



Oświadczenie Grupy Kapitałowej TIM
na temat informacji niefinansowych

6 Odpowiedzialny biznes

6.1. Grupa Kapitałowa TIM

6.2. Strategia odpowiedzialnego biznesu

6.3. Ład korporacyjny

6.4. Odpowiedzialność wobec środowiska

6.5. Odpowiedzialność wobec pracowników

6.6. Odpowiedzialność wobec społeczeństwa

6.7. O raporcie

6.1. Grupa Kapitałowa TIM

O Grupie TIM

102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7

Grupa Kapitałowa TIM operuje na rynku e-commerce, hurtowej i detalicznej dystrybucji artykułów elektrotechnicznych i narzędzi, oraz usług logistycznych. W jej skład wchodzi spółka TIM S.A. oraz 3LP S.A. Grupa Kapitałowa TIM działa wyłącznie na terenie Polski.



TIM S.A. jest największym dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych w Polsce.



Spółka działa od 1987 roku, kiedy powstało Spółdzielcze Przedsiębiorstwo TIM Sp. z o.o. – biuro projektowe, świadczące również usługi pomiarowo-kontrolne i instalacyjne.



Siedziba TIM S.A. znajduje się pod adresem:
**ul. Jaworska 13,
53-612 Wrocław**



Od 2013 roku TIM S.A. oferuje klientom hurtowym i detalicznym zakupy online – za pośrednictwem nowoczesnej platformy internetowej TIM.pl oraz aplikacji mobilnej mTIM. Spółka była pierwszym w Polsce dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych, który udostępnił swoją ofertę przez internet zarówno klientom biznesowym, jak i indywidualnym.

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.

Spośród wymienionych grup największy udział w sprzedaży mają: kable i przewody, aparatura i rozdzielnice, osprzęt siłowy i elektroinstalacyjny oraz osprzęt pomocniczy. W 2021 roku te cztery grupy odpowiadały **za 76,6%** przychodów ze sprzedaży TIM S.A.

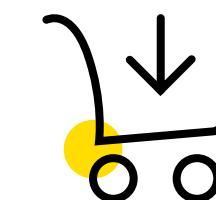
TIM S.A. działa w modelu hybrydowym, prowadząc sprzedaż i komunikację z rynkiem w modelu omnichannelowym, a tym samym budując synergię pomiędzy wykorzystywanymi kanałami sprzedaży – tradycyjnym i online (e-commerce).

Sprzedaż TIM S. A. w podziale na kanały sprzedaży



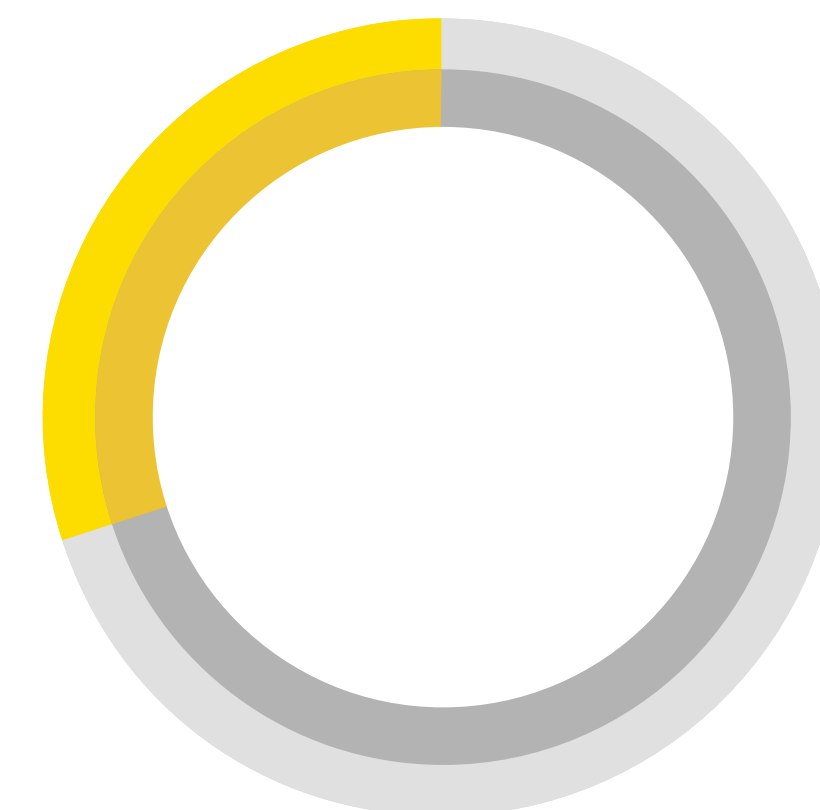
29%

sprzedaż przy wykorzystaniu zdalnych narzędzi komunikacji z klientem



71%

sprzedaż online realizowana samodzielnie przez klientów



3LP



3LP S.A. jest operatorem logistycznym, od 2016 r. świadczącym usługi 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.



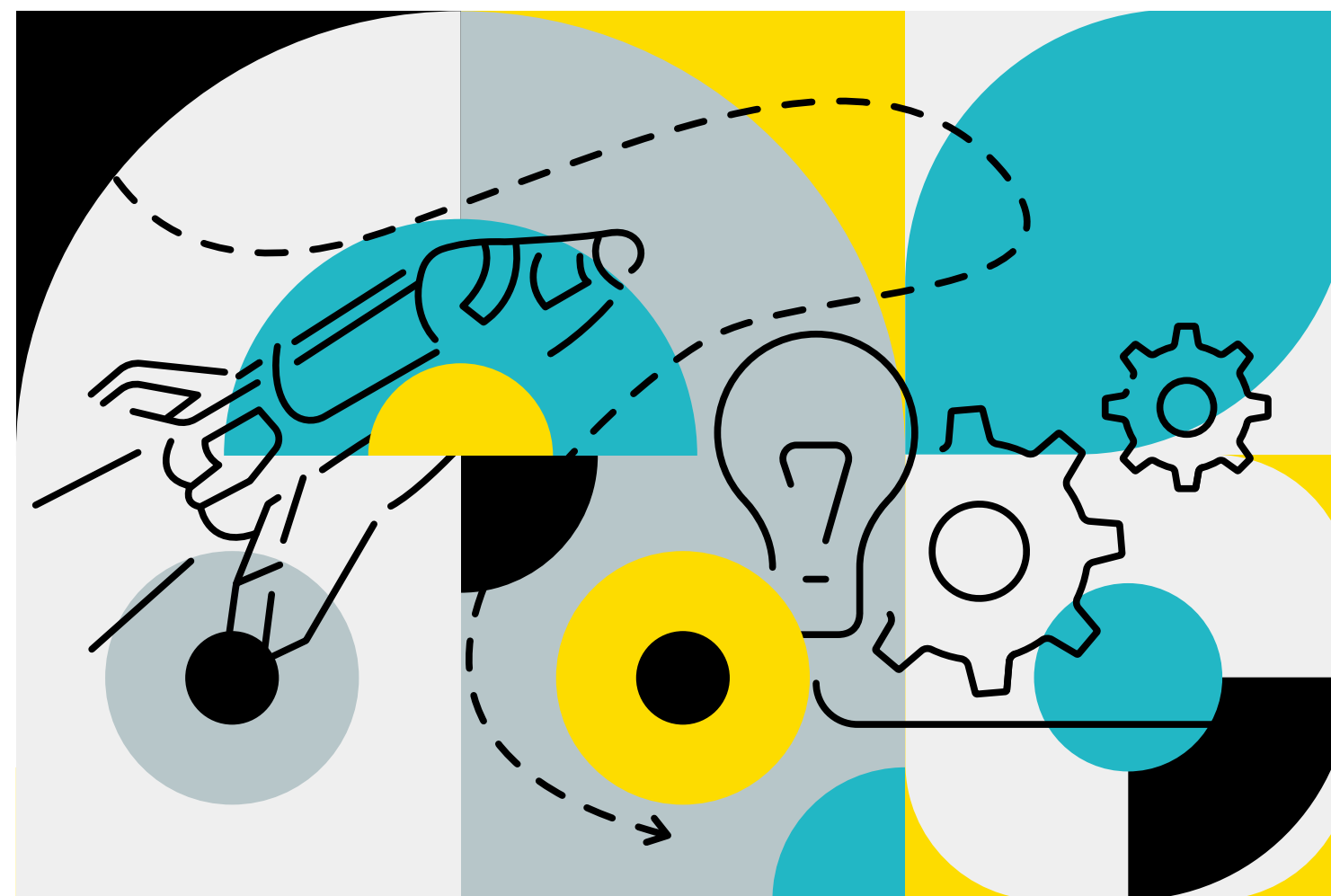
Siedziba główna 3LP S.A. znajduje się pod adresem:
**ul. Kwiatkowskiego 24,
55-011 Siechnice**



3LP S.A. jest operatorem Centrum Logistycznego w Siechnicach (kompleks nie jest własnością Grupy). Dzięki temu obiektowi TIM S.A. szybko i sprawnie dostarcza towar bezpośrednio do klienta lub pod wskazany przez niego adres, a także do oddziałów sprzedaży franczyzowej, które prowadzą własne magazyny. Jest to jedno z największych w Polsce centrów logistycznych, posiada dogodną lokalizację oraz nowoczesne systemy magazynowania i oprogramowanie IT. Obiekt o powierzchni **50 000 m²** jest wyposażony w **72** bramy rozładunkowo-załadunkowe, a także, między innymi, w 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 TIM dysponuje obiektami w Wojkowicach i Krajkowie o łącznej powierzchni **31 000 m²**, które są wykorzystywane na potrzeby obsługi klientów zewnętrznych.



Misja TIM S.A.:

Tworzymy dziś z myślą o jutrze.

Wizja TIM S.A.:

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

Łańcuch wartości



Budowanie oferty

- **334** dostawców – producentów (wzrost o **0,9% r/r**)
- **216 000** produktów, tj. unikalnych indeksów dostępnych w ofercie (wzrost o **28% r/r**)



Magazynowanie

- **81 000 m²** powierzchni magazynowej w Centrum Logistycznym w Siechnicach oraz w obiektach w Wojkowicach i Krajkowie (wzrost o **9% r/r**)



Marketing

- Blisko **3 000 000** osób – łączny zasięg stron TIM S.A. w serwisach społecznościowych Facebook, Twitter i Instagram (wzrost o **84% r/r**)



Sprzedaż i obsługa okołosprzedażowa

- **51 800** liczba klientów biznesowych i indywidualnych TIM S.A., którzy dokonali zakupu co najmniej raz (wzrost o **53% r/r**)
- **651 400** liczba zamówień online złożonych na platformie TIM.pl w 2021 roku (wzrost o **19% r/r**)
- **129 000** liczba sprzedanych unikalnych indeksów w 2021 roku (wzrost o **8% r/r**)

Logistyka

- **5,45 mln** przesyłek wydanych przez 3LP S.A. w 2021 roku (wzrost o **25,5% r/r**)
- Około **1290** pojazdów – transportów FTL palet (pełne auta tzw. TIR), samochodów z paczkami i furgonetek firm kurierskich – jest co miesiąc rozładowywanych lub załadowywanych w magazynach 3LP S.A. (wzrost o **25% r/r**)

Obsługa posprzedażowa

- **99,63%** zamówień zostało spakowanych bezbłędnie (**+0,03 pp. r/r**)
- **69%** reklamacji zostało rozpatrzonych w przeciągu **3** dni roboczych (**-1 pp. r/r**)





Łańcuch wartości Grupy Kapitałowej TIM



Budowanie oferty

334

dostawców-producentów

215 925

produktów (unikalnych indeksów dostępnych w ofercie)

Magazynowanie

81 000 m²

powierzchni magazynowej w Centrum Logistycznym w Siechnicach oraz w obiektach w Wojkowicach i Krajkowie

Marketing

3 000 000

osób – zasięg stron TIM S.A. w serwisach społecznościowych Facebook, Twitter i Instagram

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 okołosprzedażowa

Największy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce

651 400

liczba zamówień online złożonych na platformie TIM.pl w 2021 roku

129 000

liczba sprzedanych unikalnych indeksów w 2021 roku

51 800

liczba klientów biznesowych i indywidualnych TIM S.A., którzy dokonali zakupu co najmniej raz w roku

Logistyka

5,45 mln

przesyłek wydanych przez 3LP S.A. w 2021 roku

Okolo 1290

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

Obsługa posprzedażowa

69%

odsetek reklamacji klientów TIM S.A. rozpatrzonych w ciągu **3 dni** roboczych

Szybkie i wygodne zwroty, wymiana i reklamacje zakupionych towarów

Dedykowana infolinia



Wyniki finansowe

102-7, 102-45, 201-1

Tabela 21. Bezpośrednia wartość ekonomiczna w 2021 roku

	TIM S.A.
A Przychody ogółem [tys. zł]	1252 343
B Koszty operacyjne (z wyłączeniem kosztów osobowych) [tys. zł]	1 252 343
B Wynagrodzenia i świadczenia pracownicze [tys. zł]	50 195
B Płatności na rzecz inwestorów (dywidenda) [tys. zł]	48 838
B Płatności na rzecz państwa (podatki) [tys. zł]	19 984
B Inwestycje społeczne (darowizny i inwestycje na rzecz społeczeństwa) [tys. zł]	600
WARTOŚĆ EKONOMICZNA ZATRZYMANA (A-B) [tys. zł]	33 836

TIM S.A.

