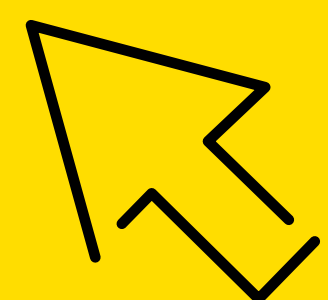


**TIM**



Raport zintegrowany



# **Grupy Kapitałowej TIM**

za 2020 rok



## Spis treści

### Od Prezesa

3

### Krótko o Grupie Kapitałowej TIM

5

### Wybrane dane finansowe

9

### 01. Otoczenie

12

1.1. Sytuacja makroekonomiczna

13

1.2. Sytuacja w branży

15

### 02. Komentarz do wyników finansowych

19

2.1. Najważniejsze elementy i zdarzenia mające wpływ na wyniki

20

2.2. Sytuacja finansowa

27

2.3. Przepływy pieniężne

31

2.4. Pozostałe informacje finansowe

35

### 03. Działalność Grupy w 2020 roku

36

3.1. Struktura Grupy

37

3.2. Działalność TIM S.A. i pozostałych spółek z Grupy

39

3.3. Relacje inwestorskie

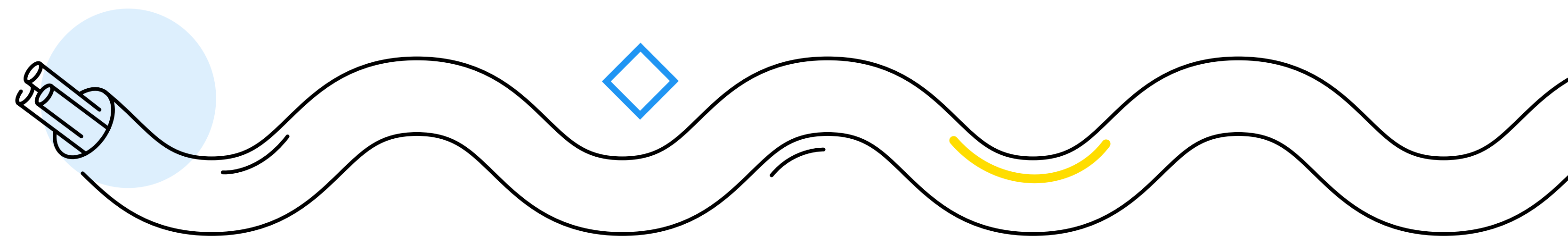
54

3.4. Znaczące i inne istotne umowy

56

3.5. Postępowania

57



### 04. Perspektywy i plany rozwoju Grupy

58

4.1. Perspektywy rozwoju

59

4.2. Strategia rozwoju Grupy

65

### 05. Zarządzanie ryzykiem

67

5.1. Ryzyka związane z sytuacją makroekonomiczną

69

5.2. Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii

71

5.3. Ryzyko finansowe

72

5.4. Ryzyko operacyjne

74

5.5. Ryzyko prawne

79

### 06. Odpowiedzialny biznes

80

6.1. Model biznesowy

81

6.2. Strategia odpowiedzialnego biznesu

92

6.3. Budowa kapitału ludzkiego

100

6.4. Wpływ na otoczenie

116

6.5. Zestawienie wskaźników GRI Standards

127

### 07. Ład korporacyjny

130

7.1. Zbiór zasad ładu korporacyjnego i zakres ich stosowania

131

7.2. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesów sporządzania sprawozdań finansowych

136

7.3. Akcje i akcjonariat

137

7.4. Statut i Walne Zgromadzenie

140

7.5. Zarząd i Rada Nadzorcza

141

### 08. Pozostałe informacje

150

8.1. Oświadczenia Zarządu TIM S.A.

151

8.2. Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

152

### Wykaz wykresów i tabel

154

### Podpisy

156

### Słownik terminów

157



# Od Prezesa

## Szanowni Państwo,

w imieniu Zarządu TIM S.A. zapraszam do lektury raportu Grupy Kapitałowej TIM za rok 2020. Rok zmian, wyzwań, ale i – patrząc z perspektywy liczb opisujących naszą działalność – wielu sukcesów.

Rok 2020 zamknęliśmy znacznie wyższymi wynikami niż rok wcześniej. Nie tylko zanotowaliśmy kolejny rekord przychodów ze sprzedaży, lecz na poziomie skonsolidowanym po raz pierwszy w historii przekroczyliśmy poziom 1 miliarda złotych, osiągając **1,065 mld zł**, a więc o **19,6%** więcej w porównaniu z rokiem 2019. Jednostkowe obroty – oczywiście także najwyższe w historii – wzrosły przez ten czas o **17,2%**, do **935,7 mln zł**. Oznacza to, że jednostka dominująca wygenerowała **87,9%** przychodów ze sprzedaży całej Grupy. Skonsolidowany zysk netto wzrósł w stosunku do 2019 roku aż o **89,8%**, do **37,1 mln zł**, a EBITDA – o **51,8%**, do niemal **80,5 mln zł**.

Już po powyższych liczbach widać, że miniony rok był dla Grupy Kapitałowej TIM wyjątkowy. Jakiego zatem określenia użyć, jeśli uwzględnimy jeszcze pandemię koronawirusa SARS-CoV-2? Pandemię, która z jednej strony wymusiła zmiany w funkcjonowaniu praktycznie każdego przedsiębiorstwa, z drugiej zaś – pozwoliła wielu klientom odkryć zalety e-commerce, a więc kanału sprzedaży, który już od kilku lat jest dominującym źródłem przychodów ze sprzedaży TIM S.A.

Zapoczątkowana w roku 2013 zmiana modelu biznesowego TIM S.A. była procesem projektowanym i wdrażanym przez kilkanaście miesięcy. Przejście na nowe rozwiązania software'owe, zmiana polityki sprzedaży i marketingu, dostosowanie procesów operacyjnych czy wreszcie przekształcenie tradycyjnych oddziałów w biura handlowe – to wszystko było naszą inwestycją w przyszłość. Z perspektywy 2020 roku szczególnie dobrze widać, że inwestycja ta przynosi zwrot i jest solidną bazą do dalszego dynamicznego rozwoju Grupy Kapitałowej TIM.

W marcu 2020 roku stanęliśmy przed kolejnym wyzwaniem: co i jak zmienić, żeby nadal działało? By działały nie tylko systemy, ale by „zadziałali” też ludzie, którzy nigdy nie pracowali zdalnie na taką skalę. W połowie marca w ciągu zaledwie dwóch dni na pracę z domu przeszło ponad 90% pracowników TIM-u. Nikt nie był wówczas w stanie przewidzieć, jak wpłynie to na naszą sprawność organizacyjną. Dziś, po ponad 12 miesiącach, wiem, że w TIM S.A. co najmniej utrzymaliśmy, a można nawet pokusić się o stwierdzenie, że zwiększyliśmy efektywność realizowanych procesów i komunikacji. W przypadku centrum logistycznego, którego operatorem jest 3LP S.A., przejście na pracę zdalną nie wchodziło w grę. Tymczasem sprawnie działająca logistyka to warunek niezbędny do osiągnięcia sukcesu w e-commerce. 3LP S.A., dzięki wprowadzonym procedurom bezpieczeństwa, ale i zwykłemu poczuciu odpowiedzialności każdego z pracowników, zachowuje pełną sprawność operacyjną nieprzerwanie od momentu wybuchu pandemii.

Nie osiągnęlibyśmy tak dobrych efektów, gdyby nie lojalność, zaangażowanie, pracowitość i pomysłowość wszystkich pracowników spółek tworzących Grupę Kapitałową TIM – za to wszystko chciałbym im w tym miejscu bardzo serdecznie podziękować.

Wartość naszego modelu jest doceniana przez rynek. Rosnące grono klientów TIM S.A. to zasługa zarówno coraz szerszego asortymentu w atrakcyjnych cenach, nowych modeli sprzedaży, wysiłków sieci sprzedaży Spółki, działań marketingowych, jak i poszukiwania przez tych, którzy dotąd nie kupowali online, bezpiecznego, niewymagającego fizycznego kontaktu ze sprzedawcą, dostępu do najszerszej oferty produktów elektrotechnicznych i narzędzi w Polsce.

Ten ostatni czynnik to oczywiście trend dotyczący także innych segmentów rynku e-commerce. Dlatego też nasza logistyczna spółka 3LP, specjalizująca się w obsłudze podmiotów sprzedających online, osiągnęła w minionym roku ponad **100 mln zł** przychodów. W skali całego roku udział klientów spoza Grupy TIM w obszarze usług logistycznych wyniósł **47%**, zaś w IV kwartale – **53%**. Oznacza to osiągnięcie jednego z głównych średnioterminowych celów strategicznych Spółki, czyli udziału przychodów od klientów zewnętrznych na poziomie **50%**. 3LP S.A. to coraz poważniejszy gracz na rynku logistyki kontraktowej w Polsce, specjalizujący się w obsłudze podmiotów z sektora e-commerce. Spółka zarządza łącznie niemal **80 tys. m<sup>2</sup>** powierzchni logistycznej w podwrocławskich Siechnicach oraz Wojkowicach (Park Logistyczny Wrocław Wschód).

Rok 2020 oznaczał dla TIM S.A. ciąg dalszy realizacji założeń strategii średnioterminowej na lata 2019-2021. Obok dotychczasowego modelu sprzedaży rozwijaliśmy także modele alternatywne. Nasz marketplace

hybrydowy okazał się znakomitą propozycją dla wielu przedsiębiorców prowadzących dotąd głównie sprzedaż stacjonarną, którzy w obliczu pandemii poszukiwali szybkiego sposobu na wejście w e-commerce. Z kolei integracja z platformą handlową TIM.pl (model B2B2C) pozwoliła wielu na przeskalowanie biznesu i znaczące poszerzenie zakresu oferowanego asortymentu.

Na koniec roku wieńczącego drugą dekadę XXI wieku w strukturze Grupy Kapitałowej TIM nie było już spółki Rotopino.pl. 29 grudnia 2020 roku sfinalizowana została bowiem transakcja przenosząca własność 100% akcji Rotopino.pl S.A. z TIM S.A. na Oponeo.pl S.A. Można powiedzieć, że Rotopino.pl wróciło tym samym do macierzy, gdyż w 2011 roku TIM przejął kontrolę nad ówczesną spółką MARKETEO.COM właśnie po nabyciu jej akcji od Oponeo.pl S.A. Wszystkim Pracownikom bydgoskiej spółki bardzo dziękuję za ponad 9 lat wspólnej przygody i cieszę się na dalszą współpracę handlową Grupy TIM z Rotopino.pl S.A.

