modelu dropshipping) wyniosła 113 838 (na koniec 2018 roku było to odpowiednio 433 824 zamówień i 115 400 unikalnych indeksów).

5. LOGISTYKA

O zapewnienie szybkości oraz terminowości dostaw naszym klientom dba efektywne kosztowo i elastyczne Centrum Logistyczne. W celu jak najsprawniejszej obsługi zamówień, obiekt, dysponujący od lutego 2020 roku 65 000 m² powierzchni magazynowej (o 5000 m² więcej niż na koniec 2019 roku), jest wyposażony w 72 bramy rozładunkowo-załadunkowe, a także między innymi magazyn automatyczny CUBY shuttle systems o pojemności 50 000 lokacji, 4,5 km przenośników, 150 wózków widłowych, profesjonalny sorter z 43 slotami czy 42 półautomatyczne stacje pakowni.

W 2019 roku liczba przesyłek wydanych przez 3LP S.A. wyniosła 2,98 mln (w 2018 roku było to 2,69 mln przesyłek). Wymaga to rozładunku i załadunku średnio 1503 pojazdów miesięcznie –

zarówno transportów FTL palet (pełne auta tak zwane TIR), jak i samochodów z paczkami czy furgonetek firm kurierskich. Zgodnie z planami strategicznymi TIM, w okresie sprawozdawczym udział zewnętrznych klientów w całości sprzedaży usług logistycznych rósł i na koniec 2019 roku osiągnął poziom 39,1% (wzrost o 11,6 punkt procentowy r/r).

6. OBSŁUGA POSPRZEDAŻOWA

Ostatnim elementem łańcucha wartości w Grupie Kapitałowej TIM jest obsługa posprzedażowa klientów. Na tym etapie dbamy o zapewnienie klientom szybkiej i wygodnej możliwości zwrotu, wymiany czy reklamacji zakupionych towarów. W celu poprawy jakości w tym zakresie na początku 2019 roku TIM S.A. uruchomił specjalną infolinię

wyspecjalizowaną wyłącznie w obsłudze reklamacji (Infolinia Działu Reklamacji). Dzwoniąc pod podany numer telefonu, klient może sprawdzić aktualny status reklamacji, anulować wcześniej złożone reklamacje, zmienić liczbę reklamowanych produktów oraz podać nowe dane adresowe.



Łańcuch wartości Grupy Kapitałowej TIM

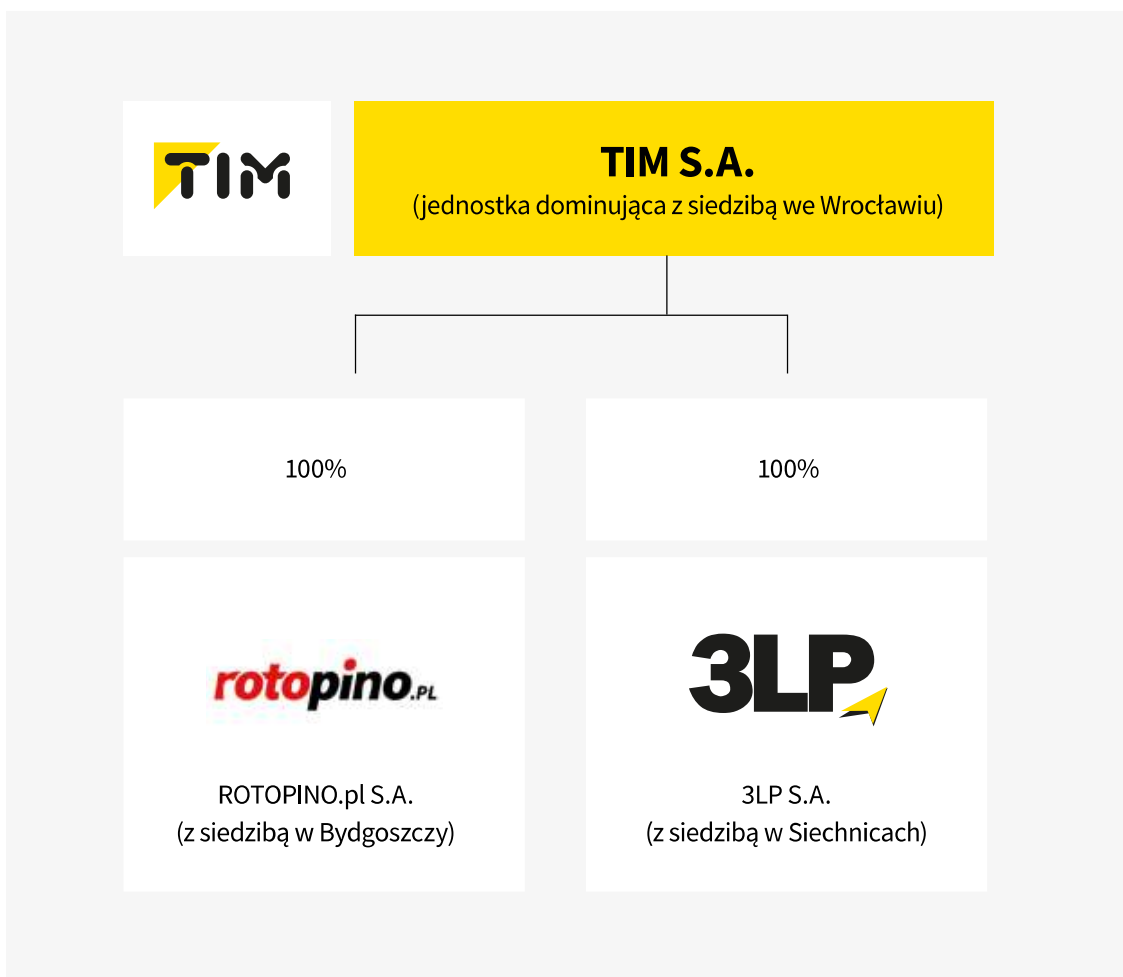


6.1.2. Struktura Grupy Kapitałowej TIM*

Jednostką dominującą w Grupie jest TIM S.A. Zarząd Spółki opracowuje strategię rozwoju Grupy i przez uczestnictwo we władzach statutowych spółek

zależnych podejmuje kluczowe decyzje dotyczące zarówno zakresu działalności, jak i finansów podmiotów tworzących Grupę. Powiązania kapitałowe

TIM S.A. ze spółkami z Grupy wzmacniają więzi o charakterze handlowym. Transakcje TIM S.A. z jednostkami zależnymi odbywają się na zasadach rynkowych.



* Stan na 31 grudnia 2019 roku

6.1.3. Działalność spółek z Grupy

TIM S.A.

Największy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce.

Spółka obecna od 1987 roku na rynku sprzedaży materiałów elektrotechnicznych i elektroinstalacyjnych.

Od 2013 roku oferuje zakupy online za pośrednictwem nowoczesnej platformy internetowej TIM.pl oraz aplikacji mobilnej mTIM, kontynuując jednocześnie sprzedaż tradycyjnymi kanałami (Biura Handlowe i Agenci Sprzedaży).

Siedziba spółki znajduje się we Wrocławiu.

3LP S.A.

Operator Centrum Logistycznego w Siechnicach koło Wrocławia.

Spółka od 2016 roku świadczy usługi logistyczne na rzecz podmiotów z Grupy Kapitałowej TIM oraz dla klientów spoza Grupy. Specjalizuje się w outsourcingu zautomatyzowanej logistyki dla podmiotów z sektora e-commerce, zapewniając ekspresowe dostawy na terenie Polski i całej Europy.

Siedziba spółki znajduje się w Siechnicach.

ROTOPINO.PL S.A.

Lider polskiego rynku internetowej sprzedaży narzędzi i elektronarzędzi dla profesjonalistów oraz majsterkowiczów. Autoryzowany dystrybutor wielu najlepszych światowych marek narzędziowych.

Poza sprzedażą w Polsce (poprzez sklepy Rotopino.pl i Narzędzia.pl), spółka prowadzi e-sklepy między innymi w Niemczech, Francji, Włoszech, Hiszpanii oraz Holandii. Poza sprzedażą internetową, prowadzoną od 2003 roku, polskie e-sklepy należące do ROTOPINO.PL S.A. realizują zamówienia i świadczą usługi doradcze dla firm, które otrzymały dotacje z Unii Europejskiej i urzędów pracy.

ROTOPINO.PL S.A. prowadzi również działalność w zakresie sprzedaży powierzchni reklamowych w Internecie.

Siedziba spółki znajduje się w Bydgoszczy.



Oferta produktowa i usługowa

TIM S.A. posiada w swojej ofercie szeroki asortyment produktów elektrotechnicznych, w tym:

- kable i przewody,
- aparaturę i rozdzielnice,
- oświetlenie,
- osprzęt siłowy i elektroinstalacyjny,
- osprzęt pomocniczy,
- systemy prowadzenia kabli,
- mierniki, narzędzia i elektronarzędzia,
- osprzęt odgromowy.

Spośród wymienionych grup

asortymentowych największy udział w sprzedaży mają: kable i przewody, aparatura i rozdzielnice oraz oświetlenie. W 2019 roku te trzy grupy odpowiadały za 72,7% przychodów ze sprzedaży TIM S.A. (w 2018 roku ich udział w przychodach wyniósł 74,5%).

Spółka ROTOPINO.PL S.A. posiada w swojej ofercie narzędzia i elektronarzędzia dla profesjonalistów oraz majsterkowiczów. Jest także autoryzowanym dystrybutorem wielu najlepszych światowych marek narzędziowych.

Ponadto spółka 3LP S.A. świadczy usługi logistyki kontraktowej (przyjęcie, magazynowanie, kompletacja, wysyłka, obsługa zwrotów) oraz wykonuje audyty, prowadzi doradztwo, realizuje projekty logistyczne i świadczy nadzór inwestycyjny.

Klienci

Głównymi klientami TIM S.A. są klienci z segmentu B2B (biznesowi):

- pośrednicy (resellerzy) – przede wszystkim hurtownie i sklepy,
- instalatorzy wykonujący instalacje elektryczne,

- firmy przemysłowe.

W 2019 roku wzrosła liczba zarówno kluczowych, jak i lojalnych klientów TIM S.A.

Klientami 3LP S.A. są przede wszystkim podmioty działające w branży e-commerce, a w przypadku ROTOPINO.PL S.A.

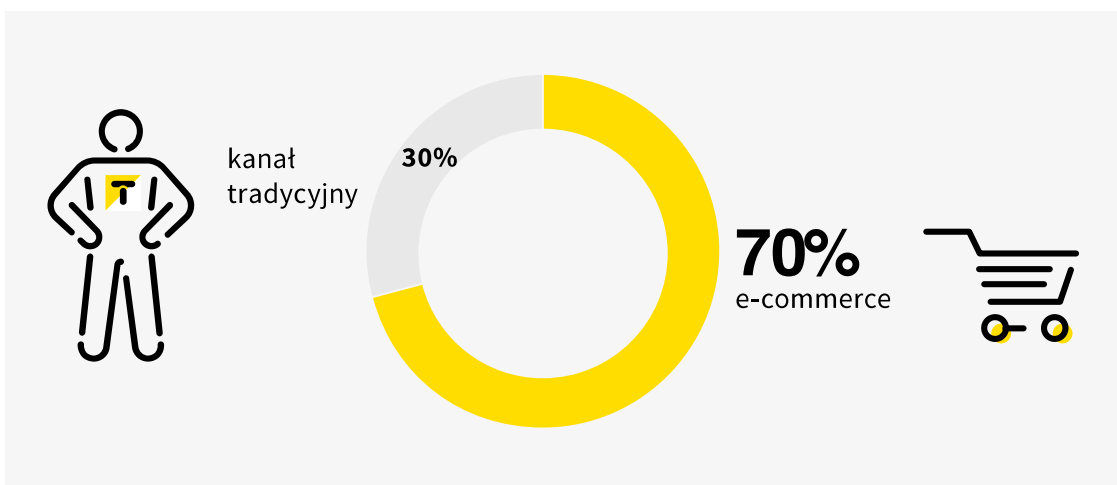
– profesjonaliści (na przykład firmy wykonawcze) oraz majsterkowicze.

Kanały sprzedaży

Spółki należące do Grupy Kapitałowej TIM prowadzą sprzedaż za pośrednictwem wielu kanałów sprzedaży – z przeważającym udziałem e-commerce. TIM S.A. działa

w modelu hybrydowym, prowadząc multikanałową sprzedaż i komunikację z rynkiem, a tym samym budując synergię pomiędzy kanałami sprzedaży – tradycyjnym i online.

W 2019 roku udział poszczególnych kanałów w sprzedaży TIM S.A. ukształtował się następująco:



6.1.4 Opis branży, w której działa Grupa

Spółka dominująca w Grupie Kapitałowej TIM – TIM S.A. – która generuje dominującą część skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży (w 2019 roku było to 89,7%) – działa w branży hurtowej dystrybucji materiałów

elektrotechnicznych. Ponadto jest klasyfikowana do branży e-commerce B2B.

Rynek handlu materiałami elektrotechnicznymi w Polsce charakteryzuje się uzależnieniem

od koniunktury w budownictwie, wysoką konkurencją (niska marżowość), obecnością grup zakupowych utrwalających rozdrobnienie rynku oraz dominacją tradycyjnego modelu sprzedaży (offline).

W ostatnich latach w hurtowej dystrybucji materiałów elektrotechnicznych można zaobserwować następujące trendy:

- rozwój sprzedaży internetowej i tradycyjnych punktów sprzedaży, w których można dokonywać zakupów w sposób samoobsługowy;
- rozpoczęcie procesu digitalizacji w zakresie informacji o produktach oraz integracji systemowej pomiędzy klientami i dostawcami;
- udoskonalanie procesów logistycznych w celu sprawniejszej i szybszej realizacji zamówień;
- rosnąca konkurencja na rynku;
- rozwój sieci sprzedaży w modelu agencyjnym;
- oferowanie usług dodatkowych poza sprzedażą produktów;
- rozwój oferty produktów do instalacji fotowoltaicznych w zakresie samych produktów, jak i produktów z usługą montażu.

Więcej informacji o sytuacji w tej branży w 2019 roku opisano w punkcie 1.2. Sprawozdania, w sekcji „Hurtowa dystrybucja

artykułów elektrotechnicznych”. Dla Grupy ważna jest sytuacja w branży e-commerce.

Z posiadanych przez nas danych wynika, że handel elektroniczny jest coraz popularniejszy nie tylko wśród klientów detalicznych, ale także wśród kluczowych dla Grupy klientów biznesowych (B2B).

W branży e-commerce w Polsce można zaobserwować między innymi następujące trendy:

- rosnąca liczba internautów,
- wprowadzenie zakazu handlu tradycyjnego w niedziele,
- inwestycje marek w działalność e-commerce,
- rozwój sprzedaży multikanałowej (omnichannel),
- zaawansowany programmatic, sztuczna inteligencja (AI) i popularność spersonalizowanej reklamy,
- upowszechnienie używania smartfonów do wykonywania za ich pośrednictwem zakupów online.