Przychody netto spółki za 2021 rok: **1252 343 tys. zł**

Długoterminowe zadłużenie spółki: **5 638 tys. zł**

Kapitał własny spółki: **217 433 tys. zł**

Liczba dostarczanych produktów: **216 000**

3LP S.A.

Przychody netto spółki za 2021 rok: **142 158 tys. zł**

Długoterminowe zadłużenie spółki: **63 364 tys. zł**

Kapitał własny spółki: **58 416 tys. zł**

Podmioty objęte skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym:

TIM S.A. oraz 3LP S.A. Żaden podmiot nie został pominięty.



6.2. Strategia odpowiedzialnego biznesu

Rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu w TIM S.A. oparty jest o zapisy strategii „TIM pro”. Jej realizacja przewidywana była na lata 2019–2021, natomiast okres jej obowiązywania przedłużony został również na rok 2022.



Wizja odpowiedzialnego biznesu TIM S.A.:

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.

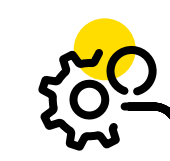
Strategia „TIM pro” zdefiniowała trzy najważniejsze kierunki rozwoju odpowiedzialnego biznesu w TIM S.A.:



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.



Interesariusze

102-40, 102-42, 102-43, 102-44

Relacje z interesariuszami rozwijane są na poziomie poszczególnych spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM – zarówno poprzez bieżące kontakty i relacje biznesowe, jak i za pomocą działań i narzędzi konstruowanych z myślą o dialogu z interesariuszami.

Na potrzeby stworzenia niniejszego raportu przeprowadzone zostało badanie opinii interesariuszy. Badanie to miało na celu zidentyfikowanie tematów związanych z działalnością Grupy TIM, które są dla interesariuszy najbardziej istotne. Wyniki badania zostały opisane w sekcji „O raporcie” na str. 119-121.





Tabela 22. 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 • prezentacje inwestorskie • profile TIM S.A. w serwisach społecznościowych LinkedIn i Twitter • strona www • czaty inwestorskie po publikacji wyników finansowych Spółki i Grupy • nagrania wideo z komentarzami członków zarządu • streaming ogólnodostępnych wideokonferencji prasowych 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 (ankieta online) na potrzeby niniejszego raportu
	Pracownicy • obecni pracownicy i stażyści • potencjalni i przyszli pracownicy oraz stażyści • rodziny pracowników i stażystów	• intranet – informacje i ankiety • komunikacja mailowa, telefon • spotkania (głównie w formule 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 (ankieta online) na potrzeby niniejszego raportu
	Społeczności lokalne i partnerzy społeczni • bezpośredni sąsiedzi firmy • władze lokalne (szczególnie w Siechnicach i Wrocławiu) • fundacje i stowarzyszenia • beneficjenci działań charytatywnych • szpitale • organizacje sportowe	• spotkania online • spotkania networkingowe • e-mail, telefon • strona www • media społecznościowe, kanał na YouTube • dialog z interesariuszami (ankieta online) na potrzeby niniejszego raportu
	Szkoły i uczelnie • szkoły średnie • szkoły zawodowe • uczelnie wyższe • studenci	• spotkania online • targi pracy online • ogłoszenia rekrutacyjne • strona www • media społecznościowe, kanał na YouTube • dialog z interesariuszami (ankieta online) na potrzeby niniejszego raportu
	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

6.3. Ład korporacyjny

Kodeks postępowania firmy

Grupa Kapitałowa TIM prowadzi swoje działania w zgodzie z najwyższymi standardami w relacjach ze współpracownikami, partnerami, klientami, beneficjentami i szeroko pojętym otoczeniem firmy. Zarówno TIM S.A., jak i 3LP S.A. w swojej działalności zapewniają zgodność z obowiązującymi przepisami prawa, standardami i dobrymi praktykami obowiązującymi na rynkach działania spółek, w tym również standardami obowiązującymi spółki publiczne oraz wewnętrznymi regulacjami, w szczególności regulaminami, zarządzeniami, procedurami i wartościami.

Kodeks etyki

102-16



W Grupie Kapitałowej TIM obowiązuje Kodeks Etyki, wdrożony w grudniu 2020 roku, obowiązujący wszystkich pracowników i współpracowników Grupy.

Zasady opisane w Kodeksie muszą być znane każdemu pracownikowi spółki wchodzącej w skład Grupy Kapitałowej TIM. Ich nieprzestrzeganie jest działaniem sprzecznym z podstawami funkcjonowania i interesami organizacji.

Trzy filary standardów etycznych Grupy:



Dbłość o relacje wewnętrzne (równe traktowanie, prawa człowieka, różnorodność, przeciwdziałanie mobbingowi, relacje pracodawca-pracownik oraz praca zespołowa)



Dbłość o firmę (jakość towarów i usług, zgodność działań z prawem krajowym, międzynarodowym, wymaganiami partnerów biznesowych, regulacjami branżowymi, standardami i dobrymi praktykami, kwestie konfliktu interesu, bezpieczeństwa informacji, przeciwdziałania korupcji oraz gospodarowania majątkiem firmy)



Dbłość o relacje z otoczeniem (relacje z akcjonariuszami, inwestorami, partnerami zewnętrznymi oraz aspekty CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu)



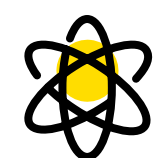
Rozwój

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



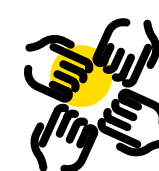
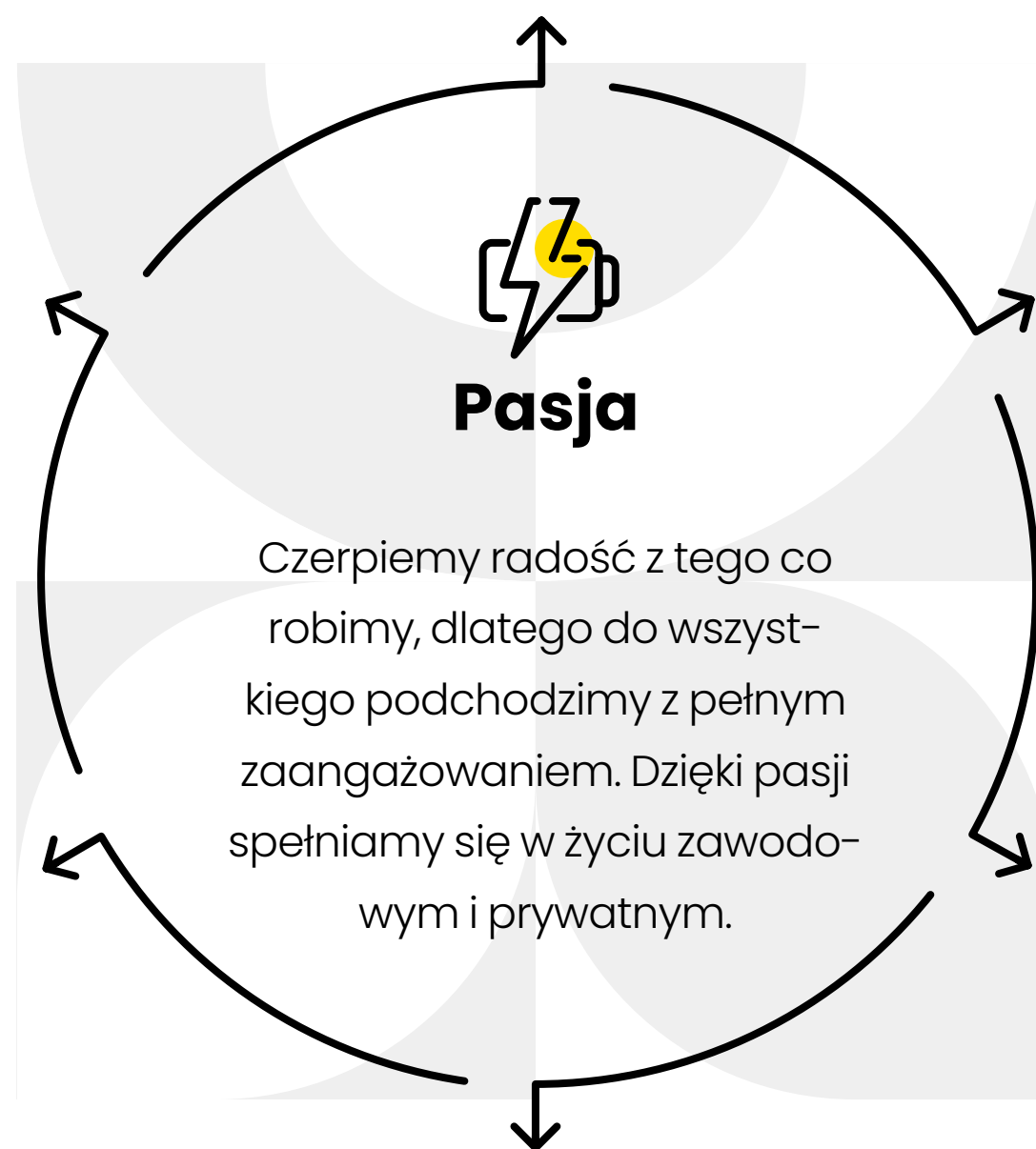
Zaufanie

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.



Odpowiedzialność

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



Uczciwość

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

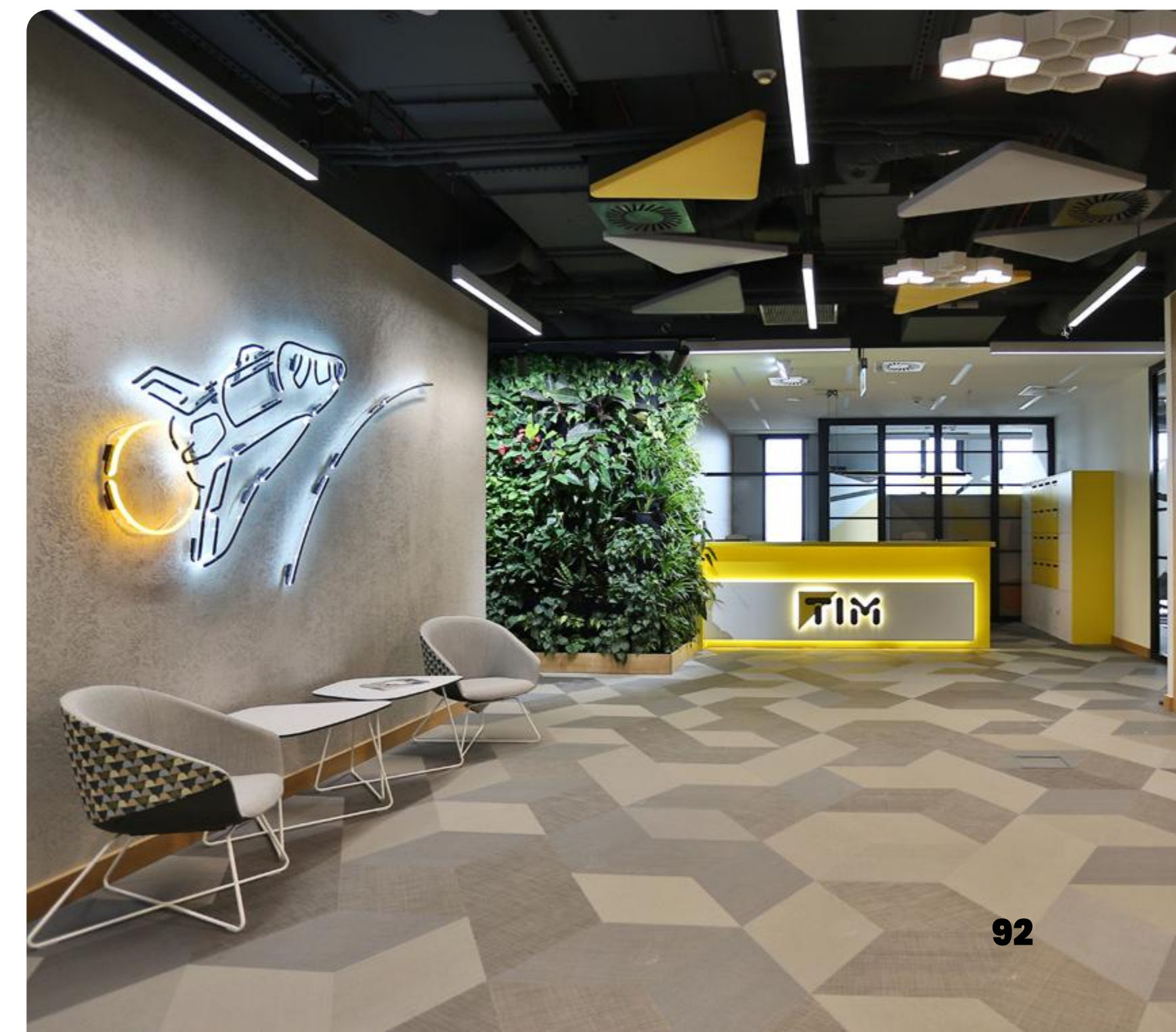


Szacunek

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.

