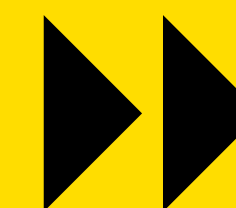




Oświadczenie Grupy Kapitałowej TIM
na temat informacji niefinansowych



Odpowiedzialny biznes

6.1. Model biznesowy

6.2. Strategia odpowiedzialnego biznesu

6.3. Budowa kapitału ludzkiego

6.4. Wpływ na otoczenie

6.5. Zestawienie wskaźników GRI Standards

6.1. Model biznesowy

Podstawowe informacje na temat Grupy TIM

Kim jesteśmy?

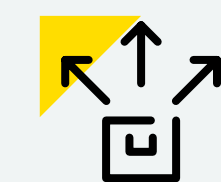
Grupę Kapitałową TIM tworzą spółki operujące na rynku e-commerce, hurtowej i detalicznej dystrybucji artykułów elektrotechnicznych i narzędzi oraz usług logistycznych. Spółką dominującą w Grupie jest TIM S.A. – największy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce, obecny na rynku **od 1987 roku**.

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 k. Wrocławia, którego operatorem jest spółka 3LP S.A. Obiekt zapewnia spółce TIM S.A. istotną przewagę rynkową w postaci wydajnego łańcucha dostaw.

Na koniec 2020 roku spółki z Grupy Kapitałowej TIM łącznie zatrudniały **530** osób, czyli o **13** pracowników więcej niż na koniec 2019 roku.



Łączymy blisko 35 lat doświadczenia w tradycyjnym handlu z nowoczesną technologią e-commerce.



Dystrybucja

Działamy na rynku hurtowej i detalicznej dystrybucji artykułów elektrotechnicznych, e-commerce i usług logistycznych.



Spółki

W skład Grupy Kapitałowej TIM na koniec 2020 roku wchodziła również spółka 3LP S.A.



Lider

TIM S.A. jest największym dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych w Polsce i pierwszym, który udostępnił swoją ofertę Internet zarówno klientom biznesowym, jak i indywidualnym.



GPW

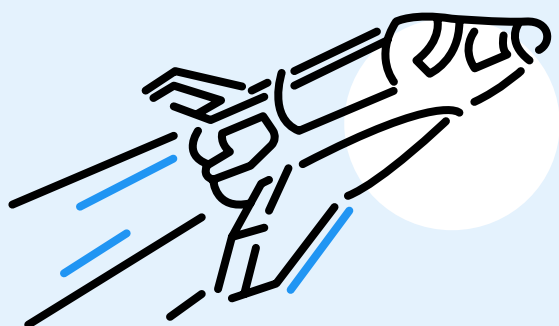
TIM S.A. jest jedną z firm o najdłuższej historii obecności na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW).



Fundament

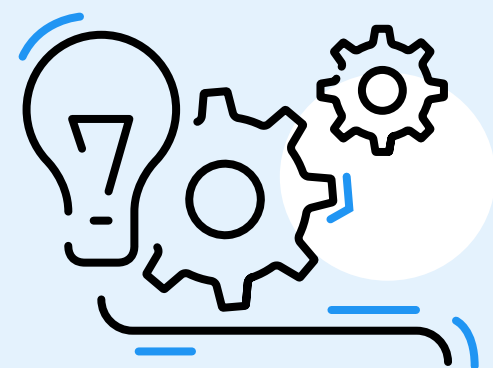
Spółką dominującą Grupy Kapitałowej TIM jest TIM S.A. z siedzibą we Wrocławiu.

Fundamenty działalności Grupy



MISJA

Tworzymy dziś z myślą o jutrze.



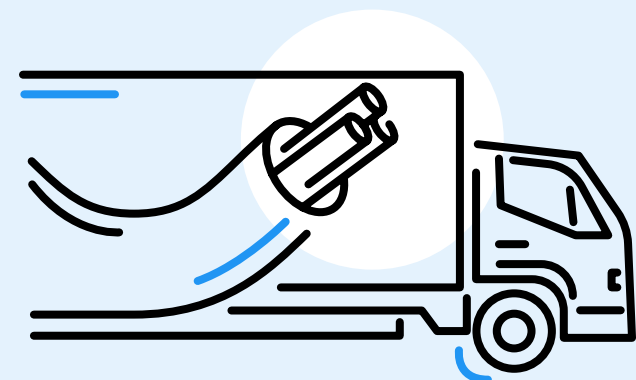
WIZJA

Działamy z pasją, wierząc, że połączenie kompetencji z innowacyjnymi technologiami daje nam i naszym Partnerom nieograniczone możliwości rozwoju.



KAPITAŁ SPOŁECZNY I INTELEKTUALNY

530 pracowników, blisko **35 lat** doświadczenia rozwoju firmy na rynku.



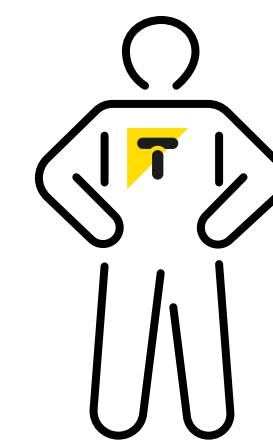
KAPITAŁ OPERACYJNY

Największy sklep internetowy branży dystrybucji elektrotechnicznych w Polsce, **16** Biur Handlowych, **1** Oddział, **8** Agentów Sprzedaży TIM S.A. w całej Polsce. Nowoczesne centrum logistyczne w Siechnicach zarządzane przez spółkę 3LP S.A., **74 000 m²** powierzchni magazynowej.

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

Strategia TIM zakłada wzrost wartości dla akcjonariuszy w oparciu o:

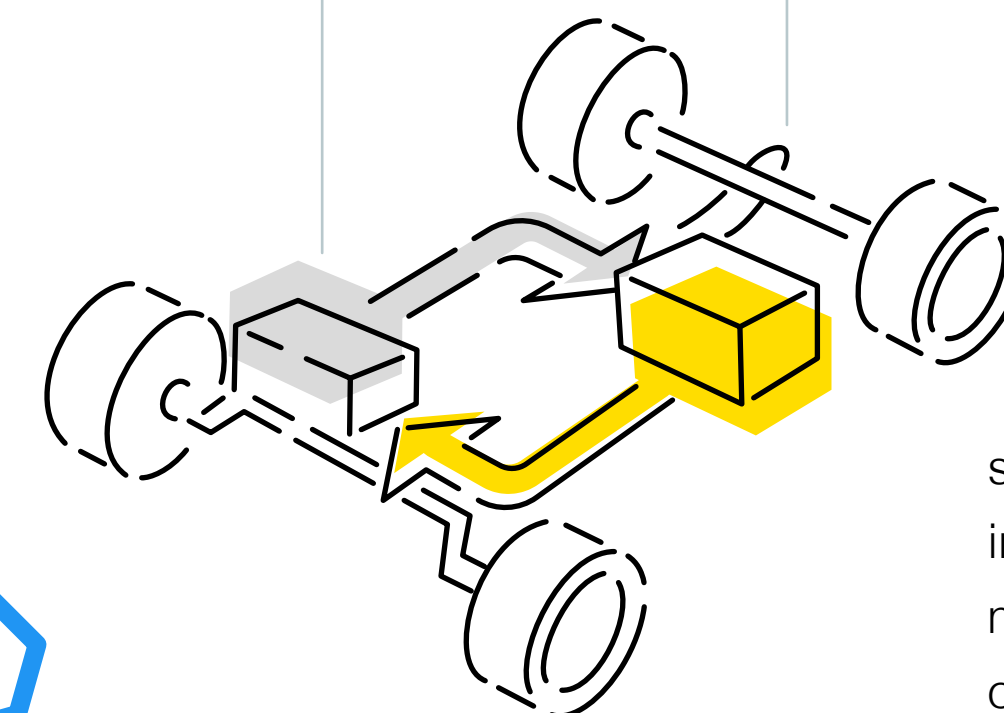
- handel materiałami elektrotechnicznymi w modelu hybrydy,
- rozwój działalności w oparciu o alternatywne modele handlu materiałami technicznymi,
- rozwój usług logistycznych.



handlowcy,
przedstawiciele
handlowi



kanal e-commerce



sprzężenie kilku osobnych systemów informatycznych (sprzedaży, logistyki, magazynowania) w jeden sprawny organizm, działający 24/7

TIM S.A. przeważającą część przychodów uzyskuje ze sprzedaży online – przez platformę TIM.pl oraz aplikację mTIM. Niczym samochód hybrydowy, TIM S.A. łączy kompetencje i doświadczenie handlowców oraz przedstawicieli handlowych (silnik spalinowy) z nowoczesnymi technologiami e-commerce (silnik elektryczny).

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 pozostaje osiągnięcie do 2021 roku włącznie 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 kapitał obrotowy nie jest zamrożony w zapasach oraz nie są ponoszone koszty logistyki i spedycji);

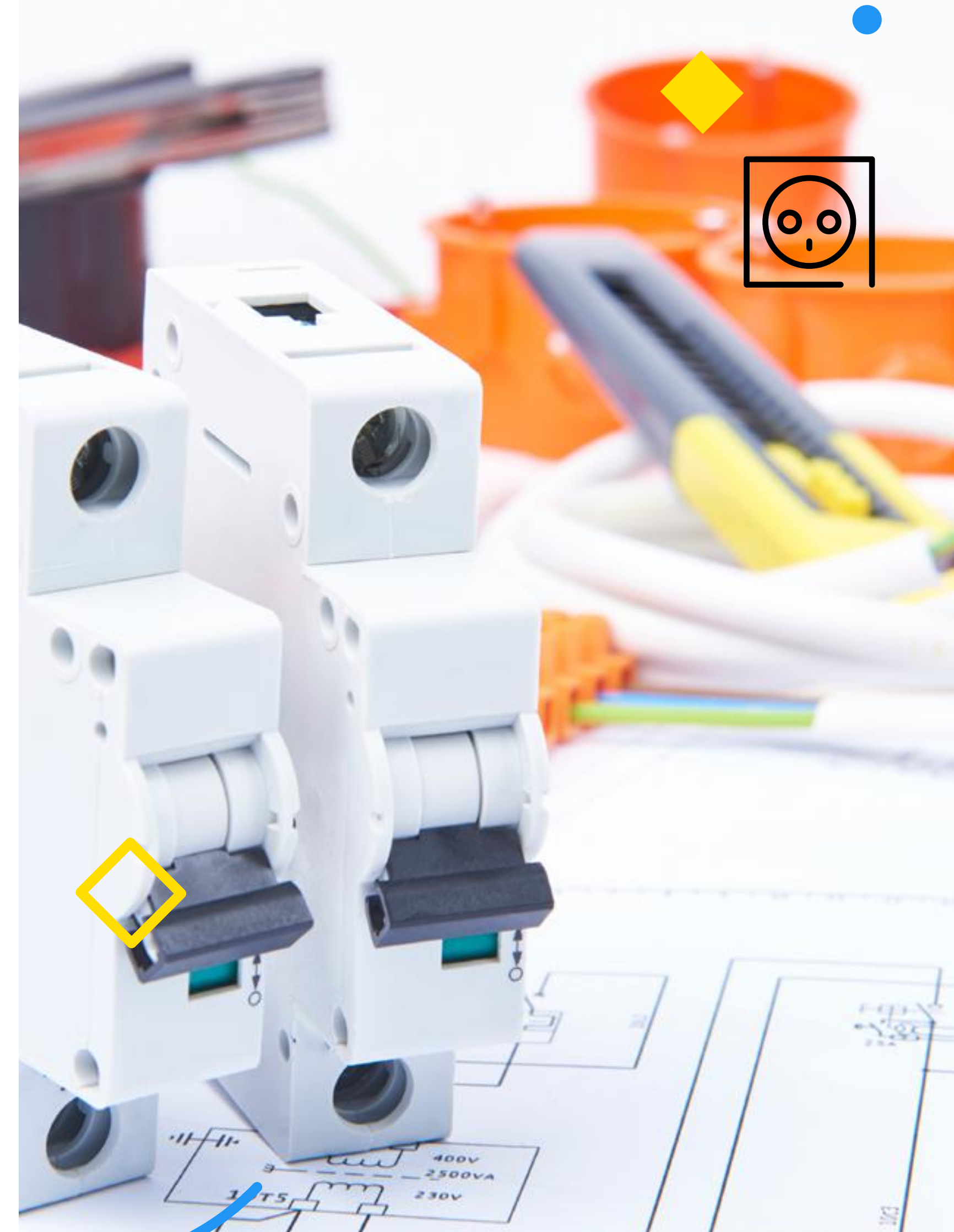
 **handel B2B2C** – model umożliwiający uzyskanie synergii ze współpracy z partnerami biznesowymi i w rezultacie zwiększenie udziału TIM w segmencie B2C;

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



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

W obszarze usług logistycznych – świadczonych przez spółkę 3LP S.A. – w kolejnych latach planowane jest istotne przekroczenie w skali roku **50%** udziału przychodów spółki z usług logistycznych świadczonych na rzecz klientów spoza Grupy Kapitałowej TIM. W 2020 roku udział ten wyniósł **47%** i rósł on sukcesywnie w ciągu roku – w samym IV kwartale wyniósł już **53%**.



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 Spółka współpracuje z licznymi dostawcami. 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 2020 roku w TIM S.A. – w rezultacie wprowadzenia dywersyfikacji dostaw towarów – liczba dostawców zwiększyła się **do 285**. Z kolei liczba unikalnych indeksów dostępnych w ofercie magazynowej (towary z określoną dostępnością i czasem realizacji) wzrosła **do 168 683** (na koniec 2019 roku było to odpowiednio **211** dostawców oraz **79 791** 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 na rzecz TIM S.A. 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.

Centrum Logistyczne w Siechnicach oraz dodatkowy obiekt w Wojkowicach dysponują łącznie **74 000 m²** powierzchni magazynowej (**50 000 m²** w Siechnicach i **24 000 m²** w Wojkowicach).



3. Marketing

Prowadzone 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, klientów i pracowników.

Spółki należące do Grupy TIM wykorzystują różnorodne formy komunikacji marketingowej: promocje i konkursy dla klientów, działania w mediach społecznościowych (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram), komunikacja wideo (YouTube), контент ekspercki i poradnikowy na TIM.pl oraz na autorskiej platformie społecznościowej „Łączy nas napięcie” (społeczność ludzi, których interesuje elektryka, elektrotechnika, elektronika czy mechanika, niezależnie od tego, czy jest to

zainteresowanie czysto zawodowe, czy hobby) połączonej z ekspercką grupą dyskusyjną „Łączy nas napięcie” w serwisie Facebook, mailingi, obecność na branżowych targach i konferencjach, wypowiedzi eksperckie dla prasy i branżowych portali oraz spotkania szkoleniowe dla klientów.

Z kolei na stronie szkolenia.tim.pl → można znaleźć informacje o najbardziej wartościowych szkoleniach w branży elektrotechnicznej (stacjonarnych, online i webinarach) oraz filmy szkoleniowe.



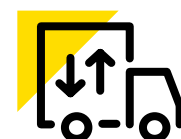
4. Sprzedaż i obsługa okołosprzedażowa

Priorytetami w działaniach sprzedażowych są: jakość współpracy z klientami (w tym obsługi okołosprzedażowej), dbanie o dostępność szerokiego wachlarza produktów, a także szybkość i terminowość realizowanych dostaw. Generujące większą część przychodów w kanale e-commerce internetowe platformy sprzedażowe TIM charakteryzują się możliwie prostą i efektywną ścieżką zakupową, a więc także atrakcyjnym i nowoczesnym UX/UI. Towarzyszy temu wsparcie w obszarze rozwoju technicznego klientów/partnerów oraz rozszerzanie i bieżąca optymalizacja 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 stałym klientom zapewniane jest wsparcie ze strony dedykowanych opiekunów.

Na koniec 2020 roku sieć sprzedaży TIM S.A. obejmowała: platformę e-handlu TIM.pl, aplikację mobilną mTIM, **16** Biur Handlowych, **1** Oddział oraz **8** Agentów Sprzedaży.

W 2020 roku liczba zamówień online złożonych na platformie TIM.pl wyniosła **545 000**, a liczba sprzedanych unikalnych indeksów (wraz z produktami sprzedanymi w modelu dropshipping) – **119 000** (na koniec 2019 roku było to odpowiednio **461 000** zamówień i **114 000** unikalnych indeksów).



5. Logistyka

O zapewnienie szybkości oraz terminowości dostaw zamówień do klientów TIM S.A. dba efektywne kosztowo i elastyczne Centrum Logistyczne. W celu jak najsprawniejszej obsługi zamówień, obiekt o powierzchni **50 000 m²** 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 oraz **42** półautomatyczne stacje pakowni. Dodatkowo Grupa dysponuje obiektem w Wojkowicach o powierzchni **24 000 m²**, który jest wykorzystywany na potrzeby obsługi klientów zewnętrznych.