Ponadto Grupa Kapitałowa TIM prowadzi działalność w branży usług logistycznych. Za realizację działań w tym obszarze odpowiada spółka 3LP S.A. – operator Centrum

Logistycznego w Siechnicach. Realizacja usług logistycznych przez tę spółkę zależną jest prowadzona na rzecz podmiotów z Grupy (dostarczanie paczek do klientów, zapewnienie możliwości sprawnego odbioru osobistego towarów), ale także na rzecz zewnętrznych klientów.

Spółka 3LP S.A. specjalizuje się w zautomatyzowanym outsourcingu logistyki dla podmiotów z sektora e-commerce i zapewnia ekspresowe dostawy nie tylko na terenie Polski, lecz także całej Europy. Oprócz pełnego outsourcingu świadczy także usługi częściowej logistyki (magazynowania i obsługi zwrotów), wykonuje audyty i doradza innym firmom w zakresie logistyki. Z tego względu konkuruje z działającymi w Polsce oraz na wybranych rynkach europejskich podmiotami z branży TSL, które oferują kompleksową obsługę przewozów towarowych.

6.1.5. Główne tendencje i czynniki mogące wpływać na rozwój branży i Grupy

Wpływ na rozwój Grupy Kapitałowej TIM oraz branży hurtowej dystrybucji materiałów elektrotechnicznych będzie miało przede wszystkim otoczenie makroekonomiczne w Polsce (kluczowy rynek Grupy) oraz – w mniejszym stopniu – w Europie (ze względu na globalne powiązania gospodarcze oraz sprzedaż realizowaną przez ROTOPINO.PL S.A. na wybranych rynkach europejskich).

Czynniki makroekonomiczne

Spośród czynników makroekonomicznych, które mogą wpływać na rozwój branży i Grupy należy wymienić przede wszystkim:

- PKB,
- konsumpcję prywatną,
- stopę bezrobocia,
- przeciętne wynagrodzenie (i wysokość dochodów rozporządzalnych),
- inflację.

Ponadto wpływ na wyniki Grupy może mieć cena miedzi, która należy do podstawowych surowców przy produkcji kabli i przewodów (największej grupy asortymentowej w strukturze sprzedaży TIM S.A.).

Inne czynniki ważne dla rozwoju branży i Grupy

Na rozwój Grupy Kapitałowej TIM oraz branże, w których działa, wpływ mogą mieć zmiany zachodzące w następujących obszarach:

- e-commerce (szczególnie w segmencie B2B),
- budownictwo (liczba nowo powstających obiektów kubaturowych i inwestycji infrastrukturalnych, a także sytuacja firm wykonawczych – w tym rentowność kontraktów budowlanych),
- hurtownie elektrotechniczne (popyt na materiały elektrotechniczne, tempo

podążania dystrybutorów za zmieniającymi się potrzebami klientów, na przykład rozwój sprzedaży online czy obsługi okotosprzedażowej).



6.1.6. Strategia

Długofalowa strategia Grupy Kapitałowej TIM jest nastawiona na rozwój sprzedaży multikanalowej – ze szczególnym uwzględnieniem wzrostu sprzedaży online – oraz sukcesywne poszerzanie oferty asortymentowej. Kluczowym elementem umożliwiającym realizację przyjętej strategii jest zarządzane przez 3LP S.A. nowoczesne, zautomatyzowane Centrum Logistyczne w Siechnicach, dzięki któremu TIM S.A. oraz ROTOPINO.PL S.A. mają istotną przewagę konkurencyjną na rynku, to jest wydajny łańcuch dostaw.

Strategia TIM S.A. – naszej największej spółki – jest oparta na połączeniu wiedzy o rynku,

którą posiadają przedstawiciele handlowi, z technologiami IT i platformą internetową TIM.pl (tak zwany hybrydowy model sprzedaży).

Realizacja powyższej strategii ma na celu dalsze umacnianie pozycji rynkowej Grupy. Dynamika sprzedaży w ciągu ostatnich lat, coraz większa baza lojalnych klientów oraz dobre wyniki finansowe potwierdzają, że strategia rozwoju przyjęta przez Zarząd TIM S.A. zapewnia możliwość wzrostu wartości Grupy.

TIM S.A. i Grupa Kapitałowa TIM będą kontynuować dotychczasową strategię rozwoju przez:

- rozwój sprzedaży i pozyskiwanie nowych klientów – przede wszystkim w kanale internetowym (e-commerce) poprzez platformę TIM.pl;
- ciągłe optymalizowanie i poszerzanie oferty;
- optymalizację procesów i kosztów operacyjnych;
- zwiększanie sprzedaży za pośrednictwem sklepów internetowych spółki ROTOPINO.PL S.A. – zarówno w kraju, jak i za granicą;
- rozwój usług logistycznych świadczonych przez spółkę 3LP S.A. W 2020 planowane jest osiągnięcie około 45% udziału przychodów 3LP z usług logistycznych

świadczonych na rzecz klientów spoza Grupy, natomiast w kolejnych latach udział ten powinien przekroczyć 50%.

Niezależnie od powyższego, w ramach dywersyfikacji działalności, TIM S.A. nie wyklucza dokonania inwestycji kapitałowych, to jest nabycia

udziałów lub akcji w małych i średnich firmach operujących w branżach i sektorach mających duży potencjał wzrostu.

Zarząd TIM S.A. planuje także kontynuację działań związanych ze zwiększaniem efektywności współpracy pomiędzy spółkami wchodzącymi w skład Grupy

– w celu optymalizacji procesów i kosztów.

Więcej informacji na temat realizacji działań podjętych w ramach realizacji strategii znajduje się w punkcie 4.2. Sprawozdania.

6.1.7. Nagrody i wyróżnienia

W 2019 roku Grupa otrzymała następujące nagrody i wyróżnienia:

- awans o 26 pozycji na „Liście 500” – największych polskich przedsiębiorstw według dziennika „Rzeczpospolita”

(347. miejsce w tym rankingu w 2019 roku),

- utrzymanie i umocnienie pozycji lidera zestawienia hurtowni elektrotechnicznych według przychodów według branżowego

magazynu „Elektrosystemy”,

- dwie nominacje w konkursie e-Commerce Polska awards 2019.

6.2. Strategia odpowiedzialnego biznesu

Rok 2018 zapoczątkował nasze działania strategiczne w zakresie odpowiedzialnego biznesu. Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej TIM za 2018 rok po raz pierwszy w historii miało

formę raportu zawierającego dane na temat odpowiedzialności biznesu opracowane w oparciu o GRI Standards. Decyzja o publikacji była w dużej mierze efektem dialogu z interesariuszami Spółki,

przeprowadzonego latem 2018 roku. Jego przebieg potwierdził, że są oni głęboko zainteresowani naszym podejściem do zasad odpowiedzialnego biznesu.

6.2.1. Ambicja i strategiczne kierunki

W efekcie pracy ponad 130 osób – Zarządu i kadry zarządzającej wyższego szczebla (w formie warsztatów), ogółu pracowników (ankieta w intranecie), uczestników

sesji dialogowej z interesariuszami (zrealizowanej zgodnie z zasadami standardu AA1000SES), a także zewnętrznych konsultantów – w sierpniu 2019 roku Zarząd

TIM S.A. przyjął strategię odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021 pod nazwą „TIM pro” (dalej także jako „Strategia”).

„W TIM odpowiedzialny biznes rozumiemy jako profesjonalne rozwijanie i stałe doskonalenie naszej działalności w oparciu o najwyższe standardy etyki, z uwzględnieniem naszego wpływu na jakość życia gospodarczego i społecznego oraz na stan środowiska naturalnego. Naszą ambicją jest wyznaczać trendy w branży, przynosząc dodatkowe korzyści otoczeniu, poprzez odpowiedzialny biznes i dążenie do zrównoważonego rozwoju”.

Wizja odpowiedzialnego biznesu oznacza dla nas:

- wdrażanie transparentnych zasad zarządzania i realizowania codziennych zadań we wszystkich obszarach naszej działalności biznesowej oraz w naszych działaniach społecznych;
- otwartość na oczekiwania i opinie naszych partnerów biznesowych i społecznych – w szczególności klientów, pracowników, inwestorów oraz społeczności lokalnych;
- nieustanne odpowiadanie na ich zmieniające się potrzeby – bez zrozumienia dobrze zidentyfikowanych potrzeb i poszukiwania najlepiej dopasowanych do nich rozwiązań, nie byłibyśmy w stanie odpowiedzialnie się rozwijać;
- komunikowanie kwestii społecznych, pracowniczych, etycznych i środowiskowych między innymi za pośrednictwem szeroko

komunikowanych corocznych raportów podsumowujących wyniki TIM S.A. i Grupy Kapitałowej TIM.

Realizując nasze ambicje bycia liderem branży, budującym swoją wartość zawsze w oparciu o zasady fair play, chcemy przyczynić się również do realizacji globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju wytyczonych przez ONZ na lata 2015–2030.

Wytyczyliśmy trzy strategiczne kierunki odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021:

1. Działamy profesjonalnie

W sposób przejrzysty i etyczny wewnątrz oraz na zewnątrz firmy. Budujemy nasz biznes w poszanowaniu dla potrzeb i oczekiwań klientów, pracowników, dostawców, inwestorów i środowiska.

2. Działamy proaktywnie

Myślimy zawsze „o krok do przodu”. Inicjujemy działania i pozytywne zmiany.

Wpływamy na branżę, rozwijając nowe technologie i słuchając oczekiwań klientów. Inwestujemy w rozwój, zawsze pamiętając o środowisku naturalnym.

3. Działamy prospołecznie

To część kultury naszej firmy. Chcemy dzielić się naszym potencjałem i zaangażowaniem z innymi, mnożyć pozytywną energię i wspólnie działać. W zakres tego kierunku wchodzi wolontariat pracowniczy, wsparcie lokalnych społeczności poprzez program grantowy, a także promowanie aktywnego trybu życia.

Dokument Strategii stanowi fundament zarządzania kwestiami odpowiedzialnego biznesu w TIM S.A. Jest on uszczegóławiany w cyklu rocznym poprzez kolejne załączniki do strategii „TIM pro”, to jest roczne Plany operacyjne odpowiedzialnego biznesu Grupy Kapitałowej TIM S.A.

6.2.2. Nasi interesariusze

Relacje z interesariuszami prowadzimy na poziomie spółki TIM S.A. oraz poszczególnych spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM – zarówno

na poziomie bieżących kontaktów i relacji biznesowych, jak też pod postacią sformalizowanego dialogu społecznego zgodnego ze standardem AA1000SES.

W październiku 2019 roku, a więc nieco ponad rok po zorganizowaniu w 2018 roku dialogu z interesariuszami, ponownie zaprosiliśmy do nas

jego uczestników. Podczas dwugodzinnego spotkania, prowadzonego przez zewnętrznego moderatora, przedstawiono założenia ogólnofirmowej strategii średnioterminowej TIM S.A. na lata 2019–2021, a także przypomniano

najważniejsze wnioski z panelu interesariuszy 2018. Stanowiły one jedną z podstaw przyjętej przez firmę strategii odpowiedzialnego biznesu „TIM pro” na lata 2019–2021, której założenia zaprezentowaliśmy podczas spotkania, podobnie jak i nasz

pierwszy raport zawierający oświadczenie na temat informacji niefinansowych. Na zakończenie odbyła się dyskusja nad założeniami i propozycjami działań w ramach strategii odpowiedzialnego biznesu.

Mapa interesariuszy



Tabela 20. Metody dialogu i komunikacji z interesariuszami

Interesariusze	Główne metody dialogu i komunikacji
Środowisko rynku kapitałowego - akcjonariusze - inwestorzy - instytucje rynku kapitałowego, w tym GPW - analitycy	raporty, strona www, spotkania bezpośrednie i czaty inwestorskie po publikacji wyników finansowych Spółki i Grupy, streaming konferencji wynikowych, nagrania wideo z komentarzami członków Zarządu
Klienci - obecni klienci B2B - obecni klienci B2C - obecni klienci z kategorii firm usługowych - potencjalni klienci	e-sklep, e-mail, telefon, SMS, faks strona www mailingi promocyjne i informacyjny Newsletter TIM S.A., ulotki/gazetki promocyjne, media społecznościowe, kanał na YouTube kontakt bezpośredni, spotkania szkoleniowo-integracyjne, badanie opinii/potrzeb/oczekiwań w formie wywiadów i ankiet indywidualnych (segment: instalator), targi branżowe (przemysł), panel interesariuszy według standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES
Pracownicy - obecni pracownicy - potencjalni / przyszli pracownicy - rodziny pracowników	Intranet – informacje i ankiety, komunikacja mailowa, spotkania bezpośrednie, spotkania integracyjne, spotkania podsumowujące rok, spotkania np. szefów biur handlowych, szkolenia wewnętrzne, podsumowania kwartalne w obrębie działów
Dostawcy i partnerzy biznesowi	spotkania bezpośrednie, telefon, e-mail, strona www, konferencje branżowe, szkolenia, karta współpracy z dostawcą, konferencje prasowe podsumowujące wyniki okresowe, panel interesariuszy według standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES

Społeczności lokalne i partnerzy społeczni Bezpośredni sąsiedzi firmy - władze lokalne (szczególnie w Siechnicach i Wrocławiu) - fundacje i stowarzyszenia - beneficjenci działań charytatywnych - szpitale - organizacje sportowe	spotkania bezpośrednie, spotkania networkingowe, mail, telefon, udział w programach stażowych i targach pracy, panel interesariuszy według standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES, strona www, media społecznościowe, kanał na YouTube, udział w lokalnych aktywnościach
Szkoły i uczelnie - szkoły średnie - szkoły zawodowe - uczelnie wyższe (w tym Politechnika Wrocławska) - studenci	spotkania bezpośrednie, targi pracy, ogłoszenia rekrutacyjne, strona www, panel interesariuszy według standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES, media społecznościowe, kanał na YouTube, udział w lokalnych aktywnościach
Media - branżowe - ekonomiczno-gospodarcze - lokalne	informacje i konferencje prasowe, spotkania bezpośrednie, kontakty mailowe i telefoniczne, media społecznościowe, kanał na YouTube, spotkania podsumowujące wyniki finansowe spółki, strona www

6.2.3. Zarządzanie ryzykiem w odniesieniu do aspektów niefinansowych

W trakcie prac nad strategią, jak również podczas codziennej pracy analizujemy nasz wpływ na otoczenie oraz potencjalne ryzyka strategiczne i operacyjne. Na potrzeby raportowania danych niefinansowych dokonaliśmy analizy oddziaływania ryzyk biznesowych opisanych w rozdziale 5. Sprawozdania na poszczególne aspekty niefinansowe.