Pracujemy nad strategią rozwoju GK TIM na kolejne lata. Tymczasem w połowie marca 2021 roku zdecydowaliśmy się zaproponować obecnym i potencjalnym, nowym akcjonariuszom stabilną perspektywę dzielenia się naszym sukcesem poprzez realizację polityki dywidendowej na lata 2021-2023. Stanowi ona także potwierdzenie naszej determinacji w zakresie utrzymania wysokiej dynamiki wzrostu skali działalności biznesowej i dalszej poprawy wyników finansowych.

Pandemia sprawiła, że jeszcze więcej osób i organizacji jest w potrzebie, wymaga wsparcia – także po to, by móc pomagać innym. Zarząd i Pracownicy TIM S.A. nie pozostają na to obojętni. W roku 2020 do beneficjentów wszystkich działań społecznych realizowanych przez

Spółkę trafiło łącznie ponad **420 tys. zł**. To zarówno efekt realizacji strategii odpowiedzialnego biznesu TIM pro (w szczególności zyskującego coraz większą popularność i niezwykle angażującego naszych pracowników programu grantowego), jak i wyjątkowej akcji bożonarodzeniowej TIM Mikołajów. W jej ramach, we współpracy z naszymi dostawcami, do **17** organizacji pomocowych z całej Polski trafiło wsparcie w wysokości **221 tys. zł**. Na przełomie 2020 i 2021 roku przeprowadziliśmy także kolejny dialog z interesariuszami, którym dziękuję za wszystkie spostrzeżenia i sugestie, którymi podzielili się z nami podczas wywiadów indywidualnych lub w trakcie wypełniania ankiet. Zachęcam do zapoznania się ze szczegółami naszych działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju, które znajdują Państwo w rozdziale 6., prezentującym dane niefinansowe.

Kończąc analogiczny list otwierający nasz raport za rok 2019, dziękowałem: klientom i akcjonariuszom – za zaufanie, pracownikom – za zaangażowanie, a dostawcom – za współpracę. Wydarzenia roku 2020 nadały tym trzem wartościom jeszcze większe i szersze znaczenie. Moja wdzięczność jest zatem jeszcze głębsza. Wierzę, że dalszy rozwój Grupy Kapitałowej TIM będzie odbywał się z korzyścią dla nas wszystkich.

Zapraszam do szczegółowego zapoznania z raportem zintegrowanym Grupy TIM za rok 2020. Niezmiennie pozostajemy do Państwa dyspozycji w kwestii wszelkich spostrzeżeń i oczekiwań co do kolejnych edycji tej publikacji.

**Krzysztof Folta**  
Prezes Zarządu TIM S.A.

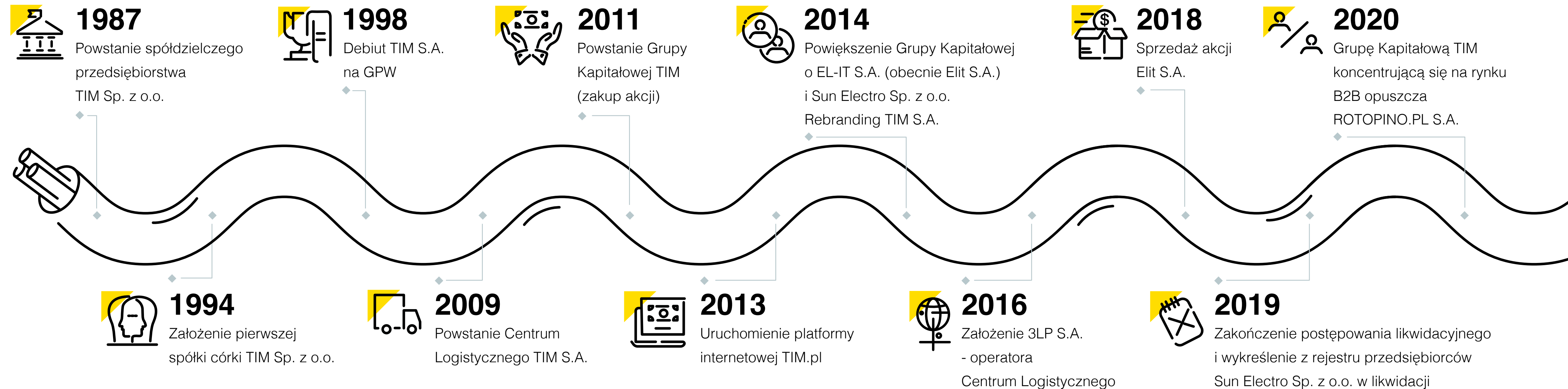
# Krótko o Grupie Kapitałowej TIM

## Działamy w branży e-commerce.

Specjalizujemy się w hurtowej dystrybucji artykułów elektrotechnicznych i narzędzi oraz usługach logistycznych realizowanych w szczególności dla podmiotów prowadzących sprzedaż online. TIM S.A.,

spółka dominująca, jest największym dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych w Polsce i pierwszym, który udostępnił swoją ofertę przez Internet zarówno klientom biznesowym, jak i indywidualnym.

## Historia Grupy

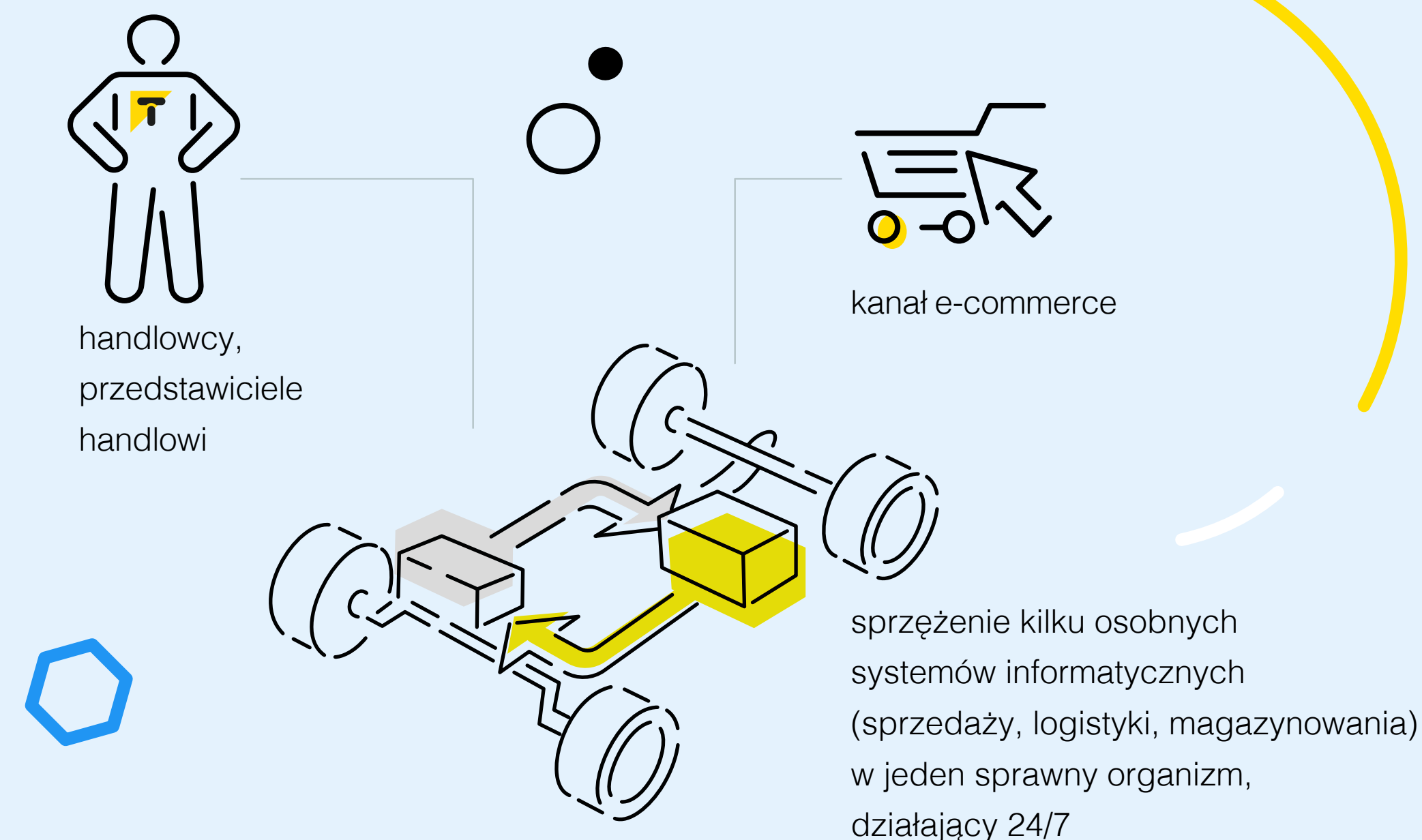


## Grupa Kapitałowa TIM w Polsce



- Siedziba TIM S.A.
- Siedziba 3LP S.A.
- 📍 Biuro Handlowe TIM S.A.
- 📍 Oddział TIM S.A.
- 📍 Agent Sprzedaży TIM S.A.