W 2020 roku liczba przesyłek wydanych przez 3LP S.A. wyniosła ponad **4,34 mln** (w 2019 roku było to **2,98 mln** przesyłek). Wymagało to rozładunku i załadunku średnio **1 030** pojazdów miesięcznie – zarówno transportów FTL

palet (pełne auta tzw. TIR), jak i samochodów z paczkami czy furgonetek firm kurierskich.



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 TIM S.A. działa specjalna infolinia wyspecjalizowana 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.

W rezultacie realizacji procesów w całym łańcuchu wartości w 2020 roku liczba klientów biznesowych i indywidualnych TIM S.A. z całej Polski, którzy dokonali zakupu co najmniej raz, wyniosła **33 825** (wobec **30 921** w 2019 roku).



Łańcuch wartości Grupy Kapitałowej TIM



BUDOWANIE OFERTY

331

dostawców - producentów,

168 683

produktów
(unikalnych indeksów dostęp-
nych w ofercie)

MAGAZYNOWANIE

74 000 m²

powierzchni magazynowej
w Centrum Logistycznym
w Siechnicach

MARKETING

TIM - **ekspert** w dziedzinie
e-commerce B2B

Nasze działania marketingowe
są nakierowane na zbudowanie
wokół Grupy Kapitałowej TIM
zaangażowanej społeczności
dostawców i klientów

SPRZEDAŻ I OBSŁUGA OKOŁOSPRAZEDAŻOWA

Największy dystrybutor
artykułów elektrotechnicznych
w Polsce

545 000

liczba zamówień online złożo-
nych w sklepie w 2020 roku

119 000

liczba sprzedanych unikalnych
indeksów w 2020 roku

LOGISTYKA

4,34 mln

przesyłek wydanych przez
3LP S.A. w 2020 roku

Okolo 1 030

pojazdów - transportów FTL
palet (pełne auta tzw. TIR),
samochodów z paczkami i furgon-
etek firm kurierskich - jest co
miesiąc rozładowywanych lub
załadowywanych w magazynach
3LP S.A.

OBSŁUGA POSPRZEDAŻOWA

Szybkie i wygodne zwroty,
wymiany i reklamacje zakupio-
nych towarów

Dedykowana infolinia



Działalność spółek z Grupy



TIM S.A.



Czołowy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce.



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

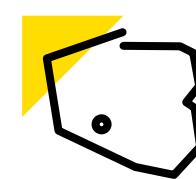
Od 2013 roku, działając w modelu hybrydowym, oferuje zakupy online za pośrednictwem nowoczesnej platformy internetowej TIM.pl oraz aplikacji mobilnej mTIM. Łączy technologię z wysokimi kompetencjami zespołu sprzedażowego służącego wsparciem i doradztwem dla klientów, niezależnie od ich lokalizacji.



Siedziba spółki znajduje się we Wrocławiu.



3LP S.A.



Operator logistyczny z obiektami zlokalizowanymi w Siechnicach oraz Wojkowicach 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.

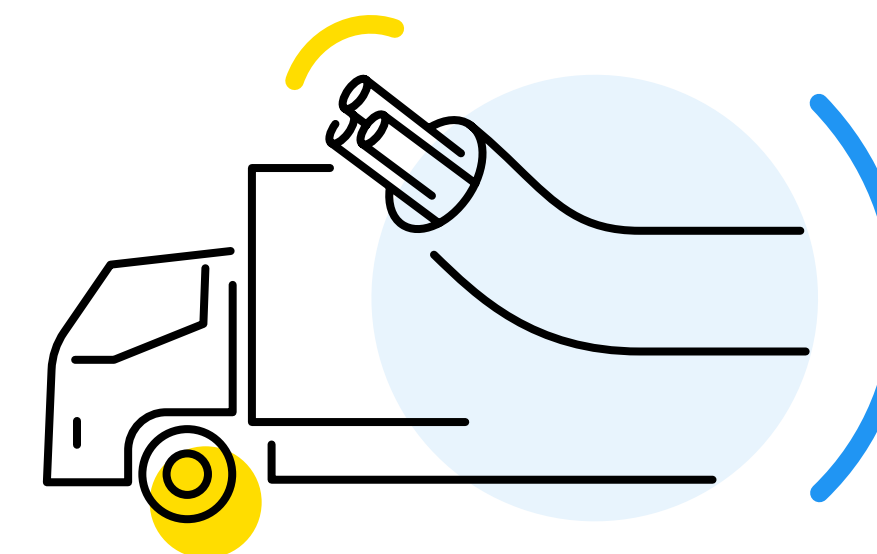


Siedziba spółki znajduje się w Siechnicach.

Struktura Grupy Kapitałowej TIM

Jednostką dominującą w Grupie Kapitałowej TIM 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.

Na 31 grudnia 2020 roku TIM S.A. miał jedną spółkę zależną (**w 100%**) – 3LP S.A.



Oferta produktowa i usługowa

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

- kable i przewody,
- aparaturę i rozdzielnice,
- osprzęt siłowy i elektroinstalacyjny,
- oświetlenie,



- 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, osprzęt siłowy i elektroinstalacyjny oraz oświetlenie. W 2020 roku te cztery grupy odpowiadały za **78,3%** przychodów ze sprzedaży TIM S.A. (w 2019 roku ich udział w przychodach wyniósł **81,2%**).

Klienci

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



pośrednicy (resellerzy) – przede wszystkim hurtownie i sklepy,



instalatorzy wykonujący instalacje elektryczne w nowo powstających obiektach.

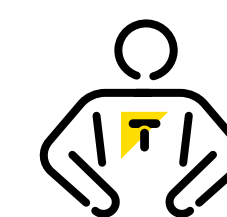
W 2020 roku udział tych grup klientów w przychodach Spółki ze sprzedaży wyniósł **74,2%** (w porównaniu z **74,1%** w 2019 roku). W 2020 roku wzrosła liczba zarówno kluczowych, jak i lojalnych klientów TIM S.A.

Klientami 3LP S.A. są przede wszystkim podmioty działające w branży e-commerce.

Kanały sprzedaży

TIM S.A. prowadzi sprzedaż za pośrednictwem wielu kanałów sprzedaży – z przeważającym udziałem e-commerce. Ponadto działa w modelu hybrydowym, prowadząc sprzedaż i komunikację z rynkiem w modelu omnichannel, a tym samym budując synergię pomiędzy wykorzystywanymi kanałami sprzedaży – tradycyjnym i online (e-commerce).

W 2020 roku udział poszczególnych kanałów w sprzedaży TIM S.A. kształtował się następująco:



30%

kanał tradycyjny



70%

e-commerce

Opis branży, w której działa Grupa

Spółka dominująca w Grupie Kapitałowej TIM – TIM S.A. – która generuje dominującą część skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży (w 2020 roku było to **87,9%**), 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 2020 roku dystrybutorzy artykułów elektrotechnicznych – podobnie jak wszystkie inne gałęzie gospodarki – zmagala się ze skutkami pandemii COVID-19. Pomimo umiarkowanego wpływu tego czynnika na branżę, w 2020 roku skumulowana dynamika sprzedaży firm stowarzyszonych w SHE - Związku Pracodawców Dystrybucji Elektrotechniki była bliska zeru – i to pomimo dość znaczącego wzrostu cen produktów. Ponadto w związku z trwającą pandemią zatrzymał się proces powolnej, organicznej konsolidacji rynku, a firmy skupiły się na realizacji codziennych wyzwań biznesowych.

W branży hurtowej dystrybucji materiałów elektrotechnicznych można zaobserwować następujące trendy:



ciągły rozwój sprzedaży online,



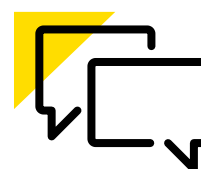
digitalizację procesów,



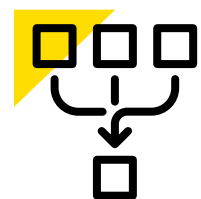
wejście na rynek nowych graczy działających w modelu e-commerce,



wzrost świadomości i wymagań klientów,



ewolucję w sposobie funkcjonowania hurtowni (m.in. rozwój usług doradztwa w zakresie inwestycji, wykonywania audytów oświetleniowych, prefabrykacji urządzeń oraz projektowania i wykonywania instalacji OZE),



bezpośrednią i pośrednią konsolidacja rynku.

Więcej informacji o sytuacji w tej branży w 2020 roku zawarto w punkcie 1.2. Sprawozdania, w sekcji „Hurtowa dystrybucja artykułów elektrotechnicznych”.

Dla Grupy ważna jest także sytuacja w branży e-commerce. Już w poprzednich latach handel elektroniczny stawał się coraz popularniejszy nie tylko wśród klientów detalicznych, ale także wśród kluczowych dla Grupy klientów biznesowych (B2B). Pandemia COVID-19 i ograniczenia w prowadzeniu biznesu dodatkowo przyspieszyła proces przechodzenia klientów z tradycyjnych do cyfrowych kanałów sprzedaży oraz transformację cyfrową firm w tym obszarze. Dla wielu klientów B2B internetowy kanał sprzedaży stał się jedynym możliwym sposobem na kontynuowanie działalności biznesowej.

Niezależnie od pandemii, która była katalizatorem przyspieszenia rozwoju e-commerce (w tym B2B) w Polsce, w branży tej można zaobserwować między innymi następujące trendy:

- rosnącą liczbą internautów,
- inwestycje marek w działalność e-commerce,
- rosnące znaczenie platform typu marketplace, które bardzo mocno otwierają się na rynek B2B,
- silną konsumeryzację oczekiwań i potrzeb klientów B2B,
- transformację cyfrową całych branż (także tych tradycyjnych), rozwój sprzedaży multikanałowej (omnichannel),
- zaawansowany programmatic, sztuczną inteligencję (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 z obiektami w Siechnicach i Wojkowicach. 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.

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, która pozostaje kluczowym rynkiem Grupy.

Czynniki makroekonomiczne

Spośród wskaźników 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.). Jej wzrost jest pozytywny, a spadek negatywny dla wartości towarów (kabli i przewodów) znajdujących się na stanach magazynowych Spółki.

Inne czynniki ważne dla rozwoju branży i Grupy

Na rozwój Grupy Kapitałowej TIM oraz branże, w których działa, wpływ mogą mieć skutki pandemii COVID-19 oraz 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 okołosprzedażowej).

Strategia

Długofalowa strategia Grupy Kapitałowej TIM jest nastawiona na realizację sprzedaży multikanałowej produktów technicznych – ze szczególnym uwzględnieniem wzrostu sprzedaży online i sukcesywnym poszerzeniem oferty asortymentowej – oraz rozwój usług logistyki kontraktowej. Kluczowym elementem umożliwiającym realizację przyjętej strategii jest zarządzane przez 3LP S.A. nowoczesne, zautomatyzowane Centrum Logistyczne w Siechnicach, dzięki któremu TIM S.A. ma istotną przewagę konkurencyjną na rynku, tj. wydajny łańcuch dostaw.

Strategia TIM S.A. – największej spółki w Grupie – 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. Głównym celem *Średnioterminowej strategii TIM S.A.* do roku 2021 jest wzrost wartości TIM S.A. i osiągnięcie do 2021 roku rocznych przychodów Spółki na poziomie co najmniej **1 mld zł** oraz rentowności EBITDA nie niższej niż **3,6%**.

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. będzie kontynuować dotychczasową strategię rozwoju przez:

- rozwijanie 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.

Strategia spółki 3LP S.A. zakłada:

- rozwój usług logistycznych – docelowo planowane jest osiągnięcie ponad **50%** udziału przychodów spółki z usług logistycznych świadczonych na rzecz klientów spoza Grupy;
- rozbudowę Centrum Logistycznego w Siechnicach o kolejną halę magazynową o powierzchni ok. **25 tys.m²**, wyposażoną w nowoczesną automatykę magazynową,
- rozwój geograficzny na terenie Polski poprzez uruchamianie oddziałów w innych, głównych ośrodkach logistycznych,
- uruchomienie usług spedycyjnych,
- outsourcing logistyki na bazie zasobów i aktywów klientów.

Niezależnie od powyższego Zarząd TIM S.A. nie wyklucza możliwości dokonania w przyszłości akwizycji lub innych transakcji kapitałowych nakierowanych na dalsze budowanie wartości dla akcjonariuszy TIM.

Zarząd TIM S.A. planuje także kontynuację działań związanych ze zwiększaniem efektywności operacyjnej Grupy oraz w konsekwencji osiągnięcie dalszej poprawy wyników finansowych GK TIM.

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

Nagrody i wyróżnienia

W 2020 roku spółka TIM S.A. otrzymała następujące nagrody i wyróżnienia:



e-Commerce Polska awards 2020

Zwycięstwo w kategorii „Best in e-commerce B2B” (organizator: Izba Gospodarki Elektronicznej);



Dyrektor e-Commerce Roku 2020

zwycięstwo w kategorii „Najlepszy zespół e-commerce B2B” (organizator: Izba Gospodarki Elektronicznej).

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. Potwierdziła to także najnowsza edycja badania przeprowadzona na przełomie lat 2020–2021.

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 dokument pt. *Strategiczne kierunki odpowiedzialnego biznesu TIM S.A.* – strategię odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021 (dalej także jako „Strategia TIM pro”).

Wizja odpowiedzialnego biznesu

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:



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;



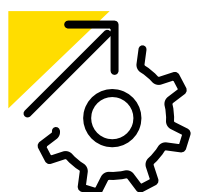
komunikowanie kwestii społecznych, pracowniczych, etycznych i środowiskowych między innymi za pośrednictwem szeroko komunikowanych corocznych raportów podsumowujących wyniki TIM S.A. i Grupy Kapitałowej TIM.

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

Wytyczone zostały trzy strategiczne kierunki odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021:



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.



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.



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.

Strategia TIM pro stanowi fundament zarządzania kwestiami odpowiedzialnego biznesu w TIM S.A. W związku ze ścisłą współpracą TIM S.A. ze spółką 3LP S.A. i charakterem działalności tej spółki, w dokumencie tym uwzględniono również rekomendacje działań i cele dla 3LP S.A. dotyczące wpływu na środowisko naturalne.

Strategia ta jest uszczegóławiana w cyklu rocznym poprzez kolejne załączniki, tj. roczne *Plany operacyjne odpowiedzialnego biznesu Grupy Kapitałowej TIM S.A.* W założenia Strategii TIM pro wpisuje się także przyjęty w grudniu 2020 roku Kodeks etyki Grupy TIM (opisany szerzej w punkcie 6.3.3. Etyka prowadzenia biznesu).

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 grudniu 2020 i styczniu 2021 roku, a więc dwa lata po pierwszym badaniu, TIM S.A. przeprowadził drugi dialog z interesariuszami.

Z uwagi na sytuację epidemiczną niemożliwe było zorganizowanie stacjonarnego panelu interesariuszy. Spółka nie zdecydowała się na realizację panelu online, uznając, że taka formuła może być znacznie mniej efektywna. W zamian wybrano formułę mieszaną – przedstawicieli 12 interesariuszy zaproszono do udziału w wywiadach indywidualnych (telefonicznie lub online), zaś szersze grono interesariuszy

zewnątrznych poproszono – podobnie jak pracowników – o wypełnienie ankiety online.

Celem przeprowadzonego procesu było poznanie opinii i oczekiwań interesariuszy TIM S.A. dotyczących zakresu raportowania kwestii odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju za rok 2020 oraz przyszłych działań Spółki w tym obszarze. Jest to jedno ze źródeł informacji dla Zarządu TIM S.A., który podejmuje ostateczne decyzje w obszarze ESG.