	Ryzyka biznesowe				
	Pracownicze	Spoleczne	Środowiskowe	Prawa człowieka	Antykorupcyjne
Sytuacja makroekonomiczna	x	x	x	x	
Niewłaściwa strategia	x	x	x		
Ryzyko finansowe	x	x			
Ryzyko operacyjne	x	x	x	x	x
Ryzyko prawne	x		x	x	x

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Sytuacja gospodarcza w Polsce i na świecie, wszelkie zachwiania koniunktury, zmiany cen surowców (w szczególności miedzi), jak również nasilenie się konkurencji mają bezpośrednie przełożenie na

nasze funkcjonowanie. Czynniki te mogą długofalowo mieć przełożenie na poszczególne aspekty niefinansowe. Główną metodą zarządzania ryzykiem jest dobór stosownej strategii, wykorzystywanie sprzedaży wielokanałowej (online i offline)

oraz bieżąca adaptacja do zmieniających się warunków otoczenia.

Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii

Niewłaściwa ocena strategicznych kierunków rozwoju organizacji

może mieć wymierny negatywny wpływ na kwestie pracownicze, poziom zaangażowania społecznego czy rozwiązania logistyczne i administracyjne oddziałujące na środowisko naturalne. Na bieżąco analizujemy rynek i trendy, stosownie dopasowując strategię i plany działania.

Ryzyko finansowe

Ryzyko finansowe i jego ewentualna materializacja może mieć przełożenie w szczególności na obszar pracowniczy oraz na możliwość podejmowania przez spółki Grupy inicjatyw z zakresu zaangażowania społecznego. Wszystkie spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM aktywnie zarządzają ryzykiem płynności, stosując szereg działań mających zapewnić optymalny poziom płynności finansowej (w tym analiza struktury oraz terminów zapadalności zobowiązań, kontrola wskaźników płynności i zadłużenia, cash pooling). Ponadto dążymy do utrzymywania możliwie niskiego poziomu zadłużenia oraz odpowiedniego poziomu środków finansowych potrzebnych w działalności operacyjnej i inwestycyjnej (środki własne, kredyty bankowe, faktoring i leasing).

Ryzyko operacyjne

Materializacja ryzyka operacyjnego w największym stopniu bezpośrednio może mieć przełożenie na poszczególne aspekty niefinansowe. W każdym ze zidentyfikowanych obszarów ryzyka operacyjnego wdrożyliśmy stosowne procesy, procedury bądź polityki zapobiegawcze:

- Ryzyko utraty zaufania klientów może mieć wpływ na pracowników, dlatego szczegółowo analizujemy wskaźnik klientów lojalnych i stawiamy na rozwój nowoczesnego handlu, w którym kluczową rolę odgrywa jakość obsługi klienta oraz dostarczanie wysokiej jakości towarów.
- Ryzyko utraty kluczowych pracowników oraz problemów z pozyskaniem nowych specjalistów minimalizujemy poprzez realizację polityki personalnej koncentrującej się na budowaniu kompetentnych, świadomych i zaangażowanych zespołów nastawionych na współpracę, rozwój i poprawę efektywności procesów biznesowych oraz zapewnienie sukcesorów na kluczowych stanowiskach.
- Ryzyko związane z zapasami (mogące wynikać ze zdarzeń losowych) może mieć wpływ na pracowników czy ewentualne negatywne

emisje do środowiska. Ryzyko to jest minimalizowane za sprawą przyjętych polityk gospodarowania zapasami oraz procedur zapewnienia bezpieczeństwa przechowywania zapasów. Nie wyklucza to jednak wystąpienia ryzyka związanego z zapasami w przypadku gwałtownych zmian na rynku.

- Awaria systemów informatycznych może grozić utratą kluczowych danych czy brakiem możliwości sprawnego funkcjonowania. W celu zminimalizowania ryzyka awarii systemów informatycznych spółki Grupy korzystają z wysokiej jakości sprzętu informatycznego o niskiej awaryjności, zabezpieczają się poprzez pełną multiplikację sprzętów i software oraz stosują dodatkowe procedury i narzędzia zabezpieczające.

Ryzyko prawne

Aspekty niefinansowe szczególnie istotne w kontekście ryzyka prawnego to prawa pracownicze, regulacje środowiskowe oraz wątki antykorupcyjne. Jedną z metod zarządzania w obszarze jest planowane na 2020 rok wdrożenie Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej TIM. W tym obszarze występuje także ryzyko związane z naruszeniem praw

konsumentów i ochroną danych osobowych.

Ryzyko związane z pandemią COVID-19

Na aspekty niefinansowe opisane

w niniejszym oświadczeniu Grupy Kapitałowej TIM w przyszłości może mieć wpływ trwająca pandemia choroby COVID-19 wywołana przez koronawirusa SARS-CoV-2.

Grupa wskazuje jednak, że na dzień publikacji oświadczenia nie odnotowała istotnego negatywnego wpływu wyżej wymienionej pandemii na działalność Grupy.

6.2.4. Podejście do raportowania informacji niefinansowych

W ramach strategicznego podejścia do odpowiedzialnego biznesu w oparciu o wymogi Ustawy o rachunkowości sporządzone zostało drugie Oświadczenie na temat informacji niefinansowych Grupy, pomimo braku prawnego obowiązku jego sporządzenia. Obejmuje ono informacje na temat Grupy Kapitałowej TIM, spółki dominującej TIM S.A. oraz spółek zależnych: 3LP S.A. i ROTOPINO.PL S.A.

Dane za rok 2019 zaprezentowane w treści Oświadczenia, w tym w tabelach, obejmują okres

od 1 stycznia 2019 do 31 grudnia 2019 roku lub prezentują stan na 31 grudnia 2019 roku – o ile nie stwierdzono inaczej. W ramach podnoszenia standardów raportowania niefinansowego Grupy niniejsze Oświadczenie prezentuje dane porównawcze (w układzie rok do roku) w możliwie maksymalnie szerokim zakresie. W kolejnych Oświadczeniach planowane jest dalsze poszerzanie zakresu prezentacji danych w ujęciu porównawczym.

Niniejsze Oświadczenie oparte jest na wytycznych

międzynarodowego standardu raportowania niefinansowego Global Reporting Initiative (GRI Standards). Oznacza to, że jest ono oparte na jasno wytyczonych zasadach dotyczących treści i jakości raportu – dlatego na końcu niniejszego Rozdziału znajduje się Indeks wskaźników GRI. W zakresie definiowania treści Oświadczenia, poza GRI Standards uwzględnione zostały również wyniki dialogu społecznego zrealizowanego w 2018 roku oraz zapisy Strategii odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021 „TIM pro”, uchwalonej w 2019 roku.

6.3. Budowa kapitału ludzkiego

Kluczowe fakty i wskaźniki

- Zatrudniamy 517 pracowników, w tym 155 kobiet i 362 mężczyzn.
- Około 30% pracowników pracuje w Grupie Kapitałowej TIM 20 lat albo dłużej.
- Wdrożyliśmy w TIM S.A. Strategię HR na lata 2019–2021.
- Nasi pracownicy wzięli udział w 494 szkoleniach wewnętrznych lub zewnętrznych.
- Ponad 85% pracowników TIM S.A. regularnie korzysta z intranetu.
- W 2019 roku zjedliśmy w TIM S.A. 1001 kg owoców.
- Pracujemy nad Kodeksem Etyki Grupy Kapitałowej TIM (wdrożenie wiosną 2020 roku).

Polityki i procedury

Ponad 30 lat obecności na rynku e-commerce i bycie

liderem tej branży umacnia nas w przekonaniu, że kluczowym kapitałem, bez którego sukces nie jest możliwy, są nasi pracownicy. Budowa kapitału ludzkiego to podstawa efektywnej realizacji strategii oraz wdrażania przez Grupę Kapitałową TIM zasad odpowiedzialnego biznesu.

W 2019 roku, chcąc doskonalić zarządzanie tym obszarem, opracowaliśmy w TIM S.A. Strategię HR na lata 2019–2021.

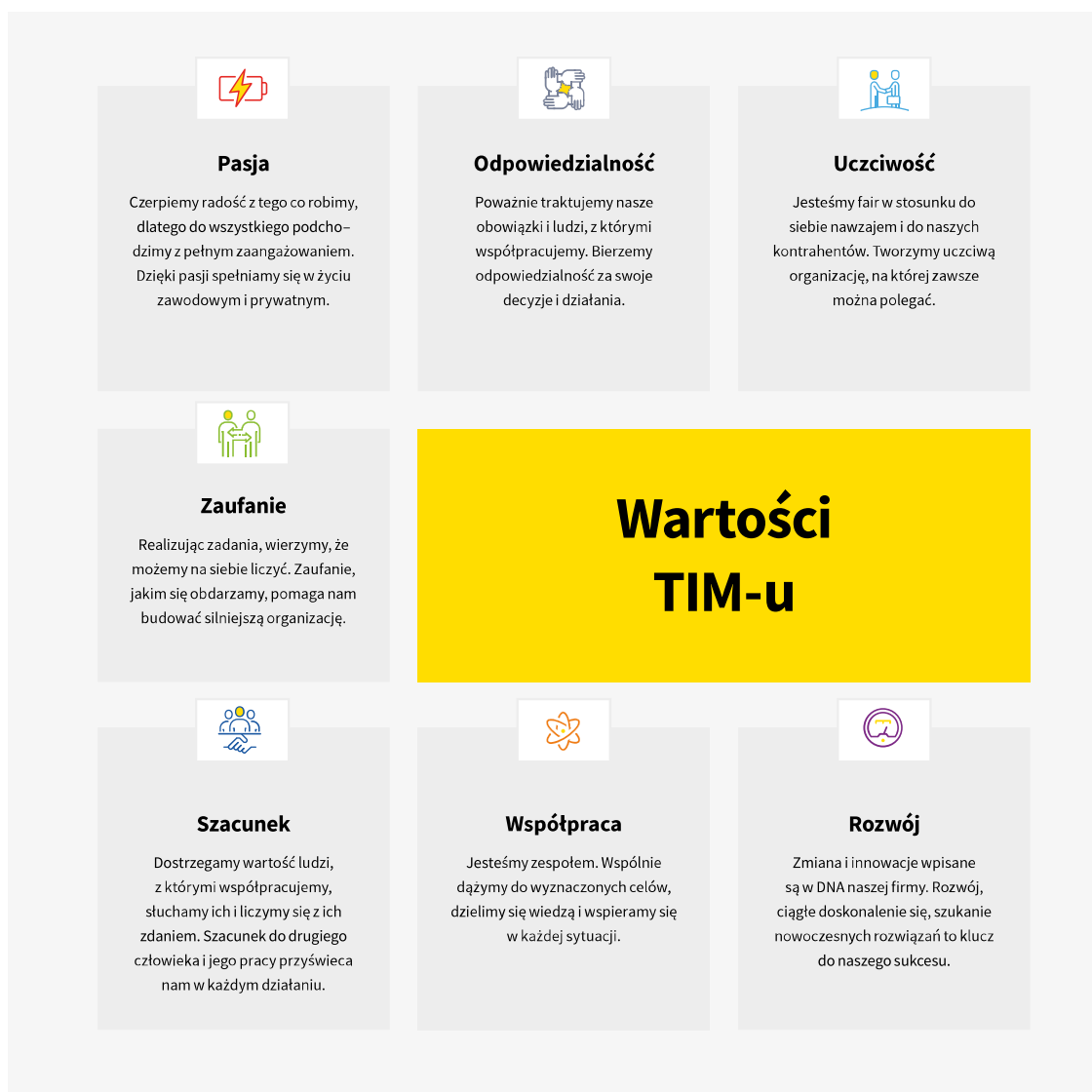
Dokumentami uzupełniającymi, funkcjonującymi od lat zarówno w TIM S.A., jak i w 3LP S.A., są Regulamin Pracy i Regulamin Płacy (w TIM S.A. od 2020 roku pod nazwą Regulamin Wynagrodzenia). Pierwszy określa prawa i obowiązki pracowników zgodnie

z zapisami Kodeksu Pracy, drugi natomiast zawiera zasady wynagradzania i nagradzania pracowników, w tym klarowne zasady przyznawania premii. W ROTOPINO.PL S.A. funkcjonuje Regulamin Pracy zawierający między innymi zapisy dotyczące zasad równego traktowania pracowników. Dodatkowo w spółkach Grupy Kapitałowej TIM funkcjonują ustalone procesy rekrutacji oraz szkoleń i rozwoju.

W latach 2018 i 2019 pracowaliśmy nad opracowaniem Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej TIM, którego wdrożenie planujemy na wiosnę 2020 roku. W TIM S.A. obowiązuje także Procedura zgłaszania naruszeń, a w pozostałych spółkach Grupy – ustalona ścieżka ich zgłaszania.

6.3.1. Miejsce pracy

Fundamentem nieustannego rozwoju Grupy Kapitałowej TIM jest konsekwentna budowa spójnej kultury organizacyjnej w oparciu o określony zestaw zasad i wartości. W codziennej pracy kładziemy na to duży nacisk, dzięki czemu współtworzymy wyjątkowe, różnorodne i inspirujące miejsce pracy.



Nasze wartości towarzyszą nam na każdym etapie pracy – począwszy od rekrutacji i stosunku do naszych potencjalnych pracowników. Uczciwość, wzajemne zaufanie oraz szacunek to podwaliny kultury organizacyjnej panującej w Grupie. Szukamy ludzi z pasją, jak również wspieramy jej rozwój zarówno na polu zawodowym, jak i prywatnym.

Istotna jest dla nas współpraca, gdyż wspólnie jesteśmy w stanie osiągnąć znacznie więcej niż w pojedynkę. Jesteśmy różnorodnym

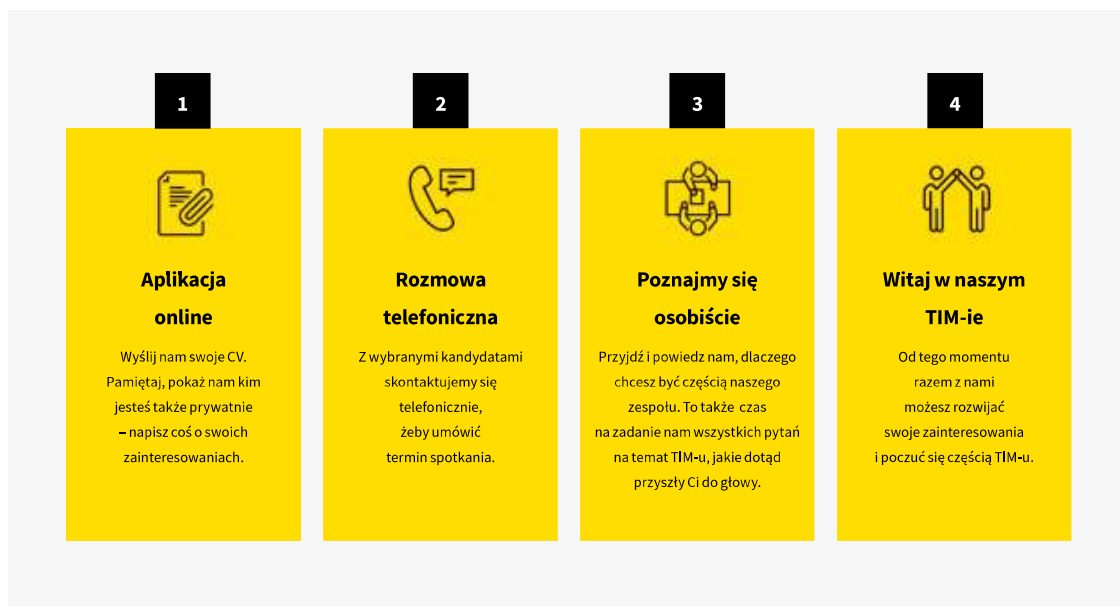
zespołem, wspierającym się nawzajem, a zarazem świadomym odpowiedzialności każdego i każdej z nas w zakresie jego i jej kompetencji. Wzięcie odpowiedzialności za decyzje i działania ułatwia nam nieustanny rozwój poprzez naukę od siebie nawzajem, a także przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi i szkoleń.