## Hybrydowy model biznesowy



**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).**

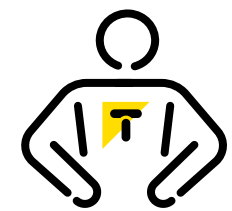
## Grupa Kapitałowa TIM w liczbach\*



Grupa buduje przewagę konkurencyjną poprzez stałe rozwijanie oferty asortymentowej sprzedawanej na platformie TIM.pl



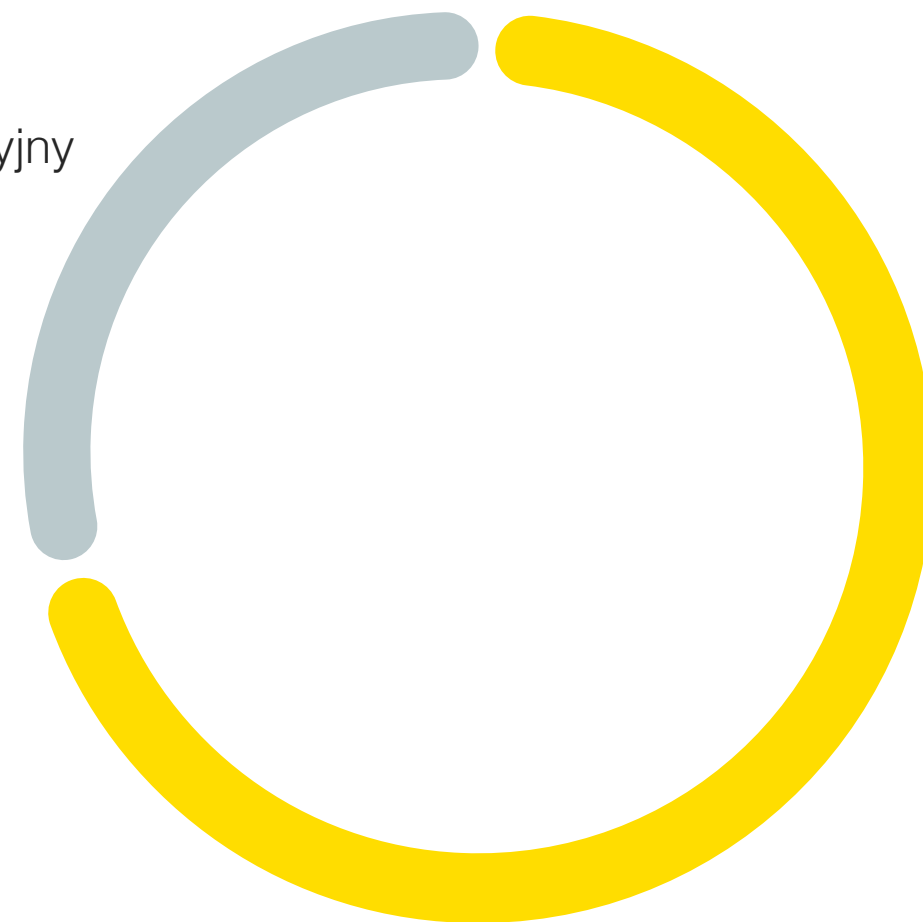
Centrum Logistyczne, którego operatorem jest 3LP S.A., jest jednym z największych obiektów tego typu w Polsce. Oprócz pełnienia funkcji operacyjnych dla Grupy, świadczy również również usługi outsourcingu zautomatyzowanych rozwiązań logistycznych.