Mapa interesariuszy



REGULATORZY I ADMINISTRACJA PUBLICZNA

SPOŁECZNOŚCI LOKALNE I PARTNERZY SPOŁECZNI

- Bezpośredni sąsiedzi firmy
- Władze lokalne (szczególnie w Siechnicach i Wrocławiu)
- Fundacje i stowarzyszenia
- Beneficjenci działań charytatywnych
- Szpitale
- Organizacje sportowe

ŚRODOWISKO INWESTORSKIE

- Akcjonariusze i inwestorzy
- GPW i analitycy finansowi

MEDIA

- Branżowe
- Ekonomiczno - gospodarcze
- Lokalne

SZKOŁY I UCZELNIE

- Szkoły średnie
- Szkoły zawodowe
- Uczelnie wyższe (w tym Politechnika Wrocławska)
- Studenci

DOSTAWCY I PARTNERZY BIZNESOWI

PRACOWNICY

- Obecni pracownicy / stażyści
- Potencjalni / przyszli pracownicy / stażyści
- Rodziny pracowników / stażystów

KLIENCI

- Obecni klienci B2B
- Obecni klienci B2C
- Potencjalni klienci

Tabela 19. 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, • czaty inwestorskie (po wynikach za I i III kw. 2020 roku) po publikacji wyników finansowych Spółki i Grupy, • streaming konferencji wynikowych, • nagrania wideo z komentarzami członków zarządu, • ogólnodostępne (po rejestracji) wideokonferencje prasowe online po wynikach.
 Klienci • obecni klienci B2B • obecni klienci B2C • obecni klienci z kategorii firm usługowych • potencjalni klienci	• Platforma e-handlu (na stronie www i za pośrednictwem aplikacji mobilnej), e-mail, telefon, SMS, • strona www, • mailingi promocyjne i informacyjny Newsletter TIM S.A., • media społecznościowe, kanał na YouTube, • kontakt bezpośredni, • spotkania szkoleniowo-integracyjne (także online), • badanie opinii/potrzeb/oczekiwań w formie wywiadów i ankiet • indywidualnych (segment: instalator), • dialog z interesariuszami (wywiady indywidualne + ankieta online) według standardu AA1000SES.
 Pracownicy • obecni pracownicy • potencjalni / przyszli pracownicy • rodziny pracowników	• Intranet – informacje i ankiety, • komunikacja mailowa, telefon, • spotkania online ze wszystkimi pracownikami lub w zespołach (poszczególne działy, szefowie biur handlowych itd.) • szkolenia wewnętrzne, • podsumowania kwartalne w obrębie działów (KPI), • programy stażowe i targi pracy online, • ogłoszenia rekrutacyjne.

Interesariusze

Główne metody dialogu i komunikacji



Dostawcy i partnerzy biznesowi

- Spotkania online, telefon, e-mail, strona www,
- szkolenia,
- kanał na YouTube,
- karta współpracy z dostawcą,
- wideokonferencje prasowe podsumowujące wyniki okresowe,
- dialog z interesariuszami (wywiady indywidualne + ankieta online) według standardu AA1000SES.



Spółeczności lokalne i partnerzy społeczni

Bezpośredni sąsiedzi firmy

- władze lokalne (szczególnie w Siechnicach i Wrocławiu)
- fundacje i stowarzyszenia
- beneficjenci działań charytatywnych
- szpitale
- organizacje sportowe

- Spotkania online,
- spotkania networkingowe,
- mail, telefon,
- dialog z interesariuszami (wywiady indywidualne + ankieta online) według standardu AA1000SES,
- strona www,
- media społecznościowe, kanał na YouTube.



Szkoły i uczelnie

- szkoły średnie
- szkoły zawodowe
- uczelnie wyższe (w tym Politechnika Wrocławska)
- studenci

- Spotkania online,
- targi pracy online,
- ogłoszenia rekrutacyjne,
- strona www,
- dialog z interesariuszami (wywiady indywidualne + ankieta online) według standardu AA1000SES,
- media społecznościowe, kanał na YouTube.



Media

- branżowe
- ekonomiczno-gospodarcze
- lokalne

- Informacje i wideokonferencje prasowe (po wynikach),
- spotkania online,
- e-mail, telefon,
- media społecznościowe, kanał na YouTube,
- materiały wideo podsumowujące wyniki finansowe spółki,
- czaty inwestorskie (po wynikach okresowych),
- strona www.

Zarządzanie ryzykiem w odniesieniu do aspektów niefinansowych

W trakcie prac nad strategią TIM, jak również podczas codziennej pracy analizowany jest wpływ na otoczenie, jak też potencjalne ryzyka strategiczne i operacyjne. Na potrzeby raportowania danych niefinansowych dokonano analizy oddziaływania ryzyk biznesowych opisanych w Rozdziale 5. Sprawozdania na poszczególne aspekty niefinansowe.



Tabela 20. Ryzyka biznesowe

	Ryzyka biznesowe				
	Pracownicze	Społeczne	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 wpływać 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.

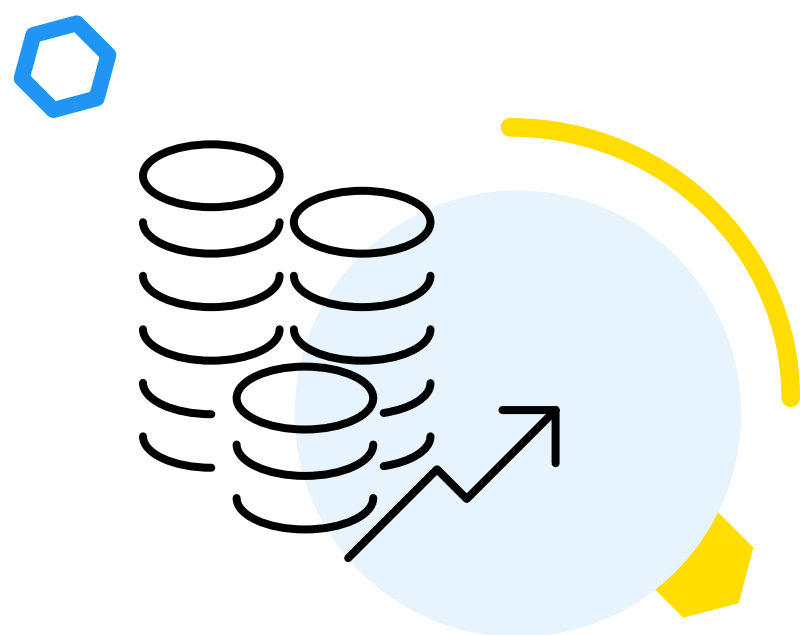
Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii

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.

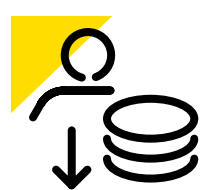
Ryzyko finansowe

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

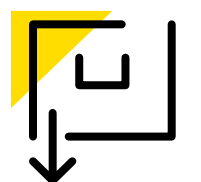
Materializacja ryzyka operacyjnego w największym stopniu bezpośrednio może mieć przełożenie na poszczególne aspekty niefinansowe. W każdym ze zidentyfikowanych obszarów ryzyka operacyjnego wdrożyliśmy stosowne procesy, procedury bądź polityki zapobiegawcze:



Ryzyko utraty zaufania klientów może mieć wpływ na pracowników, dlatego szczegółowo analizowany jest 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 minimalizowane jest 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 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 i prowadzenia działalności operacyjnej. W celu zminimalizowania ryzyka awarii systemów informatycznych spółki Grupy korzystają z wysokiej jakości sprzętu informatycznego o niskiej awaryjności, zabezpieczają się poprzez pełną multiplikację sprzętową i software oraz stosując 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 sukcesywne wdrażanie polityk i procedur w ww. obszarach. W 2020 roku wdrożono m.in. *Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej TIM*. W TIM S.A. obowiązuje także sformalizowana procedura zgłaszania naruszeń. 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 („Oświadczenie”) w przyszłości może mieć wpływ trwająca pandemia choroby COVID-19. Grupa wskazuje jednak, że na dzień publikacji Oświadczenia nie odnotowała istotnego negatywnego wpływu wyżej wymienionej pandemii na działalność i wyniki finansowe Grupy, jednak nie można wykluczyć takiego wpływu w przyszłości.

Podejście do raportowania informacji niefinansowych

W ramach strategicznego podejścia Zarządu TIM S.A. do obszaru odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju, w oparciu o wymogi ustawy o rachunkowości sporządzone zostało trzecie Oświadczenie na temat informacji niefinansowych Grupy. Obejmuje ono informacje na temat: Grupy Kapitałowej TIM, spółki dominującej TIM S.A. oraz spółki zależnej 3LP S.A.

Dane za rok 2020 zaprezentowane w treści Oświadczenia, w tym w tabelach, obejmują okres od 1 stycznia 2020 do 31 grudnia 2020 roku lub prezentują stan na 31 grudnia 2020 roku – o ile nie wskazano inaczej. W ramach podnoszenia standardów raportowania niefinansowego Grupy Oświadczenie prezentuje dane porównawczo (w układzie rok do roku), w możliwie szerokim zakresie.

Oświadczenie zostało przygotowane w oparciu o międzynarodowe standardy raportowania niefinansowego **Global Reporting Initiative (GRI Standards)** – zasady regulujące zakres prezentowanych treści oraz ich jakość. Dlatego na końcu niniejszego rozdziału znajduje się Indeks wskaźników GRI. W zakresie definiowania treści Oświadczenia, poza GRI Standards uwzględnione zostały również wyniki dialogów społecznych zrealizowanych w 2018 i 2020 roku oraz zapisy strategii odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021 (Strategii TIM pro), uchwalonej w 2019 roku.



6.3. Budowa kapitału ludzkiego

Kluczowe fakty i wskaźniki



Zatrudnienie:

530

pracowników w tym
156 kobiet i **374** mężczyzn.

Pracownicy

1 680

razy wzięli udział w szko-
leniach wewnętrznych lub
zewnętrznych.

Ponad

85%

pracowników TIM S.A.
regularnie korzysta
z firmowego Intranetu.



Ponad **jedną czwartą**
pracowników pracuje
w Grupie Kapitałowej TIM
10 lat albo dłużej.

Realizacja **Strategii HR**
w TIM S.A. na lata
2019–2021.

Wdrożenie **Kodeksu Etyki**
Grupy Kapitałowej TIM.

Polityki i procedury w obszarze HR

Ponad 30 lat obecności na rynku i bycie liderem tej branży umacnia w przekonaniu, że kluczowym kapitałem, bez którego sukces nie jest możliwy, są pracownicy. Budowa kapitału ludzkiego to podstawa efektywnej realizacji strategii oraz wdrażania przez Grupę Kapitałową TIM zasad odpowiedzialnego biznesu.

W TIM S.A. jest realizowana Strategia HR na lata 2019–2021, która ma na celu udoskonalenie zarządzania obszarem pracowniczym. Ponadto w spółkach Grupy Kapitałowej TIM funkcjonują liczne dokumenty regulujące szczegółowe kwestie, takie jak zatrudnianie czy wynagradzanie pracowników.

W TIM S.A. są wdrożone m.in. następujące polityki i procedury z tego zakresu:

- *Regulamin Pracy TIM S.A.*,
- *Regulamin Wynagradzania TIM S.A.*,
- regulaminy przyznawania rocznych nagród specjalnych,
- procedury rekrutacji, zatrudniania i adaptacji,
- dokumenty regulujące programy stażowe („Kurs na TIM”, „Masz staż w TIM”).

Ponadto w zakresie wynagrodzeń w Spółce funkcjonuje *Polityka Wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A.* przyjęta uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia TIM S.A. podjętą 29 czerwca 2020 roku, a następnie zmieniona uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia TIM S.A. z 23 października 2020 roku. Została ona opisana w punkcie 7.5.1 Sprawozdania.

W TIM S.A. obowiązuje także sformalizowana procedura zgłaszania naruszeń, a w 3LP S.A. – ustalona ścieżka ich zgłaszania.

W 3LP S.A. funkcjonują regulaminy pracy oraz płacy. Pierwszy określa prawa i obowiązki pracowników zgodne z zapisami Kodeksu pracy, drugi natomiast zawiera zasady wynagradzania i nagradzania pracowników, w tym klarowne zasady przyznawania premii. **Ponadto w spółce tej wdrożono dwa dokumenty mające na celu ochronę pracowników:**



Procedurę przeciwdziałania dyskryminacji i nierównego traktowania w miejscu pracy,



Politykę w sprawie przeciwdziałania pracy dzieci i wspierania pracowników młodocianych.

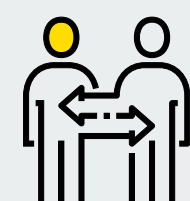
Poza wyżej opisanymi politykami i procedurami, w Grupie Kapitałowej TIM został przyjęty *Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej TIM*. Zawiera on standardy postępowania obowiązujące wszystkich pracowników i współpracowników Grupy. Respektowania postanowień *Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej TIM* oczekujemy również od naszych kontrahentów czy beneficjentów. Dodatkowo w spółkach Grupy Kapitałowej TIM funkcjonują ustalone procesy szkoleń i rozwoju.

Miejsce pracy

W 2020 roku Grupa Kapitałowa TIM liczyła **530** pracowników **(+2,5% r/r)**. W TIM S.A. zatrudnionych **270** osób **(+6,3% r/r)**, a w 3LP S.A. – **260** pracowników **(+16,6% r/r)**.

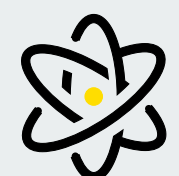
Fundamentem nieustannego rozwoju Grupy Kapitałowej TIM jest konsekwentna budowa spójnej kultury organizacyjnej w oparciu o określony zestaw zasad i wartości. W codziennej pracy kładziony jest na to duży nacisk, co sprawia, że wszyscy współtworzą wyjątkowe, różnorodne i inspirujące miejsce pracy.





Zaufanie

Realizując zadania wierzymy, że możemy na siebie liczyć. Zaufanie, jakim się obdarzamy, pomaga nam budować silniejszą organizację.



Współpraca

Jesteśmy zespołem. Wspólnie dążymy do wyznaczonych celów, dzielimy się wiedzą i wspieramy się w każdej sytuacji.



Rozwój

Zmiana innowacji wpisane są w DNA naszej firmy. Rozwój, ciągłe doskonalenie się, szukanie nowoczesnych rozwiązań to klucz do naszego sukcesu.



Uczciwość

Jesteśmy fair w stosunku do siebie nawzajem i do naszych kontrahentów. Tworzymy uczciwe organizacje, na której zawsze można polegać.



Szacunek

Dostrzegamy wartość ludzi, z którymi współpracujemy, słuchamy ich i liczymy się z ich zdaniem. Szacunek do drugiego człowieka i jego pracy przyświeca nam w każdym działaniu.



Odpowiedzialność

Poważnie traktujemy nasze obowiązki i ludzi, z którymi współpracujemy. Bierzemy odpowiedzialność za swoje decyzje i działania.



Wartości firmowe towarzyszą pracownikom 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. Istotną wartością firmową jest współpraca, gdyż działanie w wspólnym celu pozwala osiągnąć znacznie więcej niż w pojedynkę. Różnorodność zespołu, wspieranie się nawzajem, a zarazem branie odpowiedzialności za decyzje i działania ułatwia członkom zespołu TIM rozwój poprzez naukę od siebie nawzajem, także przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi i szkoleń.

Zapewnienie przyjaznej atmosfery pracy opartej na wartościach wspiera realizację strategii biznesowej oraz budowę kapitału ludzkiego Grupy Kapitałowej TIM. W jej ramach zaplanowano oraz wdrożono program Adaptacja w TIM, działający we wszystkich **16** Biurach Handlowych w Polsce i centrali we Wrocławiu.

Nowy pracownik przedstawiany jest załodze za pośrednictwem platformy komunikacyjnej, na której udostępniane są mu dokumenty, pakiet powitalny oraz odpowiednie narzędzia pracy. W ciągu pierwszego tygodnia pracy spotyka się z przedstawicielami poszczególnych zespołów, poznając specyfikę ich pracy, a dodatkowo nad jego wdrożeniem czuwa przypisany do tego zadania opiekun. Program ten wydatnie przyspiesza adaptację nowych członków zespołu w strukturze organizacyjnej. Korzystają również na tym przełożeni i opiekunowie nowych pracowników, którzy otrzymują organizacyjne i merytoryczne wsparcie od działu HR.

Program *Adaptacja w TIM* zapewnia sprawne i szybkie wdrożenie w nowe obowiązki, a przy tym zapewnia satysfakcję z pracy. Spółka elastycznie dostosowuje się do propozycji udoskonalania procesu, zgłaszanych za pośrednictwem ankiet.



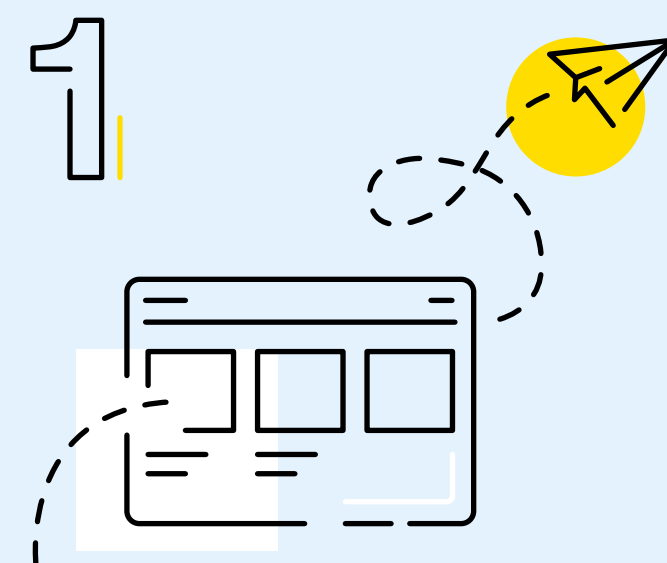
Rekrutacja

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

Na stronie internetowej Spółki w zakładce „Kariera” ([TUTAJ](#) →) publikowane są również wywiady i wypowiedzi pracowników oraz prezentowane wartości, aby kandydaci byli ich świadomi podczas procesu rekrutacji.