Zapewnienie przyjaznej atmosfery pracy opartej na wartościach wspiera realizację naszej strategii biznesowej oraz budowę kapitału

ludzkiego Grupy Kapitałowej TIM.

Rekrutacja

Pozyskanie kompetentnych pracowników to konieczność w obliczu nieustannych zmian na rynku i dynamiki rozwoju branży. Rekrutacja w oparciu o nasze wartości przyciąga osoby ambitne, ceniące rozwój oraz różnorodność. Procedura rekrutacji jest jasno określona i opisana na naszej stronie internetowej, tak by każdy kandydat był świadomy jej poszczególnych etapów.



Na naszej stronie internetowej w zakładce „Kariera” publikujemy również wywiady i wypowiedzi naszych pracowników oraz prezentujemy wartości, aby kandydaci byli ich świadomi podczas procesu rekrutacji. W wyniku działań rekrutacyjnych w 2019 roku, w całej Grupie zatrudniliśmy 88 nowych osób.

Tabela 21. Liczba nowych pracowników zatrudnionych na umowę o pracę przez Grupę Kapitałową TIM*

	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.		ROTOPINO.PL S.A.	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Łączna liczba nowych pracowników – osób zatrudnionych na umowę o pracę przez spółki z Grupy Kapitałowej TIM	77	88	26	32	43	49	7	7
- w tym kobiet	38	41	14	18	17	18	7	5
- w tym mężczyzn	39	47	12	14	26	31	0	2
- w tym pracowników poniżej 30. roku życia	40	42	12	15	25	24	3	3
- w tym pracowników z przedziału wiekowego 30–50 lat	35	43	14	16	16	24	4	3
- w tym pracowników powyżej 50. roku życia	2	3	0	1	2	1	0	1

* Liczba przyjętych pracowników ujmuje również przejścia pracowników z jednej do drugiej spółki z Grupy Kapitałowej TIM, w szczególności przejścia pracowników ze spółki 3LP S.A. do TIM S.A.

Około 30% pracowników pracuje w Grupie Kapitałowej TIM 20 lat lub dłużej, czego powodem, poza kulturą organizacyjną opartą na wartościach, jest między innymi możliwość awansu poziomego. Szereg pracowników w trakcie swojej kariery zmieniał swoją rolę i zakres obowiązków.



Iwona Reczka –
starszy specjalista
ds. zarządzania
należnościami,
w TIM S.A. od 1994 roku

Do TIM-u przyszedłam zaraz po szkole średniej. To była moja pierwsza praca na etat. Trafiłam do wrocławskiego oddziału, gdzie w latach 90. pracowałam w kasie, zajmowałam się też windykacją, a nawet organizacją imprez integracyjnych (co bardzo lubiłam!). Na początku lat 2000. trafiłam na krótko do centrali TIM-u, by po kilku latach wrócić do oddziału. Już po zmianie modelu biznesowego, wejściu w e-commerce, otrzymałam propozycję ponownego przejścia do centrali. Wahałam się, czy ją przyjąć. Miałam do wyboru trzy komórki organizacyjne – ostatecznie zdecydowałam się, wybierając Wydział Zarządzania Należnościami, w którym pracuję do dziś.

Wiedza i doświadczenie zdobyte podczas bezpośredniej pracy z klientami w oddziale sprzedaży zapoczątkowały w centrali. Kiedy teraz rozmawiam z klientem o jego problemach, potrafię lepiej go „wyczuć”, rozszyfrować prawdziwe nastawienie i intencje.

W TIM-ie dostałam szansę na rozwój jako bardzo młoda osoba. W trakcie pracy skończyłam studia. Lata spędzone tutaj zaowocowały dużym zaufaniem i szacunkiem do firmy oraz prezesa Krzysztofa Folty – jednego z założycieli TIM-u. Bardzo lubię moją pracę. Z przyjemnością wychodzę rano z domu do biura. Mimo że jestem jednym z ponad 250 pracowników, czuję się – wraz z tym, co robię – ważna dla TIM-u. Trudno mi wyobrazić sobie, że pracuję w innym miejscu.

Tabela 22. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na płeć

Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę w spółkach Grupy Kapitałowej TIM	Cała Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.		ROTOPINO.PL S.A.	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Kobiety	134	155	52	63	59	66	22	26
Mężczyźni	356	362	189	191	154	157	13	14
Suma	490	517	241	254	213	223	35	40

Do pracowników zatrudnionych na umowę o pracę zaliczamy wszystkie osoby z tego typu umową z daną spółką, również osoby przebywające 31 grudnia 2019 r. np. na urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim/wychowawczym.

Tabela 23. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na rodzaj zatrudnienia

Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę w spółkach Grupy Kapitałowej TIM	Cała Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.		ROTOPINO.PL S.A.	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Umowa o pracę na czas nieokreślony – kobiety	78	93	39	46	24	32	14	15
Umowa o pracę na czas nieokreślony – mężczyźni	298	294	179	176	108	107	11	11
Pozostałe umowy, w tym okres próbny, czas określony (w tym stażowe i zastępstwa) – kobiety	56	62	13	17	35	34	8	11
Pozostałe umowy, w tym na czas próbny, na czas określony (w tym stażowe i zastępstwa) – mężczyźni	58	68	10	15	46	50	2	3

Tabela 24. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na wymiar godzin

Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę w spółkach Grupy Kapitałowej TIM	Cała Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.		ROTOPINO.PL S.A.	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Pełen wymiar godzin – kobiety	132	152	51	62	58	65	22	25
Pełen wymiar godzin – mężczyźni	355	361	188	190	154	157	13	14
Niepełny wymiar godzin – kobiety	2	3	1	1	1	1	0	1
Niepełny wymiar godzin – mężczyźni	1	1	1	1	0	0	0	0

Współpraca ze szkołami i uczelniami

Celem zapewnienia dostępu do młodej kadry chcącej zdobywać doświadczenie realizujemy programy stażowe oraz współpracujemy aktywnie z uczelniami. Wspierając studentów w rozwoju i zdobywaniu kompetencji zawodowych, zyskujemy możliwość pozyskania talentów wśród kandydatów na

przyszłych pracowników oraz ambasadorów marki TIM wśród młodych osób.

Od 2018 roku budujemy relacje z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu. TIM S.A. bierze udział w inicjatywie „Staż na Start II” pomagającej studentom w wejściu na rynek pracy. Stażyści i praktykanci w ramach współpracy otrzymują

wynagrodzenie, elastyczny czas i długość pracy (1–6 miesięcy), mają możliwość udziału w ciekawych projektach oraz szansę na zatrudnienie. Mogą rozwijać się w obszarach e-commerce, marketingu, analiz biznesowych, HR-u, zakupów, IT, sprzedaży, księgowości i finansów. Biorąc udział już w dwóch edycjach „Staż na Start”, zaprosiliśmy do stałej

współpracy w ramach umowy o pracę dwie studentki. W roku 2020 będziemy kontynuować współpracę z uczelniami – jesteśmy uczestnikami kolejnej edycji programu „Staże na Start” dla studentów Uniwersytetu

Ekonomicznego we Wrocławiu, rozpoczynamy także współpracę z Politechniką Wrocławską w ramach programu stażowego kierowanego do studentów tej uczelni (Zintegrowany Program Rozwoju Politechniki Wrocławskiej).

Poza współpracą z uczelniami w roku 2020 planujemy rozpocząć autorski program stażowy „Kurs na TIM” skierowany do studentów uczelni wyższych, tworząc bazę kadry rezerwowej.

Targi pracy 2019

Wzięliśmy udział w:

1. Akademickich Targach Pracy organizowanych na Politechnice Wrocławskiej przez biuro karier oraz Fundację Manus,
2. VII edycji Targów Pracy i Praktyk KAMPUS KARIERY Uniwersytetu Wrocławskiego,
3. XXVI Targach Pracy na Uniwersytecie Ekonomicznym.

W tych targach weźmiemy udział

W pierwszym półroczu roku 2020 mamy zaplanowany udział w dwóch wydarzeniach:

1. XXVIII edycji Targów Pracy organizowanych przez Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu,
2. Akademickich Targach Pracy 2020 organizowanych przez biuro karier Politechniki Wrocławskiej i Fundację Manus.

Szkolenia i rozwój

Nieodłącznym elementem pracy w Grupie Kapitałowej TIM jest rozwój pracowników. Uważamy go za konieczność w obliczu dynamiki zmian w otoczeniu i branży. Inwestujemy w szeroką

paletę działań i narzędzi szkoleniowych dopasowanych do potrzeb biznesowych firmy oraz rozwojowych pracowników. Edukujemy zarówno poprzez uczestnictwo w działaniach rozwojowych, zdobywanie

doświadczenia podczas realizacji zadań powierzonych przez przełożonego, jak również dzięki informacjom zwrotnym od współpracowników i przełożonych.

Tabela 25. Działania edukacyjne w 2019 roku

	TIM S.A.	3LP S.A.
Liczba uczestnictw w szkoleniach wewnętrznych lub zewnętrznych (suma uczestników wszystkich odnotowanych szkoleń)*	315	179
Liczba osób korzystających w 2019 roku z dofinansowania studiów	5	0
Liczba osób korzystających z finansowanych lub dofinansowywanych przez firmę kursów języka obcego	23	11

* Część osób brała udział w wielu szkoleniach, stąd wskazujemy liczbę uczestnictw, a nie liczbę uczestników

Zakres szkoleń obejmuje zarówno merytoryczne aspekty kluczowe na danym stanowisku, jak i kompetencje miękkie, kształtujące postawy. Pracownicy TIM S.A. uczestniczą również w konferencjach branżowych pozwalających na

śledzenie trendów rynkowych oraz szukanie nowych ścieżek rozwoju organizacji. W centrali powstała ogólnodostępna biblioteczka książek dotyczących biznesu, zagadnień społecznych i gospodarczych oraz rozwoju kompetencji osobistych

i zawodowych. Kulturę rozwoju wiedzy i edukacji wspiera Prezes TIM S.A. poprzez przekazywanie do biblioteczki inspirujących książek, które rekomenduje pracownikom po osobistej lekturze.

Tabela 25. Działania edukacyjne w 2019 roku

TIM S.A.	3LP S.A.
szkolenia podnoszące kompetencje miękkie, w tym rozwój umiejętności zarządzania zespołem dla nowych menadżerów – Szkolenia First Time Manager	kursy na uprawnienia UDT* dla pracowników magazynowych, kursy na wózki jezdniowe, kursy na podesty ruchome oraz układowe
badanie cech osobowościowych w metodyce FRIS – budowanie zespołów projektowych	kursy pierwszej pomocy
udział pracowników w studiach MBA	dostęp do platformy prawnej
dofinansowanie do nauki – studia II stopnia i podyplomowe	dofinansowanie do studiów
dofinansowanie do nauki j. angielskiego	dofinansowanie do nauki j. angielskiego

* Urzędu Dozoru Technicznego



Rotacja

W 2019 roku nie wystąpił wzrost liczby osób, które odchodziły z poszczególnych spółek, i jest to wskaźnik naturalnej rotacji pracowników na tle wskaźnika obserwowanego w ciągu ostatnich lat.

Tabela 27. Liczba odejść w ciągu 2019 roku osób zatrudnionych na umowę o pracę*

	Grupa Kapitałowa TIM	TIM S.A.	3LP S.A.	ROTOPINO.PL S.A.
Łączna liczba odejść w ciągu 2019 roku osób zatrudnionych na umowę o pracę:	68	27	39	2
- w tym kobiet	21	8	12	1
- w tym mężczyzn	47	19	27	1
- w tym pracowników poniżej 30. roku życia	21	4	17	0
- w tym pracowników z przedziału wiekowego 30–50 lat	45	22	21	2
- w tym pracowników powyżej 50. roku życia	5	1	1	3

* Liczba odejść pracowników ujmuje również przejścia pracowników z jednej do drugiej spółki Grupy Kapitałowej TIM, w szczególności przejścia pracowników ze spółki 3LP S.A. do TIM S.A.

Tabela 28. Wskaźnik rotacji w 2019 roku dla wszystkich pracowników zatrudnionych na umowę o pracę*

	Grupa Kapitałowa TIM	TIM S.A.	3LP S.A.	ROTOPINO.PL S.A.
Wskaźnik rotacji w 2019 roku dla wszystkich pracowników zatrudnionych na umowę o pracę	5,95	10,97	1,51	5,35

* Wskaźnik liczony według wzoru: liczba osób zwolnionych podzielona przez średni stan zatrudnienia w roku 2019 (dla Grupy Kapitałowej: średnia zatrudnienia z trzech spółek).