**30%**  
kanał tradycyjny



**70%**  
e-commerce



\*Dane za 2020 rok

**545 000**

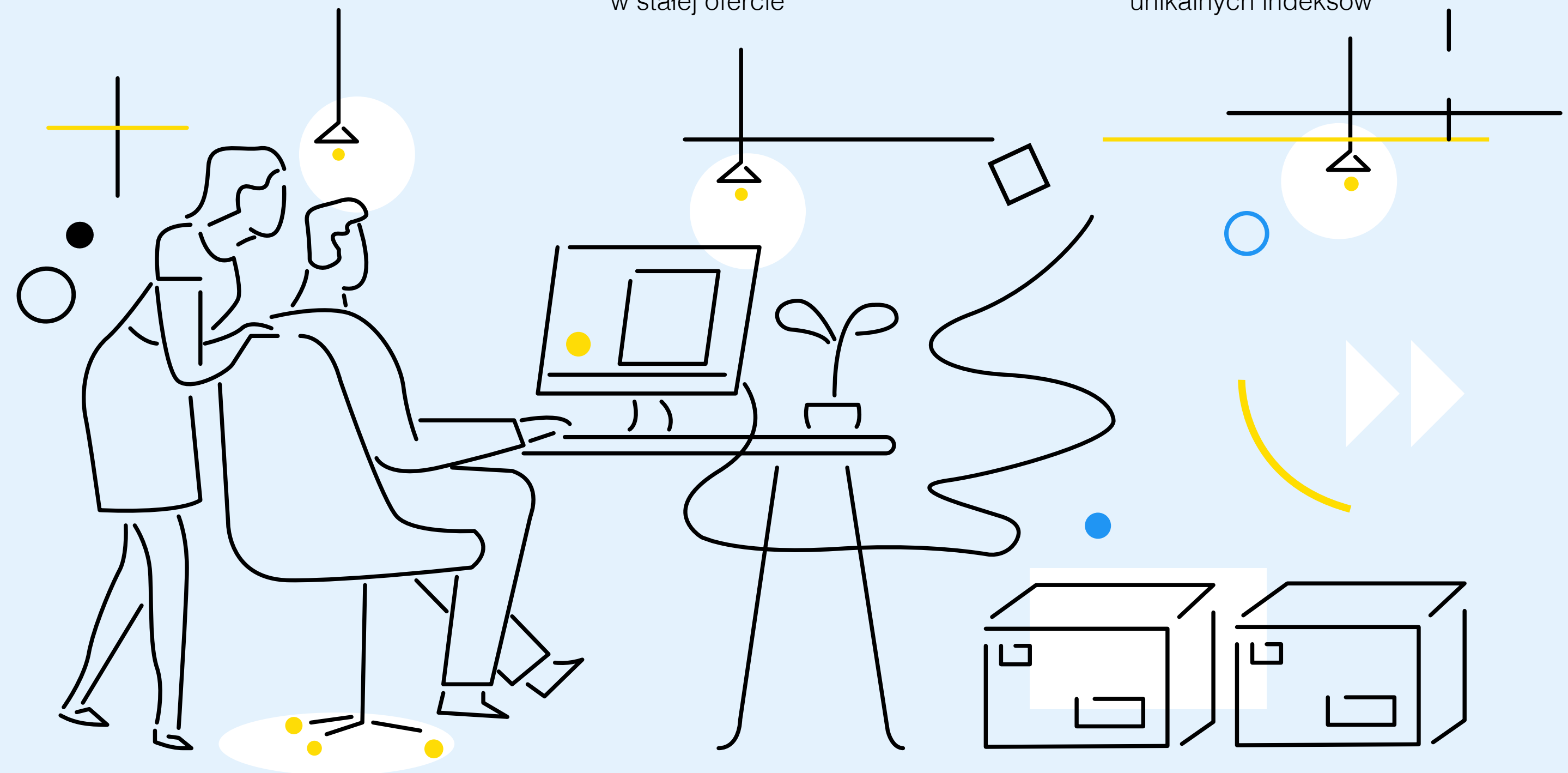
zamówień online

**59 000**

unikalnych indeksów  
w stałej ofercie

**119 000**

sprzedanych  
unikalnych indeksów



**34 000**

klientów

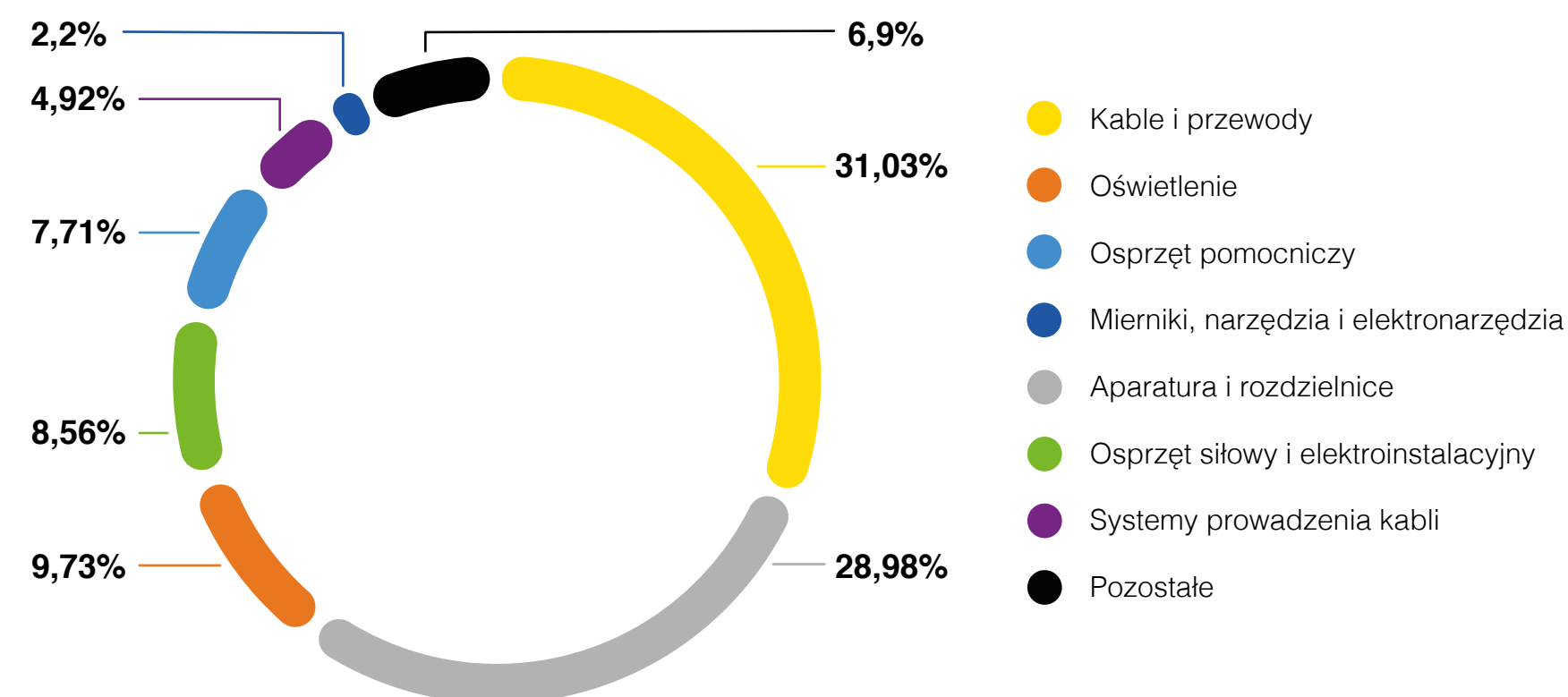
**74 000 m<sup>2</sup>**

powierzchni magazynowej

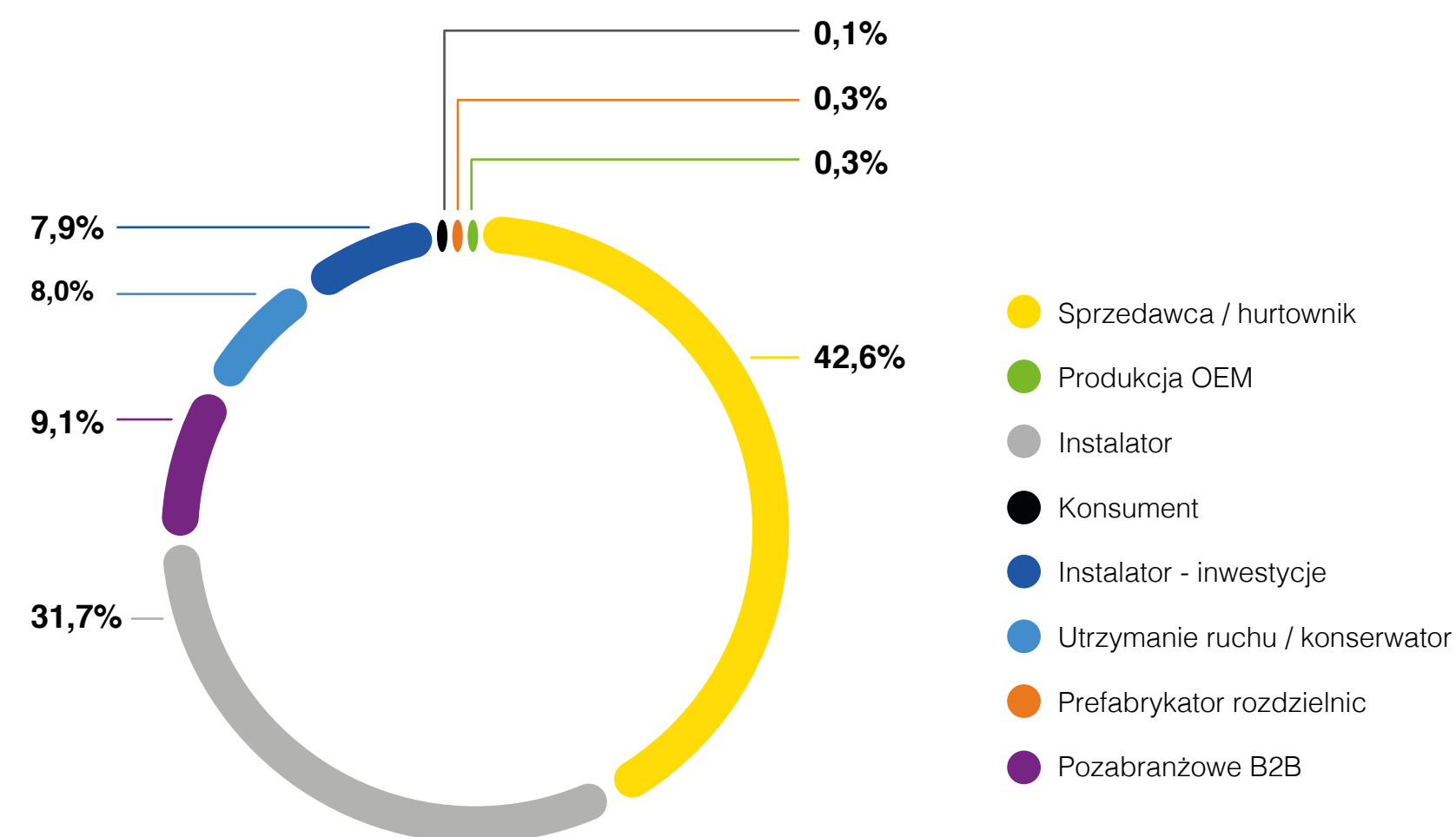
**4,34 mln**

wydanych paczek

## Najważniejsze grupy asortymentowe TIM S.A.\*



## Główni odbiorcy\*



\*Dane na 31.12.2020 r.

## Skrócona informacja o wynikach finansowych Grupy w latach 2016-2020

w tys. zł	2020	2019	2018	2017	2016
	(skorygowane)				
Przychody netto ze sprzedaży	1 064 866	890 035	830 264	719 172	667 413
Zysk/strata ze sprzedaży	52 299	32 697	17 664	(2 668)	(2 051)
Wynik na działalności operacyjnej (EBIT)	58 332	32 532	19 857	(3 172)	3 614
Wynik na działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	80 474	53 006	31 062	7 256	11 527
Wynik brutto	44 564	25 227	18 738	(4 270)	3 041
Wynik netto	37 135	19 565	15 094	(3 838)	1 674



# Wybrane dane finansowe

Tabela 1. Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej TIM

Wybrane dane finansowe	w tys. zł		w tys. euro	
	2020	2019	2020	2019
Przychody netto ze sprzedaży (produktów, towarów, materiałów)	<b>1 064 866</b>	890 035	<b>239 570</b>	207 043
Zysk/strata z działalności operacyjnej	<b>58 332</b>	32 532	<b>13 123</b>	7 568
Zysk/strata brutto	<b>44 564</b>	25 227	<b>10 026</b>	5 868
Zysk/strata netto	<b>37 135</b>	19 565	<b>8 355</b>	4 551
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	<b>38 832</b>	54 093	<b>8 736</b>	12 583
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	<b>22 892</b>	932	<b>5 150</b>	217
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	<b>(68 047)</b>	(39 769)	<b>(15 309)</b>	(9 251)
Przepływy pieniężne netto razem	<b>(6 323)</b>	15 256	<b>(1 423)</b>	3 549

Wybrane dane finansowe	w tys. zł		w tys. euro	
	stan na dzień 31.12.2020	stan na dzień 31.12.2019	stan na dzień 31.12.2020	stan na dzień 31.12.2019
Aktywa razem	<b>467 055</b>	468 474	<b>101 208</b>	110 009
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	<b>303 908</b>	315 821	<b>65 855</b>	74 162
Zobowiązanie długoterminowe	<b>87 891</b>	102 715	<b>19 045</b>	24 120
Zobowiązania krótkoterminowe	<b>216 017</b>	213 106	<b>46 810</b>	50 043
Kapitał własny jednostki dominującej	<b>163 147</b>	152 653	<b>35 353</b>	35 847
Kapitał zakładowy	<b>22 199</b>	22 199	<b>4 810</b>	5 213
Liczba akcji (w tys. szt.)	<b>22 199</b>	22 199	<b>22 199</b>	22 199

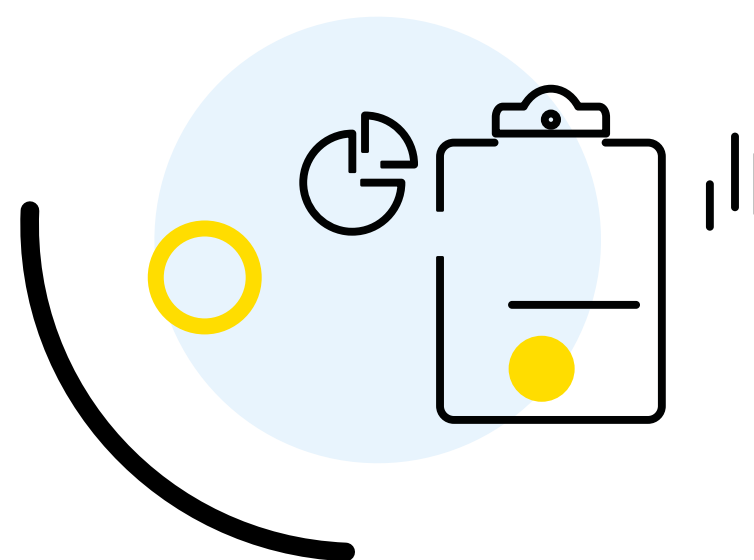
Wybrane dane finansowe	w zł		w euro	
	2020	2019	2020	2019
Zysk/strata na jedną akcję zwykłą	<b>1,67</b>	0,88	<b>0,38</b>	0,21
Rozwodniony zysk/strata na jedną akcję zwykłą	<b>1,67</b>	0,88	<b>0,38</b>	0,21
	<b>stan na dzień 31.12.2020</b>	<b>stan na dzień 31.12.2019</b>	<b>stan na dzień 31.12.2020</b>	<b>stan na dzień 31.12.2019</b>
Wartość księgowa na jedną akcję	<b>7,35</b>	6,88	<b>1,59</b>	1,61
Rozwodniony zysk/strata na jedną akcję zwykłą	<b>7,35</b>	6,88	<b>1,59</b>	1,61
Rozwodniona liczba akcji (w tys. szt.)	<b>22 199</b>	22 199		
<b>Zastosowany do przeliczeń</b>	<b>31.12.2020</b>	<b>31.12.2019</b>		
Kurs średnioroczny	<b>4,4449</b>	4,2988		
Kurs ostatniego dnia okresu sprawozdawczego	<b>4,6148</b>	4,2585		

**Tabela 2. Wybrane dane finansowe TIM S.A**

Wybrane dane finansowe	w tys. zł		w tys. euro	
	2020	2019	2020	2019
Przychody netto ze sprzedaży (produktów, towarów, materiałów)	<b>935727</b>	798417	<b>210 517</b>	185 730
Zysk/strata z działalności operacyjnej	<b>45382</b>	29560	<b>10 210</b>	6 876
Zysk/strata brutto	<b>44946</b>	29206	<b>10 112</b>	6 794
Zysk/strata netto	<b>36039</b>	22714	<b>8 108</b>	5 284
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	<b>13314</b>	37320	<b>2 995</b>	8 681
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	<b>12279</b>	(1253)	<b>2 762</b>	(291)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	<b>(31537)</b>	(20348)	<b>(7 095)</b>	(4 733)
Przepływy pieniężne netto razem	<b>(5944)</b>	15719	<b>(1 337)</b>	3 657

Wybrane dane finansowe	w tys. zł		w tys. euro	
	stan na dzień 31.12.2020	stan na dzień 31.12.2019	stan na dzień 31.12.2020	stan na dzień 31.12.2019
Aktywa razem	392 651	374 457	<b>85 085</b>	87 932
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	214 453	205 658	<b>46 471</b>	48 294
Zobowiązanie długoterminowe	15 136	12 657	<b>3 280</b>	2 972
Zobowiązania krótkoterminowe	199 317	193 001	<b>43 191</b>	45 321
Kapitał własny jednostki dominującej	178 198	168 799	<b>38 614</b>	39 638
Kapitał zakładowy	22 199	22 199	<b>4 810</b>	5 213
Liczba akcji (w tys. szt.)	22 199	22 199	<b>22 199</b>	22 199

Wybrane dane finansowe	w zł		w euro	
	2020	2019	2020	2019
Zysk/strata na jedną akcję zwykłą	<b>1,62</b>	1,02	<b>0,35</b>	0,24
Rozwodniony zysk/strata na jedną akcję zwykłą	<b>1,62</b>	1,02	<b>0,35</b>	0,24
	stan na dzień 31.12.2020	stan na dzień 31.12.2019	stan na dzień 31.12.2020	stan na dzień 31.12.2019
Wartość księgową na jedną akcję	<b>8,03</b>	7,60	<b>1,74</b>	1,79
Rozwodniony zysk/strata na jedną akcję zwykłą	<b>8,03</b>	7,60	<b>1,74</b>	1,79
Rozwodniona liczba akcji (w tys. szt.)	<b>22 199</b>	22 199		
	Zastosowany do przeliczeń		31.12.2020	31.12.2019
Kurs średnioroczny			<b>4,4449</b>	4,2988
Kurs ostatniego dnia okresu sprawozdawczego			<b>4,6148</b>	4,2585





# Otoczenie

1.1. Sytuacja makroekonomiczna

1.2. Sytuacja w branży

# 1.1. Sytuacja makroekonomiczna

## Polska

Według szacunkowych danych Głównego Urzędu Statystycznego, Produkt Krajowy Brutto w 2020 roku obniżył się o **2,8%**, po wzroście o **4,5%** w 2019 roku. Na spadek PKB, jak i na szerszą sytuację gospodarczą w kraju istotnie oddziaływały ograniczenia związane z pandemią koronawirusa.