Poza Kodeksem Etyki, dokumentami regulującymi obszar etyczny w Grupie TIM są:

- Regulamin Pracy (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Regulamin wynagradzania (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Procedura zgłaszania naruszeń (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Procedura identyfikacji transakcji z podmiotami powiązanymi (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Procedura weryfikacji transakcji z podmiotami powiązanymi (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Polityka antykorupcyjna i prezentowa (3LP S.A.)



Działanie zgodnie z prawem, standardami i dobrymi praktykami

102-11, 103-1, 103-2, 103-3, 419-1

We wszystkich spółkach wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM dbamy o zgodność procesów z obowiązującymi regulacjami i przepisami prawa. Stale aktualizujemy naszą wiedzę z zakresu wymagań prawnych odnoszących się do naszej działalności. We wszystkich działaniach stosujemy zasadę ostrożności. Zapewniamy transparentność procesów, transakcji i inwestycji, szczególnie poprzez rzetelność prowadzonej dokumentacji i zdefiniowany przepływ informacji.

TIM S.A. jest podmiotem publicznym, którego akcje notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., i podlega zbiorowi zasad ładu korporacyjnego określonego w załączniku do Uchwały nr 13/1834/2021 Rady Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 29 marca 2021 roku „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021”. Zbiór ten jest publicznie dostępny na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Spółka TIM S.A. dobrowolnie przyjęła Kodeks etyki e-commerce Izby Gospodarki Elektronicznej.



W 2021 r. w żadnej ze spółek wchodzących w skład GK TIM nie został stwierdzony, ani nie został zgłoszony przypadek braku zgodności z prawem bądź regulacjami w obszarze społecznym lub gospodarczym. Nie zostało również zgłoszone podejrzenie ww. naruszeń.

Przeciwdziałanie korupcji i zgłaszanie naruszeń

103-1, 103-2, 103-3, 205-3

Od początku działalności w Grupie TIM stosowana jest zasada braku tolerancji wobec wszelkich przejawów korupcji i nieetycznych postaw w prowadzeniu działalności biznesowej. Ma to swój wydzźwięk między innymi w Regulaminach Pracy, jak również w zapisach Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej TIM. Nie są tolerowane jakiegokolwiek formy korupcyjnego zachowania w działaniach pracowników, jak również w działaniach biznesowych, a przeciwdziałanie zagrożeniom natury korupcyjnej jest jednym z najistotniejszych elementów bezpieczeństwa firmy. W 2021 roku w żadnej ze spółek Grupy Kapitałowej TIM nie został stwierdzony, ani nie został zgłoszony przypadek korupcji, jak również podejrzenia działań korupcyjnych.

W ramach zarządzania etyką w Grupie TIM zostały jasno ustalone kanały kontaktu w przypadku pytań bądź zgłaszania naruszeń. W TIM S.A. reguluje je 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). 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 dyskrecja. Do czasu potwierdzenia zarzutów ochronie podlega także tożsamość osoby, której dotyczy zgłoszenie.

Relacje zewnętrzne

Klienci

103-1, 103-2, 103-3, 417-3, 418-1

Grupa TIM buduje relacje z klientami w oparciu o wzajemne zaufanie i dążenie do obustronnych korzyści. Posiadamy wystandaryzowane procesy sprzedaży i obsługi klienta, które obejmują m.in. spisane i dostępne regulaminy sklepów, ogólne warunki sprzedaży, zasady reklamacji. Dodatkowo ustalona jest polityka postępowania z klientem (nie jest ona spisana w formie dokumentu).

Priorytetowymi wartościami w kontekście relacji z klientami są dla nas: jakość współpracy i komunikacja na etapie sprzedaży oraz obsługi posprzedażowej, dbanie o dostępność szerokiego wachlarza produktów i usług, doskonalenie oferty i obsługi, a także szybkość i terminowość realizowanych dostaw.

Klienci TIM S.A. dzielą się na konsumentów (B2C) oraz klientów biznesowych (B2B). Dzielimy ich również na:



lojalnych, czyli takich, którzy w ostatnich **12** miesiącach dokonali zakupów w co najmniej sześciu z nich;



kluczowych, realizujących sprzedaż wyższą niż **1500 zł** miesięcznie w ciągu ostatnich **12** miesięcy.

Prywatność klientów i poszanowanie ich praw w tym zakresie oraz zapewnienie wysokiego poziomu ochrony ich danych osobowych stanowi jeden z istotnych czynników budowania zaufania wśród naszych klientów. Grupa TIM prowadzi świadomą, zgodną z prawem, transparentną i efektywną politykę w tym obszarze. Wdrożyliśmy m.in. Politykę Bezpieczeństwa Danych Osobowych oraz Instrukcję Zarządzania Systemami Informatycznymi, obejmującą zasady przetwarzania danych osobowych przez TIM S.A., a także wewnętrzne procedury dotyczące realizacji praw podmiotów danych oraz postępowania m.in. w przypadku podejrzenia wystąpienia incydentów w tym obszarze. W 2021 r. GK TIM nie zidentyfikowała żadnych uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klienta.

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), komunikację wideo (YouTube), mailingi, obecność na branżowych targach i konferencjach, wypowiedzi eksperckie dla prasy i branżowych portali, spotkania szkoleniowe dla klientów. Tworzymy także контент ekspercki i poradnikowy na TIM.pl oraz na autorskiej platformie społecznościowej „[Łączy nas napięcie](#)” (społeczność ludzi, których interesuje elektryka, elektrotechnika) połączonej z ekspercką grupą dyskusyjną „[Łączy nas napięcie](#)” w serwisie Facebook. Z kolei na stronie [szkolenia.tim.pl](#) można znaleźć informacje o najbardziej wartościowych szkoleniach w branży elektrotechnicznej (stacjonarnych, online i webinarach) oraz filmy szkoleniowe.

Portal „[Łączy nas napięcie](#)” otrzymał w 2021 r. główną nagrodę w konkursie Power of Content Marketing Awards 2021 w kategorii „Branża budowlana/Home&Garden”. Celem konkursu jest promowanie najlepszych polskich projektów z zakresu marketingu treści (ang. content marketing). Nagroda została przyznana „za doskonałe zaangażowanie trudnej grupy docelowej i wyjście naprzeciw jej potrzebom”.

Zgodnie ze Strategią „TIM pro”, Grupa wdraża proekologiczne rozwiązania w ramach relacji z klientami. **Ponad 98%** klientów TIM S.A. korzysta z e-faktur. W 2021 roku stanowiły one **98,5%** wszystkich faktur wystawionych przez TIM S.A. Z działań komunikujących działania promocyjne i oferty specjalne całkowicie wyeliminowano nośnik papierowy (gazetki czy ulotki).



Ponadto w 2021 roku Spółka zrezygnowała z automatycznego dołączania papierowych dokumentów WZ (wydanie na zewnątrz) do każdej przesyłki realizowanej z magazynu centralnego 3LP. Obecnie opcja ta jest dostępna wyłącznie na życzenie klienta. Według wyliczeń Spółki zmiana ta przyczynia się do oszczędzenia **ok. 250** drzew rocznie.

W 2021 r. w GK TIM nie zostały odnotowane przypadki niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej.

Dostawcy

102-9, 102-10

Grupa Kapitałowa TIM posiada transparentną politykę zakupową. Przy wyborze dostawców spółki wchodzące w skład Grupy kierują się nie tylko ceną, jakością i terminowością, ale również prowadzeniem działalności zgodnie z zasadami etyki biznesowej.

Grupa Kapitałowa TIM planuje zwiększyć swoje zaangażowanie w weryfikowanie dostawców w celu zapewnienia zrównoważonego łańcucha dostaw. Grupa zamierza oceniać dostawców na podstawie kryteriów środowiskowych, jak również społecznych.

Tabela 23. Liczba dostawców i unikalnych indeksów

	2020	2021
Liczba dostawców	331	334
Liczba unikalnych indeksów dostępnych w ofercie magazynowej (towary z określoną dostępnością i czasem realizacji)	122 382	117 104

Akcjonariusze i inwestorzy

Grupa Kapitałowa TIM dba o dobre relacje z akcjonariuszami i inwestorami. TIM S.A., jako spółka publiczna, rozwija dodatkowe formy dialogu z uczestnikami rynku kapitałowego, regularnie organizuje konferencje prasowe oraz prowadzi otwartą politykę informacyjną.

TIM S.A. jest obecna na Giełdzie Papierów Wartościowych już od **24 lat** i czuje się zobligowana do dzielenia się wiedzą oraz brania udziału w procesie edukowania inwestorów – zarówno początkujących, jak i zaawansowanych. Od 2011 r. publikujemy w serwisie korporacyjnym (do 2016 r. – w odrębnym serwisie relacji inwestorskich) edukacyjno-poradnikowo-analityczny cykl „Cały ten rynek”. Artykuły, ukazujące się **2** razy w miesiącu, nie mają charakteru autopromocyjnego. Zależy nam na edukacji inwestorów (w tym naszych akcjonariuszy), by podejmowali decyzje inwestycyjne świadomie, dysponując niezbędną wiedzą.

Członkostwo w stowarzyszeniach

102-12, 102-13

- Zachodnia Izba Gospodarcza – Pracodawcy i Przedsiębiorcy: Prezes Zarządu TIM S.A., Krzysztof Folta, jest wiceprzewodniczącym Rady ZIG
- Izba Gospodarki Elektronicznej (e-Commerce Polska): przedstawiciele TIM-u są członkami grup merytorycznych „E-commerce B2B” oraz „Odpowiedzialny e-commerce”
- SHE Związek Dystrybucji Elektrotechniki (TIM jest jednym z założycieli organizacji)
- Konińska Izba Gospodarcza (członkostwo szeregowe)
- Business Centre Club (Iloża małopolska i częstochowska)



Zarządzanie ryzykiem

102-15

W Grupie Kapitałowej TIM jest wdrożona Procedura zarządzania ryzykiem. Zgodnie z nią wszelkie ryzyka są na bieżąco identyfikowane, monitorowane i oceniane. Wprowadzane są również odpowiednie działania zapobiegające i mitygujące. Za cały proces zarządzania ryzykiem odpowiada Risk Manager.

Grupa TIM nie przeprowadziła oddzielnego procesu analizy ryzyk niefinansowych, natomiast dokonano analizy oddziaływania zidentyfikowanych ryzyk biznesowych na poszczególne obszary zrównoważonego rozwoju.

Tabela 24. Ryzyka biznesowe

Obszary zrównoważonego rozwoju					
Ryzyka biznesowe	Pracowniczy	Społeczny	Środowiskowy	Prawa człowieka	Antykorupcyjny
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 analizujemy wskaźnik klientów lojalnych i stawiamy na rozwój nowoczesnego handlu, w którym kluczową rolę odgrywa jakość obsługi klienta oraz dostarczanie wysokiej jakości towarów.



Ryzyko utraty kluczowych pracowników oraz problemów z pozyskaniem nowych specjalistów 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 stosują dodatkowe procedury i narzędzia zabezpieczające.