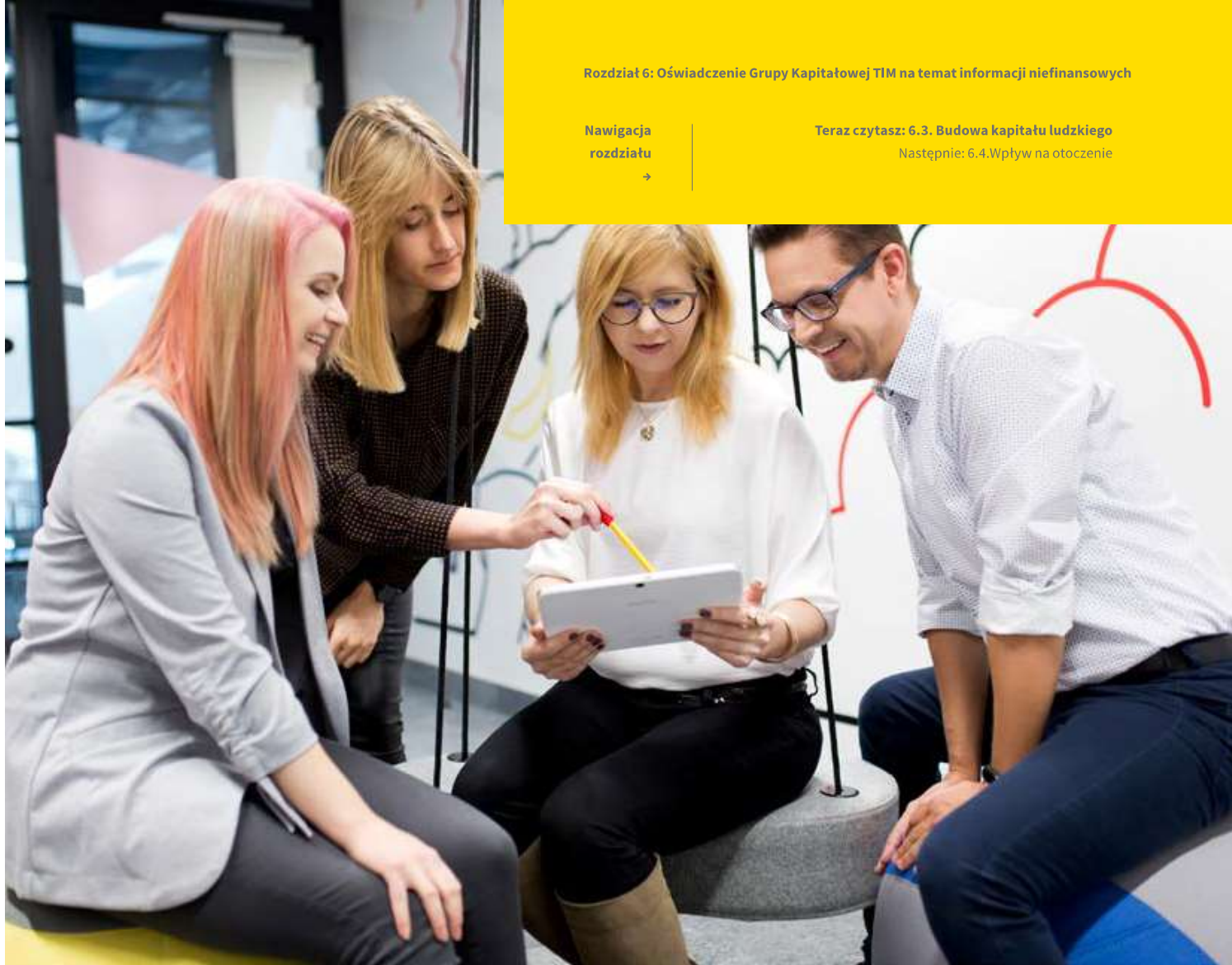


Tabela 29. Wskaźnik rotacji w 2019 roku dla pracowników zatrudnionych na umowę o pracę, w podziale na wiek oraz płeć*

	Grupa Kapitałowa TIM	TIM S.A.	3LP S.A.	ROTOPINO.PL S.A.
Pracownicy < 30. roku życia	0,75	1,62	0,62	0
Pracownicy od 30. do 50. roku życia	5,05	8,94	0,85	5,35
Pracownicy > 50. roku życia	0,15	0,41	0,04	0
Kobiety	2,13	3,25	0,47	2,68
Mężczyźni	3,81	7,72	1,04	2,68

* Wskaźnik liczony według wzoru: liczba osób zwolnionych podzielona przez średni stan zatrudnienia w roku 2019 (dla Grupy Kapitałowej: średnia zatrudnienia z trzech spółek).

6.3.2. Warunki pracy

Aspektem, na który kładziemy duży nacisk, jest zapewnienie naszym pracownikom dobrej atmosfery i przyjaznego miejsca pracy. W tym celu podejmujemy na co dzień szereg działań poczynając od drobnych akcentów, kończąc na zmianach i usprawnieniach organizacyjnych.

Komunikacja wewnętrzna

Od końca 2018 roku TIM S.A. funkcjonuje w nowej siedzibie, w której przestrzeń zaaranżowaliśmy tak, by stymulowała kreatywność, umożliwiała spotkania i współpracę. W trosce o zdrowie

ustaliliśmy dni, w których w Spółce pojawiają się owoce („owocowe środy”), w wyniku czego w 2019 roku zjedliśmy 1001 kg owoców. Organizujemy także spotkania integracyjne oraz okazjonalne jak Wigilia.



Podstawą efektywnej współpracy jest sprawna komunikacja wewnętrzna ułatwiająca swobodną wymianę informacji i danych. W TIM S.A. istnieje dedykowana platforma intranetowa zawierająca szereg funkcjonalności z naciskiem na wzajemną komunikację, między innymi poprzez tworzenie

grup społecznościowych umożliwiających łatwą wymianę doświadczeń z danych obszarów tematycznych. Ponad 85% pracowników regularnie korzysta z możliwości intranetu. Pod koniec 2018 roku także w spółce 3LP S.A. uruchomiliśmy Platformę Firmową, służącą poprawie komunikacji

z pracownikami, wymianie wiedzy, usprawnieniu obiegu dokumentów i dostępu do informacji. Został powołany także zespół redakcyjny, który wspomaga rozwijanie platformy oraz przeprowadza wywiady z pracownikami 3LP S.A.

Benefity

Benefity oferowane pracownikom TIM S.A. i 3LP S.A.*

Umowa o pracę	Dofinansowanie nauki	Karta MultiSport	MyBenefit System	Dodatkowo
Podstawową formą zatrudnienia jest umowa o pracę. Zależy nam na poczuciu bezpieczeństwa i stabilności pracowników oraz zadowoleniu z poziomu wynagrodzenia.	Kursy językowe, szkolenia, studia podyplomowe. Aktywnie słuchamy potrzeb i oczekiwań pracowników w tym zakresie.	Kilka pakietów do wyboru. Pracownicy mogą także nabyć w atrakcyjnej cenie dodatkowe karty dla najbliższych.	Pracownicy decydują, na co wydać zgromadzone punkty, a możliwości wyboru są prawie nieograniczone. Konkursy i rywalizacje, w których można uzyskać dodatkowe punkty w systemie MyBenefit.	Kreatywne środowisko pracy, udział w ciekawych projektach, możliwość ciągłego rozwoju. Nagrody za zgłaszanie innowacyjnych pomysłów dot. środowiska pracy (konkurs "Mam pomysł").

* Benefity w spółkach Grupy przyznawane są wszystkim pracownikom niezależnie od wymiaru etatu.

Bezpieczeństwo i higiena pracy

Mamy pełną świadomość, iż jako pracodawca ponosimy odpowiedzialność za ocenę ryzyka i stan BHP w zakładzie pracy. Bezpośredni nadzór nad przestrzeganiem przepisów oraz właściwa organizacja stanowisk pracy spoczywa na bezpośrednich przełożonych. Służba BHP jest służbą o charakterze kontrolno-doradczym.

Praca w TIM S.A. ma przede wszystkim charakter biurowy, co oznacza, że ryzyka związane

z wystąpieniem wypadków przy pracy są relatywnie niskie. Posiadamy trzech przedstawicieli pracowników, wybranych w wyborach powszechnych, którzy również mają możliwość zgłaszania nam na bieżąco uwag w tym zakresie.

Ze względu na charakter pracy, najwięcej działań w obszarze BHP podejmujemy w 3LP S.A. W naszej spółce logistycznej posiadamy spójną politykę zapobiegającą wypadkom przy pracy poprzez dobór i kontrolę stosowania

właściwych środków ochrony indywidualnej, monitoring ryzyka zawodowego oraz szkolenie pracowników. Funkcjonuje również szereg zarządzeń Prezesa Zarządu, regulujących kwestie bezpieczeństwa oraz działania firm zewnętrznych na terenie 3LP S.A. W spółce jest dwóch przedstawicieli pracowników, wybranych w wyborach powszechnych.

Tabela 30. Liczba wypadków w TIM S.A. oraz 3LP S.A.

	TIM S.A.		3LP S.A.	
	2018	2019	2018	2019
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0	0	0
Liczba wypadków – uwzględnianych we wskaźniku częstości wypadków	0	1	8	5
W tym wypadki kobiet	0	0	2	1
W tym wypadki mężczyzn	0	1	6	4
Wskaźnik częstości wypadków*	0	4,1	36,4	22,22
W tym dla kobiet	0	0	28,6	14,93
W tym dla mężczyzn	0	5,98	40	25,32

* Liczba wypadków odnotowanych w danym okresie, dzielona przez liczbę pracujących pomnożona przez 1000; pod uwagę brane są wszystkie wypadki, które znalazły się w rejestrze wypadków, prowadzonym na podstawie rozporządzenia

W TIM S.A. miał miejsce jeden wypadek komunikacyjny, natomiast w 3LP S.A. wypadków było pięć – związanych z rozcięciem kończyny, nadwyrężeniem kolana bądź wynikających z podnoszenia towarów i uderzenia szafką bądź kablem.

W 2019 roku podjęliśmy w 3LP S.A. szereg działań mających na celu zwiększenie poziomu bezpieczeństwa:

- powołanie stanowiska PRSES (ang. Person Responsible for Storage Equipment Safety), czyli inspektora instalacji regałowych;
- zakup baterii trakcyjnych niskoemisyjnych;
- zakup baterii trakcyjnych bezobsługowych;
- akcja „Włącz myślenie” – uświadamianie pracownikom istoty właściwej oceny sytuacji i podejmowania trafnych decyzji podczas wykonywanych czynności;
- wspólne akcje z koordynatorami

w zakresie uświadamiania pracownikom istoty bezpieczeństwa pracy.

Na bieżąco realizujemy działania w zakresie BHP. Dokonujemy oceny ryzyka zawodowego i badamy środowisko pracy pod względem hałasu, drgań oraz stężenia gazów. Inwestujemy w nowoczesne środki ochrony indywidualnej. Prowadzone są narady koordynacyjne z kierownikami stref pracy oraz konsultacje z pracownikami (za pośrednictwem ich przedstawicieli). W razie potrzeby czy kontroli współpracujemy z instytucjami państwowymi, takimi jak Urząd Dozoru Technicznego czy Straż Pożarna.

Promocja aktywnego trybu życia

Pasja, jako jedna z naszych kluczowych wartości, objawia się zarówno w pracy, jak i poza nią. Wspierając pracowników

w ich pasjach, angażujemy się od lat w rozwój ich aktywności sportowych. Forma zaangażowania poszczególnych spółek Grupy przybiera różne kształty, jak na przykład pokrycie kosztów uczestnictwa lub organizacji inicjatyw sportowych bądź zapewnienie profesjonalnej odzieży sportowej.

Kluczowym działaniem w 3LP S.A. była II edycja projektu „Zbieraj kilometry i pomagaj”. W jego ramach zostały utworzone 3 rywalizacje (bieganie, jazda na rowerze, jazda na łyżworolkach), zaś kilometry były mierzone za pośrednictwem aplikacji Endomondo. W 2020 roku planowana jest III edycja oraz udział pracowników w survival race. Na co dzień dostępne są natomiast darmowe zajęcia fitness.

Podstawą aktywności sportowej w ramach TIM S.A. jest akcja „Aktywny TIM dla Przyjaciół”. W trakcie wiosennej edycji 91 pracowników „zbierało” kilometry. Po przeliczeniu ich na złotówki zebrana kwota została przekazana na rzecz niepełnosprawnych dzieci dwójki pracowników oraz pracownika, który w wyniku wypadku potrzebuje specjalistycznej opieki i rehabilitacji.





Program został rozbudowany w niemal całoroczną rywalizację pod nazwą „Team Integracja Multisportowa”.

Od października 2019 roku pracownicy firmy rywalizują ze sobą w dwumiesięcznych rundach na liczbę spalonych kalorii w ponad 20 aktywnościach fizycznych. Najlepsi w poszczególnych kategoriach otrzymują w nagrodę punkty MyBenefit, a wśród wszystkich uczestników, którzy przekroczą określony cel, losowane są nagrody rzeczowe promujące aktywny tryb życia.

6.3.3. Etyka prowadzenia biznesu

W latach 2018–2019 pracowaliśmy nad opracowaniem Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej TIM („Kodeks”), który zbiera w formie pisanej dotychczas stosowane wartości i zasady etyczne. Kodeks zostanie wdrożony wiosną 2020 roku.

W dokumencie opisujemy Standardy Etyczne Grupy Kapitałowej TIM w podziale na trzy kluczowe obszary:

- Dbałość o firmę, co obejmuje aspekty takie jak jakość towarów i usług, zgodność działań z prawem krajowym, międzynarodowym, wymaganiami partnerów biznesowych, regulacjami branżowymi, standardami i dobrymi praktykami, kwestie konfliktu interesu, bezpieczeństwa informacji, korupcji oraz gospodarowania majątkiem firmy.
- Dbałość o relacje wewnętrzne, co obejmuje aspekty takie jak równe traktowanie, prawa człowieka, różnorodność, mobbing, relacje pracodawca-pracownik oraz pracę zespołową.
- Dbałość o relacje z otoczeniem, co reguluje relacje z akcjonariuszami, inwestorami,

partnerami zewnętrznymi oraz obejmuje aspekty CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu.

Kodeks obowiązywać będzie wszystkich pracowników, aczkolwiek respektowania jego postanowień będziemy oczekiwać również od osób i podmiotów współpracujących ze spółkami wchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej TIM – naszych kontrahentów czy beneficjentów.

W ramach zarządzania etyką posiadamy ustalone kanały kontaktu w przypadku pytań bądź zgłaszania naruszeń. Dodatkowo zasady zgłaszania naruszeń w TIM S.A. reguluje Procedura zgłaszania naruszeń. W 3LP S.A. natomiast ustalone zostały zasady zgłaszania do bezpośredniego przełożonego, reprezentanta załogi, Działu Personalnego, komisji dyscyplinarnej bądź Zarządu 3LP S.A. – w zależności od sytuacji.

W toku postępowania wyjaśniającego zapewniamy ochronę tożsamości i dyskrecję wszystkim osobom, które dokonają

zgłoszenia. Do czasu potwierdzenia zarzutów ochronie podlega także tożsamość osoby, której dotyczy zgłoszenie. Działanie to ma na celu niedopuszczenie do zaistnienia negatywnych konsekwencji wobec pracownika ujawniającego naruszenie oraz osoby niesłusznie posądzonej o naruszenie.

Różnorodność

Tworzymy kulturę organizacyjną opartą na zaufaniu i otwartości, która zapewnia szacunek dla różnorodności. Różnimy się pod względem wieku, wykształcenia, doświadczenia, będąc zgranym zespołem dzięki wspólnym wartościom.

Powierzone zadania realizujemy w zespołach wielopokoleniowych, dzieląc się wzajemnie posiadaną wiedzą i doświadczeniem. Szanujemy doświadczenie starszych stażem pracowników i dbamy o wsparcie pracowników nowo zatrudnionych. Różnorodność jest jedną z podstaw nieustannego rozwoju i jest częścią wyjątkowego charakteru Grupy Kapitałowej TIM.



Włodzimierz Kotecki
– menadżer zakupów,
w TIM S.A. od 1994 roku

Przez lata pracy w TIM-ie wielokrotnie zmieniałem zajmowane stanowiska. Były to zarówno awanse, jak i całkowite zmiany funkcji pełnionej przeze mnie w organizacji. Zaczynałem jako magazynier, potem zajmowałem się doradztwem technicznym, obsługą reklamacji, sprzedażą, ofertowaniem, aż zostałem przedstawicielem handlowym – przez lata jednym z tych z lepszymi wynikami sprzedażowymi.