Proces rekrutacyjny w TIM S.A. opiera się na formalnej Procedurze Rekrutacji.

W wyniku działań rekrutacyjnych w 2020 roku, w całej Grupie zatrudniono **77** nowych osób.



APLIKACJA ONLINE

Wyślij nam swoje CV. Pamiętaj, pokaż nam, kim jesteś także prywatnie - napisz coś o swoich zainteresowaniach.



ROZMOWA TELEFONICZNA

Z wybranymi kandydatami skontaktujemy się telefonicznie, żeby umówić termin spotkania.



POZNAJMY SIĘ OSOBIŚCIE

Przyjdź i powiedz nam, dlaczego chcesz być częścią naszego zespołu. To także czas na zadanie nam wszystkich pytań na temat TIM-u, jakie dotąd przyszły Ci do głowy.



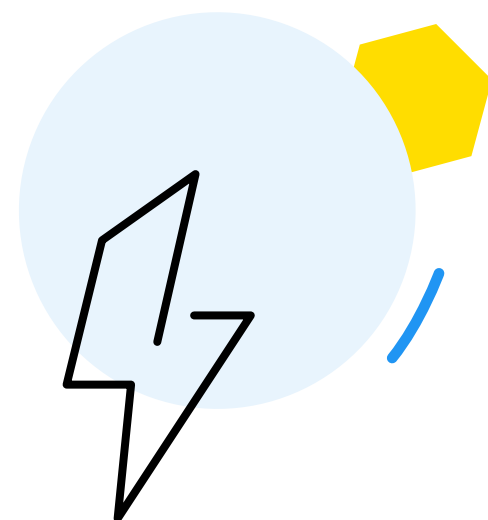
WITAJ W NASZYM TIM-IE

Od tego momentu razem z nami możesz rozwijać swoje zainteresowania i poczuć się częścią TIM-u.

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

	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Łączna liczba nowych pracowników – osób zatrudnionych na umowę o pracę przez spółki z Grupy Kapitałowej TIM	88	77	32	29	49	48
• w tym kobiet	41	34	18	15	18	19
• w tym mężczyzn	47	43	14	14	31	29
• w tym pracowników poniżej 30. roku życia	42	42	15	14	24	28
• w tym pracowników z przedziału wiekowego 30–50 lat	43	31	16	13	24	18
• w tym pracowników powyżej 50. roku życia	3	4	1	2	1	2

* Liczba przyjętych pracowników obejmuje również przejścia pracowników w ramach spółek Grupy Kapitałowej TIM, w szczególności przejścia pracowników ze spółki 3LP S.A. do TIM S.A.



Ponad

26%

pracowników pracuje w Grupie Kapitałowej TIM 10 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.



Pomimo osiągnięcia wieku emerytalnego nadal jestem w TIM-ie, gdyż sprawia mi to przyjemność. Uwielbiam pracować z osobami reprezentującymi młodsze pokolenia. Chętnie wymieniamy się doświadczeniami – zawodowymi, ale również i tymi z życia codziennego. Dzięki temu czuję, że cały czas się rozwijam – mimo tego, iż spędziłam tu już bez mała połowę swojego życia. Czuję się doceniona – zarówno przez przełożonych, jak i pozostałych pracowników firmy. Świadomość, że mogą mi zaufać, a także mój wieloletni staż i doświadczenie sprawiają, że w problematycznych sytuacjach moja wiedza okazuje się pomocna.

Ewelina Kalus

specjalista ds. personalnych, w TIM S.A. od 1988 roku; kontynuuje pracę w Spółce również po osiągnięciu wieku emerytalnego, podobnie jak dwie inne osoby



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	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Kobiety	155	156	63	75	66	81
Mężczyźni	362	374	191	195	157	179
Suma	517	530	254	270	223	260

Do pracowników zatrudnionych na umowę o pracę zaliczamy wszystkie osoby z tego typu umową z daną spółką, również osoby przebywające 31 grudnia 2020 roku, 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	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Umowa o pracę na czas nieokreślony – kobiety	93	104	46	64	32	40
Umowa o pracę na czas nieokreślony – mężczyźni	294	296	176	183	107	113
Pozostałe umowy, w tym okres próbny, czas określony (w tym stażowe i zastępstwa) – kobiety	62	0	17	0	34	0
Pozostałe umowy, w tym na czas próbny, na czas określony (w tym stażowe i zastępstwa) – mężczyźni	68	78	15	12	50	66

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	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Pełen wymiar godzin – kobiety	152	150	62	71	65	79
Pełen wymiar godzin – mężczyźni	361	370	190	193	157	177
Niepełny wymiar godzin – kobiety	3	6	1	4	1	2
Niepełny wymiar godzin – mężczyźni	1	4	1	2	0	2

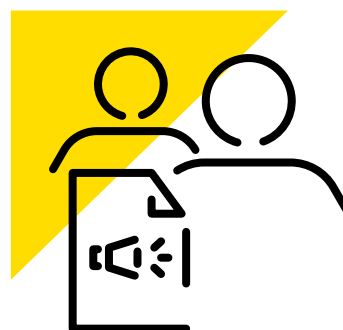
Współpraca ze szkołami i uczelniami

Celem zapewnienia dostępu do młodej kadry chcącej zdobywać doświadczenie Grupa realizuje programy stażowe oraz współpracuje aktywnie z uczelniami. Wspierając studentów w rozwoju i zdobywaniu kompetencji zawodowych, Grupa zyskuje możliwość pozyskania talentów wśród kandydatów na przyszłych pracowników oraz ambasadorów marki TIM wśród młodych osób. Stażyści mogą rozwijać się w obszarach: e-commerce, marketingu, analiz biznesowych, HR, zakupów, IT, sprzedaży, księgowości i finansów.

Od 2018 roku realizowana jest współpraca z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu. TIM S.A. bierze udział w inicjatywie „Stáže na Start” 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. W 2020 roku rozpoczęliśmy także współpracę z Politechniką Wrocławską w ramach programu stażowego kierowanego do studentów tej uczelni („Zintegrowany Program Rozwoju Politechniki Wrocławskiej”).

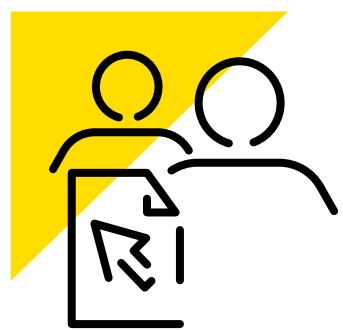
Poza współpracą z uczelniami w raportowanym okresie rozpoczęty został autorski program stażowy „Kurs na TIM” skierowany do studentów uczelni wyższych, tworząc bazę kadry rezerwowej.

W 2020 roku staż w TIM S.A. odbyło 11 osób, w tym:



5 osób

z Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu – **4-miesięczne** staże finansowane ze środków UE (obszary: sprzedaż, marketing, ofertowanie, zakupy i CRM);



2 osoby

z Politechniki Wrocławskiej – **3-miesięczne** staże finansowane ze środków UE (obszar: e-commerce);



4 osoby

w ramach autorskich programów stażowych w TIM – **3-miesięczne** staże finansowane przez TIM S.A. (obszary: marketing, księgowość i finanse).

Trzy osoby zostały zatrudnione w TIM S.A. bezpośrednio po stażu do pracy w obszarach CRM, marketingu i księgowości. Stażyści, którzy odbyli staż w 2020 roku przetestowali dla nas nowy model adaptacji (Adaptacja w TIM) i bardzo pozytywnie go ocenili.

Opisy poszczególnych staży dostępnych w Spółce są dostępne [TUTAJ](#) →.

Szkolenia i rozwój

Nieodłącznym elementem pracy w Grupie Kapitałowej TIM jest rozwój pracowników. Realizowany jest w obliczu dynamiki zmian w otoczeniu i branży. Grupa inwestuje w szeroką paletę działań i narzędzi szkoleniowych dopasowanych do potrzeb biznesowych firmy oraz rozwojowych pracowników. Jego uczestnicy są edukowani 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 2020 roku

	TIM S.A.	3LP S.A.
Liczba uczestnictw w szkoleniach wewnętrznych lub zewnętrznych (suma uczestników wszystkich odnotowanych szkoleń)*	1 441	239
Liczba osób korzystających w 2020 roku z dofinansowania studiów	5	0
Liczba osób korzystających z finansowanych lub dofinansowywanych przez firmę kursów języka obcego	22	12

* Część osób brała udział w wielu szkoleniach (stąd wskazanie liczby uczestnictw, a nie liczby 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 bardzo aktywnie wspiera Prezes TIM S.A. poprzez przekazywanie do biblioteczki inspirujących książek, które po osobistej lekturze rekomenduje pracownikom.

Tabela 26. Szkolenia i wsparcie edukacji pracowników w 2020 roku

TIM S.A.	3LP S.A.
Cykl webinarów dla sieci sprzedaży i pozostałych pracowników mających na celu oswojenie z rzeczywistością pracy zdalnej	Kursy na wózki widłowe, kurs pierwszej pomocy
Badanie cech osobowościowych w metodyce FRIS – ocena stylów działania i myślenia	Szkolenia rozwojowe dla kadry menadżerskiej z miękkich kompetencji
Warsztaty dla specjalistów ds. handlowych z zakresu zadania „Przywitaj się z Nowym Klientem”	Warsztaty z zakresu HR BP (HR jako business partner) dla Wydziału Personalnego
Dystrybucja wśród pracowników materiałów dotyczących dobrych praktyk w zakresie komunikacji	Wewnętrzne szkolenie dla kadry zarządzającej z czasu pracy
Szkolenia z przekazywania informacji zwrotnej dla opiekunów stażystów	Dostęp do platformy prawnej
Dofinansowanie do studiów	Dofinansowanie do studiów
Dofinansowanie do nauki j. angielskiego	Dofinansowanie do nauki j. angielskiego

Rotacja

W 2020 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 2020 roku osób zatrudnionych na umowę o pracę*

	Grupa Kapitałowa TIM	TIM S.A.	3LP S.A.
Łączna liczba nowych pracowników – osób zatrudnionych na umowę o pracę przez spółki z Grupy Kapitałowej TIM	28	15	13
• w tym kobiet	13	7	6
• w tym mężczyzn	15	8	7
• w tym pracowników poniżej 30. roku życia	7	2	5
• w tym pracowników z przedziału wiekowego 30–50 lat	21	13	8
• w tym pracowników powyżej 50. roku życia	0	0	0

Tabela 28. Wskaźnik rotacji w 2020 roku dla wszystkich pracowników zatrudnionych na umowę o pracę*

	Grupa Kapitałowa TIM	TIM S.A.	3LP S.A.
Wskaźnik rotacji w 2020 roku dla wszystkich pracowników zatrudnionych na umowę o pracę	5,34%	5,73%	5,38%

* Wskaźnik liczony według wzoru: dla Grupy oraz TIM S.A. = liczba osób, które odeszły z firmy / (początkowa + końcowa liczba pracowników) / 2 x 100; dla 3LP S.A. = liczba osób, które odeszły z firmy / (początkowa + końcowa liczba pracowników) / 2 x 100

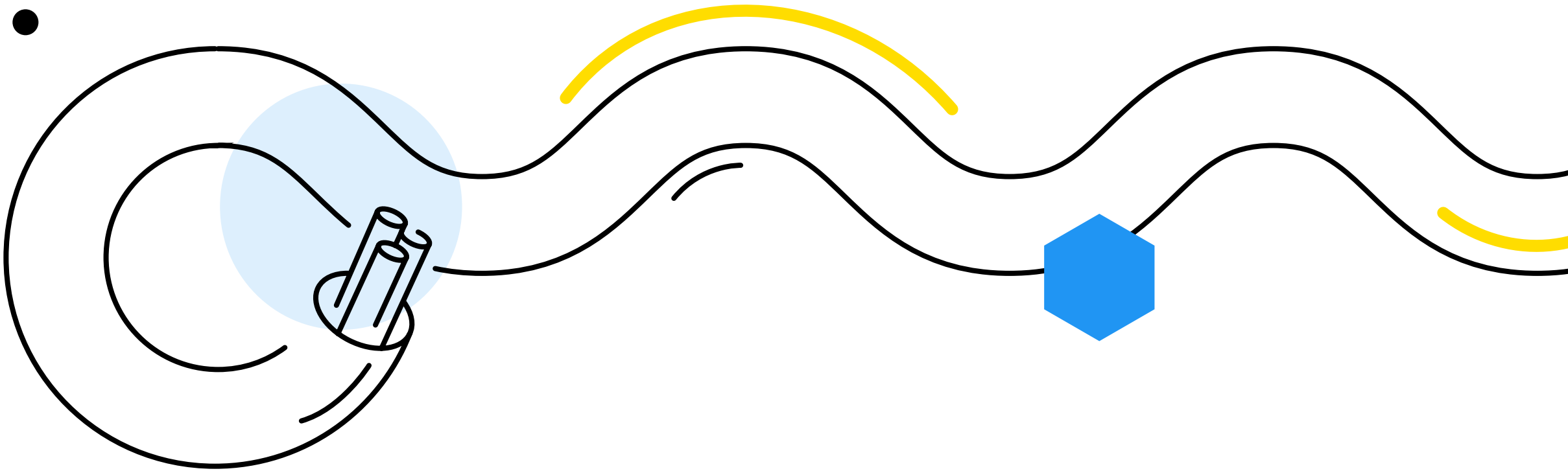


Tabela 29. Wskaźnik rotacji w 2020 roku dla pracowników zatrudnionych na umowę o pracę, w podziale na wiek oraz płeć*

	Grupa Kapitałowa TIM	TIM S.A.	3LP S.A.
Pracownicy < 30. roku życia	5,22%	5,19%	5,59%
Pracownicy od 30. do 50. roku życia	5,85%	6,25%	5,84%
Pracownicy > 50. roku życia	0%	0%	0%
Kobiety	8,36%	10,14%	8,16%
Mężczyźni	4,08%	4,14%	4,17%

* Wskaźnik liczony według wzoru: < 30. roku życia: Roczny wskaźnik rotacji = liczba osób, którzy odeszli z firmy (< 30. roku życia) / (początkowa+ końcowa liczba osób < 30. roku życia)/2 x 100; od 30. do 50. roku życia: Roczny wskaźnik rotacji = liczba osób, którzy odeszli z firmy (od 30. do 50. roku życia) / (początkowa+ końcowa liczba osób od 30. do 50. roku życia)/2 x 100; > 50. roku życia: Roczny wskaźnik rotacji = liczba osób, którzy odeszli z firmy (> 50. roku życia) / (początkowa+ końcowa liczba osób > 50. roku życia)/2 x 100. Roczny wskaźnik rotacji kobiet= liczba kobiet, które odeszły z firmy / (początkowa+ końcowa liczba kobiet)/2 x 100. Roczny wskaźnik rotacji mężczyzn = liczba mężczyzn, którzy odeszli z firmy / (początkowa+ końcowa liczba mężczyzn)/2 x 100

Warunki pracy

Zapewnienie pracownikom dobrej atmosfery i przyjaznego miejsca pracy to aspekt, na który TIM S.A. kładzie duży nacisk. W tym celu podejmuje na co dzień szereg działań, poczynając od drobnych akcentów, a kończąc na zmianach i usprawnieniach organizacyjnych. Rok 2020 był pod tym względem szczególny, gdyż Spółka musiała zmierzyć się ze zmianą organizacji pracy przeprowadzoną wskutek pandemii COVID-19. W TIM S.A. wprowadzono procedury minimalizacji ryzyka zarażenia koronawirusem w miejscu pracy. Budowana była świadomość pracowników w zakresie dbania o higienę oraz samokontrolę stanu zdrowia. Określono zasady korzystania z pomieszczeń wspólnych, kontaktów służbowych ze współpracownikami, kontakty służbowe z kontrahentami (gośćmi). W okresie pandemii wprowadzono także możliwość świadczenia pracy w formie pracy zdalnej, zapewniono niezbędne narzędzia pracy oraz przystosowano biura do nowych wymogów sanitarnych.