Ryzyko prawne

Aspekty niefinansowe szczególnie istotne w kontekście ryzyka prawnego to prawa pracownicze, regulacje środowiskowe oraz wątki antykorupcyjne. Jedną z metod zarządzania tym ryzykiem jest sukcesywne wdrażanie polityk i procedur w ww. obszarach. W Grupie funkcjonuje m.in. Kodeks Etyki. 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.



6.4. Odpowiedzialność wobec środowiska

102-11, 103-1, 103-2, 103-3, 307-1

Podstawą naszych 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.



Priorytetowe obszary Polityki 3LP S.A. w zakresie zrównoważonego rozwoju w latach 2021–2024:

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

Polityka określa dodatkowo najważniejsze cele i działania na lata 2022–2023. Wśród nich znajdują się:



Podpisanie w przeciągu **2–3 lat** umowy cPPA na dostawę energii elektrycznej z farmy PV lub nabycie udziałów w farmie PV, co będzie skutkowało korzystaniem w **100%** z energii elektrycznej z OZE.



Rozszerzenie środków ochrony pracy o tzw. egzoszkielety dla pracowników magazynowych, ułatwiające pracę z towarami ciężkimi.



Sukcesywne zastępowanie floty wózków widłowych typu diesel wózkami z napędem gazowym.



Prowadzenie kampanii edukacyjnych w szkołach z zakresu ochrony środowiska za pośrednictwem organizacji odzysku. Ścisła współpraca z organizacją odzysku w zakresie zmniejszenia oddziaływania na środowisko naturalne.



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.).

Działalność TIM S.A. w relatywnie niewielkim stopniu wpływa na środowisko. Centrala spółki 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 2021 r. nie zostały nałożone na Grupę TIM kary ani sankcje pozafinansowe powiązane z niezgodnościami z przepisami lub regulacjami dotyczącymi ochrony środowiska.

Materiały

103-1, 103-2, 103-3, 301-1

Centrum Logistyczne w Siechnicach k. Wrocławia, którego operatorem jest spółka 3LP z Grupy TIM, opuszcza **20 tysięcy** paczek dziennie. Już w 2015 roku firma zrezygnowała ze stosowania wypełniacza foliowego do zabezpieczania paczek na rzecz ekopapieru z recyklingu. W 2017 roku zostały również całkowicie wyeliminowane profile piankowe z tworzywa sztucznego, na rzecz dedykowanych profili z papieru pochodzącego w **100%** z recyklingu.

Metody pakowania są wciąż udoskonalane – w 2021 roku została uruchomiona linia do pakowania, która docina karton do wielkości zamówienia, co pozwala na całkowite wyeliminowanie jakiegokolwiek wypełniacza. Chodzi tak samo o małe, jak i wielkogabarytowe towary do wysyłki. Kolejne modyfikacje obejmują nadruk etykiet oraz automatycznie składane dno, które nie wymaga klejenia czy taśmy klejącej.

Jednorazowe palety drewniane to rozwiązanie niesprzyjające zrównoważonemu rozwojowi, a także kosztowne z uwagi na rosnące z roku na rok podatki od wdrożenia opakowań do obiegu pierwotnego. Dlatego 3LP S.A., przy współpracy z dostawcą automatyki, zastosowało rozwiązanie pozwalające na załadunek kartonów bezpośrednio do samochodu kurierskiego, przy ograniczonym użyciu dodatkowego nośnika (palet używa się w niezbędnym minimum). Tak skonstruowany system załadunkowy paczek pozwala na redukcję zużycia palet o **ponad 6 tys.** sztuk na miesiąc.

Powyższe rozwiązania zostały docenione na rynku i znalazły się w poradniku „Zrównoważony e-commerce”, wydanym przez Izbę Gospodarki Elektronicznej.

Tabela 25. Zużycie materiałów w 3LP S.A.

Zużycie materiałów nieodnawialnych	2021
Surowce	
Drewno [Mg]	1 158,07
Metal [Mg]	0,14
Materiały użyte do produkcji opakowań	
Papier i karton [Mg]	816,38
Tworzywa sztuczne [Mg]	120,02
SUMA [Mg]	2 094,61





Odpady

103-1, 103-2, 103-3, 306-1

Dzięki optymalizacji gospodarowania odpadami i użyciu materiałów z recyklingu do pakowania przesyłek, w spółce 3LP miesięcznie segregujemy oraz odsprzedajemy ponad **80 ton** papieru i folii pochodzących z dostaw.

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.

Energia

103-1, 103-2, 103-3, 302-1

Tabela 26. Zużycie energii przez spółki Grupy Kapitałowej TIM

Zużycie energii	GK TIM		TIM S.A.		3LP S.A.	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Gaz z ropy naftowej [GJ]	b.d.	633	0	0	b.d.	633
Gaz ziemny i koksowniczy [GJ]	5 320	5 509	0	0	5 320	5 509
Paliwa ciekłe [GJ]	4 469	6 848	3 716	4 532	753*	2 316
Energia elektryczna [GJ]	11 858	14 593	928	579	10 930	14 014
Energia cieplna [GJ]	8 813	11 895	70	74	8 743	11 821
SUMA [GJ]	30 460	39 478	4 714	5 185	25 746	34 293

* Dane nie obejmują zużycia oleju napędowego w wózkach widłowych pracujących na terenie obiektów 3LP S.A.



Emisje gazów cieplarnianych, działania zapobiegające zmianom klimatycznym

201-2

Działania mające na celu zmniejszenie emisji CO₂:



System załadunku kartonów bezpośrednio do samochodów kurierskich bez użycia palet – pozwolił na zwiększenie o **30%** wypełnienia samochodów kurierskich paczkami, tym samym powodując redukcję emisji CO₂ z transportów kurierskich.



Zmniejszenie ilości zużywanej energii w Centrali TIM S.A. – zaprogramowany został harmonogram wyłączania zasilania na całym piętrze od godziny 21 do 5 rano.



Wymiana floty samochodowej TIM S.A. z pojazdów benzynowych na pojazdy hybrydowe – proces ten rozpocznie się w lipcu 2022 roku. Wymienionych zostanie pierwsze **30** pojazdów, których kontrakty kończą się w roku 2022.



TIM S.A. stale poszerza ofertę produktów z zakresu OZE. Nasi klienci mogą skorzystać z kompleksowej oferty fotowoltaiki, a także pomp ciepła.

W przypadku fotowoltaiki stworzyliśmy odrębny dział na naszej platformie internetowej ([TUTAJ](#) →), zawierający materiały poradnikowe umożliwiające właściwy dobór oraz konfigurację produktów. W 2021 r. powstał również zespół ds. sprzedaży rozwiązań energooszczędnych, którego zadaniem jest wsparcie biur handlowych i ich klientów w szeroko rozumianym obszarze efektywności energetycznej. Dotyczy to w szczególności energooszczędnych rozwiązań oświetleniowych, systemów fotowoltaicznych, energooszczędnych systemów ogrzewania i przygotowywania ciepłej wody użytkowej. Nasi specjaliści pomagają w ocenie możliwości poprawy efektywności energetycznej, doborze rozwiązań a także odpowiednich produktów. Biorą też udział

w pracach związanych z rozbudową oferty TIM S.A. w zakresie produktów zwiększających efektywność energetyczną. Naszym zadaniem jest także przygotowanie materiałów informacyjnych i poszerzających w powyższym zakresie wiedzę klientów.

W 2021 r. wartość sprzedaży materiałów związanych z rynkiem fotowoltaicznym wzrosła w porównaniu z rokiem 2020 o **235%** i stanowiła **6,34%** całkowitej sprzedaży.

W 2021 roku GK TIM nie prowadziła procesu pozwalającego na obliczenie emisji gazów cieplarnianych. Kolejny nasz raport – obejmujący rok 2022 – będzie zawierał kompletne dane ukazujące nasze emisje w zakresie 1 i 2.

Taksonomia

Taksonomia to europejska klasyfikacja działalności zrównoważonych środowiskowo. 18 czerwca 2020 r. uchwalono Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady 2020/852/UE w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, zaś 21 kwietnia 2021 r. – opartą na nim Taksonomię. Definiuje ona, jakie działalności gospodarcze, w przypadku spełnienia dodatkowych kryteriów (m.in. technicznych i społecznych), można uznać za przyjazne dla środowiska. Każde przedsiębiorstwo, które na mocy dyrektywy 2014/95/UE (NFRD) podlega obowiązkowi publikowania informacji niefinansowych, musi informować także o tym, w jaki sposób i w jakim stopniu prowadzona przez nie działalność jest związana z działalnościami gospodarczymi, które kwalifikują się jako zrównoważone środowiskowo.



Dokonano również analizy:

- udziału procentowego obrotu pochodzącego z produktów i usług związanych z tymi działalnościami w całkowitym obrocie Grupy TIM,
- udziału procentowego nakładów inwestycyjnych oraz wydatków operacyjnych Grupy TIM, odpowiadających aktywom lub procesom związanym ze wspomnianymi działalnościami.

W efekcie ustalono, że w 2021 r.:

- **0,57%** całkowitego obrotu TIM S.A. i **22,3%** całkowitego obrotu 3LP S.A. pochodziło z działalności kwalifikujących się do unijnej klasyfikacji zrównoważonych działalności gospodarczych,
- **0%** nakładów inwestycyjnych TIM S.A. i 0% nakładów inwestycyjnych 3LP S.A. oraz **2,59%** kosztów operacyjnych TIM S.A. i **24,33%** kosztów operacyjnych 3LP S.A. można zaliczyć jako związane z takimi działalnościami.

Dane dla TIM S.A.

Obrót całkowity	1 252 343 tys. zł		
Działalność kwalifikująca się do Taksonomii	Kod NACE	Wartość obrotu	% obrotu
1. Transport drogowy towarów	49.41	7 199 tys. zł	0,57
Obrót z działalności kwalifikującej się do Taksonomii		7 199 tys. zł	0,57
Obrót z działalności niekwalifikującej się do Taksonomii		1 245 144 tys. zł	99,43

Licznik wskaźnika (Obrót z działalności kwalifikującej się do Taksonomii) wynika z wartości przychodów z tytułu świadczenia usług transportowych ujętych w całkowitych przychodach Spółki. Przychód ten powstaje w związku z obciążeniami klientów Spółki, którzy realizują wartości zakupów poniżej ustalonych wewnętrznie minimów logistycznych. Mianownik wskaźnika to kwota całkowitych rocznych przychodów Spółki ujęta w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Nakłady inwestycyjne (CapEx)	1 595 tys. zł	
	Wartość	% nakładów inwestycyjnych
Nakłady inwestycyjne (CapEx) na działalność kwalifikującą się do Taksonomii	0 zł	0
Nakłady inwestycyjne (CapEx) na działalność niekwalifikującą się do Taksonomii	b.d.	100

Nakłady inwestycyjne to kwota poniesionych całkowitych nakładów na środki trwałe, wartości niematerialne i prawne oraz środki trwałe w budowie poniesione w roku obrachunkowym.



Wydatki operacyjne (OpEx)	1 149 017 tys. zł		
Wydatki operacyjne (OpEx) kwalifikujące się do Taksonomii	Kod NACE	Wartość	% wydatków operacyjnych
1. Transport drogowy towarów	49.41	27 641 tys. zł	2,41
2. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	63.11	2 071 tys. zł	0,18
Wydatki operacyjne (OpEx) na działalność kwalifikującą się do Taksonomii		29 712 tys. zł	2,59
Wydatki operacyjne (OpEx) na działalność niekwalifikującą się do Taksonomii		1 119 305 tys. zł	97,41

Licznik wskaźnika (Wydatki operacyjne na działalność kwalifikującą się do Taksonomii) wynika z kwoty poniesionych całkowitych wydatków operacyjnych dla danego typu działalności. Mianownik wskaźnika wynika z kwoty poniesionych całkowitych wydatków operacyjnych ujętych w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Dane dla 3LP S.A.

Obrót całkowity	142 158 tys. zł		
Działalność kwalifikująca się do Taksonomii	Kod NACE	Wartość obrotu	% obrotu
1. Transport drogowy towarów	49.41	30 798 tys. zł	21,66
2. Wynajem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi	68.20	907	0,64
Obrót z działalności kwalifikującej się do Taksonomii		31 705 tys. zł	22,30
Obrót z działalności niekwalifikującej się do Taksonomii		110 453 tys. zł	77,70

Licznik wskaźnika (Obrót z działalności kwalifikującej się do Taksonomii) wynika z wartości przychodów dla danego typu działalności ujętych w całkowitych przychodach Spółki. Przychód ten powstaje w związku z obciążeniami klientów Spółki, dla których Spółka świadczy usługi transportowe oraz w związku z wynajmem nieruchomości dzierżawionych. Mianownik wskaźnika to kwota całkowitych rocznych przychodów Spółki ujęta w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.