W TIM-ie cały czas uczę się czegoś nowego, rozwijam, jednocześnie mając poczucie, że doskonale wiem, co robić, a moje miejsce nie jest przypadkowe. W 2018 roku, po niemal ćwierć wieku pracy, otrzymałem propozycję przejścia z sieci sprzedaży do centrali, do Wydziału Zakupów. Stanąłem przed wyzwaniem odnalezienia się w organizacji i trochę odkryciem samego siebie na nowo. Jako menadżer zakupów mam kontakt z nowoczesną technologią, a jednocześnie doskonale wykorzystuję doświadczenia lat bezpośredniej pracy z klientem. Dzielę się nimi z młodszymi kolegami i koleżankami, odpowiedzialnymi za to, jak wygląda nasz e-sklep i komunikacja z klientami. Czuję, że mam wpływ na to, jaką firmą jest TIM i jak nieustannie się zmienia.

Tabela 31. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na staż pracy

	TIM S.A.	3LP S.A.	ROTOPINO.PL S.A.
Pracownicy pracujący mniej niż 5 lat w firmie	92	154	25
Pracownicy pracujący od 5 do 10 lat w firmie	67	36	12
Pracownicy pracujący powyżej 10 i mniej niż 20 lat w firmie	77	29	3
Osoby pracujący w firmie 20 lub więcej lat	18	4	0

Fakt, iż wielu pracowników jest z nami od lat, a część z nich towarzyszy nam od samego początku, jest dla nas szczególnym powodem do dumy. Sekret jest nieustanny rozwój, możliwy między innymi dzięki zmianom stanowisk, Spółek w ramach Grupy i zakresów obowiązków.

Tabela 32. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na wiek zatrudnionych

Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę przez Grupę Kapitałową TIM	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.		ROTOPINO.PL S.A.	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Pracownicy < 30. roku życia	118	129	30	33	77	84	11	12
Pracownicy od 30. do 50. roku życia	348	357	200	204	123	126	24	27
Pracownicy > 50. roku życia	24	31	11	17	13	13	0	1

Tabela 33. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na strukturę zatrudnienia w całej Grupie Kapitałowej TIM

Poziom struktury:	Liczba kobiet:		Liczba mężczyzn:	
	2018	2019	2018	2019
Zarząd	1	2	4	6
Dyrektorzy	7	9	27	24
Osoby na stanowiskach kierowniczych niższego szczebla	6	10	32	48
Pozostali pracownicy nie będący na stanowiskach kierowniczych, zatrudnieni na umowę o pracę	120	134	293	284

Tabela 34. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na strukturę zatrudnienia w TIM S.A.

Poziom struktury:	Liczba kobiet:		Liczba mężczyzn:	
	2018	2019	2018	2019
Zarząd	1	0	2	3
Dyrektorzy	5	9	25	23
Osoby na stanowiskach kierowniczych niższego szczebla	4	6	7	20
Pozostali pracownicy nie będący na stanowiskach kierowniczych, zatrudnieni na umowę o pracę	42	48	155	145

Prawa człowieka

Naszą działalność prowadzimy z uwzględnieniem standardów krajowych i międzynarodowych określających prawa człowieka, a w szczególności zgodnie z Powszechną Deklaracją Praw Człowieka ONZ. Godność

i dobra osobiste pracownika podlegają bezwzględnej ochronie, a wzajemne relacje opierają się na ich poszanowaniu. Stosujemy obiektywne i sprawiedliwe kryteria oceny pracowników, przy zachowaniu prymatu wiedzy, kompetencji merytorycznych,

umiejętności społecznych i jakości świadczonej pracy. Posiadamy jasne kryteria wynagradzania i motywacji. W okresie objętym Oświadczeniem w Grupie Kapitałowej TIM nie funkcjonowały związki zawodowe.

Tabela 35. Przypadki dyskryminacji

	TIM S.A.	3LP S.A.	ROTOPINO.PL S.A.
Całkowita liczba potwierdzonych w 2019 roku przypadków dyskryminacji (w miejscu pracy):	0	0	0
Opis działań podjętych w odpowiedzi na przypadki dyskryminacji:	0	0	0

Tworzymy środowisko i miejsce pracy wolne od dyskryminacji. Nie tolerujemy żadnych form dyskryminacji zwłaszcza z powodu płci, rasy, wieku, pochodzenia, religii, niepełnosprawności, światopoglądu, orientacji seksualnej, statusu społecznego, stanu cywilnego, przynależności do partii politycznych oraz sposobu zatrudnienia.

Działania antykorupcyjne

Od początku naszego istnienia stosujemy zasadę nietolerancji wszelkich przejawów korupcji i nieetycznych postaw w prowadzeniu działalności biznesowej. Ma to swój wydzźwięk między innymi w Regulaminach Pracy, jak również w zapisach Kodeksu Etyki. W 2019 roku w żadnej ze Spółek Grupy Kapitałowej TIM nie odnotowano przypadków korupcji.

Kierujemy się zasadami uczciwej konkurencji, przeciwdziałamy znikom cenowym, podziałowi

rynków czy wykorzystywaniu pozycji dominanta. Nie akceptujemy udostępniania konkurencji wrażliwych danych, prowadzenia nieoficjalnych ustaleń, porozumień i tym podobnych, które mogłyby stanowić przejaw łamania przepisów dotyczących zwalczania nieuczciwej konkurencji.

Uznajemy za niedopuszczalne wykorzystywanie swojej pozycji służbowej dla osiągnięcia korzyści osobistej lub korzyści dla innych osób, w tym członków rodziny. W celu ochrony przed negatywnymi skutkami wystąpienia konfliktu interesów kierujemy się zasadą jawności i unikania. Nie tolerujemy żadnych form korupcyjnego zachowania w działaniach naszych pracowników, jak również w działaniach biznesowych. Przeciwdziałanie zagrożeniom natury korupcyjnej jest dla nas jednym z najistotniejszych elementów bezpieczeństwa firmy.

Podejmujemy działania organizacyjne, kadrowe i techniczne mające na celu przeciwdziałanie tworzeniu otoczenia sprzyjającego przypadkom popełnienia przestępstw natury korupcyjnej oraz realnie udaremniające lub utrudniające ich dokonywanie. Wysokich standardów etyki biznesowej wymagamy nie tylko od siebie, ale również od naszych partnerów biznesowych współpracując wyłącznie z podmiotami o sprawdzonej reputacji.

6.4. Wpływ na otoczenie

Kluczowe fakty i wskaźniki

KLIENCI:

- Poziom NPS (Net Promoter Score) wśród badanych klientów wyniósł 38.
- Dwie nominacje w konkursie e-Commerce Polska awards 2019.

OCHRONA ŚRODOWISKA

- Polityka środowiskowa w 3LP S.A.
- Wdrożenie w TIM S.A. dystrybutorów wody z sieci wodociągowej w miejsce plastikowych butelek.
- Technologia LED i czujniki ruchu na terenie hal magazynowych 3LP S.A.
- 100% odpadów w 3LP S.A. i TIM S.A. oraz 56% w ROTOPINO.PL S.A. przekazanych do recyklingu.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

- Przeznaczamy co najmniej 1% zysku brutto TIM S.A. każdego roku na działania i inwestycje społeczne.
- Zrealizowaliśmy 5 projektów w ramach programu wolontariatu pracowniczego.
- Druga edycja akcji „Aktywny TIM dla Przyjaciół”.
- Wdrożyliśmy model zaangażowania społecznego „Działamy Prospołecznie”.

Polityki i procedury

KLIENCI

Podstawą naszych działań jest obsługa klienta. Posiadamy wystandaryzowane procesy sprzedaży online i obsługi klienta, spisane i dostępne regulaminy sklepów, ogólne warunki sprzedaży, zasady reklamacji i tym podobne. Dodatkowo mamy ustaloną politykę postępowania z klientem, lecz nie jest ona spisana w formie dokumentu. Każda nowa osoba jest natomiast uczona dobrych praktyk, w tym zakresie podczas szkolenia.

OCHRONA ŚRODOWISKA

Podstawą działań w zakresie ochrony środowiska są przepisy prawa oraz analiza wpływu na otoczenie. Grupa Kapitałowa TIM nie wdraża jednolitej polityki środowiskowej na poziomie Grupy. Spółki odrębnie określają i realizują swoje cele z zakresu monitorowania wpływu na środowisko i minimalizowania negatywnego wpływu na stan środowiska naturalnego.

We wszystkich Spółkach Grupy Kapitałowej TIM w pełni spełniamy stosowne wymogi regulacyjne. Ze względu na charakter prowadzonej działalności, w szczególności na fakt, iż zarówno w TIM S.A., jak i w ROTOPINO.

PL S.A. dominuje wyłącznie biurowy charakter pracy, jedyną spółką posiadającą politykę w zakresie ochrony środowiska jest 3LP S.A.

Spółki nie posiadają spisanych procedur, lecz realizują ustalone procesy, przykładowo:

- w zakresie właściwego odbioru, magazynowania oraz przekazania do utylizacji zużytego sprzętu elektrycznego oraz elektrotechnicznego (TIM S.A.),
- w zakresie maksymalnej segregacji oraz poddawania właściwym procesom recyklingu odpadów opakowaniowych (3LP S.A.).

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Ważnym elementem strategii „TIM pro” jest model zaangażowania społecznego „Działamy Prospołecznie” opisujący nasze obszary priorytetowe. Dokument zawiera ramy budżetowe działań społecznych oraz metody i narzędzia, jakie wykorzystujemy w tym zakresie.

Posiadamy założenia odnośnie do budżetowania działań społecznych i sponsoringowych TIM S.A., jak też zasady programu grantowego oraz działań wolontaryjnych naszych pracowników.

6.4.1. Nasi klienci

Branża e-commerce stawia ogromne wyzwanie pod kątem obsługi i zapewnienia satysfakcji klientów. Jest to priorytetowy cel naszej strategii biznesowej, który realizujemy poprzez nieustanne badanie i realizację potrzeb klienta. Kluczowe są dla nas jakość współpracy i komunikacja na etapie sprzedaży oraz obsługi posprzedażowej,

dbanie o dostępność szerokiego wachlarza towarów i materiałów, doskonalenie oferty i obsługi, a także szybkość i terminowość realizowanych dostaw.

Dwie nominacje w konkursie e-Commerce Polska awards 2019, w kategoriach „Think out of the box” oraz „Best in omnichannel”, są potwierdzeniem jakości działania

firmy oraz nowatorskich rozwiązań proklienckich, które docenia także branża e-commerce. Co ważne, TIM obecny jest w konkursie e-Commerce Polska awards niemal nieprzerwanie od 2014 roku (wyjątek stanowi rok 2017) – w charakterze nominowanego, laureata lub wyróżnionego.



To już piąta edycja e-Commerce Polska awards, w której otrzymaliśmy nominację. Nie ma zatem wątpliwości, że wyznaczamy trendy, szczególnie w przypadku e-commerce B2B. Obie tegoroczne nominacje to dowód na nasze ciągłe doskonalenie się w zakresie omnichannel. Jesteśmy tam, gdzie chce i potrzebuje tego klient – po to, by zapewnić mu zawsze te same możliwości i doświadczenia zakupowe. Jako lider e-commerce w swojej branży nieustannie poszukujemy nowych sposobów dotarcia do klienta, które ułatwią mu skorzystanie z oferty TIM-u.

Piotr Nosal, Członek Zarządu i dyrektor handlowy TIM S.A.

Główne kanały komunikacji z klientami wykorzystywane przez spółki Grupy Kapitałowej TIM:

- strony internetowe spółek oraz e-sklepów,
- kontakt bezpośredni, telefoniczny oraz mailowy,
- media społecznościowe, newslettery i foldery,
- spotkania i prezentacje w ramach targów i konferencji,
- spotkania szkoleniowo-integracyjne z klientami,
- badania opinii klientów oraz spotkania konsultacyjne takie jak panel interesariuszy TIM S.A.,

przeprowadzony przez spółkę w oparciu o wytyczne standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES.

Regularnie prowadzone badania opinii i potrzeb klientów umożliwiają nam koncentrację na zapewnieniu wysokiej jakości obsługi i satysfakcji klientów. W 2019 roku przeprowadziliśmy badanie jakościowe zrealizowane w formie wywiadów z klientami TIM oraz badanie ilościowego w formie ankiety. Klienci do wywiadów indywidualnych

zostali dobrani pod kątem branży, długości współpracy z TIM, wielkości i kanału zamówień w roku 2018. Branżę reprezentowali instalatorzy, przemysł i resellerzy. W każdej z tych grup znaleźli się reprezentanci nowych i stałych klientów, kupujących w online i offline oraz robiący zamówienia skategoryzowane jako małe, średnie i duże. Do badania ankietowego online zaprosiliśmy natomiast wszystkich klientów biznesowych.

Jednym ze wskaźników, na jaki patrzymy, jest tak zwany Net Promoter Score (NPS), który w 2019 roku osiągnął poziom 38. Jest to bardzo dobry wynik i oznacza, że TIM ma o 38 punktów procentowych więcej zwolenników – czyli osób, które w skali 0–10 wskazują, że prawie na pewno (9 lub 10) polecą TIM bliskim i znajomym – niż krytyków.

Zgodnie ze strategią „TIM pro”, odpowiadając również na oczekiwania klientów, wdrażamy proekologiczne rozwiązania. Już niemal 100% klientów TIM S.A. korzysta z e-faktur. Od kilku miesięcy w ofercie TIM.pl

posiadamy kompleksową ofertę instalacji fotowoltaicznych, połączoną z kompendium wiedzy na ten temat. Pełna oferta produktowa, jak i dynamiczny wzrost popytu w tym segmencie, stymulowany odpowiednimi

regulacjami prawnymi oraz wsparciem w zakresie finansowania takich instalacji, sprawiły, że dynamika sprzedaży jest wysoka.

6.4.2. Ochrona środowiska

Biurowy charakter naszej działalności, zarówno w TIM S.A. jak i w ROTOPINO.PL S.A., powodują, że spółki te nie posiadają polityki w zakresie ochrony środowiska.