Komunikacja wewnętrzna

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. uruchomiono 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

Tabela 30. Wybrane benefity oferowane pracownikom TIM S.A. i 3LP S.A.*

Szkolenia i dofinansowanie nauki	Karta MultiSport	MyBenefit System	Inne
- Aktywnie słuchamy potrzeb i oczekiwań pracowników w tym zakresie. - Przykładowe inicjatywy, które finansujemy/ współfinansujemy to: kursy językowe, szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne dla pracowników, akademia lidera dla kadry menadżerskiej, studia podyplomowe. - W 3LP S.A. zaś – bezpłatne kursy na wózki widłowe oraz w zakresie pierwszej pomocy.	- Kilka pakietów do wyboru. - Pracownicy mogą także nabyć w atrakcyjnej cenie dodatkowe karty dla najbliższych.	- Kafeteryjny system świadczeń motywacyjnych na platformie MyBenefit. - Pracownicy decydują, na co wydać zgromadzone punkty, mają np. możliwość finansowania z punktów: ubezpieczenia grupowego czy opieki medycznej. - 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”). Program „Polecenia pracownika” oraz świąteczne karty podarunkowe. - System Świadczeń Motywacyjnych dla Zarządu, świadczenia benefitowe dla Rady Menadżerów oraz dyrektorów Biur Handlowych (w TIM S.A.).

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



Bezpieczeństwo i higiena pracy

Bezpośredni nadzór nad przestrzeganiem przepisów oraz właściwa organizacja stanowisk pracy spoczywa na bezpośrednich przełożonych. Służba BHP ma charakter kontrolno-doradczy.

Praca w TIM S.A. ma przede wszystkim charakter biurowy, co oznacza, że ryzyka związane z wystąpieniem wypadków przy pracy są relatywnie niskie. Specyfika stanowisk decyduje o tym, że pracownicy wykonują swoje zadania przy komputerach. Dlatego w Spółce wdrożono zarządzenie Praca z monitorami ekranowymi, opisujące dobre praktyki z tym związane.

Poza wskazanymi wcześniej osobami odpowiedzialnymi za nadzór nad kwestiami BHP w Spółce, możliwość zgłaszania nam na bieżąco

uwag w tym zakresie mają trzej przedstawiciele pracowników wybierani w wyborach powszechnych. W Spółce działa Komisja BHP z ich udziałem. Obecnie najważniejszym ryzykiem z obszaru BHP pozostaje możliwość ekspozycji na wirus SARS-CoV-2, choć zastosowane dotychczas procedury pozwoliły firmie zachować nieprzerwaną zdolność operacyjną.

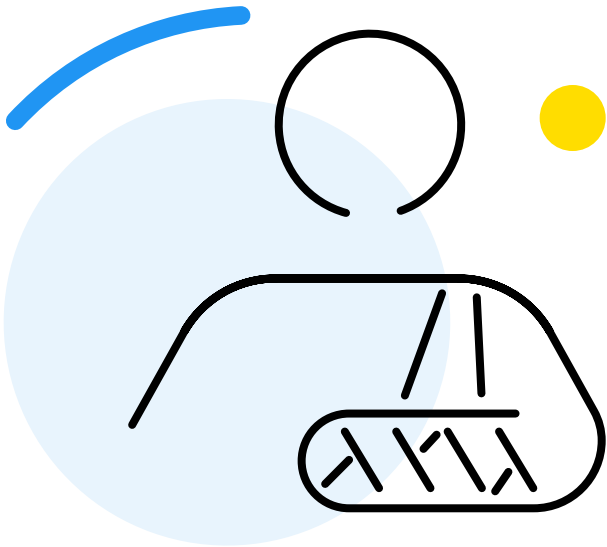
Ze względu na charakter pracy w 3LP S.A., to tam podjętych zostało najwięcej działań w obszarze BHP. W celu maksymalnego zwiększenia poziomu bezpieczeństwa pracownicy mają nieograniczony dostęp do środków ochrony osobistej, a w 2020 roku wprowadzono zmianę orga-

nizacji pracy. W spółce tej obowiązuje spójna polityka zapobiegania wypadkom przy pracy poprzez dobór i kontrolę właściwych środków ochrony indywidualnej, bieżący monitoring ryzyka oraz szkolenie pracowników. W okresie pandemii COVID-19 zastosowano także dodatkowe procedury ograniczające ryzyko zarażenia się wirusem. Funkcjonuje również szereg zarządzeń prezesa zarządu, regulujących kwestie bezpieczeństwa oraz działania firm zewnętrznych na terenie 3LP S.A. W spółce tej jest także dwóch przedstawicieli pracowników, wybieranych w wyborach powszechnych, którzy mają możliwość zgłaszania na bieżąco uwag w zakresie BHP.

Tabela 31. Liczba wypadków w TIM S.A. oraz 3LP S.A.

	TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020
Liczba wypadków śmiertelnych	0	0	0	0
Liczba wypadków – uwzględnianych we wskaźniku częstości wypadków	1	0	5	2
• W tym wypadki kobiet	0	0	1	0
• W tym wypadki mężczyzn	1	0	4	2
Wskaźnik częstości wypadków*	4,1	0	22,22	8,16
• W tym dla kobiet	0	0	14,93	0
• W tym dla mężczyzn	5,98	0	25,32	11,17

* Liczba wypadków odnotowanych w danym okresie, podzielona przez liczbę zatrudnionych i pomnożona przez 1 000. Pod uwagę brane są wszystkie i tylko te zdarzenia, które zostały zdefiniowane w ustawie jako wypadki.



W 2020 roku w TIM S.A. nie zdarzył się żaden wypadek, natomiast w 3LP S.A. miały miejsce dwa wypadki lekkie.

W raportowanym okresie podjęto w TIM S.A. następujące działania podnoszące poziom bezpieczeństwa:



w związku z zagrożeniem epidemicznym zalecono pracownikom pracę zdalną – w centrali Spółki pracę wykonywało tylko **ok. 4%** z nich;



wdrożono środki ochronne przeciwko COVID-19 na terenie biura oraz procedury zmierzające do minimalizacji ryzyka zarażenia wirusem SARS-CoV-2 (m.in. obowiązek zasłaniania nosa i ust podczas pracy w biurze, ustawienie wielu punktów do dezynfekcji, limit odległości pomiędzy pracownikami);



wyznaczono nowych koordynatorów ds. zwalczania pożarów i ewakuacji w siedzibie, biurach handlowych oraz oddziale TIM S.A.

Również w 3LP S.A. miały miejsce działania mające na celu zwiększenie poziomu bezpieczeństwa:



stosowanie środków ochrony indywidualnej zapobiegających zakażeniu koronawirusem;



system szkoleń rocznych dla pracowników z grupy ryzyka;



wprowadzenie regulacji wewnętrznych oraz systemu szkoleń związanych z użytkowaniem i dostępem do wózków widłowych, minimalizujących możliwość wypadków z ich udziałem;



bieżący monitoring zatowarowania i obciążenia regałów oraz ich ekspercki przegląd roczny;



weryfikacja stanu technicznego regałów w trakcie doraźnych kontroli inspektora instalacji regałowych PRSES (ang. Person Responsible for Storage Equipment Safety);



akcja „Włącz myślenie” – uświadamianie pracownikom istoty właściwej oceny sytuacji i podejmowania trafnych decyzji podczas wykonywanych czynności;



profilaktyka przeciwpożarowa i szkolenia z zakresu stosowania podręcznych środków gaśniczych.

Na bieżąco realizowane są działania w zakresie BHP. Dokonywana są oceny ryzyka zawodowego, środowisko pracy badane jest pod względem hałasu, drgań oraz stężenia gazów oraz zapewniane są 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 jest realizowana współpraca z instytucjami państwowymi, takimi jak Urząd Dozoru Technicznego czy Straż Pożarna.

Promocja aktywnego trybu życia

Pasja, jako jedna z kluczowych wartości firmowych, objawia się zarówno w pracy, jak i poza nią. Wspierając pracowników w ich pasjach, spółki z Grupy angażują 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. W dobie pandemii COVID-19 aktywności te są z konieczności ograniczone, dlatego w 2020 roku położony został nacisk na budowanie zdrowych nawyków i work-life balance.



W TIM S.A. pracownikom pracującym zdalnie towarzyszyły cykliczne spotkania online pod hasłem „zdrowy kręgosłup”. Prowadziliśmy także webinaria dotyczące dobrych praktyk podczas pracy zdalnej. Ich tematyka dotyczyła m.in. umiejętności wyłączenia się z myślenia o pracy oraz istotności ruchu i aktywności fizycznej dla prawidłowego funkcjonowania umysłu i ciała. Kontynuowaliśmy akcję „Aktywny TIM dla Przyjaciół”, a także rozszerzyliśmy ją, przekształcając w niemal całoroczną rywalizację pod nazwą „Team Integracja Multisportowa”. Obie inicjatywy (zostały opisane szerzej w punkcie 6.4.3. Zaangażowanie społeczne) zamierzamy organizować również w kolejnym roku.

Na 2021 roku zaplanowane jest prowadzenie kolejnych spotkań poświęconych tematyce wellbeing i work-life balance. Ich celem będzie zachęcenie pracowników m.in. do aktywnego wypoczynku, grywalizacji sportowej, praktykowania świadomego odżywiania. Opracowaliśmy także szerzej zakrojony program „Wirtualna Kuchnia” poświęcony promocji zdrowego i zbilansowanego jadłospisu, wpływowi odżywiania na poziom energii do działania oraz pracę mózgu. W jego ramach będą poruszane także inne elementy zdrowego trybu życia, takie jak efektywne przerwy w pracy oraz sposoby organizacji pracy, digital detox i efektywny wypoczynek.

W spółce 3LP S.A. w ramach wspierania aktywności sportowej zorganizowano konkurs za pośrednictwem Endomondo. Pracownicy zbierali w aplikacji punkty za ćwiczenia w dwóch kategoriach: kolarstwo i bieganie. Przebyta liczba kilometrów przeliczana jest na kwotę pieniężną, którą 3LP przekazuje na wskazane przez pracowników cele charytatywne. W dalszym ciągu dostępna była także karta Multisport z możliwością jej dofinansowania z punktów MyBenefit, realizowana

była także kolejna odsłona projektu „Zbieraj kilometry i pomagaj”. Ze względu na pandemię zostały zawieszone inne planowane aktywności: nieodpłatne ćwiczenia na siłowni i darmowe zajęcia fitness.

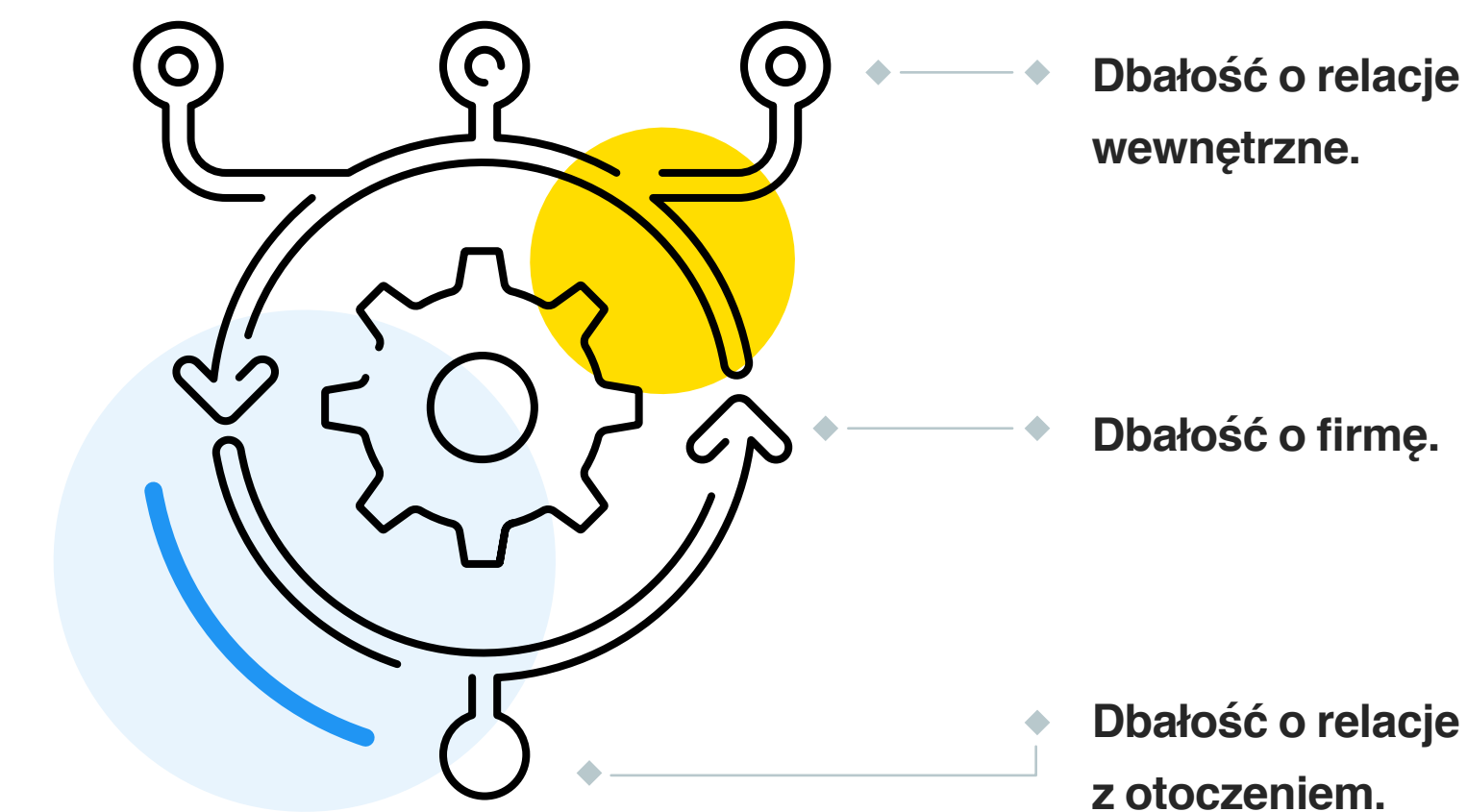
W ramach wspierania zdrowego trybu życia wśród pracowników 3LP S.A. realizowano współpracę z zewnętrzną dostawcą cateringu, przygotowującym zdrowe posiłki. Części pracowników, którzy przez rodzaj wykonywanej pracy mają większe zapotrzebowanie kaloryczne, proponowane były darmowe gorące posiłki. Dodatkowo, korzystając z punktów MyBenefit, pracownicy mogą robić zakupy w sklepach ze zdrową żywnością. Mają też możliwość dofinansowania z pakietu medycznego w Enelmed.

Etyka prowadzenia biznesu

W 2020 roku na mocy uchwały Zarządu TIM S.A. wdrożony został *Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej TIM* („Kodeks”). Prace nad jego kształtem trwały od 2018 roku. Ustanowienie Kodeksu potwierdza, że spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM są firmami godnymi zaufania, których podstawą funkcjonowania jest poszanowanie prawa, obowiązujących procedur i najwyższych norm postępowania w relacjach ze współpracownikami, partnerami, klientami, beneficjentami i szeroko pojętym otoczeniem. Jednocześnie Kodeks nie zastępuje innych, bardziej szczegółowych polityk, regulaminów czy procedur obowiązujących w Grupie Kapitałowej TIM.

Opisane w Kodeksie zasady dotyczą każdego pracownika i współpracownika Grupy, ale jego respektowania oczekujemy także od osób i podmiotów współpracujących ze spółkami Grupy.

W dokumencie opisane są 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.

Zgłaszanie naruszeń

W ramach zarządzania etyką w Grupie zostały jasno ustalone kanały kontaktu w przypadku pytań bądź zgłaszania naruszeń. W TIM S.A. reguluje je przyjęta 28 lutego 2020 roku Procedura zgłaszania naruszeń. Dotyczy ona naruszeń przepisów prawa, regulacji wewnętrznych lub standardów etycznych firmy, ze szczególnym uwzględnieniem propozycji korupcyjnych lub nadużycia przysługujących uprawnień. Pracownicy mogą zgłaszać naruszenia ustnie, drogą elektroniczną lub pisemnie (poprzez specjalnie uruchomione stacjonarne skrzynki nadawcze).

Dzięki wprowadzeniu ww. procedury w Spółce rozwijana jest kultura sygnalizowania nieprawidłowości w ramach organizacji, zapewniająca ochronę osób zgłaszających je wraz z usystematyzowanymi regułami postępowania w przypadku zgłoszeń. Również w 3LP S.A. zostały ustalone zasady zgłaszania naruszeń w zależności od sytuacji.

W toku postępowania wyjaśniającego wszystkim osobom, które dokonają zgłoszenia zapewniana jest ochrona tożsamości i dyskrecję. Do czasu potwierdzenia zarzutów ochronie podlega także tożsamość osoby, której dotyczy zgłoszenie. Działanie to ma na celu niedopuszczenie do wyciągania negatywnych konsekwencji wobec pracownika ujawniającego naruszenie oraz osoby niesłusznie posądzonej o naruszenie.