W ujęciu całorocznym spadki odnotowano we wszystkich sektorach gospodarki. W pandemicznym 2020 roku popyt krajowy zmniejszył się realnie o **3,7%** w porównaniu z 2019 rokiem, w którym zanotowano wzrost o **3,5%**.

Konsumpcja prywatna oraz popyt inwestycyjny, będące głównymi czynnikami wzrostu gospodarczego w 2019 roku, spadły realnie w 2020 o **1,5%** oraz **8,4%**.

Pomimo skrajnie trudnego otoczenia, zamrożenia części gospodarki i powracających lockdownów, spadek PKB w Polsce w 2020 roku był znacznie poniżej średniej dla Unii Europejskiej, która wyniosła **7,4%**.

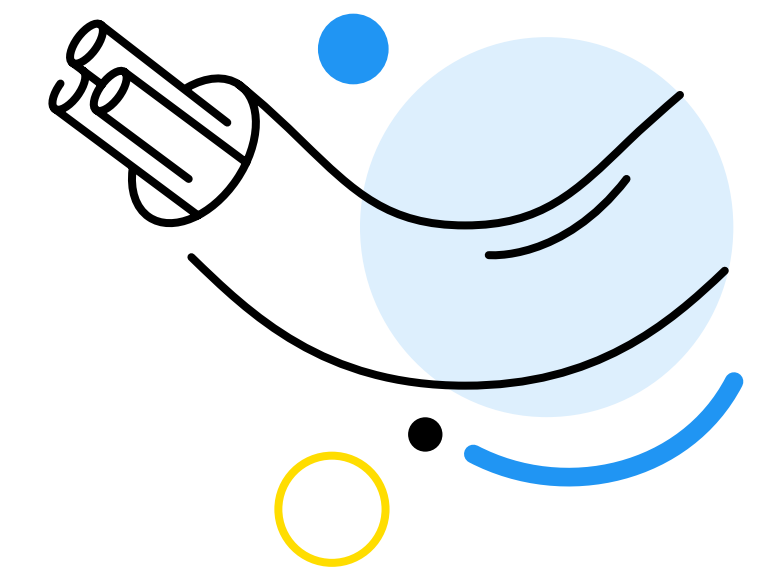
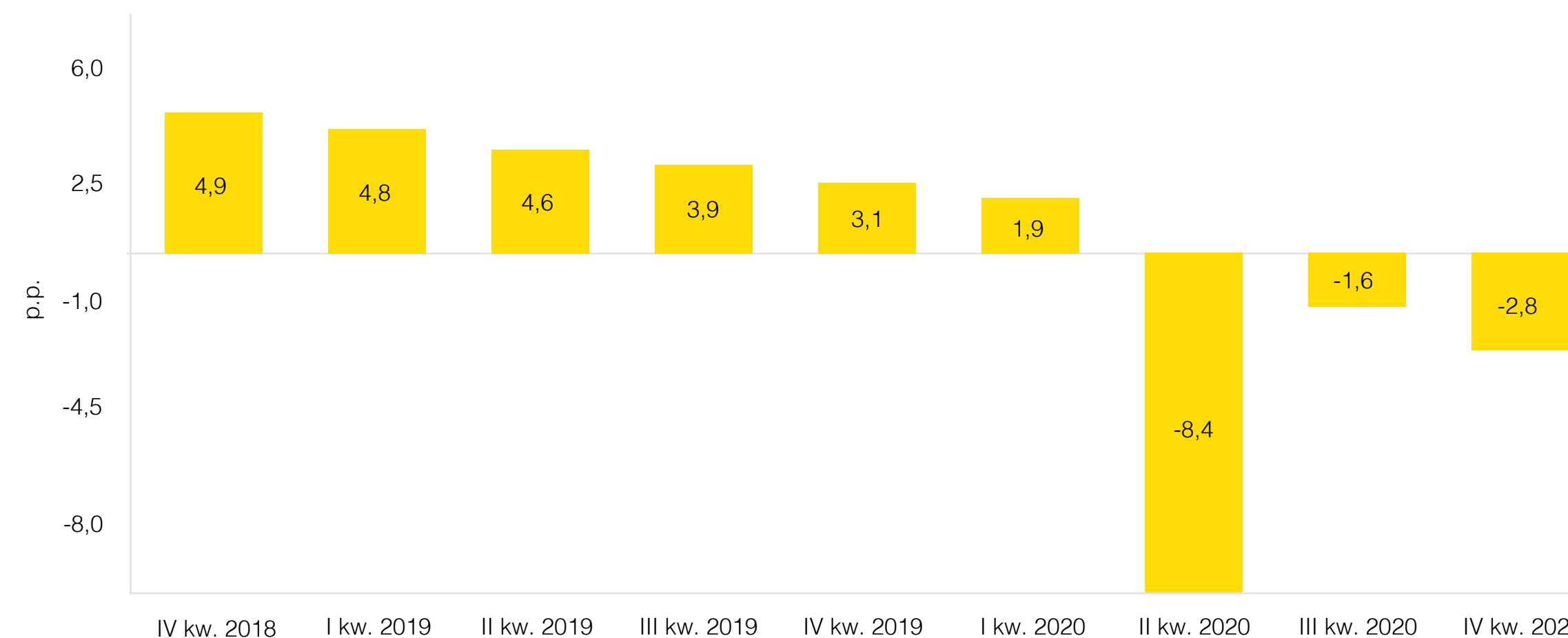
Polska miała najwyższą inflację wśród krajów Unii Europejskiej. W grudniu 2020 roku ceny były o **3,4%** wyższe niż rok wcześniej. Duży udział we wzroście inflacji ma emitowanie dodatkowego pieniądza, który w postaci tarcz antykryzysowych trafia na rynek oraz interweniowanie przez NBP na rynku walutowym w celu osłabiania złotego.

Do wzrostu inflacji w Polsce przyczynił się także m.in. duży wzrost cen energii oraz cen administracyjnych ustalanych przez państwo i samorządy (np. skokowy wzrost opłat za wywóz śmieci). Dynamicznie rosną także koszty usług, ponieważ niektórzy przedsiębiorcy poprzez wyższe ceny rekompensują sobie spadek przychodów będący następstwem obostrzeń wprowadzanych w ramach walki ze skutkami pandemii. Na klientów przerzucane są podwyższone koszty działalności, wynikające z przepisów sanitarnych i epidemicznych.

Na liście krajów o najwyższej inflacji lokują się także: Węgry (**2,8%**), Czechy (**2,4%**), Rumunia (**1,8%**) i Słowacja (**1,6%**). Ponad połowa krajów UE zanotowała deflację. Najpoważniejszy spadek cen obserwowany jest w Grecji (**2,4%**), Słowenii (**1,2%**) i Irlandii (**1%**).

Ze względu na kryzys gospodarczy wywołany pandemią COVID-19, Rada Polityki Pieniężnej w 2020 roku obniżyła referencyjną stopę procentową. Pierwszy raz zrobiła to 17 marca 2020 roku, a drugi raz - 29 maja 2020 roku. Od tego czasu stopa referencyjna wynosi **0,10%**.

Wykres 1. Wskaźnik PKB



## Unia Europejska

Według danych Eurostatu Produkt Krajowy Brutto w całym 2020 roku w UE odnotował spadek o **6,2%**, zaś w strefie euro - **6,6%**. Analizując kwartał do kwartału, spadek PKB UE wyniósł **0,5%**, a w strefie euro - **0,7%**.

## Kursy walut

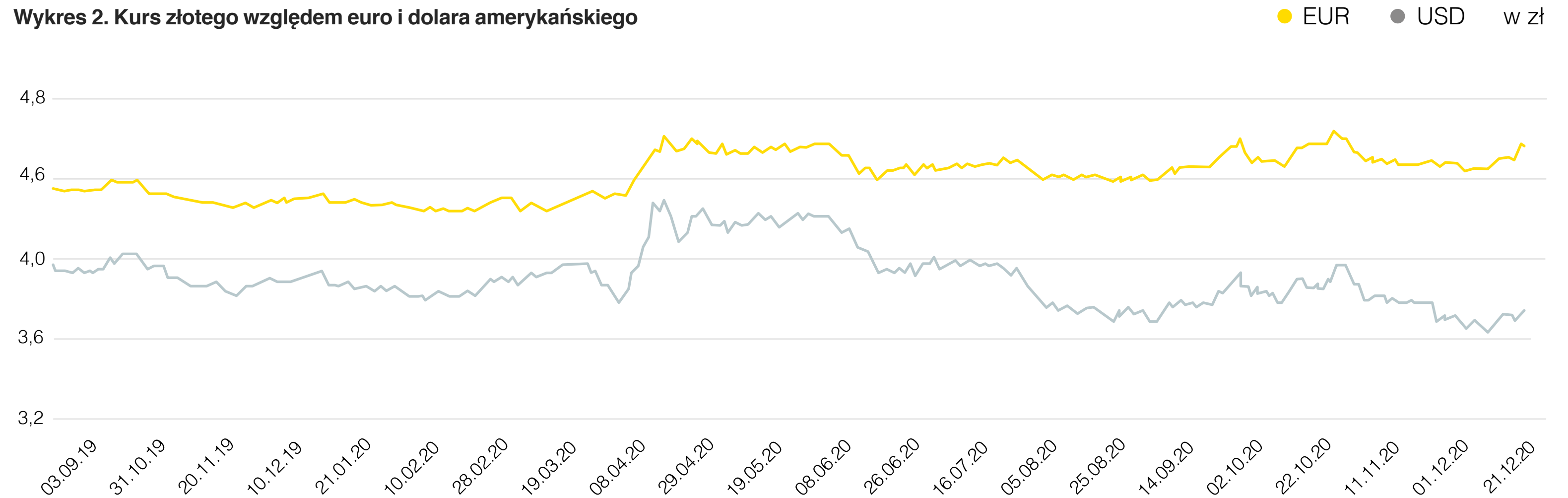
W 2020 roku wartość polskiej złotówki pozostawała pod presją deprecjacyjną. Na początku roku za euro należało zapłacić **4,23 zł**, zaś na koniec - **4,56 zł**. Oznacza to, że polska waluta osłabiła się względem euro o blisko **8%**. Natomiast w relacji do dolara amerykańskiego złoty nieznacznie wzmocnił się w trakcie 2020 roku z **3,79 zł** na początku roku do **3,73 zł**.