Nakłady inwestycyjne (CapEx)	14 531 tys. zł	
	Wartość	% nakładów inwestycyjnych
Nakłady inwestycyjne (CapEx) na działalność kwalifikującą się do Taksonomii	0 zł	0
Nakłady inwestycyjne (CapEx) na działalność niekwalifikującą się do Taksonomii	14 531 tys. zł	100

Nakłady inwestycyjne to kwota poniesionych całkowitych nakładów na środki trwałe, wartości niematerialne i prawne oraz środki trwałe w budowie poniesione w roku obrotowym.

Wydatki operacyjne (OpEx)	126 137 tys. zł		
Wydatki operacyjne (OpEx) kwalifikujące się do Taksonomii	Kod NACE	Wartość	% wydatków operacyjnych
1. Transport drogowy towarów	49.41	30 132 tys. zł	23,89
2. Wynajem i zarządzanie nieruchomościami własnymi lub dzierżawionymi	68.20	560 tys. zł	0,144
Wydatki operacyjne (OpEx) na działalność kwalifikującą się do Taksonomii		30 692 tys. zł	24,33
Wydatki operacyjne (OpEx) na działalność niekwalifikującą się do Taksonomii		95 445 tys. zł	75,67

Licznik wskaźnika (Wydatki operacyjne na działalność kwalifikującą się do Taksonomii) wynika z kwoty poniesionych całkowitych wydatków operacyjnych dla danego typu działalności. Mianownik wskaźnika wynika z kwoty poniesionych całkowitych wydatków operacyjnych ujętych w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Zgodnie z wymogami regulacji, w kolejnych rocznych sprawozdaniach niefinansowych zostaną ujęte dalsze ujawnienia związane ze zrównoważonymi działalnościami gospodarczymi.



6.5. Odpowiedzialność wobec pracowników

102-8, 102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 401-2

Budowa kapitału ludzkiego to podstawa efektywnej realizacji strategii oraz wdrażania przez Grupę Kapitałową TIM zasad odpowiedzialnego biznesu.

Najważniejsze dokumenty regulujące tematykę zarządzania obszarem pracowniczym w Grupie TIM to:

- Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej TIM
- Strategia HR na lata 2019–2021
- Regulamin Pracy (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Regulamin Wynagradzania (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- regulaminy przyznawania rocznych nagród specjalnych
- procedury rekrutacji, zatrudniania i adaptacji
- sformalizowana procedura zgłaszania naruszeń
- Procedura przeciwdziałania dyskryminacji i nierównemu traktowaniu w miejscu pracy oraz Polityka w sprawie przeciwdziałania pracy dzieci i wspierania pracowników młodocianych (3LP S.A.)
- dokumenty regulujące programy stażowe
- Polityka Wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A. i 3LP S.A.

Wszyscy nasi pracownicy mają dostęp do świadczeń dodatkowych. Są to:

- Szkolenia i dofinansowanie nauki (kursy językowe, szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne dla pracowników, akademie lidera dla kadry menadżerskiej, studia podyplomowe, studia MBA, w 3LP S.A. – bezpłatne kursy na wózki widłowe oraz w zakresie pierwszej pomocy)
- Karta MultiSport
- System MyBenefit (kafeteryjny system świadczeń motywacyjnych na platformie MyBenefit)
- Prywatna opieka medyczna
- Ubezpieczenia na życie
- System Świadczeń Motywacyjnych dla Zarządu, świadczenia benefitowe dla Rady Menadżerów oraz dyrektorów Biur Handlowych (w TIM S.A.)
- Program Jubileuszowy – po każdym okresie **5** lat pracy w firmie pracownicy otrzymują z okazji jubileuszu vouchery do realizacji w serwisie Wyjątkowy Prezent o wartości równej iloczynowi stażu i kwoty **100 zł**. Prezenty jubileuszowe otrzymuje się co **5 lat**, a więc w 5., 10., 15. itd. roku pracy.

Całkowita liczba pracowników Grupy Kapitałowej TIM wynosi **590** osób (wzrost o **11% r/r**), w tym **179** kobiet (wzrost o **15% r/r**) i **411** mężczyzn (wzrost o **10% r/r**).





Tabela 27. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na rodzaj zatrudnienia

Rodzaj umowy o pracę	GK TIM						TIM S.A.						3LP S.A.					
	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma
	2020*			2021			2020*			2021			2020*			2021		
czas określony	50	78	128	60	93	153	11	12	23	10	15	25	39	66	105	50	78	128
czas nieokreślony	104	296	400	119	318	437	64	183	247	71	194	265	40	113	153	48	124	172
SUMA	154	374	528	179	411	590	75	195	270	81	209	290	79	179	258	98	202	300

*Dane w Raporcie zintegrowanym Grupy Kapitałowej TIM za 2020 rok zawierały błąd polegający na nieuwzględnieniu w tabeli liczby kobiet pracujących na czas określony. Powyższa tabela zawiera skorygowane i poprawne dane.

Tabela 28. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na wymiar godzin

Rodzaj etatu	GK TIM						TIM S.A.						3LP S.A.					
	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma	K	M	suma
	2020			2021			2020			2021			2020			2021		
pełen etat	150	370	520	175	408	583	71	193	264	78	206	284	79	177	256	97	202	299
część etatu	6	4	10	4	3	7	4	2	6	3	3	6	2	2	4	1	0	1
SUMA	156	374	530	179	411	590	75	195	270	81	209	290	81	179	260	98	202	300



W ramach samozatrudnienia z organizacją TIM S.A. współpracuje **15 osób**, co stanowi **4,65%** stanu zatrudnienia. **50%** składu osobowego Działu Rozwoju i Technologii stanowią osoby prowadzące działalność gospodarczą. Są to specjaliści e-commerce.

Proces rekrutacyjny w TIM S.A. opiera się na formalnej Procedurze Rekrutacji i składa się z czterech etapów:



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 29. Liczba i wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników w Grupie Kapitałowej TIM

Całkowita liczba nowych pracowników w 2021 r.	GK TIM			TIM S.A.			3LP S.A.		
	kobiety	mężczyźni	suma	kobiety	mężczyźni	suma	kobiety	mężczyźni	suma
poniżej 30 lat	19	32	51	6	10	16	13	22	35
od 30 do 50 lat	18	25	43	6	9	15	12	16	28
powyżej 50 lat	4	0	4	0	0	0	4	0	4
SUMA	41	57	98	12	19	31	29	38	67
Wskaźnik zatrudnienia	22,9%	13,9%	16,6%	14,8%	9,1%	10,7%	29,6%	18,8%	22,3%

Tabela 30. Liczba i wskaźnik rotacji pracowników w Grupie Kapitałowej TIM

Całkowita liczba odejść pracowników w 2021 r.	GK TIM			TIM S.A.			3LP S.A.		
	kobiety	mężczyźni	suma	kobiety	mężczyźni	suma	kobiety	mężczyźni	suma
poniżej 30 lat	6	8	14	1	4	5	5	4	9
od 30 do 50 lat	8	14	22	3	6	9	5	8	13
powyżej 50 lat	2	0	2	2	0	2	0	0	0
SUMA	16	22	38	6	10	16	10	12	22
Wskaźnik rotacji	8,9%	5,4%	6,4%	7,4%	4,8%	5,5%	10,2%	5,9%	7,3%

Bezpieczeństwo i higiena pracy

103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9

W Grupie Kapitałowej TIM nie wdrożono systemu zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy, natomiast obowiązują procedury dotyczące BHP. Praca w TIM S.A. ma przede wszystkim charakter biurowy, co oznacza, że ryzyka związane z wystąpieniem wypadków przy pracy są relatywnie niskie. Pracownicy wykonują swoje zadania przy komputerach, dlatego w spółce wdrożono zarządzenie Praca z monitorami ekranowymi, opisujące dobre praktyki związane z tym rodzajem pracy. W spółce działa Komisja BHP z udziałem trzech przedstawicieli pracowników wybieranych w wyborach powszechnych.

Odmienna specyfika pracy w 3LP S.A. powoduje koncentrację na dbałości o najwyższe standardy bezpieczeństwa i higieny pracy. Pracownicy mają nieograniczony dostęp do środków ochrony osobistej. W spółce obowiązuje spójna polityka zapobiegania wypadkom przy pracy poprzez dobór i kontrolę właściwych środków ochrony indywidualnej, bieżący monitoring ryzyka oraz szkolenie pracowników. Funkcjonuje również szereg zarządzeń prezesa zarządu, regulujących kwestie bezpieczeństwa oraz działania firm zewnętrznych na terenie 3LP S.A. W spółce jest także dwóch przedstawicieli pracowników, wybieranych w wyborach powszechnych, którzy mają możliwość zgłaszania na bieżąco uwag w zakresie BHP. Ocena ryzyka zawodowego dokonywana jest w 3LP S.A. przez komisję w składzie: specjalista ds. BHP ze spółki, specjalista BHP spoza zakładu pracy, kierownik komórki organizacyjnej, której dotyczy ocena ryzyka.

Spółki z Grupy Kapitałowej TIM realizują przewidziane przepisami prawa szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy.

Wraz z wybuchem pandemii COVID-19, została wdrożona procedura minimalizacji ryzyka zarażenia koronawirusem SARS-CoV-2 pracowników TIM S.A., utrzymana również w 2021 r. Budowana była świadomość pracowników w zakresie dbania o higienę oraz samokontrolę stanu zdrowia. Określono zasady korzystania z pomieszczeń wspólnych, kontaktów służbowych ze współpracownikami, kontaktów służbowych 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.

Działania prewencyjne podjęte przez 3LP S.A. mające na celu minimalizowanie efektów pandemii COVID-19:

- wyposażenie pracowników w odpowiednie środki ochrony osobistej oraz środki dezynfekcyjne
- ograniczenie do niezbędnego minimum podróży służbowych oraz liczby osób odwiedzających Centrum Logistyczne w Siechnicach
- monitorowanie na bieżąco komunikatów odpowiednich służb i wprowadzanie zalecanych środków zaradczych
- funkcjonowanie zespołu kryzysowego, który podejmuje odpowiednie zarządzenia i wdraża scenariusze działania
- organizacja akcji szczepień na terenie firmy



Dzięki zastosowanym środkom ciągłość operacyjna obu spółek Grupy TIM nie została w 2021 r. ani razu przerwana, a skala zakażeń wśród pracowników była znikoma.

W 2021 r. nie odnotowano żadnego wypadku przy pracy wśród pracowników TIM S.A. (podobnie jak w 2020 r.). W spółce 3LP odnotowano **1** wypadek (w 2020 r. – **2**), a wskaźnik wypadków, liczony jako stosunek liczby wypadków do liczby przepracowanych godzin pomnożony przez **200 000 h**, wyniósł **0,193**.



Działania podnoszące poziom bezpieczeństwa zrealizowane w 2021 r. w 3LP S.A.:

- Aktualizacja oceny ryzyka zawodowego
- Szkolenia okresowe z dziedziny BHP
- Szkolenia specjalistyczne dla wybranych grup, np. utrzymania ruchu
- Ograniczenie prędkości wózków do **6 km/h**
- Podnoszenie kwalifikacji operatorów wózków jezdniowych
- Kontrole stanowisk pracy
- Współpraca z kierownikami stref w zakresie egzekwowania przestrzegania przez pracowników przepisów

Spółki z Grupy TIM angażują się w rozwój aktywności sportowych swoich pracowników. Formy wsparcia to m.in. pokrycie kosztów uczestnictwa lub organizacji inicjatyw sportowych bądź zapewnienie profesjonalnej odzieży sportowej. Organizowane są także spotkania poświęcone tematyce wellbeing i work-life balance, których celem jest zachęcenie pracowników m.in. do aktywnego wypoczynku, grywalizacji sportowej, praktykowania świadomego odżywiania.

Szkolenia dla pracowników

103-1, 103-2, 103-3, 404-1

Nieodłącznym elementem pracy w Grupie Kapitałowej TIM jest rozwój pracowników. Grupa inwestuje w szeroką paletę działań i narzędzi szkoleniowych dopasowanych do potrzeb biznesowych firmy oraz rozwojowych pracowników. 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. Każdy nowy pracownik przechodzi test, a także bierze udział w warsztatach poświęconym stylom myślenia i działaniom w oparciu o Model FRIS®. Metoda ta opiera się o cztery perspektywy poznawcze, które pomagają zrozumieć jakim informacjom nadaje się największy priorytet, szczególnie w nowych sytuacjach. Analiza ta pomaga w efektywnym zarządzaniu zarówno zespołami jak projektami. W centrali funkcjonuje ogólnodostępna biblioteczka książek dotyczących biznesu, zagadnień społecznych i gospodarczych oraz rozwoju kompetencji osobistych i zawodowych.