Różnorodność

Powierzone zadania są realizowane w zespołach wielopokoleniowych, których członkowie dzielą się wzajemnie posiadaną wiedzą i doświadczeniem. Szanowane jest doświadczenie starszych stażem pracowników i udzielane wsparcie pracownikom nowo zatrudnionym. Różnorodność jest jedną z podstaw nieustannego rozwoju i jest częścią kultury organizacyjnej Grupy Kapitałowej TIM.

W tym obszarze w 2020 roku w 3LP S.A. wdrożona została *Procedura przeciwdziałania dyskryminacji i nierównemu traktowaniu w miejscu pracy* (została ona szerzej przedstawiona w Oświadczeniu, w części *Prawa człowieka*).

Tabela 32. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na staż pracy*

	TIM S.A.	3LP S.A.
Pracownicy pracujący mniej niż 5 lat w firmie	96	165
Pracownicy pracujący od 5 do 10 lat w firmie	67	62
Pracownicy pracujący powyżej 10 i mniej niż 20 lat w firmie	76	26
Osoby pracujący w firmie 20 lub więcej lat	31	7

* Dane na 31 grudnia 2020 roku.



Fakt, iż wielu pracowników jest związanych z Grupą od lat, a część z nich pracuje w TIM od samego początku, jest szczególnym powodem do dumy kadry zarządzającej. Sekretem jest nieustanny rozwój, możliwy między innymi dzięki zmianom stanowisk, pracy w różnych spółkach w ramach Grupy i elastycznemu podejściu do zakresów obowiązków.

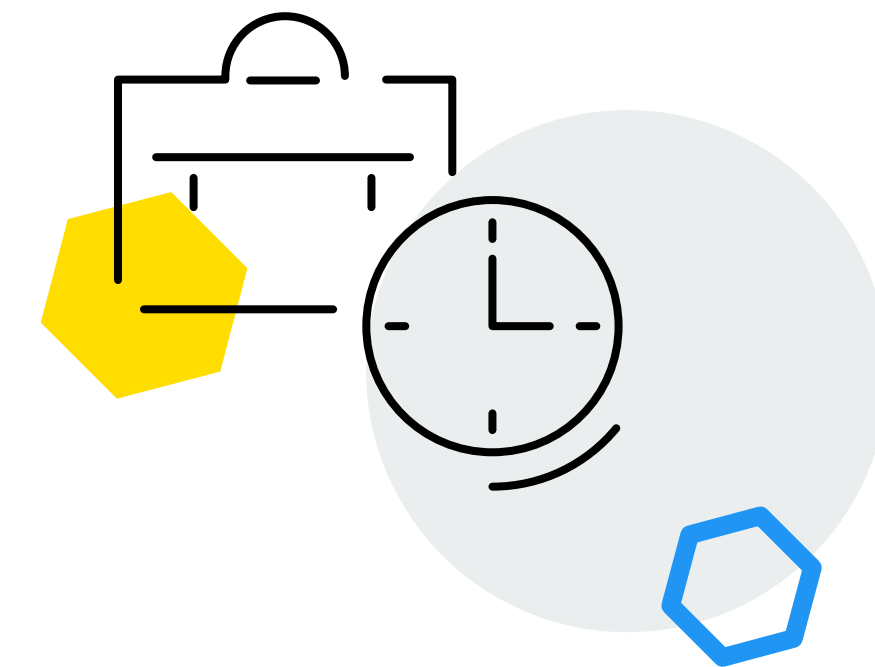




Tabela 33. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na wiek zatrudnionych

Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę przez Grupę Kapitałową TIM	Grupa Kapitałowa TIM		TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Pracownicy < 30. roku życia	129	139	33	44	84	95
Pracownicy od 30. do 50. roku życia	357	360	204	212	126	148
Pracownicy > 50. roku życia	31	31	17	14	13	17

Tabela 34. 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:	
	2019	2020	2019	2020
Zarząd	2	0	6	5
Dyrektorzy	9	6	24	44
Osoby na stanowiskach kierowniczych niższego szczebla	10	14	48	27
Pozostali pracownicy nie będący na stanowiskach kierowniczych, zatrudnieni na umowę o pracę	134	136	284	298

Tabela 35. 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:	
	2019	2020	2019	2020
Zarząd	0	0	3	3
Dyrektorzy	9	6	23	22
Osoby na stanowiskach kierowniczych niższego szczebla	6	11	20	21
Pozostali pracownicy nie będący na stanowiskach kierowniczych, zatrudnieni na umowę o pracę	48	58	145	149

Prawa człowieka

Działalność Grupy jest prowadzona 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. Stosowane są obiektywne i sprawiedliwe kryteria oceny pracowników, przy zachowaniu prymatu wiedzy, kompetencji merytorycznych, umiejętności społecznych i jakości świadczonej pracy. W Grupie są wdrożone jasne kryteria wynagradzania i motywacji.

W Grupie nie są tolerowane żadne formy dyskryminacji, zwłaszcza z powodu płci, rasy, wieku, pochodzenia, religii, niepełnosprawności, światopoglądu, orientacji seksualnej, statusu społecznego, stanu cywilnego, przynależności do partii politycznych oraz sposobu zatrudnienia.

W 2020 roku w spółce 3LP S.A. przyjęto następujące regulacje wewnętrzne w obszarze praw człowieka:



Polityka przeciwdziałania pracy dzieci i wspierania pracowników młodocianych,



Procedura przeciwdziałania dyskryminacji i nierównemu traktowaniu w miejscu pracy.

W ramach pierwszego dokumentu 3LP S.A. deklaruje niezgodę na zatrudnianie dzieci w jakiegokolwiek formie. W przypadku pracowników młodocianych zobowiązuje się do zapewnienia im odpowiedniego wsparcia, opieki i pomocy, niezbędnej do ich przystosowania się do właściwego wykonywania pracy, a także respektowania wszystkich ich praw związanych z warunkami zatrudnienia. Jednocześnie spółka wymaga bezwzględnego respektowania przyjętych zasad przez poddostawców i partnerów biznesowych.

Procedura przeciwdziałania dyskryminacji i nierównemu traktowaniu w miejscu pracy wdrożona w 3LP S.A. jest zgodna z obowiązującym prawem antydyskryminacyjnym. Jej celem jest ukształtowanie przyjaznego i bezpiecznego środowiska pracy oraz przeciwdziałanie nieprawidłowym zachowaniom. Aby zapewnić godne i równe traktowanie pracowników oraz partnerów biznesowych, określiliśmy odpowiednie procedury, w tym: obowiązki pracodawcy i pracowników w tym zakresie, zasady postępowania na wypadek wystąpienia niepożądanych działań, zasady rozpatrywania i wyjaśniania zgłoszonych przypadków dyskryminacji lub nierównego traktowania.

Tabela 36. Przypadki dyskryminacji

	TIM S.A.	3LP S.A.
Całkowita liczba potwierdzonych w 2020 roku przypadków dyskryminacji (w miejscu pracy):	0	0
Opis działań podjętych w odpowiedzi na przypadki dyskryminacji:	0	0

W okresie objętym Sprawozdaniem w Grupie Kapitałowej TIM nie funkcjonowały związki zawodowe.

Działania antykorupcyjne

Od początku działalności w TIM stosowana jest zasada braku tolerancji wszelkich przejawów korupcji i nieetycznych postaw w prowadzeniu działalności biznesowej. Ma to swój wydzźwięk między innymi w Regulaminach Pracy, jak również w zapisach Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej TIM. W 2020 roku w żadnej ze spółek Grupy Kapitałowej TIM nie odnotowano przypadków korupcji.

Grupa kieruje się zasadami uczciwej konkurencji, przeciwdziałaniu zmonom cenowym, podziałowi rynków czy wykorzystywaniu pozycji rynkowego lidera. Nie akceptowane jest udostępniania konkurencji wrażliwych danych, zawieranie nieoficjalnych ustaleń, porozumień i tym podobnych, które mogłyby stanowić przejaw łamania przepisów dotyczących zwalczania nieuczciwej konkurencji.

Wykorzystywanie swojej pozycji służbowej dla osiągnięcia korzyści osobistej lub korzyści dla innych osób, w tym członków rodziny jest uznawane za niedopuszczalne. W celu ochrony przed negatywnymi skutkami wystąpienia konfliktu interesów Grupa kieruje się zasadą jawności i unikania. Nie tolerowane są jakiegokolwiek formy korupcyjnego zachowania w działaniach pracowników, jak również w działaniach biznesowych, a przeciwdziałanie zagrożeniom natury korupcyjnej jest jednym z najistotniejszych elementów bezpieczeństwa firmy.

Podejmowane działania organizacyjne, kadrowe i techniczne mają na celu przeciwdziałanie tworzeniu otoczenia sprzyjającego przypadkom popełnienia przestępstw natury korupcyjnej oraz realnie udaremniać lub utrudniać ich dokonywanie. Wysokich standardów etyki biznesowej wymaga się nie tylko od pracowników, ale również od partnerów biznesowych, współpracując wyłącznie z podmiotami o sprawdzonej reputacji.



6.4. Wpływ na otoczenie

Kluczowe fakty i wskaźniki



KLIENCI

2 nagrody w konkursach z obszaru e-commerce B2B.

OCHRONA ŚRODOWISKA

Polityka środowiskowa w 3LP S.A.,

Wdrożenie w TIM S.A. **dystributorów 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. przekazanych do recyklingu.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Każdego roku około **1%** zysku brutto TIM S.A. jest przeznaczane na działania i inwestycje społeczne. W 2020 roku na wszystkie inicjatywy przekazano łącznie **425 tys. zł**. W tym okresie m.in.:

zrealizowano

4 inicjatywy w ramach programu wolontariatu pracowniczego,

zorganizowano

3. edycję akcji „Aktywny TIM dla Przyjaciół”,

wsparto

8 beneficjentów w dwóch edycjach programu grantowego,

w ramach akcji „TIM Mikołajów” przekazano po

13 tys. zł 17 organizacjom.

Polityki i procedury

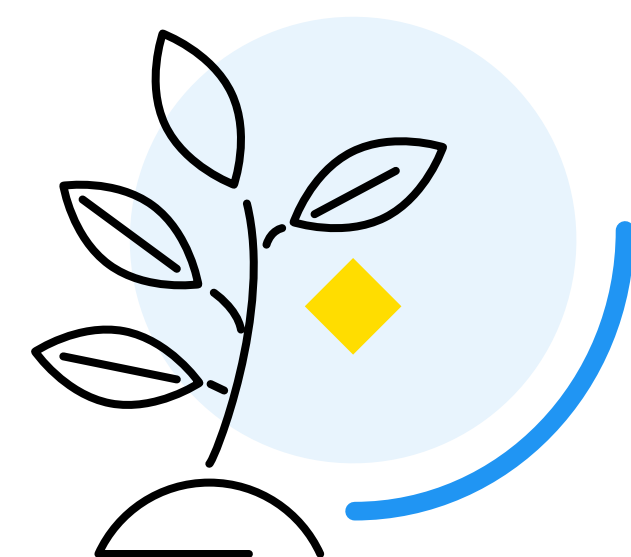
Klienci

Podstawą proklienckich działań Grupy jest obsługa klienta.

Wystandaryzowane procesy sprzedaży online i obsługi klienta obejmują spisane i dostępne regulaminy sklepów, ogólne warunki sprzedaży, zasady reklamacji i tym podobne. Dodatkowo ustalona jest polityka postępowania z klientem (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 spełniane są wymogi regulacyjne. Ze względu na charakter prowadzonej działalności, w szczególności na fakt, iż w TIM S.A. praca ma wyłącznie biurowy charakter, politykę w zakresie ochrony środowiska posiada tylko spółka 3LP S.A.

Spółki Grupy nie posiadają sformalizowanych procedur w obszarze ochrony środowiska, 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 obszary priorytetowe. Dokument zawiera ramy budżetowe działań społecznych oraz spis metod i narzędzi, jakie wykorzystywane są w tym zakresie. Wdrożone są założenia odnośnie do budżetowania działań społecznych i sponsoringowych TIM S.A., jak też zasady programu grantowego oraz działań wolontaryjnych pracowników.

Klienci

Branża e-commerce stawia ogromne wyzwanie pod kątem obsługi i zapewnienia satysfakcji klientów. Jest to priorytetowy cel strategii biznesowej TIM S.A., realizowany poprzez nieustanne badanie i realizację potrzeb klienta. Dla Spółki kluczowe są: 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.

Zwycięstwo w kategorii „Best in e-commerce B2B” konkursu e-Commerce Polska awards 2020 (najważniejszego konkursu w branży e-commerce w Polsce) za najlepsze wdrożenie w cyfrowym handlu B2B potwierdza jakość działania firmy w zakresie wdrażania nowatorskich rozwiązań proklienckich. Z kolei zwycięstwo w kategorii „Najlepszy zespół e-commerce B2B” w konkursie Dyrektor e-Commerce Roku 2020 jest dowodem na to, że TIM S.A. posiada jeden z czołowych w branży zespołów odpowiadający za rozwój platformy handlu online i dostosowywanie jej do potrzeb i oczekiwań klientów.

TIM obecny jest w konkursie e-Commerce Polska awards, organizowanym przez Izbę Gospodarki Elektronicznej, niemal nieprzerwanie od 2014 roku (wyjątek stanowi rok 2017) – w charakterze nominowanego, laureata lub wyróżnionego.



Zwycięstwo w konkursie
e-Commerce Polska awards
2020 odbieram jako laur

za całokształt naszej ponad 7-letniej obecności
w e-commerce B2B. Przez ten czas wyedukowa-
liśmy cyfrowo tysiące klientów, dostawców, ale
i naszą branżową konkurencję, de facto wprowa-
dzając dystrybucję artykułów elektrotechnicznych
w świat handlu online. Dziękuję jurorom za docenie-
nie naszej pracy.

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,
- społeczność „Łączy nas napięcie”,
- spotkania i prezentacje w ramach targów i konferencji,
- spotkania szkoleniowo-integracyjne z klientami,
- badania opinii klientów oraz inicjatywy konsultacyjne, takie jak dialog z interesariuszami według standardu AA1000SES.

Regularnie prowadzone badania opinii i potrzeb klientów umożliwiają koncentrację na zapewnieniu wysokiej jakości obsługi i satysfakcji klientów TIM S.A. W maju i czerwcu 2020 roku zrealizowano badanie przydatności wybranych elementów i funkcji platformy TIM.pl oraz realizowanego za jej pośrednictwem procesu zakupowego. Uczestnicy badania – użytkownicy TIM.pl – byli pytani przede wszystkim o kwestie związane z: wyszukiwaniem określonych produktów, wyszukiwaniem określonych informacji na temat produktów, zamawianiem produktów, okolicznościami i formami kontaktu z doradcami klienta, zakresem funkcji i informacji, które mogą przysparzać najwięcej problemów w aktualnej oraz projektowanej wersji platformy TIM.pl. Badania w formie indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI), półustrukturyzowanych polegały na zdalnej rozmowie eksperta z respondentami w oparciu o wcześniej opracowany scenariusz. Efektem badania były rekomendacje zmian na poziomie karty produktu, wyszukiwarki, koszyka czy innych elementów procesu zakupowego na TIM.pl.



Zgodnie ze Strategią TIM pro, odpowiadając również na oczekiwania klientów, wdrażane są proekologiczne rozwiązania. Już **niemal 100%** klientów TIM S.A. korzysta z e-faktur. Z działań komunikujących działania promocyjne i oferty specjalne całkowicie wyeliminowano nośnik papierowy (gazetki czy ulotki). Tymczasem gdyby każdą promocję i ofertę specjalną, przygotowaną w 2020 roku dla klientów platformy TIM.pl, wydrukować choćby raz na kartce formatu A4, wszystkie te kartki postawione w pionie utworzyłyby konstrukcję o wysokości aż **62 metrów!**

Na TIM.pl dostępna jest kompleksowa oferta instalacji fotowoltaicznych, połączona 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, przełożyły się na wysoką dynamikę sprzedaży poszczególnych elementów instalacji fotowoltaicznych.

Ochrona środowiska

Biurowy charakter działalności prowadzonej przez TIM S.A. powoduje, że Spółka nie posiada polityki w zakresie ochrony środowiska.

Zielone biuro

Centrala TIM mieści się w nowoczesnym biurowcu posiadającym certyfikat BREEAM. Jest to standard, który potwierdza 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 centrali TIM zrezygnowano z zakupu wody mineralnej w plastikowych butelkach – zastąpiły ją dystrybutory wody z sieci wodociągowej. Przed wprowadzeniem dystrybutorów wody pitnej na potrzeby centrali firmy kupowano rocznie **około 7 000** półlitrowych plastikowych butelek wody mineralnej.