## Cena miedzi

Cena miedzi, która należy do podstawowych surowców przy produkcji kabli i przewodów, ulegała istotnym wahaniom za sprawą dużej zmienności na światowym rynku surowców. Zmienność ta była pochodną niepewnej sytuacji gospodarczej na całym świecie wywołanej pandemią wirusa SARS-CoV-2. Począwszy od kwietnia 2020 roku, dużej zmienności cen miedzi towarzyszył wyraźny trend wzrostowy będący następstwem oczekiwanego deficytu na rynku miedzi oraz poprawy perspektyw dla gospodarki światowej w wyniku działania „pocovidowych” programów stymulacji fiskalnej.

W 2020 roku minimalna cena miedzi wynosiła **4 617,50** dolarów/tonę, zaś maksymalna – **7 964** dolarów/tonę. 31 grudnia 2020 roku za tonę tego surowca należało zapłacić **7 741,50** dolarów.

Wykres 2. Kurs złotego względem euro i dolara amerykańskiego

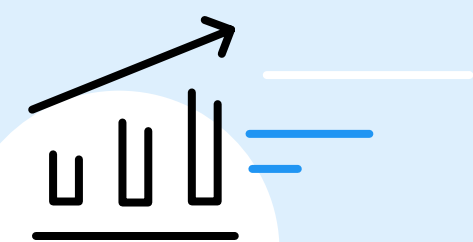


Wykres 3. Cena miedzi (w dolarach za tonę)



## 1.2. Sytuacja w branży

### Rynek e-commerce

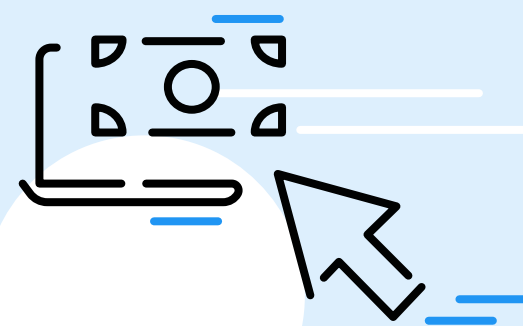


Podsumowując rok 2020, tak w branży, jak i w innych segmentach rynku, stwierdzić można, że był rokiem przełomowym, jeśli chodzi o e-commerce czy nawet szeroko pojętą digitalizację działalności biznesowej i procesowej.

Zdecydowana większość organizacji albo zderzyła się z brakiem możliwości prowadzenia swojej działalności w dotychczasowym modelu, albo musiała w krótkim czasie przeskalować swój cyfrowy biznes. Pandemia z jednej strony przyspieszyła transformację cyfrową firm i proces ich digitalizacji. Z drugiej strony spowodowała zmiany w zachowaniach konsumentów, którzy zdecydowanie częściej i chętniej zaczęli korzystać z cyfrowych kanałów sprzedaży. Ograniczenia w życiu gospodarczym, jak i społecznym, które wynikały z pandemii COVID-19, nie spowodowały same w sobie powstania trendu digitalizacji działalności biznesowej. Były jednak swego rodzaju katalizatorem działań, które wiele organizacji rozpoczęło już wcześniej lub było na etapie analizy konieczności takiej transformacji. Badania opubli-

kowanie na początku 2020 roku w raporcie „E-commerce w Polsce 2020” pokazywały pozytywny trend rozwoju e-commerce w Polsce.

Raport wskazywał na wyraźny wzrost liczby klientów robiących regularnie zakupy w Internecie czy wzrost wydatków realizowanych przez ten właśnie kanał. Perspektywa rozwoju dla segmentów B2C i B2B już na początku roku była bardzo pozytywna. Perspektywa rozwoju dla segmentów B2C i B2B już na początku roku była bardzo pozytywna. Dalsza część roku pokazała tylko to, co obserwujemy w e-commerce od lat, czyli rzeczywistość, która wyprzedza prognozy, a w przypadku roku 2020 także rzeczywistość, która została spowodowana rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 i całkowicie te prognozy zmieniła.



Badanie zrealizowane na klientach B2C w sierpniu 2020 roku przez firmę Expertsender<sup>1</sup> pokazuje, że zakupy online robi już blisko **4 z 5** polskich internautów z dostępem do Internetu, przy czym „**11,20%** to osoby, które robią to od niedawna – krócej niż 12 miesięcy”.

<sup>1</sup> Raport Expertsender: „Zakupy online w Polsce 2020”



To obraz tego, jak bardzo pandemia wpłynęła na zwyczaje zakupowe Polaków. Można wręcz powiedzieć, że zmusiła do wykorzystania tego kanału sprzedaży osoby jak i organizacje, które ciągle do niego przekonane nie były. Duża część konsumentów – zarówno tych, którzy już od lat korzystali z cyfrowego kanału sprzedaży, jak i zupeł-

nie początkujących w tym obszarze – aby realizować swoje bieżące potrzeby wybierała platformy marketplace'owe, na których mieli wygodny dostęp do szerokiej gamy produktów. Tym samym został utrzymany, obserwowany w ostatnich latach, trend rozwoju platform marketplace'owych. Z komunikatów naszego największego rodzime-

go marketplace'u wynika, że skala wzrostu transakcji, klientów, ale i sprzedawców jest olbrzymia.

Miniony rok to również cyfrowa mobilizacja segmentu B2B. Dla wielu firm internetowy kanał sprzedaży stał się jedynym możliwym sposobem na kontynuowanie działalności biznesowej. Tu również nastąpiło zdecydowane przyspieszenie w zakresie cyfryzacji biznesu. Kontakt fizyczny między przedstawicielami firm, będący charakterystyczny dla relacji B2B, został ograniczony do minimum. Biznes, chcąc dotrzeć do klientów, musiał otworzyć się na digitalizację i dostarczać online kompletne informacje niezbędne do podjęcia decyzji zakupowej, zaś później w sposób bezpieczny dostarczyć swoje produkty czy usługi. Jednocześnie pojawiło się wielu specjalistów z zakresu cyfrowej transformacji, którzy obiecywali szybką zmianę modelu działania, co w praktyce nie zawsze przynosiło spodziewane efekty i w momencie luzowania obostrzeń wynikających z trwającego stanu pandemii obserwowaliśmy powrót do starych metod działania.

Za rozwojem e-commerce w znacznie przyspieszonym wydaniu musiały nadążyć usługi towarzyszące temu sposobowi realizowania transakcji. Logistyka mierzyła się z dynamicznie rosnącą skalą przesyłek przy jednoczesnym ograniczeniu dostępnych zasobów ludzkich, narażonych w tym czasie na zachorowanie czy kwarantannę. Operatorzy płatności dostosowywali je tak, aby realizować je w jak najmniej kontaktowy sposób. Wreszcie same sklepy internetowe musiały modyfikować procesy i usługi, by zapewnić klientom ten sam poziom serwisu i tak samo dobre doświadczenia w całym procesie zakupowym.



## Sytuacja w branży logistyki kontraktowej

Rok 2020 był dla branży logistyki kontraktowej, w której działa 3LP S.A., rokiem pełnym wyzwań i sprawdzianem elastyczności łańcuchów dostaw.

Ograniczenia i restrykcje wprowadzane w związku z pandemią stały się katalizatorem rozwoju e-commerce, co również wpłynęło pozytywnie na rozwój branży logistyki kontraktowej. Jednakże, z drugiej strony, działanie w zupełnie nowej dla wszystkich sytuacji, przy gwałtownie rosnącym popycie, wymagało elastyczności i szybkiego reagowania. W krótkim czasie należało wprowadzić rozwiązania umożliwiające bezpieczną pracę i obsługę partnerów biznesowych. Podkreślić należy, że stosunkowo proste i szybko wdrażalne rozwiązania stosowane w innych branżach, typu praca zdalna, w tego rodzaju usługach nie mogą być stosowane.

W najbliższej przyszłości segment e-commerce, w którego obsłudze specjalizuje się 3LP S.A., będzie się nadal rozwijał, co daje solidne podstawy dla dobrej koniunktury w branży. Należy jednak pamiętać, że na tempo wzrostu e-commerce mają też wpływ czynniki makroekonomiczne oraz zdolność nabywcza klientów, której prognozowanie w obecnych warunkach niepewności nawet na kilka miesięcy do przodu jest bardzo utrudnione.

Operatorzy logistyczni, którzy potrafili sprawnie przejść przez okres pandemii, zdobyli nieocenione doświadczenie i umiejętności działania w naprawdę nietypowych warunkach. Koniecznością są inwesty-

cje w obszarach, które okazały się strategiczne w okresie pandemii. Świat zmienił się nieodwracalnie, a klienci w jeszcze większym stopniu stawiają na nowoczesnych i z informatyzowanych oraz zautomatyzowanych operatorów logistycznych, którzy błyskawicznie potrafią dostosować się do zmieniających się warunków.

## Hurtowa dystrybucja artykułów elektrotechnicznych

Miniony rok był dla wszystkich gałęzi światowej gospodarki dużym wyzwaniem. Jedne sektory gospodarki borykały się ze spadkiem przychodu lub nawet całkowitym ich brakiem, inne zderzały się z rosnącym popytem na produkty czy usługi ze swojej oferty i często dużymi trudnościami w jego zaspokajaniu. Patrząc na dystrybutorów artykułów elektrotechnicznych w Polsce, branża ta uplasowała się gdzieś pośrodku. Nie można powiedzieć, że pandemia COVID-19 wpłynęła na nią wyraźnie negatywnie, ale nie była też segmentem rynku, który by znacząco zyskał na ograniczeniach, jakie pojawiły się w związku z walką z szybko rozprzestrzeniającą się chorobą. Mimo że w roku 2019 rynek elektrotechniczny urósł (na podstawie danych raportowanych przez branżę do SHE - Związku Pracodawców Dystrybucji Elektrotechniki), wejściu branży w rok 2020 towarzyszyło kontynuowanie trendu spadku dynamiki sprzedaży zapoczątkowane już w zasadzie w połowie 2019 roku. Pierwszy kwartał roku 2020 kończył się niepewnością co do sytuacji epidemiologicznej w Polsce oraz jej wpływu na działanie hurtowni elektrotechnicznych i ich klientów. W obliczu kolejnych ograniczeń w prowadzeniu działalności i lockdownów wprowadzanych na terenie całego kraju niełatwo

było prognozować dalszą część 2020 roku. Sytuacja spowodowana pandemią COVID-19 była w tamtym momencie czynnikiem, który nie pozwalał jednoznacznie przewidzieć sytuacji w okresie najbliższych kwartałów, jak i całego 2020 roku. Mimo że sytuacji epidemiologicznej w Polsce, jak i całej Europie, poprawiła się w okresie wakacji, branża nie zatrzymała trendu spadkowego i nie wygenerowała wzrostów w momencie bardziej sprzyjającym prowadzeniu biznesu.