Tabela 31. Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w 3LP S.A

3LP S.A.			
	kobiety	mężczyźni	łącznie
wyższa kadra zarządzająca	59	32	38
średnia kadra zarządzająca	–	32	36
pozostali pracownicy	4	20	14
wszyscy pracownicy	7	22	17

TIM S.A. w roku 2021 nie prowadził ewidencji liczby godzin szkoleniowych przypadających na pracownika.





Szkolenia i wsparcie edukacji pracowników:

- Webinary dotyczące efektywności, skuteczności i motywacji
- Webinar Wyzwania i dobre praktyki pracy zdalnej
- Szkolenie RODO (ochrona i przetwarzanie danych osobowych)
- Szkolenie Heurystyki i błędy poznawcze w podejmowaniu decyzji
- Szkolenie Efektywność osobista
- Szkolenie Buduj wymarzone zespoły
- Warsztat szkoleniowy Budowanie synergii w zespole. Tworzenie nowego modelu współpracy

Szkolenia zewnętrzne – liczba uczestnictw:

- Wyższa kadra zarządzająca – **38**
- Specjaliści – **76**

Szkolenia wewnętrzne – liczba uczestnictw:

- Wyższa kadra zarządzająca – **41**
- Specjaliści i średnia kadra zarządzająca – **471**

Dofinansowanie do nauki (studia/kursy/szkolenia):

- Wyższa kadra zarządzająca – **1**
- Średnia kadra zarządzająca – **5**
- Pozostali pracownicy – **4**

Dofinansowanie do nauki języka angielskiego:

- Wyższa kadra zarządzająca – **6**
- Średnia kadra zarządzająca – **9**
- Pozostali pracownicy – **2**

Prawa człowieka, różnorodność i przeciwdziałanie dyskryminacji

103-1, 103-2, 103-3, 405-1, 406-1

Grupa Kapitałowa TIM tworzy kulturę organizacyjną opartą na zaufaniu i otwartości, która zapewnia szacunek dla różnorodności oraz nie toleruje żadnych form dyskryminacji, zwłaszcza z powodu płci, rasy, wieku, pochodzenia, religii, niepełnosprawności, światopoglądu, orientacji seksualnej, statusu społecznego, stanu cywilnego, przynależności do partii politycznych oraz sposobu zatrudnienia. W procesach rekrutacji przeprowadzanych w TIM S.A., w tym również w rekrutacji osób pełniących funkcję Członka Zarządu TIM S.A. oraz Członka Rady Nadzorczej TIM S.A., przede wszystkim brane są pod uwagę wymagane w danym procesie kompetencje, doświadczenie zawodowe, wykształcenie kandydatek i kandydatów biorących udział w danym procesie oraz w uzasadnionych przypadkach spełnianie przez kandydatki/kandydatów wymogów ustawowych, jeśli takie istnieją. Te same zasady działania stosowane są w również w trakcie zatrudnienia, zapewniając w ten sposób szacunek dla różnorodności i równość szans dla wszystkich pracowników.

Grupa Kapitałowa TIM przeciwstawia się mobbingowi oraz wszelkim formom dyskryminacji. Spółki wchodzące w skład Grupy cechuje dbałość o pracowników, wynikająca z chęci tworzenia atrakcyjnego miejsca pracy dla wysokiej klasy specjalistów. W 2021 r. w żadnej ze spółek wchodzących w skład GK TIM nie został stwierdzony, ani nie został zgłoszony przypadek dyskryminacji, jak również podejrzenia działań dyskryminacyjnych.

Dokumentami regulującymi obszar praw człowieka, zarządzania różnorodnością i przeciwdziałania dyskryminacji w Grupie TIM są:

- Kodeks etyki Grupy Kapitałowej (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Regulamin Pracy (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Regulamin wynagradzania (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Procedura zgłaszania naruszeń w (TIM S.A. oraz 3LP S.A.)
- Oświadczenie w sprawie DPSN 2021 zawierające komentarz do zasady nr 2.1. odnoszącej się do polityki różnorodności.
- Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i nierównemu traktowaniu w miejscu pracy (3LP S.A.)
- Polityka przeciwdziałania pracy dzieci i wspierania pracowników młodocianych (3LP S.A.)



Tabela 32. Skład ciał zarządzających Grupy Kapitałowej TIM w podziale na płeć i wiek

GK TIM				TIM S.A.			3LP S.A.		
Zarząd	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	suma	kobiety	mężczyźni	suma
poniżej 30 lat	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
od 30 do 50 lat	0%	80%	80%	0%	67%	67%	0%	100%	100%
powyżej 50 lat	0%	20%	20%	0%	33%	33%	0%	0%	0%
łącznie	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%
Rada nadzorcza	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	łącznie
poniżej 30 lat	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
od 30 do 50 lat	0%	40%	40%	0%	20%	20%	0%	60%	60%
powyżej 50 lat	0%	60%	60%	0%	80%	80%	0%	40%	40%
łącznie	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%



Tabela 33. Skład kadry pracowniczej Grupy Kapitałowej TIM w podziale na płeć i wiek

GK TIM				TIM S.A.			3LP S.A.		
Wyższa kadra zarządzająca	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	suma	kobiety	mężczyźni	suma
poniżej 30 lat	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
od 30 do 50 lat	23%	59%	82%	22%	44%	67%	23%	69%	92%
powyżej 50 lat	5%	14%	18%	11%	22%	33%	0%	8%	8%
łącznie	27%	73%	100%	33%	67%	100%	23%	77%	100%
Średnia kadra zarządzająca	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	łącznie
poniżej 30 lat	4%	4%	7%	6%	0%	6%	0%	8%	8%
od 30 do 50 lat	13%	73%	85%	23%	58%	81%	0%	92%	92%
powyżej 50 lat	0%	7%	7%	0%	13%	13%	0%	0%	0%
łącznie	16%	84%	100%	29%	71%	100%	0%	100%	100%
Pozostali pracownicy	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	łącznie	kobiety	mężczyźni	łącznie
poniżej 30 lat	13%	17%	30%	10%	9%	19%	15%	25%	40%
od 30 do 50 lat	16%	45%	62%	15%	58%	73%	18%	34%	51%
powyżej 50 lat	4%	5%	8%	3%	5%	8%	5%	4%	9%
łącznie	33%	67%	100%	28%	72%	100%	38%	62%	100%



Liczba osób zatrudnionych o określonym stażu

Tabela 34. Zatrudnienie pracowników na umowę o pracę w podziale na staż pracy*

	TIM S.A.	3LP S.A.
Pracownicy o stażu poniżej 5 lat	93	167
Pracownicy o stażu od 5 do 10 lat	68	87
Pracownicy o stażu od 10 do 20 lat	81	40
Pracownicy o stażu ponad 20 lat	45	7

*Dane na 31 grudnia 2021 roku.

Badanie zaangażowania i satysfakcji pracowników

W listopadzie 2021 r. TIM S.A. po raz drugi zrealizował, zainicjowane w 2019 r., badanie zaangażowania i satysfakcji pracowników. Spółka zdecydowała się na przeprowadzenie badania, aby poznać motywacje oraz poziom satysfakcji pracowników, a następnie dopasować adekwatne do ich potrzeb działania personalne. Celem jest zwiększenie efektywności i zadowolenia z pracy, co z kolei przekłada się na lepszą identyfikację z firmą, jej wartościami i zaangażowanie w jej rozwój.

By badanie było jak najbardziej obiektywne oraz anonimowe, do jego przeprowadzenia zaangażowano firmę zewnętrzną. Efektem analizy zebranego materiału był raport, który uwydatnił przede wszystkim wzrost poziomu zaangażowania i satysfakcji niemalże we wszystkich badanych obszarach, ale także pokazał drobne elementy, nad którymi warto pracować. Wyniki pomiarów są wykorzystywane w kształtowaniu strategii personalnej firmy.



Wskaźnik polecenia pracodawcy eNPS (Employee Net Promoter Score) wyniósł **41** (w badaniu z 2019 r. – **15,7**).

Wartość wskaźnika eNPS może kształtować się w przedziale **od -100 do 100** punktów. Wynik na poziomie **od 10 do 30** jest uznawany za dobry, a zbliżony **do 50** – za doskonały.

Pracownicy w badaniu w 2021 r. również znacznie lepiej niż dwa lata wcześniej ocenili komunikację w organizacji (dostęp do informacji – ocena **o 4 pp.** wyższa, przepływ informacji – ocena **o 14 pp.** wyższa), a także atmosferę w miejscu pracy (wzrost **o 10 pp.**) i zarządzanie firmą (również wzrost **o 10 pp.**). Z sześciu ocenianych obszarów funkcjonowania firmy najwyższe noty u pracowników otrzymało zagadnienie kultury i wartości, na który złożyły się odpowiedzi dotyczące obecności wartości TIM-u w życiu firmy oraz atmosfery w miejscu pracy.



6.6. Odpowiedzialność wobec społeczeństwa

wskaźnik własny, 103-1, 103-2, 103-3

Prospołeczne działanie jest jednym z filarów strategii TIM pro. Określa ona model zaangażowania społecznego „Działamy prospołecznie”.

Dokument opisuje obszary priorytetowe, zawiera ramy budżetowe działań społecznych oraz spis metod i narzędzi, jakie wykorzystywane są w tym zakresie. Określone są założenia dotyczące budżetowania działań społecznych i sponsoringowych TIM S.A., jak też zasady programu grantowego oraz działań wolontaryjnych pracowników.

Strategia gwarantuje przeznaczanie rokrocznie na działania społeczne **ok. 1%** zakładanego zysku brutto.



W 2021 roku na inwestycje społeczne przekazano w TIM S.A. łącznie **600 tys. zł**. Wartość wszystkich inicjatyw społecznych wspartych przez TIM S.A. wyniosła **810,8 tys. zł**.

Kwota ta zawiera przede wszystkim wszystkie działania finansowane z budżetu strategii „TIM pro” (w tym opisane niżej: wolontariat pracowniczy i program grantowy, ale i sponsoring społecznie zaangażowany, polegający na wsparciu młodych, dobrze rokujących sportowców: judoki Damiana Szwarnowieckiego i golfisty Adriana Meronka), a także darowizny przekazane beneficjentom akcji TIM Mikołajów i #DreamTIM dla Dzieciaków (patrz niżej), finansowanych spoza budżetu „TIM pro” (w tym ze środków od dostawców i klientów TIM S.A.).

Najważniejsze obszary działań społecznych TIM:

- wspieranie lokalnych społeczności w ważnych celach rozwijających kondycję i potencjał ich członków, szczególnie dzieci i młodzieży;
- inicjatywy mające znaczący wpływ na jakość życia społecznego i gospodarczego teraz i w przyszłości, ze szczególnym uwzględnieniem tematu innowacji;
- działania społeczne uczące współpracy, angażujące pracowników, partnerów społecznych i biznesowych.



145 – liczba pracowników TIM S.A. zaangażowanych w działania CSR (**47,3%** ogółu zatrudnionych)
69 – liczba naszych partnerów w ramach działań CSR



Łączne wydatki poniesione w 2021 roku przez TIM S.A. i 3LP S.A. na wspieranie kultury, sportu, instytucji charytatywnych czy organizacji społecznych wyniosły ponad **818 tys. zł.**

Tabela 35. Zestawienie wydatków poniesionych przez spółki Grupy Kapitałowej TIM na wsparcie kultury, sportu i instytucji charytatywnych w 2021 roku (w tys. zł)

spółka	wydatki poniesione na wsparcie kultury	wydatki poniesione na wsparcie sportu	wydatki poniesione na wsparcie instytucji charytatywnych	łącznie
TIM S.A.	0	80,8	730	810,8
3LP S.A.	0	0	7,5	7,5
łącznie	0	80,8	737,5	818,3

Program grantowy

Firma dwa razy w roku ogłasza możliwość zgłaszania przez pracowników inicjatyw lub projektów wspierających lokalne społeczności i zachęcających do aktywnego trybu życia: o charakterze edukacyjnym/oświatowym, prozdrowotnym, proekologicznym, kulturalnym, pomocowym itp. W każdej edycji granty o wysokości **od 1 do 5 tys. zł** mogą trafić do maksimum **6** inicjatyw. Decyzję o przyznaniu grantu podejmuje ogół pracowników poprzez głosowanie w intranecie. Dodatkowo Zarząd TIM S.A. ma prawo przyznać nagrodę specjalną w programie grantowym w wysokości **do 5000 zł** na projekt, który nie otrzymał grantu bądź na projekt nagrodzony grantem, który zasługuje na dodatkowe wsparcie pieniężne. Autorzy zwycięskich wniosków są odpowiedzialni za sfinalizowanie wszystkich kwestii organizacyjno-prawnych związanych z przyznaniem grantu.