Dodatkowo w firmowej kuchni plastikowe sztucze zamieniono na metalowe (z jednorazowych naczyń zrezygnowano już znacznie wcześniej). Oprócz segregowania śmieci zgodnie z aktualnymi wymogami prawnymi, zbierane są 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 podopiecz-

nymi. Na rok 2021 planowane są m.in. działania poświęcone zmianom w duchu zero waste.

Polityka środowiskowa 3LP S.A.

Politykę w zakresie ochrony środowiska 3LP S.A została spisana w dokumencie pt. Polityka ochrony środowiska 3LP S.A. w latach 2019–2020.

Jej priorytetowe obszary to:



monitoring oddziaływania na środowisko,



ochrona wód,



ochrona powietrza,



redukcja zużycia energii,



zalesianie powierzchni biologicznie czynnych,



promocja aktywności ruchowej wśród pracowników.



Zużycie energii

Tabela 37. Zużycie energii przez spółki Grupy Kapitałowej TIM

	TIM S.A.		3LP S.A.	
	2019	2020	2019	2020
Zużycie energii elektrycznej [GJ]	1 150,46	928	10 914,66	10 929,6
Zużycie energii cieplnej [GJ]	1,44	70	8 537,46	8 743
Zużycie gazu ziemnego [m³]	28 624	0	25 042	145 600

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.

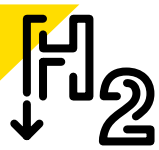
Działania dotychczas realizowane w 3LP S.A. w zakresie ograniczania zużycia energii:



bieżąca współpraca z dostawcą energii elektrycznej i ciepłej 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.

Działania planowane w 3LP S.A. na rok 2021 i kolejne lata:



działania zmierzające do optymalizacji bądź ograniczenia zużycia energii elektrycznej oraz cieplnej;



wycofywanie samochodów służbowych zasilanych olejem napędowym na rzecz samochodów zasilanych benzyną;



wdrażanie technologii niskoemisyjnych baterii trakcyjnych do wózków jezdniowych.

Transport

Żadna ze spółek Grupy Kapitałowej TIM nie posiada własnej floty transportowej ani samochodów osobowych. W TIM S.A. korzystamy z pojazdów na zasadzie najmu długoterminowego. Ich zużycie paliwa w 2020 roku wyniosło **około 110 885 litrów**. Z kolei pojazdy leasingowane przez spółkę 3LP S.A., w tym wózki widłowe wykorzystywane do prac magazynowych, odnotowały zużycie paliwa na poziomie **około 21 699 litrów** (dane z rejestru kart flotowych – realnie było nieznacznie wyższe).

W 2020 roku 3LP S.A. wysyłało **ok. 8 500** palet miesięcznie, co stanowi średnio **250** transportów FTL (pełne auta tzw. TIR) wysyłanych każdego miesiąca z Centrum Logistycznego w Siechnicach i Wojkowicach. Dodatkowo, w każdym miesiącu, 3LP S.A. wysyłało **średnio 250** aut z paczkami. Każdego miesiąca odbywały się również dostawy produktów z wykorzystaniem firm przewozowych **ok. 380** tirów i **150** busów.

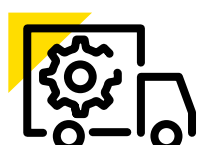
Grupa korzysta z usług wyspecjalizowanych firm transportowych, ściśle z nimi współpracując i stosując się do zaleceń i rekomendacji mających na celu optymalizację transportu. Jedną z takich inicjatyw jest stosowanie naczep o podwójnej podłodze, co pozwala przewieźć więcej towarów w ramach pojedynczych 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. Kładziony jest również nacisk na zwiększanie zapełnienia naczep samochodowych poprzez optymalizację i rodzaj wykorzystywanych opakowań używanych do wysyłek towarów.

Firmy transportowe, z którymi współpracuje Grupa, 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.

Działania planowane w 3LP S.A. na rok 2021 i kolejne lata:



monitorowanie kierunków i trendów branży transportowej;



wprowadzenie działań inicjowanych przez firmy transportowe zmierzających do optymalizacji środków transportu (zużycie paliwa, emisji spalin itp.).



Odpady i woda

Tabela 38. Ilość odpadów wygenerowanych w 2020 roku [tony]

	TIM S.A.	3LP S.A.
Ilość odpadów niebezpiecznych	0,3344	0,24
Ilość odpadów inne niż niebezpieczne	831,96	6
W tym odpady opakowaniowe	831,96	0
W tym papierowe (tektura itp.) odpady opakowaniowe	697,36	0



100%

odpadów w 3LP S.A. i TIM 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. 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. sprzęt – zanim 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 klientów realizowane przez 3LP S.A., niemal w całości odbywają 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;

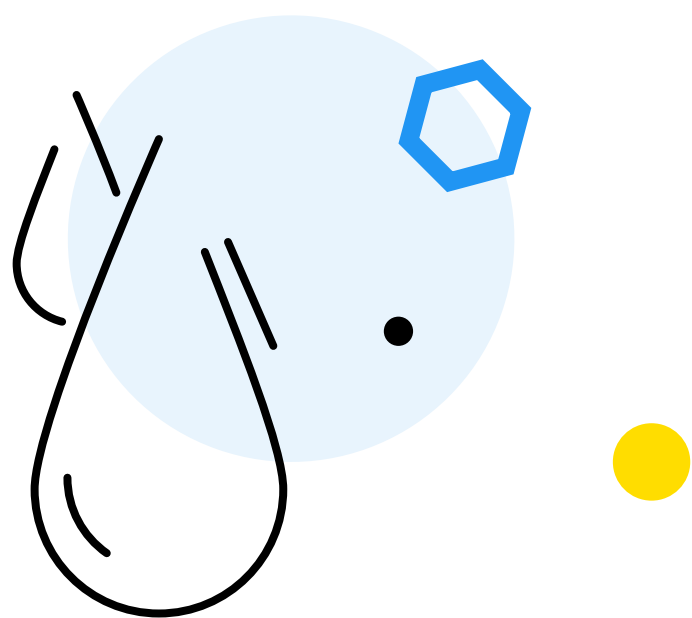
- osobny punkt poboru wody na potrzeby budowlane bez zrzutu ścieków;
- bieżąca kontrola stanu technicznego urządzeń sanitarnych (zaworów czerpalnych) pod kątem szczelności i zapobiegania przypadkowemu zrzutowi wody;
- współpraca z firmą ogrodniczą w zakresie utrzymania i pielęgnacji terenów zielonych.

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 2021 i kolejne lata:

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



Zaangażowanie społeczne

W 2020 roku w dalszym ciągu obowiązywała pierwsza w historii TIM S.A. strategia odpowiedzialnego biznesu, z gwarancją przeznaczania rokrocznie na działania społeczne **ok. 1%** zakładanego zysku brutto do 2021 roku. W 2020 roku na wszystkie inicjatywy przekazano łącznie **425 tys. zł.**



Zgodnie ze Strategią TIM pro działania społeczne skupiają się 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.

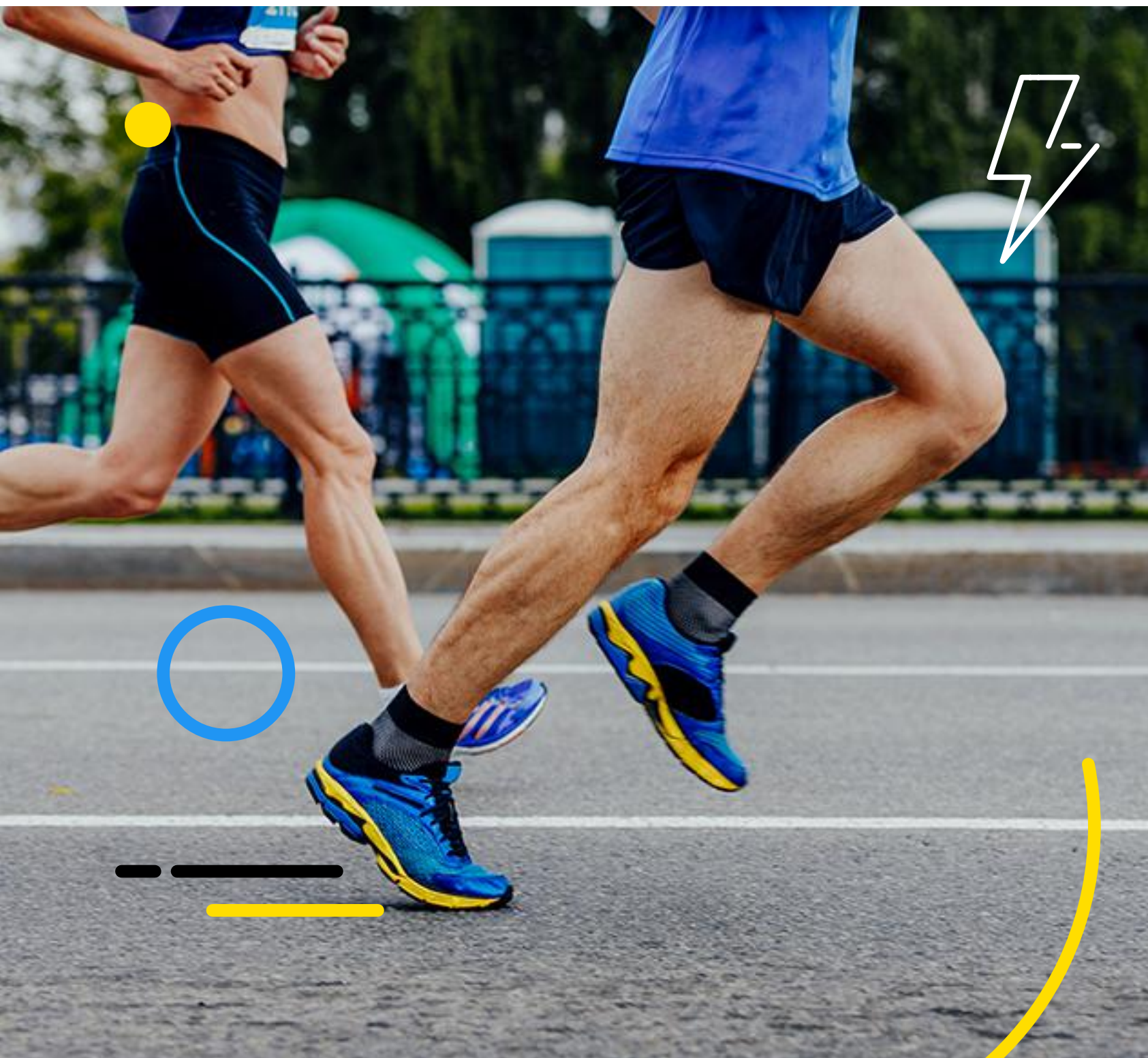
W TIM S.A. funkcjonują m.in. programy wolontariatu pracowniczego i program grantowy. Ponadto organizowane są akcje sportowo-charytatywne promujące wśród pracowników aktywny tryb życia. Dodatkowo Spółka przekazuje darowizny rzeczowe i finansowe, realizuje sponsoring społecznie zaangażowany (w tym sponsoring młodych talentów, szczególnie sportowych) oraz dzieli się wiedzą i doświadczeniem. Każde z tych działań ma swojego ambasadora.

Poniżej znajduje się opis sztandarowych inicjatyw realizowanych w 2020 roku:

Aktywny TIM dla Przyjaciół – sportowo i charytatywnie

Podstawą aktywności sportowo-charytatywnej w ramach TIM S.A. jest akcja charytatywna „Aktywny TIM dla Przyjaciół”, organizowana od 2018 roku. W 2020 roku akcja trwała **10 tygodni**, a w jej trakcie zaangażowani pracownicy przebyli **ok. 40 tys. km**, gromadząc je w aplikacji Endomondo. Po przeliczeniu ich na złotówki (**1 km = 0,25 zł**) zebrana kwota została podwojona przez Zarząd TIM S.A. i przekazana na rzecz trzech fundacji w formie darowizn. Pod opieką dwóch z nich znajdują się niepełnosprawne dziecko pracownika firmy oraz pracownik, który w wyniku wypadku potrzebuje specjalistycznej opieki i rehabilitacji. Trzecia organizacja, Kółko Graniaste, przeciwdziała wykluczeniu cyfrowemu dzieci i młodzieży w procesie edukacji, co w okresie pandemii jest wyjątkowo istotne.

„Aktywny TIM dla Przyjaciół” ma swoje niemal całoroczne rozwinięcie w postaci programu „TIM – Team Integracja Multisportowa”, promującego aktywny tryb życia. Trwał on przez **11 miesięcy**, od października



2019 roku do września 2020 roku (w październiku 2020 roku wystartowała nowa edycja akcji, która potrwa do końca maja 2021 roku). W jego ramach **75** pracowników firmy rywalizowało ze sobą na liczbę spalonych kalorii w paromiesięcznych rundach. Zawody objęły ponad **20** aktywności sportowych. Najlepsi w poszczególnych kategoriach otrzymali w nagrodę punkty MyBenefit, a wśród wszystkich uczestników, którzy przekroczyli określony cel, losowane były nagrody rzeczowe promujące aktywny tryb życia.

W związku z pandemią COVID-19 Spółka zaangażowała się w działania minimalizujące jej skutki, przede wszystkim wykluczenie cyfrowe dzieci i młodzieży. W ramach akcji „Aktywny TIM dla Przyjaciół” przekazano darowiznę na rzecz fundacji Kółko Graniaste, przygotowującej komputery do nauki zdalnej. Oprócz tego TIM wsparł służbę zdrowia, włączając się wraz z innymi wrocławskimi przedsiębiorcami w zakup środków ochrony osobistej dla załogi wrocławskiego szpitala jednoimiennego w ramach akcji #GraMYdlaKoszarowej.

Program grantowy

Uruchomiony w 2019 roku cykliczny program grantowy jest realizowany z myślą o lokalnych społecznościach. W jego ramach wspierane są – zgłaszane przez pracowników – inicjatywy i organizacje społeczne. Pracownicy są angażowani zarówno na etapie zgłaszania inicjatyw, jak i na etapie głosowania nad ich wyborem. Opracowane zostały szczegółowe kryteria, w oparciu o które podejmowane są decyzje odnośnie do wyboru projektów. W każdej edycji granty o wysokości od **1 000** do **5 000 zł** mogą trafić do maksimum **6** inicjatyw. Dodatkowo Zarząd TIM S.A. ma prawo przyznać nagrodę specjalną w wysokości do **5 000 zł** na wybrany projekt.

W dwóch edycjach programu zorganizowanych w 2020 roku granty o wysokości **5 000 zł** każdy trafiły do **8** beneficjentów. Zainteresowanie programem rośnie: w trzeciej edycji zgłoszono **14** inicjatyw (w pierwszej: **3**). Granty od TIM S.A. sfinansowały lub współfinansowały m.in. zakup aparatu do EKG dla podopiecznych domu pomocy społecznej, stroje sportowe dla dzieci i młodzieży, wyjazd edukacyjny dla dzieci i młodzieży zagrożonych wykluczeniem oraz ciepłe posiłki dla ubogich i bezdomnych.

Wolontariat pracowniczy

Co kwartał ogłaszany jest 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. W ten sposób wspierani są pracownicy, – mogą oni zrealizować zaproponowany przez siebie wolontariat. O wyborze inicjatyw, które otrzymają wsparcie, decyduje wewnętrzna komisja. Preferowane są lokalne społeczności prowadzące działania o charakterze edukacyjnym lub oświatowym, prozdrowotnym, proekologicznym, kulturalnym czy pomocowym.

Z wyjątkiem jednej wdrożonej inicjatywy, z uwagi na pandemię COVID-19 w 2020 roku pierwsza edycja wolontariatu zakończyła się na etapie wybrania wniosków, które otrzymają wsparcie, gdy tylko pojawi się możliwość efektywnego niesienia pomocy. W drugiej edycji pracownicy TIM S.A. zorganizowali przy wsparciu firmy zbiórki w ramach Szlachetnej Paczki.

TIM Mikołajów

Z okazji Świąt Bożego Narodzenia TIM S.A. zorganizował akcję charytatywną, włączając w nią dostawców sprzedawanych przez TIM produktów oraz klientów. Spółka zrezygnowała z zakupu corocznych upominków świątecznych oraz kalendarzy książkowych dla klientów i – we współpracy z siedmioma dostawcami – przekazała przeznaczone na nie środki lokalnym organizacjom i instytucjom, działającym społecznie. Suma darowizn wyniosła **221 000 zł**, a zebrane pieniądze

zostały przekazane **17** lokalnym organizacjom (tytu, w ilu regionach działają Biura Handlowe i Centralne Biuro Obsługi Klienta TIM S.A.). Każda otrzymała kwotę **13 000 zł** na wsparcie działalności statutowej.