Według danych raportowanych do SHE - Związku Pracodawców Dystrybucji Elektrotechniki w 2020 roku znaczna część uczestników rynku wypracowała przychody niższe niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Skumulowana dynamika sprzedaży od początku roku osiągnęła po dwunastu miesiącach 2020 roku wartości bliskie zero. Tym samym można uznać, że wartość rynku reprezentowanego przez firmy stowarzyszone w SHE nie zmieniła się w stosunku do roku 2019. Biorąc jednak pod uwagę, że w 2020 roku dość znacząco rosły ceny produktów, a niektórzy dostawcy podnosili ceny nawet trzy razy w ciągu roku, dynamikę branży na poziomie **0,5%** można uznać za bardzo słaby rezultat.

W 2020 roku nie nastąpiła żadna istotna zmiana na rynku dystrybutorów materiałów elektrotechnicznych. W związku z trwającą pandemią zatrzymał się proces powolnej, organicznej konsolidacji rynku, a firmy skupiły się na realizacji codziennych wyzwań biznesowych.

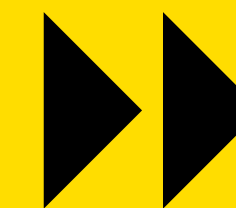
Mimo braku danych dotyczących hurtowni elektrotechnicznych dostarczanych dotąd przez magazyn *Elektrosytemy*, założyć można, że podobnie jak w poprzednich latach kluczową grupą asortymentową w hurtowej sprzedaży artykułów elektrotechnicznych były kable i przewody, aparatura elektryczna i technika świetlna. Głównymi klientami hurtowni elektrotechnicznych pozostali elektroinstalatorzy oraz przedsiębiorstwa przemysłowe. W związku z rozprzestrzeniającą się pandemią COVID-19 na istotności zyskały cyfrowe kanały sprzedaży. Hurtownie, które takowe posiadały, podejmowały próby przekierowania klientów do kanału online w momencie największych restrykcji dotyczących kolejne gałęzie gospodarki. Jednak w momencie luzowania obostrzeń realizowany biznes wracał do pierwotnego modelu działania, a więc obsługi klientów w punktach sprze-

daży w sposób tradycyjny. Nie zaobserwowano w 2020 roku aby którykolwiek z graczy rynkowych postawił w znaczący sposób na trwałą zmianę modelu biznesowego. Nie ma też żadnych oficjalnych źródeł pokazujących istotny wzrost sprzedaży realizowanej przez kanał internetowy w branży elektrotechnicznej.

Rynek hurtowni elektrotechnicznych w Polsce pozostaje rozdrobniony. Występowanie dużej liczby podmiotów zajmujących się sprzedażą produktów elektrotechnicznych w sposób tradycyjny, jak i przez kanał internetowy, powoduje dużą konkurencję przejawiającą się głównie presją na cenę.



Z danych gromadzonych przez SHE - Związku Pracodawców Dystrybucji Elektrotechniki wynika, że w 2020 roku TIM S.A. kolejny rok z rzędu był największym jednorodnym dystrybutorem w branży elektrotechnicznej i posiadał **10,2%** udziału w rynku, osiągając przychody o blisko **250 mln zł** większe niż firma zajmująca w zestawieniu drugie miejsce.



# Komentarz do wyników finansowych

2.1. Najważniejsze elementy i zdarzenia mające wpływ na wyniki

2.2. Sytuacja finansowa

2.3. Przepływy pieniężne

2.4. Pozostałe informacje finansowe

## 2.1. Najważniejsze elementy i zdarzenia mające wpływ na wyniki

### Sytuacja w branży logistyki

#### kontraktowej

#### Grupa Kapitałowa TIM

W 2020 roku odnotowano wzrost skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży o **19,6%** do **1 064 866 tys. zł**. Jednostka dominująca, TIM S.A., wygenerowała **87,9%** przychodów ze sprzedaży naszej Grupy.

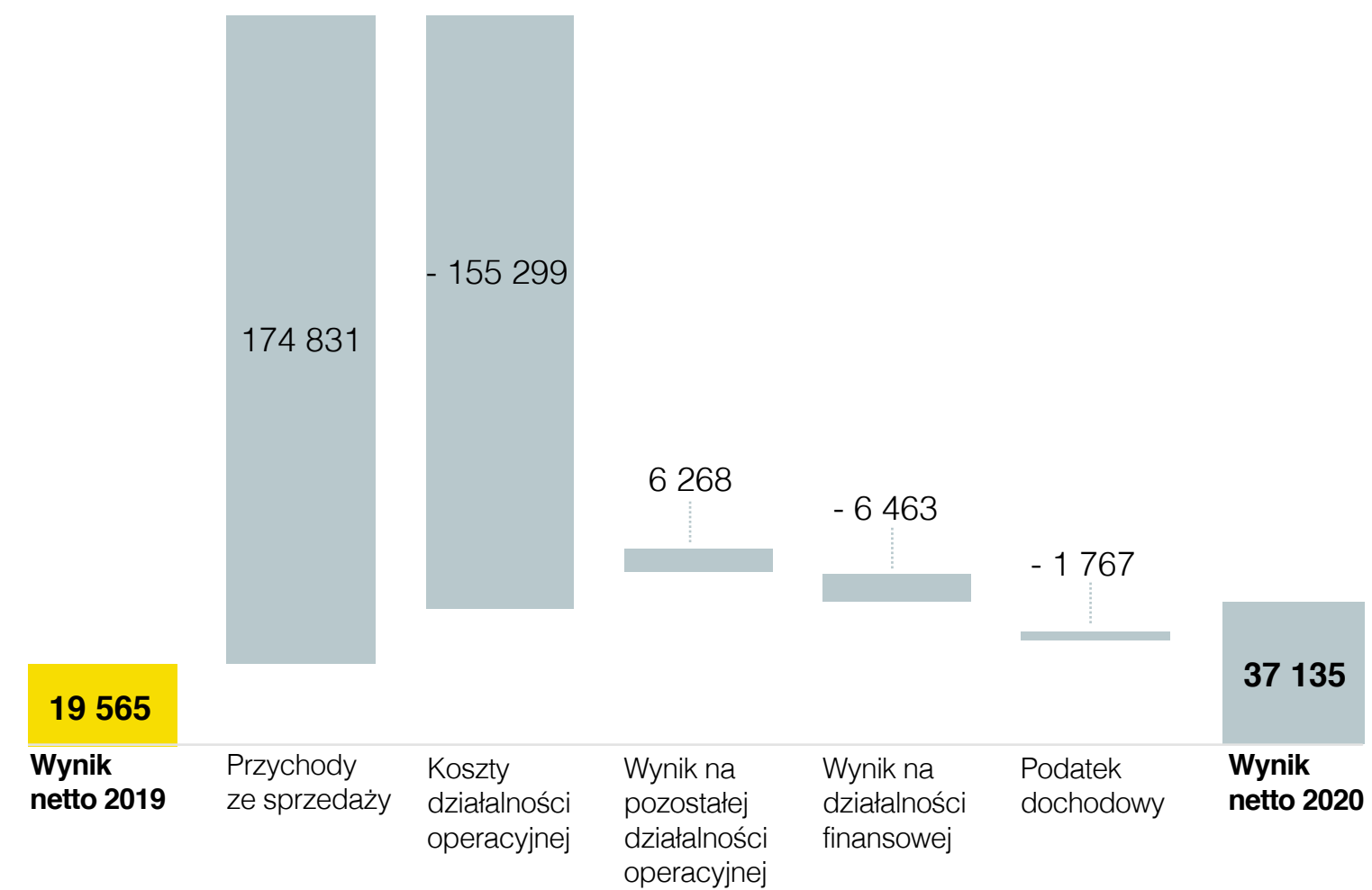
Grupa Kapitałowa TIM zanotowała zysk netto w wysokości **37 135 tys. zł** wobec **19 565 tys. zł** w poprzednim roku – oznacza to wzrost o **89,8%**.

Głównym czynnikiem, który miał wpływ na wynik netto Grupy w 2020 roku, był wolniejszy od wzrostu przychodów wzrost kosztów działalności operacyjnej – tym samym zysk na działalności operacyjnej osiągnął **58 332 tys. zł** i był wyższy o **51,8%** w stosunku do roku ubiegłego. Istotna poprawa rentowności działalności operacyjnej miała miejsce we wszystkich spółkach Grupy.

Tabela 3. Podstawowe elementy rachunku wyników Grupy Kapitałowej TIM (w tys. zł)

	2020	2019	Zmiana (w %)
Przychody netto ze sprzedaży	1 064 866	890 035	19,6
Koszty działalności operacyjnej	1 012 637	857 338	18,1
Wynik na pozostałej działalności operacyjnej	6103	(165)	(3 798,8)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	58 332	32 532	79,3
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	80 474	53 006	51,8
Wynik na działalności finansowej	(13 768)	(7 305)	88,5
Zysk (strata) brutto	44 564	25 227	76,7
Podatek dochodowy	7 429	5 662	31,2
Udział w zysku (stracie) jednostki wycenionej metodą praw własności	-	19 565	15 094
<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>37 135</b>	<b>19 565</b>	<b>89,8</b>

#### Wykres 4. Źródła kreacji wyniku netto Grupy Kapitałowej TIM w 2020 roku (w tys. zł)



Zarząd TIM S.A. nie publikował w 2020 roku prognoz finansowych, zarówno dotyczących wyników skonsolidowanych, jak i jednostkowych.

#### Przychody ze sprzedaży

W 2020 roku wypracowaliśmy w Grupie przychody ze sprzedaży w wysokości **1 064 866 tys. zł**, co oznacza wzrost o **19,6%** w porównaniu z poprzednim rokiem. Wyższe przychody ze sprzedaży osiągnęliśmy przede wszystkim dzięki zintensyfikowaniu działań sprzedażowych oraz korzystnej sytuacji rynkowej sprzyjającej rozwojowi branży e-commerce.

Zarząd TIM podjął decyzję o wprowadzeniu nowego podziału segmentów działalności Grupy. W związku z nowym podziałem zmianie uległa prezentacja wyników osiąganych przez poszczególne segmenty.