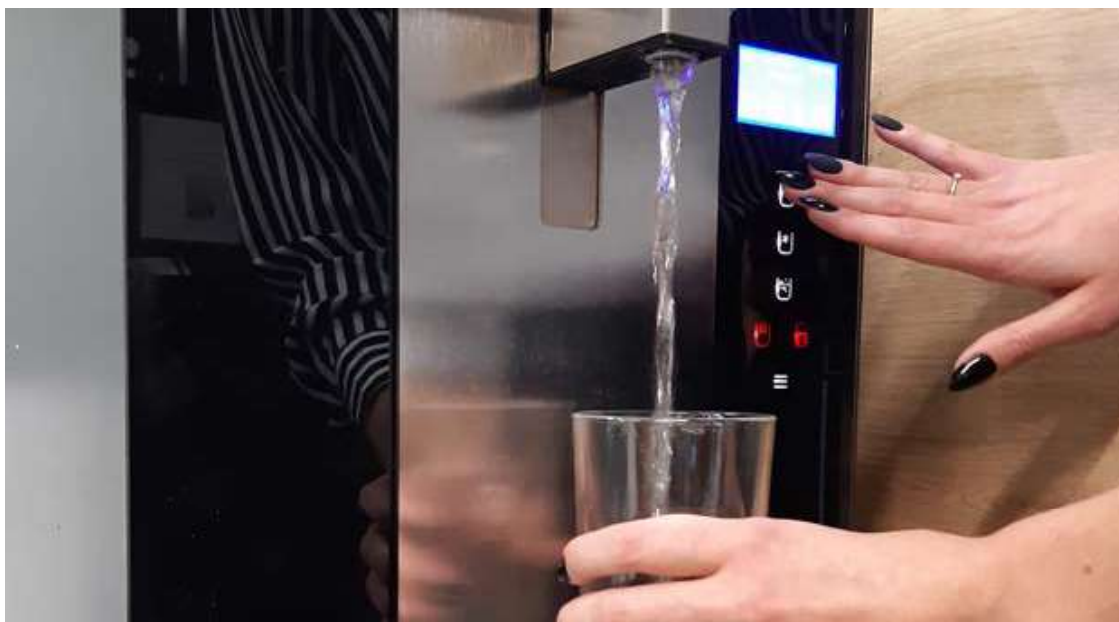
Zielone biuro

Od końca 2018 roku centrala TIM mieści się w nowoczesnym biurowcu posiadającym certyfikat BREEAM. Jest to standard definiujący najlepsze zasady

projektowania, budowania oraz użytkowania budynków. Potwierdza on między innymi wysoką efektywność energetyczną budynku, wysoką efektywność ekonomiczną, związaną z korzystaniem z ciepła sieciowego, zastosowaniem materiałów budowlanych o niskiej emisyjności czy systemowej ślusarki aluminiowej o wysokiej izolacyjności termicznej. W nowym biurze zamontowaliśmy

energooszczędne źródła światła, w tym czujniki ruchu w niektórych pomieszczeniach.

Od początku 2019 roku w centrali TIM zrezygnowaliśmy z zakupu wody mineralnej w plastikowych butelkach. Zastąpiły ją dystrybutory wody z sieci wodociągowej, które filtrują wodę i umożliwiają jej schłodzenie; będąc wyposażone w funkcję saturatora, nasycają wodę dwutlenkiem węgla.



Pomieszczenia socjalne i sale konferencyjne wyposażono w karafki na wodę, a każdy pracownik otrzymał porcelanowy kubek ze swoim imieniem. Przed wprowadzeniem dystrybutorów wody pitnej na potrzeby centrali firmy kupowaliśmy rocznie około 7 000 półlitrowych plastikowych butelek wody mineralnej. W 2019 roku zrezygnowano całkowicie z takich zakupów, a w wyjątkowych, sporadycznych

sytuacjach kupowana jest woda w butelkach szklanych.

Dodatkowo w firmowej kuchni plastikowe sztucce zamieniliśmy na metalowe (jednorazowe naczynia zniknęły już znacznie wcześniej). Oprócz segregowania śmieci zgodnie z aktualnymi wymogami prawnymi, zbieramy także zużyte baterie (trafiają do utylizacji) oraz nakrętki od butelek z tak zwanego dobrego plastiku (nadającego się

do recyklingu). Zebrane nakrętki trafiają do Fundacji „Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci”, która przekazuje je do przetworzenia, a w efekcie Hospicjum otrzymuje dodatkowe środki na opiekę nad podopiecznymi. Na rok 2020 planujemy szereg działań (wykłady, artykuły poradnikowe w intranecie) poświęconych zmianom w duchu zero waste.

W 2019 roku kilkakrotnie korzystaliśmy z druku na papierze ekologicznym. Nasz poprzedni raport roczny wydrukowaliśmy na papierze Cyclus Print – powlekanym papierze o matowej powierzchni, produkowanym w 100% z makulatury w technologii przyjaznej dla środowiska naturalnego. Dzięki wykorzystaniu tego papieru zamiast papieru niemakulatorowego negatywny wpływ na środowisko podczas druku raportu został zmniejszony między innymi w następującym zakresie: 175 kg mniej odpadów, 35 kg mniej gazów cieplarnianych, 5 564 litrów mniej zużytej wody, 491 kWh mniej zużytej energii, 284 kg mniej zużytego drewna.

Polityka środowiskowa 3LP S.A.

Jedyną Spółką posiadającą politykę w zakresie ochrony środowiska jest 3LP S.A. Jej obszary priorytetowe to:

- monitoring oddziaływania na środowisko,
- ochrona wód,
- ochrona powietrza,
- redukcja zużycia energii,
- zalesianie powierzchni biologicznie czynnych,
- promocja aktywności ruchowej wśród pracowników.

Tabela 36. Zużycie energii przez spółki Grupy Kapitałowej TIM*

	TIM S.A.		3LP S.A.		ROTOPINO.PL S.A.**	
	2018**	2019	2018	2019	2018	2019
Zużycie energii elektrycznej [GJ]	879,86	1150,46	7812	10914,66	58,42	57,19
Zużycie gazu ziemnego [m³]	4255	28 624	39 737	25 042	0	0
Zużycie oleju opałowego	0	0	0	0	0	0

* W związku z ujednoliceniem metodyki kalkulacji na poziomie Grupy dokonano weryfikacji i korekty danych za 2018 rok, równocześnie – z powodu braku możliwości i kompletności danych od wynajmujących nam powierzchnie biurowe – nie jesteśmy w stanie rzetelnie podać skali zużycia energii cieplnej.

** Wyliczenia w oparciu o faktury otrzymywane od właściciela budynku (poziom zużycia energii dot. jednej lokalizacji – siedziby tej spółki).

Zużycie energii

Ze względu na magazynowy i logistyczny charakter działalności spółka 3LP S.A. ma największy potencjał do podejmowania działań w zakresie zużycia energii i takie działania aktywnie realizuje.

Działania dotychczas realizowane w 3LP S.A. w zakresie ograniczania zużycia energii:

- bieżąca współpraca z dostawcą energii elektrycznej i cieplnej w zakresie optymalizacji potrzeb i redukcji zużycia mediów;
- ograniczenie ilości wózków jezdniowych zasilanych olejem napędowym i propanem-butanem do niezbędnego minimum, preferowanie wózków elektrycznych;
- bieżąca weryfikacja rynku baterii trakcyjnych celem potencjalnego wdrażania baterii o niższej emisji wodoru;
- wymiana oświetlenia na

technologię LED na terenie hal magazynowych oraz na obszarze zewnętrznym; • montaż na terenie hal magazynowych czujników ruchu, zapobiegających zbędnemu poborowi energii do celów oświetleniowych; • promocja wśród pracowników zasad dotyczących oszczędzania energii elektrycznej.	energii elektrycznej, pomimo stałego wzrostu zatrudnienia; • wycofywanie samochodów służbowych zasilanych olejem napędowym na rzecz samochodów zasilanych benzyną; • wdrażanie technologii niskoemisyjnych baterii trakcyjnych do wózków jezdniowych.	W 3LP S.A. posiadamy 15 aut osobowych, których zużycie paliwa w 2019 roku wyniosło około 25 800 litrów (ON i benzyna). Spółka planuje stopniowe wycofywanie samochodów służbowych zasilanych olejem napędowym na rzecz samochodów zasilanych benzyną. Dodatkowo zużyliśmy 38 600 litrów ON do napędu wózków widłowych w ramach działań magazynowych. W ROTOPINO.PL S.A. poprzez wykorzystanie 2 służbowych aut osobowych zużyliśmy 373 litrów oleju napędowego oraz 2 610 litrów benzyny.
Działania planowane w 3LP S.A. na rok 2020 i kolejne lata: • działania zmierzające do utrzymania na niezmiennym poziomie zużycia wody oraz	Transport Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej TIM nie posiada własnej floty transportowej, użytkowane są jedynie osobowe auta służbowe.	

W skali miesiąca 3LP S.A. wysyła ok. 6 600 palet i 242 000 paczek. Wymaga to rozładunku i załadunku średnio 1503 pojazdów – zarówno transportów FTL palet (pełne auta tak zwane TIR), jak i samochodów z paczkami czy furgonetek firm kurierskich. Korzystamy z usług wyspecjalizowanych firm transportowych ściśle z nimi, współpracując i stosując się do zaleceń i rekomendacji mających na celu optymalizację transportu (ograniczenie liczby transportów poprzez zwiększenie wypełnienia pojazdów, wykorzystywanie dużych naczep vs małe pojazdy i tym podobne).

Jedną z takich inicjatyw jest stosowanie naczep o podwójnej podłodze, co pozwala przewieźć więcej towarów w ramach pojedynczych kursów. Kolejną jest wykonywanie wstępnego sortowania i ładowania samochodów na tak zwane kierunki, czyli umieszczanie w autach przesyłek/palet, które są transportowane na

konkretne HUB-y bez zbędnych przeładunków. Dążymy również do zwiększania wypełnienia naczep samochodowych poprzez optymalizację i rodzaj wykorzystywanych opakowań używanych do wysyłek towarów.

Firmy transportowe, z którymi współpracujemy, stosują najnowocześniejsze rozwiązania

ograniczające szkodliwy wpływ przewozów na środowisko poprzez przykładowo wymianę floty pojazdów (niższa emisja CO₂, mniejsze zużycie paliwa), optymalizację tras pojazdów czy efektywne rozmieszczenie HUB-ów przeładunkowych.

Tabela 37. Ilość odpadów wygenerowanych w 2019 roku [tony]

	3LP S.A.	TIM S.A.	ROTOPINO.PL S.A.
Ilość odpadów niebezpiecznych	0	4,5	1
Ilość odpadów inne niż niebezpieczne	447,14	0,7	19,2
W tym odpady opakowaniowe	422,15	0	1,86
W tym papierowe (tektura itp.) odpady opakowaniowe	304,37	0	0,5

Odpady i woda

100% odpadów w 3LP S.A. i TIM S.A. oraz 56% w ROTOPINO.PL S.A. zostało przekazanych do recyklingu. Zostało to zrealizowane przez ustawowy odbiór zużytego sprzętu od klienta lub za pośrednictwem wybranej organizacji odzysku. W przypadku TIM S.A. oraz ROTOPINO.PL S.A. dane dotyczą zużycia wynikającego

z prowadzonej działalności (sprzedaż), odpady z działania biura stanowią wielkości nieistotne.

W celu redukcji generowanych odpadów i zwiększania udziału procentowego odpadów przekazywanych do ponownego użycia/recyklingu w TIM S.A. i ROTOPINO.PL S.A. zanim sprzęt trafi do kontenera z odpadami,

zostaje poddany dwukrotnej selekcji:

- jest naprawiany i sprzedawany na portalu „Allegro” przez podmiot zewnętrzny,
- jest weryfikowany przez dział utrzymania ruchu i trafia na jego wyposażenie.

Zamówienia naszych klientów, realizowane przez 3LP S.A.,

niemal w całości obywają się bez opakowań foliowych. Materiały PCV zostały zastąpione papierem, który w 100% podlega wtórnemu przetworzeniu i sam w 50% składa się z materiału powtórnie przetworzonego.

Działania dotychczas realizowane w 3LP S.A. w zakresie zarządzania wodą i odpadami

Woda

- odprowadzanie oczyszczonych w separatorach wód opadowych do rzeki, miast gromadzenia wód w zbiornikach przeciwpożarowych (brak odparowywania, woda w obiegu zamkniętym);

- kontrola stanu technicznego separatorów wód opadowych, połączona z utylizacją zgromadzonych zanieczyszczeń;
- badania zawartości substancji szkodliwych dla środowiska w separatorach wód opadowych oraz w zrzucanej do rowu melioracyjnego wodzie;
- osobny punkt poboru wody na potrzeby budowlane bez zrzutu ścieków;
- bieżąca kontrola stanu technicznego urządzeń sanitarnych (zaworów czerpalnych) pod kątem szczelności i zapobiegania przypadkowemu zrzutowi wody;
- współpraca z firmą ogrodniczą

w zakresie utrzymania i pielęgnacji terenów zielonych.

Odpady

- selektywna zbiórka odpadów przemysłowych i sprzedaż frakcji w celu recyklingu;
- weryfikacja odbiorców odpadów pod kątem legalności działania oraz prowadzonych procesów recyklingowych.

Działania planowane w 3LP S.A. na rok 2020 i kolejne lata:

- działania zmierzające do utrzymania na niezmiennym poziomie zużycia wody, pomimo stałego wzrostu zatrudnienia.



6.4.3. Zaangażowanie społeczne

W 2019 roku powstała i została przyjęta przez Zarząd pierwsza w historii TIM S.A. strategia odpowiedzialnego biznesu, z gwarancją przeznaczania na działania społeczne co najmniej 1% zakładanego zysku brutto co roku do 2021 roku.

Ruszyły również programy wolontariatu pracowniczego i program grantowy, a akcja promująca wśród pracowników aktywny tryb życia (Aktywny TIM dla Przyjaciół) z 10-tygodniowej wiosennej rywalizacji została przekształcona w niemal całoroczny program „Team Integracja Multisportowa”. Każde z tych działań ma swojego ambasadora. Dodatkowo przekazujemy darowizny rzeczowe i finansowe, realizujemy sponsoring społecznie zaangażowany (w tym sponsoring młodych talentów, szczególnie talentów sportowych) oraz dzielimy się wiedzą i doświadczeniem.

Zgodnie ze strategią „TIM pro”, swoje działania społeczne skupiamy wokół:

- wspierania lokalnych społeczności w ważnych celach rozwijających kondycję i potencjał ich członków,

szczególnie dzieci i młodzieży,

- inicjatyw mających znaczący wpływ na jakość życia społecznego i gospodarczego teraz i w przyszłości, ze szczególnym uwzględnieniem tematu innowacji,
- działań społecznych uczących współpracy, angażujących pracowników, partnerów społecznych i biznesowych.

Uruchomiony w 2019 roku cykliczny program grantowy jest realizowany z myślą o lokalnych społecznościach, w którym wspierane są zgłaszane przez naszych pracowników inicjatywy i organizacje społeczne. Angażujemy pracowników zarówno na etapie zgłaszania inicjatyw, jak i na etapie ich wyboru (poprzez głosowanie). Opracowaliśmy szczegółowe kryteria, w oparciu o które podejmujemy decyzje odnośnie do wyboru projektów.

Wolontariat pracowniczy

Co kwartał ogłaszamy nabór propozycji działań z zakresu wolontariatu – dzielenia się przez pracowników TIM-u swoją pracą lub wiedzą. Beneficjentami mogą być: Organizacje Pożytku Publicznego (stowarzyszenia, fundacje), instytucje publiczne (szkoły, przedszkola, szpitale, domy pomocy społecznej i tym podobne), inne osoby i organizacje potrzebujące wsparcia. Wspieramy pracowników, finansując narzędzia, dzięki którym mogą zrealizować zaproponowany przez siebie wolontariat. O wyborze inicjatyw, które otrzymają wsparcie, decyduje wewnętrzna komisja. Preferowane są lokalne społeczności prowadzące działania o charakterze edukacyjnym/ oświatowym, prozdrowotnym, proekologicznym, kulturalnym, pomocowym.