Wybór beneficjentów należał do klientów, których firma poprosiła o wskazanie podmiotów najbardziej potrzebujących wsparcia. W głosowaniu wzięło udział ponad **1 300** osób. Wskazali jako beneficjentów sześć hospicjów (w tym dwa dla dzieci), fundacje wspierające dzieci i ich rodziny w walce z chorobami, dom dziecka oraz ośrodek rehabilitacyjny.

Działania lokalne 3LP S.A.

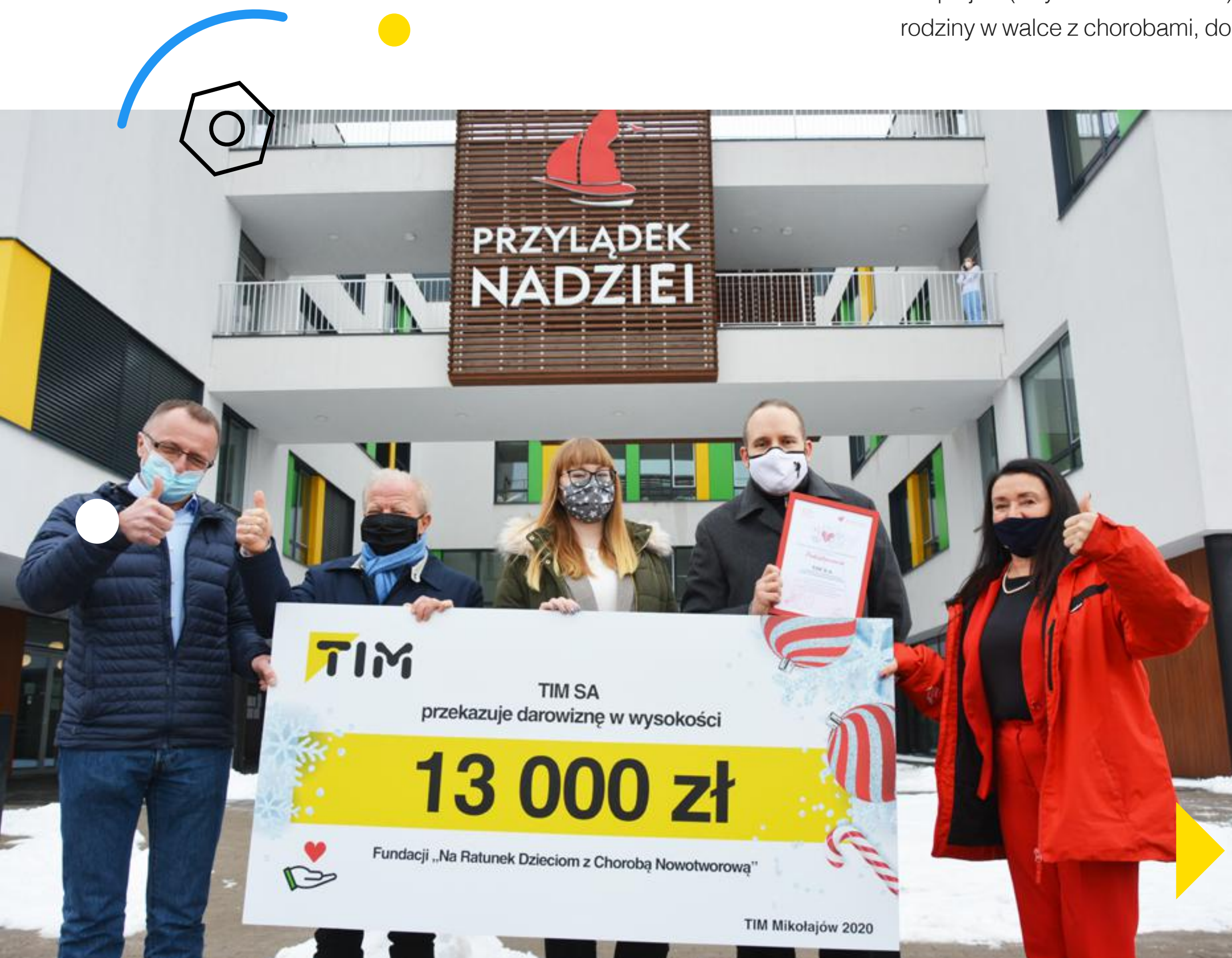
3LP S.A. pomimo braku sformalizowanej polityki aktywnie prowadzi odpowiedzialny biznes w zgodzie z obowiązującymi normami, wspierając lokalną społeczność jako kluczowy pracodawca w regionie. Współpraca z jednostkami lokalnego samorządu jest wysoko oceniana przez Radę Gminy, na której terenie działa ta spółka, aktywnie uczestnicząc w inicjatywach podejmowanych przez lokalny samorząd oraz jednostki organizacyjne Gminy. Jednym z bezpośrednich efektów tej prospołecznej postawy jest bardzo niska stopa fluktuacji zatrudnienia w 3LP S.A.

Najważniejszą inicjatywą 3LP S.A. w 2020 roku było uruchomienie przedszkola publicznego dla **100** dzieci na terenie należącym do Spółki. Inicjatywa odbyła się w ramach współpracy z samorządem. Powstanie placówki jest dużym udogodnieniem dla lokalnej społeczności. Z przedszkola korzystają także dzieci pracowników Spółki, co stanowi dla nich dodatkową korzyść. Dzięki temu 3LP S.A. dba o swoją opinię rzetelnego i wspierającego pracodawcy.

Zarząd 3LP S.A. przykładą również dużą wagę do wyboru takich działań, w ramach których minimalizuje wpływ na środowisko naturalne, wspiera też inicjatywy podejmowane na rzecz ochrony środowiska.

Działania w branży

Spółka od wielu lat aktywnie udzielamy się w ramach branży, zarówno jako edukator, 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): przedstawiciele TIM-u są członkami grup merytorycznych „E-commerce B2B” oraz „Zrównoważony Biznes i CSR”;
- SHE Związek Dystrybucji Elektrotechniki (TIM jest jednym z założycieli związku);
- Konińska Izba Gospodarcza (członkostwo szeregowe).

„Cały ten rynek...”

W 2020 roku kontynuowane były działania edukacyjne skierowane do środowiska inwestorskiego, poprzez publikowanie tekstów z cyklu „Cały ten rynek...”. Od 2011 roku w serwisie korporacyjnym Spółki udostępniany jest cykl tekstów o charakterze edukacyjnym i poradnikowo-analitycznym. 23 lata obecności na GPW to czas wystarczający na zdobycie szeregu doświadczeń, którymi TIM S.A. chce się podzielić, edukując inwestorów – początkujących i zaawansowanych. Artykuły publikowane są co najmniej 2 razy w miesiącu. Wśród **100** najpopularniejszych w 2020 roku podstron serwisu www.timsa.pl **ponad 1/3** (35) stanowiły teksty z sekcji „Cały ten rynek...”. **10** najpopularniejszych artykułów z cyklu zanotowało w 2020 roku łącznie **26 304** odsłony.

Szkoła Gospodarki Cyfrowej lokalnie

W styczniu 2020 roku TIM S.A., korzystając z zasobów swojej eksperckiej wiedzy, zorganizował wspólnie z Izbą Gospodarki Elektronicznej

bezpłatne warsztaty Szkoły Gospodarki Cyfrowej, poświęcone e-commerce B2B. W ramach wydarzenia oprócz ekspertów z TIM S.A. wystąpili przedstawiciele Ceneo.pl, 3LP S.A. oraz Setup.pl. Zajęcia kierowano przede wszystkim do specjalistów e-commerce, specjalistów e-commerce B2B, właścicieli e-sklepów, osób odpowiadających za wdrożenia nowych technologii i narzędzi w branży e-commerce.

Z uwagi na duże zainteresowanie warsztatami Spółka została zaproszona przez Izbę Gospodarki Elektronicznej do uczestnictwa jako partner merytoryczny w podobnym wydarzeniu w Warszawie (z uwagi na pandemię zostało ono przełożone na rok 2021).

Wiem to z TIM.pl!

Podczas pierwszej fali pandemii COVID-19 firma przygotowała dla swoich klientów cykl 6 bezpłatnych filmów szkoleniowych i webinarów, dostępnych online. Wśród omówionych tematów znalazły się: rządowe Tarcze Antykryzysowe 1.0 i 2.0, poszukiwanie i obsługa nowych klientów, faktoring, budowanie marki własnej oraz odroczone płatności za zakupy. W **czterech** webinarach wzięło udział **ok. 70** osób. Materiały wygenerowały łącznie niemal **1 000** odsłon na YouTube.

Klienci TIM-u zyskali wsparcie merytoryczne w prowadzeniu biznesu i mogli wykorzystać ten niełatwy czas na zyskanie nowej wiedzy i umiejętności. Przełożyło się to na wzrost zaufania klientów do Spółki i postrzeganie przez nich TIM-u jako odpowiedzialnego partnera biznesowego.



Rozwój młodych talentów i wsparcie dla sportu

W 2020 roku, już siódmy rok z rzędu, TIM S.A. wspierał jako główny sponsor judokę **Damiana Szwarnowieckiego**. To jeden z najbardziej obiecujących judoków młodego pokolenia. Ma na swoim koncie między innymi tytuły mistrza Europy, mistrza Polski seniorów, mistrza Polski juniorów czy mistrza Europy młodzieży. 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 sponsoruje też **Adriana Meronka** – najlepszego polskiego golfistę. We wrześniu 2020 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, Adrian Meronk 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 **13.** edycja odbyła się 6 czerwca 2020 roku – z uwagi na pandemię, w formule wirtualnej jako e-Onkoigrzyska. To przedsięwzięcie organizowane przez Akademię Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu i Fundację „Na ratunek dzieciom z chorobą nowotworową”. W 2020 roku TIM S.A. został sponsorem XV Ogólnopolskiej Olimpiady Kreatywności Destination Imagination (wydarzenie odbyło się w formule zdalnej), będącej finałem międzynarodowego programu edukacyjnego Destination Imagination w Polsce. Destination Imagination jest największym na świecie interdyscyplinarnym programem edukacyjnym dla dzieci, młodzieży i studentów. Program zorientowany jest na rozwój kreatywności oraz m.in. myślenia dywergencyjnego, nieszablonowego podejścia do rozwiązywania problemów; Design Thinking; umiejętności zarządzania projektem i zasobami; ekspresji twórczej; współpracy i budowania zaufania w grupie.

Projekt Broviac

Jesienią 2019 roku TIM dołączył do unikalnego w skali kraju programu dla małych pacjentów, zmagających się z nowotworami, który urucho- miła fundacja „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”. Partnerzy tego programu fundują bezpłatne zestawy do bezpiecznej pielęgnacji wkłucia centralnego w domu. Dzięki temu młodzi pacjenci wrocławskiej kliniki onkologii dziecięcej Przylądek Nadziei mogą 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 wenflo- nów. 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 perso- nelu 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 rejo- nów Polski, tylko na zabieg czyszczenia. Jednak preparaty i akcesoria do domowej pielęgnacji cewników nie są refundowane. Koszt trzymie- sięcnego zestawu dla jednego dziecka wzrósł w czasie pandemii COVID-19 **z 550 do 950 zł**. Dla wielu rodziców to poważny wydatek, który trudno udźwignąć.

W związku z tym TIM S.A. kontynuował w 2020 roku współpracę z fundacją „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową” jako partner Programu Broviac, fundując 20 zestawów do trzymiesięcznej domowej pielęgnacji cewników dla małych pacjentów kliniki onkologii dziecięcej Przylądek Nadziei, będącej częścią Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego we Wrocławiu.



6.5. Zestawienie wskaźników GRI Standards

Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
Wskaźniki profilowe (obowiązkowe)		
Profil organizacji		
GRI 102-1	Nazwa organizacji	81, 87
GRI 102-2	Opis działalności organizacji, główne marki, produkty i/ lub usługi	81-91
GRI 102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	87
GRI 102-4	Lokalizacja działalności operacyjnej	87
GRI 102-5	Forma własności i struktura prawna organizacji	87
GRI 102-6	Obsługiwane rynki dla grupy i wg marek	84-86
GRI 102-7	Skala działalności	81-91
GRI 102-8	Dane dotyczące pracowników oraz innych osób świadczących pracę na rzecz organizacji, w tym:	100-115
GRI 102-8	Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i rodzaj zatrudnienia	100, 105
GRI 102-8	Całkowita liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia (w pełnym lub w niepełnym wymiarze godzin) w podziale na płeć	105
GRI 102-9	Opis łańcucha dostaw	84-86
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	97-98

Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
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	125 Zachodnia Izba Gospodarcza – Pracodawcy i Przedsiębiorcy, Izba Gospodarki Elektronicznej (e-commerce Polska), SHE Związek Dystrybucji Elektrotechniki, Konińska Izba Gospodarcza
Strategia		
GRI 102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	3-4
GRI 102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	82-83, 89-90, 97-98
Etyka		
GRI 102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań	92-93, 101-103-, 112-115
Zarządzanie		
GRI 102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	141-149
Zaangażowanie interesariuszy		
GRI 102-40	Lista grup interesariuszy angażowanych przez organizację raportującą	93-96



Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
GRI 102-41	Pracownicy objęci umowami zbiorowymi	Brak
GRI 102-42	Podstawy identyfikowania i selekcji interesariuszy angażowanych przez organizację	Bieżąca praktyka biznesowa
GRI 102-43	Podejście do angażowania interesariuszy, włączając częstotliwość angażowania według typu i grupy interesariuszy	95-96
GRI 102-44	Kluczowe tematy i problemy poruszane przez interesariuszy oraz odpowiedź ze strony organizacji, również poprzez ich zaraportowanie	95-96
Raportowanie		
GRI 102-45	Ujęcie w raporcie jednostek gospodarczych ujmowanych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	87
GRI 102-46	Proces definiowania treści raportu	99
GRI 102-47	Zidentyfikowane istotne tematy	99
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)	Nie dotyczy
GRI 102-49	Znaczące zmiany w stosunku do poprzedniego raportu dotyczące zakresu, zasięgu lub metod pomiaru zastosowanych w raporcie	Nie dotyczy
GRI 102-50	Okres raportowania	1.01.2020 – 31.12.2020
GRI 102-51	Data publikacji ostatniego raportu	22.04.2020
GRI 102-52	Cykl raportowania	Roczny

Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
GRI 102-53	Dane kontaktowe	159
GRI 102-54	Wskazanie, czy raport sporządzono zgodnie ze Standardem GRI w opcji Core lub Comprehensive	Oświadczenie zostało przygotowane w oparciu o Opcja Core
GRI 102-55	Indeks GRI	127-129
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	91-93, 117-118
GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	91-93, 117-118
GRI 103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania	91-93, 116-118
Wskaźnik własny	Główne działania na rzecz satysfakcji klientów i jakości obsługi	117-118
Wskaźnik własny	Podejście do monitorowania satysfakcji klientów i osiągnięte w tym zakresie wyniki	117-118
Wskaźnik własny	Liczba biur handlowych w Polsce	85
Wskaźnik własny	Liczba biur handlowych w Polsce	85
Wskaźnik własny	Liczba zamówień on-line / rok	85



Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
Aspekt raportowania: Przyjazne miejsce pracy		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	91-93, 102
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	91-93, 102
GRI 103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	89-90, 95-96, 116-118
GRI 401-2	Świadczenia dodatkowe (benefity) zapewniane pracownikom pełnoetatowym	109
GRI 401-1	Łączna liczba i odsetek nowych pracowników zatrudnionych oraz łączna liczba odejść w okresie raportowania	105, 108
Aspekt raportowania: Zatrudnienie, rozwój i edukacja pracowników		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	91-93, 97-98
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	91-93, 102
GRI 103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	89-90, 95-96, 116-118
GRI 404-1	Liczba dni szkoleniowych w roku przypadających na pracownika według struktury zatrudnienia (zaraportowano liczbę uczestnictw w szkoleniach)	106-107
Aspekt raportowania: Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	91-93, 97-98
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	91-93, 102
GRI 103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	89-90, 95-96, 116-118

Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
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	110
Programy zaangażowania społecznego		
Aspekt raportowania: Zaangażowanie społeczne		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	91-93, 97-98
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	91-93, 102
GRI 103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	89-90, 95-96, 116-118
Wskaźnik własny	Cele zaangażowania społecznego i przykłady inicjatyw społecznych firmy, w szczególności inicjatyw angażujących pracowników	116, 122-126
Tematy środowiskowe		
Aspekt raportowania: Wpływ na środowisko		
GRI 103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	91-93, 97-98
GRI 103-2	Podjęcie do zarządzania i jego elementy	91-93, 102
GRI 103-3	Ewaluacja podjęcia do zarządzania	89-90, 95-96, 116-118
GRI 302-1	Zużycie energii w organizacji	120
GRI 306-2	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem	121