Nasze granty sfinansowały lub współfinansowały m.in. zakup aparatu do EKG dla podopiecznych DPS, huśtawek terapeutycznych dla niepełnosprawnych dzieci, leczenie zwierząt w schronisku, stroje sportowe dla dziecięcych i młodzieżowych drużyn siatkarskich, pływackich i koszykarskich, wyjazd edukacyjny dla dzieci i młodzieży zagrożonych wykluczeniem, ciepłe posiłki dla ubogich i bezdomnych, szkolenia dla nauczycieli w zakresie rozpoznawania symptomów krzywdzenia dziecka i podejmowania odpowiedniej interwencji, wyprawę kajakową dla wychowanków domu dziecka. Program grantowy pomaga firmie i pracownikom lepiej poznać potrzeby lokalnych społeczności, a także skutecznie na nie odpowiadać.

Zainteresowanie programem rośnie – z każdą edycją pracownicy składają coraz więcej wniosków. W 2021 r. łączna wartość przyznanych grantów wyniosła **82 600 zł.**





Aktywny TIM dla Przyjaciół i TIM Integracja Multisportowa

W 2021 r. przeprowadzona została czwarta edycja wiosennej akcji „Aktywny TIM dla Przyjaciół”. Polegała ona na gromadzeniu przez pracowników firmy kilometrów z wykorzystaniem aplikacji mobilnej. W jej trakcie zgromadzono **22 323 km**, co przy uwzględnieniu przelicznika **1 km = 0,25 zł** dałoby **5580,75 zł**. Zarząd TIM zdecydował jednak o podwojeniu puli.

Środki pozyskane w ramach akcji „Aktywny TIM dla Przyjaciół” trafiły w formie darowizn na rzecz czterech fundacji. Pod opieką trzech znajdują się synowie dwóch pracowników, wymagający rehabilitacji, a także pracownik firmy, potrzebujący pomocy po poważnym wypadku. Czwarta fundacja została wybrana w ogólnofirmowym głosowaniu spośród kilku organizacji wskazanych przez laureatów rywalizacji. Akcja zadziałała niezwykle motywująco i zwiększyła poczucie wspólnoty wśród pracowników.

Celem całorocznej rywalizacji „TIM – Team Integracja Multisportowa” jest zachęcenie pracowników do regularnej aktywności fizycznej. Akcja pozwala na promowanie aktywnego trybu życia podczas biegów i innych zawodów sportowych, podczas których pracownicy reprezentują firmę jako drużyna #DreamTIM. Wśród uczestników akcji losowane są nagrody w postaci punktów MyBenefit. Inicjatywa spowodowała zwiększenie zainteresowania pracowników aktywnością fizyczną przez cały rok. Od czasu jej wprowadzenia, oraz zmiany używanej aplikacji na Activy, liczba aktywnych uczestników wzrosła **z 80–85** w poprzednich edycjach do **ponad 100** w rudzie zakończonej w listopadzie 2021 r. To ponad **1/3** załogi firmy.

#DreamTIM dla Dzieciaków

Jedną z organizowanych inicjatyw w 2021 roku był „#DreamTIM dla Dzieciaków”. Z okazji Dnia Dziecka postanowiliśmy wesprzeć podopiecznych domów dziecka z całej Polski. Akcja składała się z dwóch etapów. Pierwszym była charytatywna sprzedaż koszulek z logiem akcji. Przedsiębiorstwo pokryło koszty produkcji t-shirtów i sprzedawało je za pośrednictwem swojej platformy e-commerce TIM.pl. Cały przychód ze sprzedaży (**50 zł netto** za koszulkę) został przekazany **17** placówkom opiekuńczo-wychowawczym – dokładnie tylu, w ilu regionach firma prowadzi swoje biura handlowe. W trakcie dwumiesięcznej sprzedaży koszulek zakupionych zostało ich ponad **700**. Dzięki temu firma przekazała łącznie **39 350 zł**. Domy dziecka otrzymały darowizny pieniężne o wartości **od 1000 do 7450 zł**. Beneficjenci przeznaczili otrzymane środki na realizację swoich celów statutowych – m.in. na zakup wyposażenia ośrodków czy wyjazdy wakacyjne podopiecznych.

Drugą część akcji stanowiła organizacja konkursu artystycznego dla podopiecznych ww. instytucji. Konkurs został podzielony na **3** kategorie wiekowe, a wzięło w nim udział około setki młodych artystów w wieku **od 5 do ponad 18 lat**. Firma nagrodiła ponad **30** z nich voucherami do sklepów Smyk, Empik oraz Decathlon.

TIM Mikołajów

W 2021 roku TIM po raz drugi z rzędu zrezygnował z zakupu upominków świątecznych dla swoich klientów, organizując w zamian akcję charytatywną TIM Mikołajów, za którą otrzymaliśmy nominację do e-Commerce Polska Awards 2021.

Zgromadzone środki, wzbogacone dodatkowo o fundusze **35** producentów produktów dostępnych na platformie e-commerce TIM.pl (pięciokrotnie więcej niż w pierwszej edycji z 2020 r.), przekazane zostały lokalnym fundacjom, instytucjom i organizacjom w każdym z **17** regionów Polski, w których prowadzimy biura handlowe. W efekcie przekazanych zostało łącznie **357 000 zł** – na każdy z regionów przypadło zatem **21 000 zł**. Beneficjentów akcji wybierali klienci platformy e-commerce TIM.pl – każdy z nich mógł zagłosować na jedną spośród trzech instytucji, które zostały wytypowane przez załogi poszczególnych biur handlowych.

Do udziału w akcji w 2021 r. przystąpiło **35** dostawców produktów dostępnych na TIM.pl (w 2020 r. – **7**) oraz **1757** klientów (w 2020 r. – **1323**). Łącznie do beneficjentów trafiło **357 000 zł** (wobec **221 000 zł** w 2020 r.) – po **21 000 zł** na każdy region (w 2020 r. – **13 000 zł**).

18 instytucji z **17** regionów w Polsce (w regionie radomskim dwie organizacje uzyskały identyczną liczbę głosów klientów firmy) otrzymało wsparcie finansowe w kwocie **21 000 zł** każda (**10 500 zł** w przypadku beneficjentów z Radomia). Środki te przeznaczone zostaną na cele statutowe beneficjentów. Znalazły się wśród nich między innymi hospicja, fundacje wspierające chore dzieci i dorosłych,

domy dziecka, a także klub sportowy. Przykładowym przeznaczeniem środków jest remont ośrodka rehabilitacyjnego czy też organizacja wyjazdu wakacyjnego dla dzieci.

Wolontariat pracowniczy

Od drugiej połowy 2019 r. do września 2021 r. firma co kwartał dawała możliwość zgłaszania propozycji działań z zakresu wolontariatu – dzielania się przez pracowników swoją pracą lub wiedzą. Od IV kw. 2021 r., z uwagi na dynamiczną sytuację epidemiczną, która utrudnia planowanie działań wolontariatu z większym wyprzedzeniem, nabór wniosków do programu odbywa się non stop, bez wyszczególniania kolejnych edycji.

Beneficjentami działań mogą być: organizacje pożytku publicznego (stowarzyszenia, fundacje), instytucje publiczne (szkoły, przedszkola, szpitale, domy pomocy społecznej itp.), inne osoby i organizacje potrzebujące wsparcia. Firma wspiera pracowników, finansując narzędzia, dzięki którym mogą oni zrealizować zaproponowane przez siebie akcje. O wyborze inicjatyw, które otrzymają wsparcie, decyduje wewnętrzna komisja. Preferowane są lokalne społeczności prowadzące działania o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym, proekologicznym, kulturalnym, pomocowym.

Od listopada 2019 r. do końca 2021 r. pozytywnie zaopiniowano **16 z 17** złożonych wniosków. **5** z nich złożono w 2021 r. W ich ramach pracownicy pomogli przy modernizacji sprzętu komputerowego w przedszkolu, wzięli udział w 5. Światowym Dniu Ubogich w Katowicach oraz w Szlachetnej Paczce, a także zorganizowali zabawę i ognisko z okazji Dnia Ziemi dla wychowanków Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania.



6.7. O raporcie

102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56

Zawartość raportu

Określenie zawartości niniejszego raportu zostało dokonane na podstawie analizy istotności tematów, bazującej na wynikach badania opinii interesariuszy zewnętrznych oraz kadry zarządzającej firmy.

W ramach badania interesariusze oraz członkowie kadry zarządzającej GK TIM zostali poproszeni o wypełnienie ankiety i określenie na skali **od 1 do 5** istotności poszczególnych tematów (**1** – temat nieistotny, **5** – temat bardzo istotny). Lista tematów, które znalazły się w ankiecie, została stworzona według Standardu Global Reporting Initiative (GRI). Dodatkowo uczestnicy badania mieli możliwość zgłoszenia kwestii, które uznają za istotne, a które nie znalazły się na liście.





Tabela 36. Lista tematów zawartych w badaniu opinii interesariuszy zewnętrznych oraz kadry zarządzającej Grupy Kapitałowej TIM

Lp.	Temat
1	Wyniki finansowe (przychody, koszty)*
2	Zarządzanie tematem podatków, płacenie podatków
3	Poszanowanie prywatności klientów. Działania zapobiegające utracie danych*
4	Zapobieganie przypadkom naruszeń zasad wolnej konkurencji i praktyk monopolistycznych
5	Aktywności podejmowane przez firmę w celu eliminacji przypadków korupcji*
6	Zapobieganie powstawania niezgodności z prawem i regulacjami (w tym dotyczącymi dostaw i użytkowania produktów oraz usług)*
7	Rzetelna komunikacja marketingowa, etyczny marketing i sprzedaż*
8	Zakupy od lokalnych dostawców
9	Wykorzystywane przez firmę surowce i materiały*
10	Minimalizacja ilości produkowanych odpadów i recykling*
11	Zużycie i sposoby redukcji zużycia energii*
12	Zużycie i sposoby redukcji zużycia wody
13	Wpływ na różnorodność biologiczną
14	Emisje gazów cieplarnianych oraz sposoby ich redukowania
15	Wpływ spółki na klimat i działania zapobiegające zmianom klimatycznym*
16	Zgodność z regulacjami środowiskowymi, zapobieganie nadużyciom, łamaniu prawa i regulacji dot. ochrony środowiska
17	Ocena dostawców pod kątem spełniania kryteriów środowiskowych
18	Zatrudnienie w firmie: nowi pracownicy, wynagrodzenia, rotacja, benefity*

Lp.	Temat
19	Wyprzedzenie, z jakim informuje się o istotnych zmianach operacyjnych oraz minimalne okresy wypowiedzenia
20	Wynagrodzenie pracowników najniższego szczebla (w stosunku do płacy minimalnej)
21	Zatrudnianie lokalnych pracowników
22	Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników*
23	Szkolenia i edukacja pracowników, wspieranie rozwoju kariery*
24	Różnorodność i równość szans w dostępie do stanowisk, równe wynagrodzenie mężczyzn i kobiet*
25	Ograniczanie potencjalnych przypadków dyskryminacji*
26	Zapobieganie naruszeniom korzystania przez pracowników z prawa do zrzeszania się i sporów zbiorowych
27	Ocena okresowa firmy pod kątem przestrzegania praw człowieka, szkolenia dla pracowników nt. praw człowieka
28	Wkład firmy w świadczenie usług dla społeczeństwa, rozwój infrastruktury, rozwój lokalnego rynku
29	Angażowanie społeczności lokalnej w działania społeczne prowadzone przez firmę
30	Ocena dostawców pod kątem praktyk zatrudnienia, kwestii społecznych i poszanowania praw człowieka
31	Działalność sponsoringowa i charytatywna*
32	Udzielanie wsparcia finansowego partiom politycznym lub podmiotom z nimi powiązanym
33	Zdrowie i bezpieczeństwo klientów użytkujących produkty lub korzystających z usług
34	Inicjatywy pracownicze i wolontariat

*Tematy uznane za istotne w badaniu opinii interesariuszy zewnętrznych oraz kadry zarządzającej.