W pierwszej edycji programu,

w 2019 roku, złożono 5 wniosków – wszystkie zostały rozpatrzone pozytywnie. Wsparcie uzyskały między innymi następujące projekty:

- ogólnofirmowa zbiórka na rzecz schronisk dla zwierząt – firma zwiększyła pulę środków zebranych przez pracowników;
- Szlachetna Paczka – firma wsparła zbiórkę zainicjowaną i zrealizowaną przez pracowników jednego z działów;
- remont punktu przedszkolnego dla dzieci z autyzmem i zespołem Aspergera w Toruniu – firma przekazała artykuły elektrotechniczne będące w jej ofercie i dofinansowała zakup innych materiałów budowlanych, a dwóch pracowników firmy podjęło się remontu;
- remont i doposażenie sali lekcyjnej w Szkole Podstawowej z Oddziałami Integracyjnymi w Łomnicy na Dolnym Śląsku.

Kolejne cztery edycje programu planujemy w kolejnych kwartałach 2020 roku.

Aktywny TIM dla Przyjaciół – sportowo i charytatywnie

W 2019 roku zrealizowaliśmy drugą edycję charytatywnej akcji, polegającej na gromadzeniu przez pracowników kilometrów z wykorzystaniem aplikacji Endomondo. Podczas

10-tygodniowej rywalizacji w 12 rodzajach aktywności fizycznej zgromadziliśmy aż 41 705 km. Kilometry zostały przeliczone na fundusze i przekazane przez Zarząd TIM S.A. w formie darowizn na rzecz dwóch fundacji: Fundacji AVALON – Bezpośrednia Pomoc Niepełnosprawnym oraz Fundacji Dzieciom „Zdążyć z Pomocą”.

Wsparcie tych konkretnych organizacji wynikało z faktu, iż pod ich opieką znajdują się synowie dwóch pracowników TIM-u, wymagający specjalistycznego leczenia i rehabilitacji; a także pracownik firmy, potrzebujący pomocy po poważnym wypadku, do którego doszło krótko po finale poprzedniej edycji „Aktywnego TIM-u”. Do każdego z trzech potrzebujących trafiło 5 000 zł.

Działania lokalne 3LP S.A.

3LP S.A. pomimo braku sformalizowanej polityki aktywnie prowadzi odpowiedzialny biznes w zgodzie z obowiązującymi normami, wspierając lokalną społeczność jako kluczowy pracodawca w rejonie. Nasza współpraca z jednostkami lokalnego samorządu jest wysoko oceniana przez Radę Gminy, na której terenie działa Spółka. Aktywnie uczestniczymy w inicjatywach podejmowanych

przez lokalny samorząd oraz jednostki organizacyjne Gminy.

Dodatkowo zorganizowaliśmy w 2019 roku piknik pracowniczy, który miał na celu zintegrowanie zespołu, wspólne spotkanie wraz z rodzinami oraz wzmocnienie relacji.

Działania w branży

Od lat aktywnie udzielamy się w ramach branży, zarówno edukacyjnie jak też jako pracodawca.

TIM S.A. jest członkiem następujących organizacji:

- Zachodnia Izba Gospodarcza – Pracodawcy i Przedsiębiorcy: Prezes Zarządu TIM S.A., Krzysztof Folta, jest wiceprzewodniczącym Rady;
- Izba Gospodarki Elektronicznej (e-Commerce Polska): przedstawiciel TIM-u znajdzie się w nowo tworzonej grupie merytorycznej „e-commerce B2B”, natomiast TIM organizował wspólnie z Izbą w swojej wrocławskiej siedzibie bezpłatne warsztaty Szkoły Gospodarki Cyfrowej, poświęcone e-commerce B2B;
- Konińska Izba Gospodarcza: posiadamy szeregowe członkostwo.

„Cały ten rynek...”

W 2019 roku w dalszym ciągu

realizowaliśmy działania edukacyjne względem środowiska inwestorskiego, kontynuując publikację tekstów z cyklu „Cały ten rynek...”. Od 2011 roku publikujemy w serwisie korporacyjnym cykl publikacji o charakterze edukacyjnym, poradnikowo-analitycznym. 22 lata obecności na GPW to czas wystarczający na zdobycie szeregu doświadczeń, którymi chcemy się podzielić, edukując inwestorów – początkujących i zaawansowanych. Artykuły publikowane są co najmniej 2 razy w miesiącu. Wśród 100 najpopularniejszych w 2019 roku podstron serwisu

www.timsa.pl aż 1/4 stanowiły teksty z sekcji „Cały ten rynek...”. 10 najpopularniejszych artykułów z cyklu zanotowało w 2019 roku łącznie 12 436 odsłon.

Rozwój młodych talentów i wsparcie dla sportu

W 2019 roku, już szósty rok z rzędu, TIM S.A. wspierał jako główny sponsor judokę Damiana Szwarnowieckiego. Zawodnik klubu Gwardia Wrocław to jeden z najbardziej obiecujących judoków młodego pokolenia. Ma na swoim koncie między innymi dwa tytuły mistrza Europy, mistrza Polski seniorów, mistrza Polski juniorów

czy mistrza Europy młodzieży. W 2018 roku do sukcesów odniesionych przez zawodnika dołączyły między innymi 2. miejsce w Pucharze Europy Seniorów czy 1. miejsce w Pucharze Polski Seniorów i Seniorów oraz wiele innych. Comiesięczne stypendium od TIM S.A. pomaga Damianowi Szwarnowieckiemu w przygotowaniach do zdobycia kwalifikacji na XXXII Letnie Igrzyska Olimpijskie 2020 w Tokio (planowane na rok 2021). TIM w 2019 roku wsparł także innych zawodników sekcji judo Międzyszkolnego Klubu Sportowego „Juvenia” Wrocław.

Od maja 2019 roku TIM sponsoruje Adriana Meronka – najlepszego polskiego golfistę. We wrześniu 2019 roku ten 27-letni obecnie zawodnik wygrał turniej Open de Portugal i odniósł pierwsze zwycięstwo w cyklu Challenge Tour. Dwa miesiące później został pierwszym polskim golfistą w historii, który awansował do European Tour, czyli pierwszej ligi europejskiego golfa. Podobnie jak Damian Szwarnowiecki, stara się o kwalifikację na Letnie Igrzyska Olimpijskie, które odbędą się w Tokio.

Od kilkunastu lat TIM S.A. wspomaga także zajęcia dziewczęcej koszykówki, prowadzone przez Towarzystwo Sympatyków Koszykówki Kobiet z siedzibą we Wrocławiu.

Tylko nieco krócej trwa współpraca sponsorska spółki z Dolnośląskimi Onkoigrzyskami Dzieci i Młodzieży, których 12. edycja odbyła się 8 czerwca 2019 roku we Wrocławiu. To przedsięwzięcie organizowane przez Akademię Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu i Fundację „Na ratunek dzieciom z chorobą nowotworową”. W imprezie wzięli udział młodzi zmagający się z chorobami nowotworowymi zawodnicy z Polski i Czech.

Od 2016 roku TIM S.A. wspiera Stowarzyszenie Soroptimist International Pierwszy Klub we Wrocławiu. Ta międzynarodowa organizacja, założona niemal 100 lat temu w Kalifornii, zrzesza kobiety aktywne zawodowo, działające na rzecz poprawy bytu kobiet i dziewcząt w swojej lokalnej społeczności i na świecie. TIM angażuje się

w organizację corocznych bali charytatywnych wrocławskich soroptimistek, z których dochód przeznaczany jest na stypendia dla utalentowanych muzycznie dziewcząt.

Projekt Broviac

Jesienią 2019 roku TIM dołączył do unikalnego w skali kraju programu dla małych pacjentów, zmagających się z nowotworami, który uruchomiła fundacja „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”. Partnerzy tego programu fundują bezpłatne zestawy do bezpiecznej pielęgnacji wkłucia centralnego w domu. Dzięki temu nawet setka dzieci, pacjentów wrocławskiej kliniki onkologii dziecięcej Przylądek Nadziei, może mniej czasu spędzić w szpitalu.

Cewnik Broviaca to rurka ukryta pod skórą. Połączona jest z centralną żyłą, wchodzącą do serca. Dzięki temu można podawać dzieciom leki i pobierać krew bez konieczności klucia igłami lub stosowania wenflonów. To wygodne rozwiązanie, które pomaga w terapii i zmniejsza stres u dzieci. Muszą być jednak

absolutnie sterylnie utrzymane i regularnie przepłukiwane, dlatego stosuje się je w szpitalach, pod kontrolą personelu medycznego.

Pielęgnowanie cewników w warunkach domowych jest możliwe – dzięki temu dzieci nie muszą przebywać w szpitalu tylko ze względu na cewnik, ani specjalnie przyjeżdżać do kliniki, często z odległych rejonów Polski, tylko na zabieg czyszczenia. Jednak preparaty i akcesoria do domowej pielęgnacji cewników nie są refundowane. Koszt trzymiesięcznego zestawu dla jednego dziecka to 550 zł. Dla wielu rodziców to poważny wydatek, który trudno udźwignąć.

TIM S.A. – podobnie jak dwóch innych partnerów Programu Broviac – ufundował zestawy do domowej pielęgnacji cewników dla pierwszej setki małych pacjentów kliniki onkologii dziecięcej Przylądek Nadziei, będącej częścią Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego we Wrocławiu. Taka liczba zaspokoiła zapotrzebowanie na te zestawy do końca 2019 roku.



Krzysztof Folta, Prezes Zarządu TIM S.A.

Program Broviac idealnie wpisuje się w zakres strategicznych kierunków odpowiedzialnego biznesu TIM S.A. Jednym z nich jest wspieranie lokalnych społeczności w ważnych dla nich celach, szczególnie dotyczących dzieci i młodzieży. Bardzo cieszy nas fakt, że nasza pomoc przyniesie wymierny efekt tak szybko. Mali pacjenci wrócą szybciej do domów, a personel kliniki będzie mógł skupić się na opiece nad tymi, którzy rzeczywiście muszą pozostać w szpitalnych murach.

Fundacja „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową” liczy, że ten pionierski w skali kraju projekt będzie pierwszym krokiem do wdrażania podobnych rozwiązań w innych placówkach w Polsce.

6.5. Zestawienie wskaźników GRI Standards

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony w raporcie
Wskaźniki profilowe (obowiązkowe)		
Profil organizacji		
GRI 102-1	Nazwa organizacji	101, 109
GRI 102-2	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/lub usługi	101–114
GRI 102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	110
GRI 102-4	Lokalizacja działalności operacyjnej	110
GRI 102-5	Forma własności i struktura prawna organizacji	110
GRI 102-6	Obsługiwane rynki dla grupy i wg marek	105–108
GRI 102-7	Skala działalności	101–116
GRI 102-8	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji, w tym:	125–149
GRI 102-8	Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i rodzaj zatrudnienia	130–131
GRI 102-8	Całkowita liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia (w pełnym lub w niepełnym wymiarze godzin) w podziale na płeć	132
GRI 102-9	Opis łańcucha dostaw	105–108
GRI 102-10	Znaczące zmiany w raportowanym okresie dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości	brak
GRI 102-11	Wyjaśnienie, czy i w jaki sposób organizacja stosuje zasadę ostrożności	122–124
GRI 102-12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	Nie dotyczy
GRI 102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	Zachodnia Izba Gospodarcza, Izba Gospodarki Elektronicznej, Konińska Izba Gospodarcza
Strategia		
GRI 102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	3–5
GRI 102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	97–98, 122–124
Etyka		
GRI 102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań	117–119, 126, 144–149
Zarządzanie		
GRI 102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	181–189
Zaangażowanie interesariuszy		
GRI 102-40	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację raportującą	119

GRI 102-41	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi	Brak
GRI 102-42	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy zaangażowanych przez organizację	Bieżąca praktyka biznesowa
GRI 102-43	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	118–121
GRI 102-44	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	120–121
Raportowanie		
GRI 102-45	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	124
GRI 102-46	Proces definiowania treści raportu	124
GRI 102-47	Zidentyfikowane istotne tematy	124
GRI 102-48	Wyjaśnienia dotyczące efektów jakichkolwiek korekt informacji zawartych w poprzednich raportach z podaniem powodów ich wprowadzenia oraz ich wpływu (np. fuzje, przejęcia, zmiana roku/okresu bazowego, charakteru działalności, metod pomiaru)	155
GRI 102-49	Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	155
GRI 102-50	Okres raportowania	1.01.2019–31.12.2019
GRI 102-51	Data publikacji ostatniego raportu	10.04.2019
GRI 102-52	Cykl raportowania	Roczny
GRI 102-53	Dane kontaktowe	201
GRI 102-54	Wskazanie, czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive	Opcja Core
GRI 102-55	Indeks GRI	164–166
GRI 102-56	Polityka i obecna praktyka w zakresie zewnętrznej weryfikacji raportu	Oświadczenie nie zostało poddane dodatkowej zewnętrznej weryfikacji
Wskaźniki szczegółowe		
Tematy społeczne		
ASPEKT RAPORTOWANIA: Jakość obsługi klientów i ich satysfakcja		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	117–118, 151–153
GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	117–118, 151–153
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	117–118, 122–124
Wskaźnik własny	Główne działania na rzecz satysfakcji klientów i jakości obsługi	151–153
Wskaźnik własny	Podejście do monitorowania satysfakcji klientów i osiągnięte w tym zakresie wyniki	151–153

Wskaźnik własny	Liczba biur handlowych w Polsce	106
Wskaźnik własny	Liczba oferowanych produktów	105
Wskaźnik własny	Liczba zamówień on-line / rok	106
ASPEKT RAPORTOWANIA: Przyjazne miejsce pracy		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	117–118, 126–135
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	117–118, 126–135
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	117–118, 124
GRI 401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	139
GRI 401-1	Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania	128, 136–137
ASPEKT RAPORTOWANIA: Zatrudnienie, rozwój i edukacja pracowników		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	117–118, 126–135
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	117–118, 126–135
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	117–118, 124
GRI 404-1	Liczba dni szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia (zaraportowano liczbę uczestnictw w szkoleniach)	134
ASPEKT RAPORTOWANIA: Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	117–118, 140–143
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	117–118, 140–143
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	117–118, 124
GRI 403-9	Rodzaje urazów, wskaźnik wypadków, wskaźnik chorób zawodowych, wskaźnik utraconych dni pracy oraz wskaźnik nieobecności i liczbę wypadków śmiertelnych związanych z pracą odnoszących się do wszystkich pracowników	140
Programy zaangażowania społecznego		
ASPEKT RAPORTOWANIA: Zaangażowanie społeczne		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	117–118, 159
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	117–118, 159
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	117–118, 124
Wskaźnik własny	Cele zaangażowania społecznego i przykłady inicjatyw społecznych firmy, w szczególności inicjatyw angażujących pracowników	159–163
Tematy środowiskowe		
ASPEKT RAPORTOWANIA: Wpływ na środowisko		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	117–118, 153–158
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	117–118, 153–158
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	117–118, 124
GRI 302-1	Zużycie energii w organizacji	155–156
GRI 306-2	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	157