Wyniki ankiet zostały przeanalizowane podczas warsztatów z kadrą zarządzającą firmy. Tematy, które zostały uznane za najważniejsze zarówno z punktu widzenia firmy, jak i interesariuszy zewnętrznych, zostały wybrane do opisanego w raporcie. Następnie do każdego z tematów zostały dopasowane konkretne wskaźniki GRI, które Grupa Kapitałowa TIM zdecydowała się zaraportować.

Niniejszy raport obejmuje informacje dotyczące działalności Grupy Kapitałowej TIM w okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r.

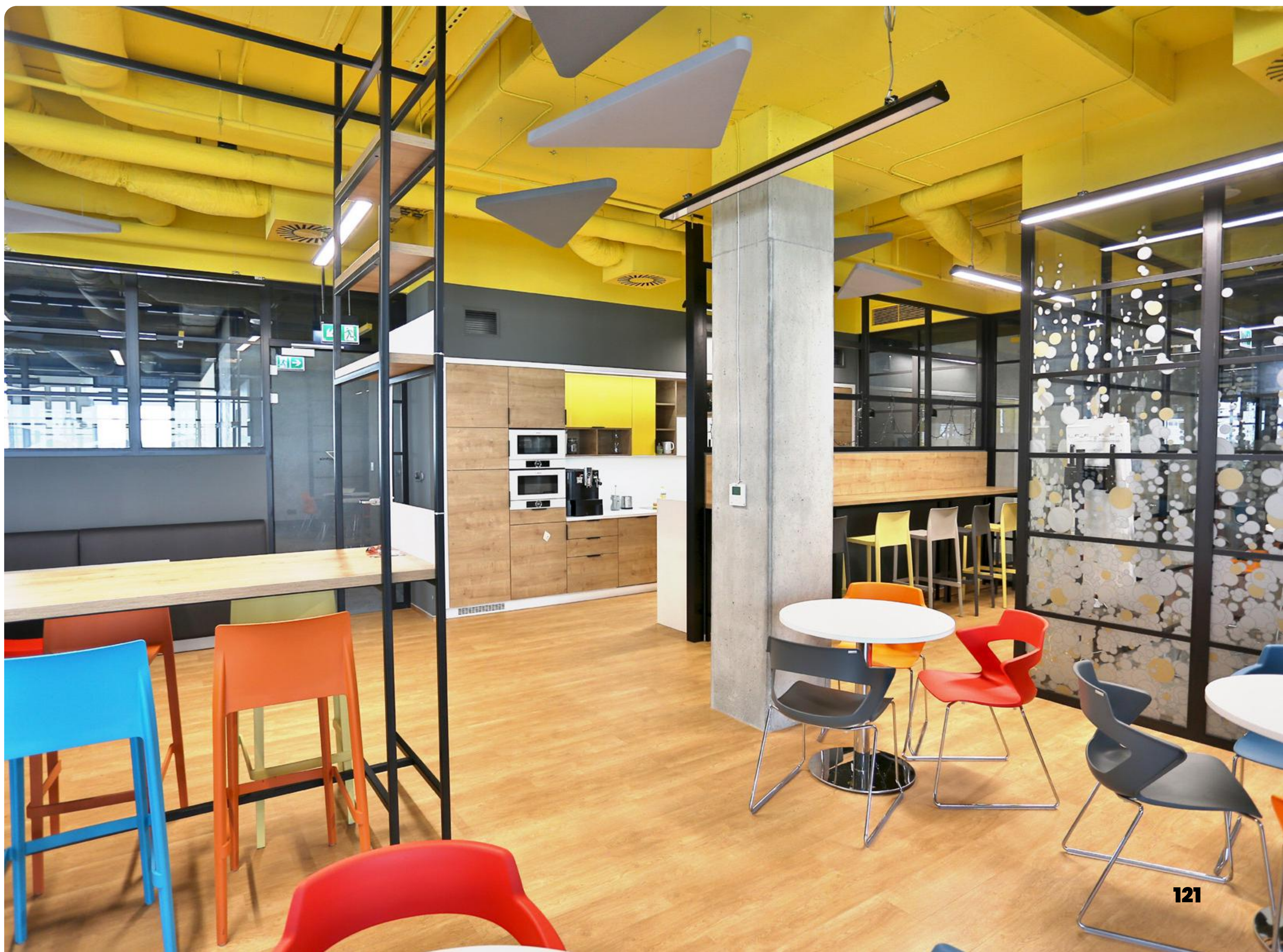
Raport został przygotowany zgodnie ze Standardem GRI w opcji podstawowej („Core”), stanowiącym uznany międzynarodowy standard raportowania niefinansowego. Nie został on poddany dobrowolnej zewnętrznej weryfikacji.

Grupa Kapitałowa TIM publikuje raport co roku. Poprzedni opublikowany został 21 kwietnia 2021 r.

Raport zintegrowany Grupy Kapitałowej TIM za 2020 rok zawierał błąd polegający na nieuwzględnieniu w tabeli „Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na rodzaj zatrudnienia” danych dotyczących liczby kobiet pracujących na czas określony w 2020 roku. Niniejszy raport zawiera skorygowane i poprawne dane.

Osoba do kontaktu:

Michał Kostrowicki – menadżer ds. komunikacji korporacyjnej,
odpowiedzialny.biznes@tim.pl





Indeks GRI

102–55 Indeks treści GRI

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
GRI 101. Podstawa 2016	GRI 101 nie zawiera żadnych wskaźników		
Ujawnienia profilowe			
GRI 102. Ogólne ujawnienia 2016	GRI 102-1	Nazwa organizacji	82
	GRI 102-2	Działalność, marki, produkty i usługi	82 – 83
	GRI 102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	82
	GRI 102-4	Lokalizacja biur organizacji	82 – 83
	GRI 102-5	Forma własności i struktura prawna	35, 82 – 83, 140 – 154
	GRI 102-6	Obsługiwane rynki	82 – 83
	GRI 102-7	Skala działalności	82 – 83, 86
	GRI 102-8	Informacje o pracownikach	105 – 107
	GRI 102-9	Łańcuch dostaw	95
	GRI 102-10	Znaczące zmiany w organizacji i jej łańcuchu dostaw	95
	GRI 102-11	Zasada lub podejście dotyczące ostrożności	93, 97
	GRI 102-12	Zewnętrzne inicjatywy popierane przez organizację	95
	GRI 102-13	Członkostwo w organizacjach	95
	GRI 102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	3 – 4
	GRI 102-15	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i możliwości	96 – 97
	GRI 102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania	91 – 92



Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
	GRI 102-18	Struktura nadzorcza organizacji	150 – 154
	GRI 102-40	Lista grup interesariuszy	88 – 90
	GRI 102-41	Odsetek pracowników objętych umowami zbiorowymi	0%
	GRI 102-42	Identyfikacja i selekcja interesariuszy	88 – 90
	GRI 102-43	Podejście do angażowania interesariuszy	88 – 90
	GRI 102-44	Kluczowe kwestie i problemy zgłoszone przez interesariuszy	88 – 90
	GRI 102-45	Lista podmiotów objętych skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym	86
	GRI 102-46	Definiowanie zawartości i granic raportu	119 – 121
	GRI 102-47	Lista istotnych tematów raportowania	119 – 121
	GRI 102-48	Korekty informacji z poprzednich raportów	119 – 121
	GRI 102-49	Istotne zmiany w stosunku do poprzedniego raportu	119 – 121
	GRI 102-50	Okres raportowania	119 – 121
	GRI 102-51	Data publikacji ostatniego raportu	119 – 121
	GRI 102-52	Cykl raportowania	119 – 121
	GRI 102-53	Osoba do kontaktu	119 – 121
	GRI 102-54	Oświadczenie dotyczące raportowania zgodnie z zasadami GRI	119 – 121
	GRI 102-55	Indeks treści GRI	122 – 128



Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
	GRI 102-56	Weryfikacja zewnętrzna	119 – 121
		Ujawnienia szczegółowe dotyczące istotnych tematów	
		Tematy ekonomiczne	
		Aspekt raportowania: Wyniki finansowe	
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	19 – 25
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	19 – 25
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	19 – 25
GRI 201. Wyniki ekonomiczne 2016	GRI 201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i rozdyskrybuowana	86
	GRI 201-2	Implikacje finansowe i inne ryzyka oraz szanse dla działań organizacji wynikające ze zmian klimatycznych	101
		Aspekt raportowania: Zapobieganie korupcji	
	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	93 – 94
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	93 – 94
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	93 – 94
GRI 205. Przeciwdziałanie korupcji 2016	GRI 205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	93 – 94
		Tematy środowiskowe	
		Aspekt raportowania: Materiały	
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	99
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	99



Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	99
GRI 301. Materiały 2016	GRI 301-1	Wykorzystane materiały i surowce	99
		Aspekt raportowania: Energia	
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	100
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	100
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	100
GRI 302. Energia 2016	GRI 302-1	Zużycie energii w organizacji	100
		Aspekt raportowania: Odpady	
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	100
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	100
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	100
GRI 306. Odpady 2020	GRI 306-1	Wytwarzanie odpadów i znaczące skutki związane z odpadami	100
		Aspekt raportowania: Zgodność z regulacjami środowiskowymi	
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	98 – 99
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	98 – 99
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	98 – 99
GRI 307. Zgodność z regulacjami środowisko- wymi 2016	GRI 307-1	Niezgodności z prawem i regulacjami środowiskowymi	98 – 99



Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
Tematy społeczne			
Aspekt raportowania: Zatrudnienie			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	105 – 108
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	105 – 108
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	105 – 108
GRI 401. Zatrudnienie 2016	GRI 401-1	Nowozatrudnieni i fluktuacja	105 – 108
	GRI 401-2	Świadczenia oferowane pracownikom	105 – 108
Aspekt raportowania: Bezpieczeństwo i higiena pracy			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	109 – 110
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składow	109 – 110
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzani	109 – 110
GRI 403. Bezpieczeństwo i higiena pracy 2018	GRI 403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	109 – 110
	GRI 403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie wypadków	109 – 110
	GRI 403-3	Służby bezpieczeństwa i higieny pracy	109 – 110
	GRI 403-4	Udział pracowników, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	109 – 110
	GRI 403-5	Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	109 – 110
	GRI 403-6	Programy promocji zdrowia dla pracowników	109 – 110
	GRI 403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo w miejscu pracy	109 – 110
	GRI 403-9	Urazy w miejscu pracy	109 – 110



Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
Aspekt raportowania: Szkolenia i edukacja			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	110 – 111
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	110 – 111
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	110 – 111
GRI 404. Szkolenia i edukacja 2016	GRI 404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika	110 – 111
Aspekt raportowania: Różnorodność i równość szans			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	111 – 114
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	111 – 114
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	111 – 114
GRI 406. Przeciwdziałanie dyskryminacji 2016	GRI 405-1	Różnorodność wśród zarządu i pracowników	111 – 114
Aspekt raportowania: Przeciwdziałanie dyskryminacji			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	111 – 114
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	111 – 114
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	111 – 114
GRI 406. Przeciwdziałanie dyskryminacji 201	GRI 406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte akcje	111 – 114
Aspekt raportowania: Marketing oraz znakowanie produktów i usług			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	94 – 95
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	94 – 95
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	94 – 95
GRI 417. Marketing oraz znakowanie produk- tów i usług 2016	GRI 417-3	Przypadki niezgodności dotyczące komunikacji marketingowej	94 – 95



Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Numer strony/ Opis
Aspekt raportowania: Prywatność klienta			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	94 – 95
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	94 – 95
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	94 – 95
GRI 418. Prywatność klienta 2016	GRI 418-1	Uzasadnione reklamacje dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty jego danych	94 – 95
Aspekt raportowania: Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi			
GRI 103. Podejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	93
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	93
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	93
GRI 419. Zgodność z regulacjami społeczno-ekonomicznymi 2016	GRI 419-1	Brak zgodności z prawem i regulacjami dotyczącymi obszaru społ. i ekonom.	93
Aspekt raportowania: Działania charytatywne			
GRI 103. Odejście do zarządzania 2016	GRI 103-1	Wyjaśnienia na temat tematów i granic raportowania	115
	GRI 103-2	Podejście do zarządzania i jego składowe	115
	GRI 103-3	Ocena podejścia do zarządzania	115
	wskaźnik własny	Działania charytatywne, wolontariat pracowniczy	116 – 118