W strukturze sprzedaży Grupy w 2020 roku dominowała sprzedaż w kanale e-commerce (przez Internet). Podobnie jak we wcześniejszych latach, ok. **70%** towarów i materiałów zostało sprzedanych przez ten kanał sprzedaży.

W 2020 roku znacznie wyższa niż w poprzednim była także sprzedaż usług logistycznych świadczonych przez 3LP S.A. Przychody Grupy z tytułu sprzedaży usług wyniosły **41 886 tys. zł** i wzrosły o **55,2%** w porównaniu z 2019 rokiem.

Tabela 4. Przychody Grupy Kapitałowej TIM w podziale na segmenty (w tys. zł)

Przychody ze sprzedaży	2020	2019	Zmiana (w %)
Kanał online (internetowy)	735 445	623 153	18,0
Kanał offline (tradycyjny)	282 970	236 066	19,9
Usługi logistyczne	41 886	26 993	55,2
Usługi pozostałe	4 565	3 823	19,4
<b>Razem</b>	<b>1 064 866</b>	<b>890 035</b>	<b>19,6</b>





## Koszty operacyjne

Koszty operacyjne Grupy Kapitałowej TIM w 2020 roku wyniosły **1 012 637 tys. zł** i były wyższe o **18,1%** w porównaniu z 2019 rokiem. Główną składową kosztów operacyjnych (**81,5%**), stanowiła wartość sprzedanych materiałów i towarów w wysokości **825 130 tys. zł**. Oznacza to wzrost o **17,6%** w porównaniu z poprzednim rokiem, co jest bezpośrednio skorelowane z większym wolumenem sprzedaży materiałów i towarów.

Ponadto znaczny udział w naszej strukturze kosztów miały:



koszty usług obcych. Zamknęły się one w kwocie **67 258 tys. zł (6,64%** wszystkich kosztów operacyjnych) i były wyższe o **22,2%** w porównaniu z poprzednim rokiem. Istotny udział w tych kosztach stanowił najem pracowników tymczasowych oraz koszty transportu towarów;

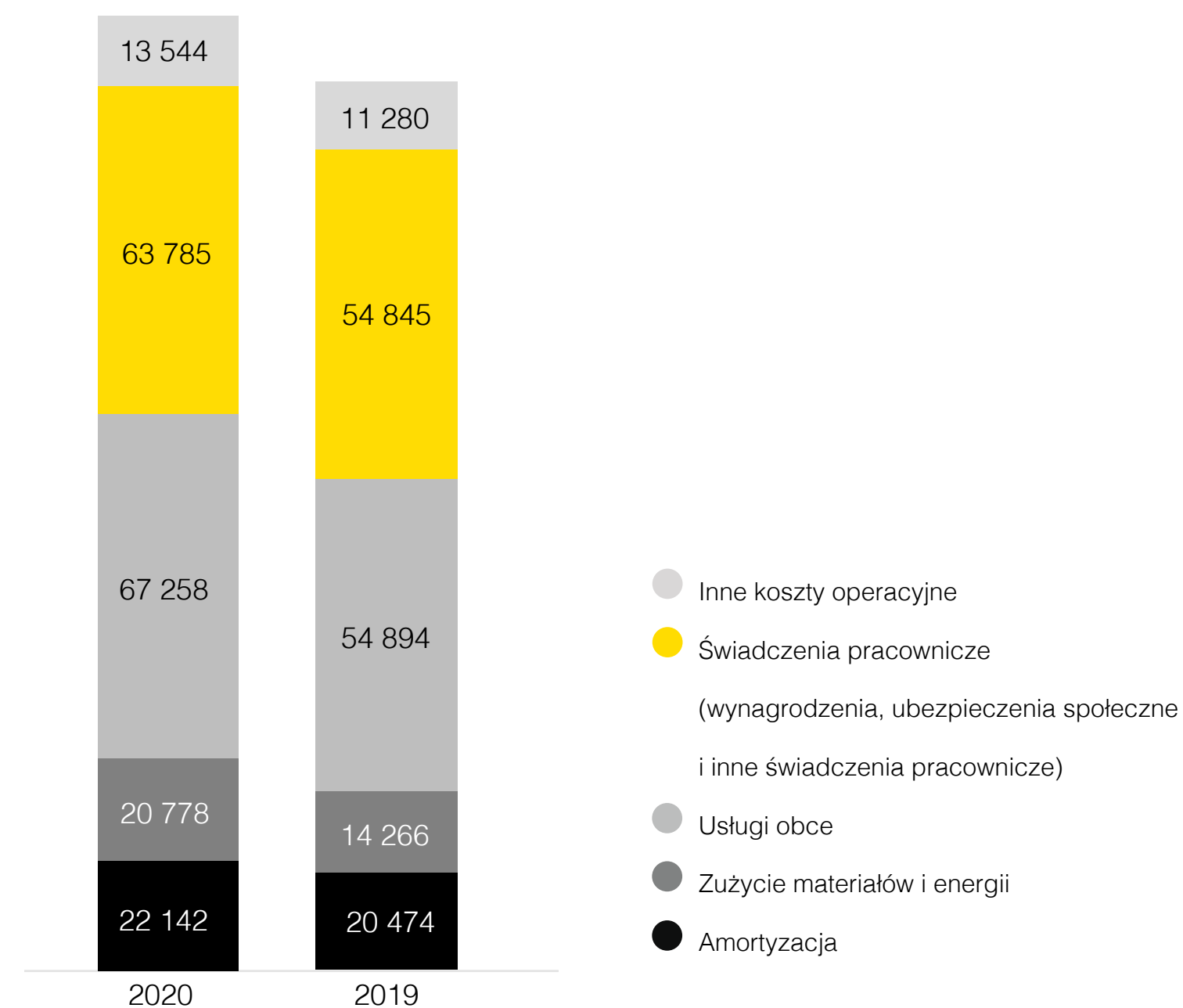


wynagrodzenia – z tego tytułu spółki wchodzące w skład Grupy poniosły koszt w wysokości **53 822 tys. zł**, tj. o **20,7%** więcej niż w poprzednim roku. Głównym czynnikiem wpływającym na wzrost tych kosztów było zwiększenie zatrudnienia oraz osiągnięcie bardzo dobrych wyników finansowych i wypłacanie w związku z tym pracownikom dodatkowych premii.

Tabela 5. Koszty operacyjne Grupy Kapitałowej TIM w układzie rodzajowym (w tys. zł)

	2020	2019	Zmiana (w %)
Amortyzacja	22 142	20 474	8,1
Zużycie materiałów i energii	20 778	14 266	45,6
Odpis aktualizujący i likwidacja zapasów	4 622	2 728	69,4
Usługi obce	67 258	54 894	22,5
Podatki i opłaty	871	1 092	(20,2)
Wynagrodzenia	53 822	45 545	18,2
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracownicze	9 963	9 300	7,1
Pozostałe koszty rodzajowe	8 051	7 460	7,9
Wartość sprzedanych materiałów i towarów	82 5130	701 579	17,6
<b>Koszty operacyjne ogółem</b>	<b>1 012 637</b>	<b>857 338</b>	<b>18,1</b>

**Wykres 5. Koszty operacyjne Grupy Kapitałowej TIM w układzie rodzajowym (w tys. zł) - z wyłączeniem wartości sprzedanych materiałów i towarów**



## Wynik na pozostałej działalności operacyjnej

W 2020 roku wynik Grupy osiągnięty na pozostałej działalności operacyjnej był dodatni i wyniósł **6 103 tys. zł** wobec ujemnego wyniku w wysokości **-165 tys. zł** w poprzednim roku. Tak znacząca różnica wynika z dodatniego wyniku ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych – akcji Rotopino.pl S.A.

## EBIT i EBITDA

W rezultacie powyższych zmian w przychodach i kosztach, w 2020 roku EBIT Grupy Kapitałowej TIM wyniósł **58 332 tys. zł** wobec **32 532 tys. zł** w roku poprzednim. Na poziomie EBITDA Grupa osiągnęła wynik **80 447 tys. zł**, tj. o **52%** wyższy niż w 2019 roku. EBIT oznacza zysk lub stratę z działalności operacyjnej, natomiast EBITDA zysk lub stratę z działalności operacyjnej, powiększone o koszty amortyzacji.

## Wynik na działalności finansowej

Wynik na działalności finansowej Grupy Kapitałowej TIM był ujemny i wyniósł **-13 768 tys. zł** (wobec **-7 305 tys. zł** w 2019 roku). Istotny wzrost kosztów finansowych wynikał z ujemnych różnic kursowych.



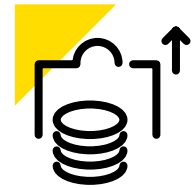
## TIM S.A.

W 2020 roku TIM S.A., jednostka dominująca w Grupie, wypracowała zysk netto w wysokości **36 039 tys. zł** wobec **22 714 tys. zł** w poprzednim roku.

Główne czynniki, które miały wpływ na osiągnięty wynik netto TIM S.A. w 2020 roku:



wzrost przychodów ze sprzedaży. W 2020 roku Spółka wygenerowała **935 727 tys. zł** przychodów, tj. o **17,2%** więcej niż w 2019 roku i jednocześnie najwięcej w swojej historii;



wzrost kosztów operacyjnych do **896 237 tys. zł**. Zwiększyły się one o **16,5%** w porównaniu z 2019 rokiem, a więc o **0,7 p.p.** mniej niż wzrost przychodów;



wyższy wynik na pozostałej działalności operacyjnej w wysokości **5 892 tys. zł** wobec **155 tys. zł** w poprzednim roku.

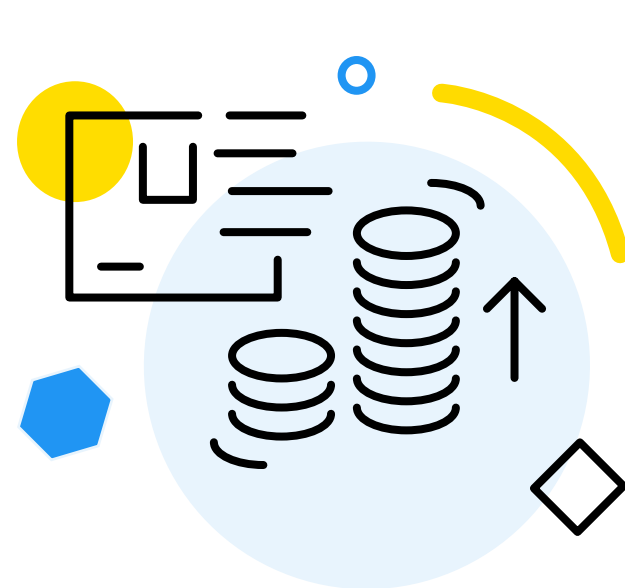
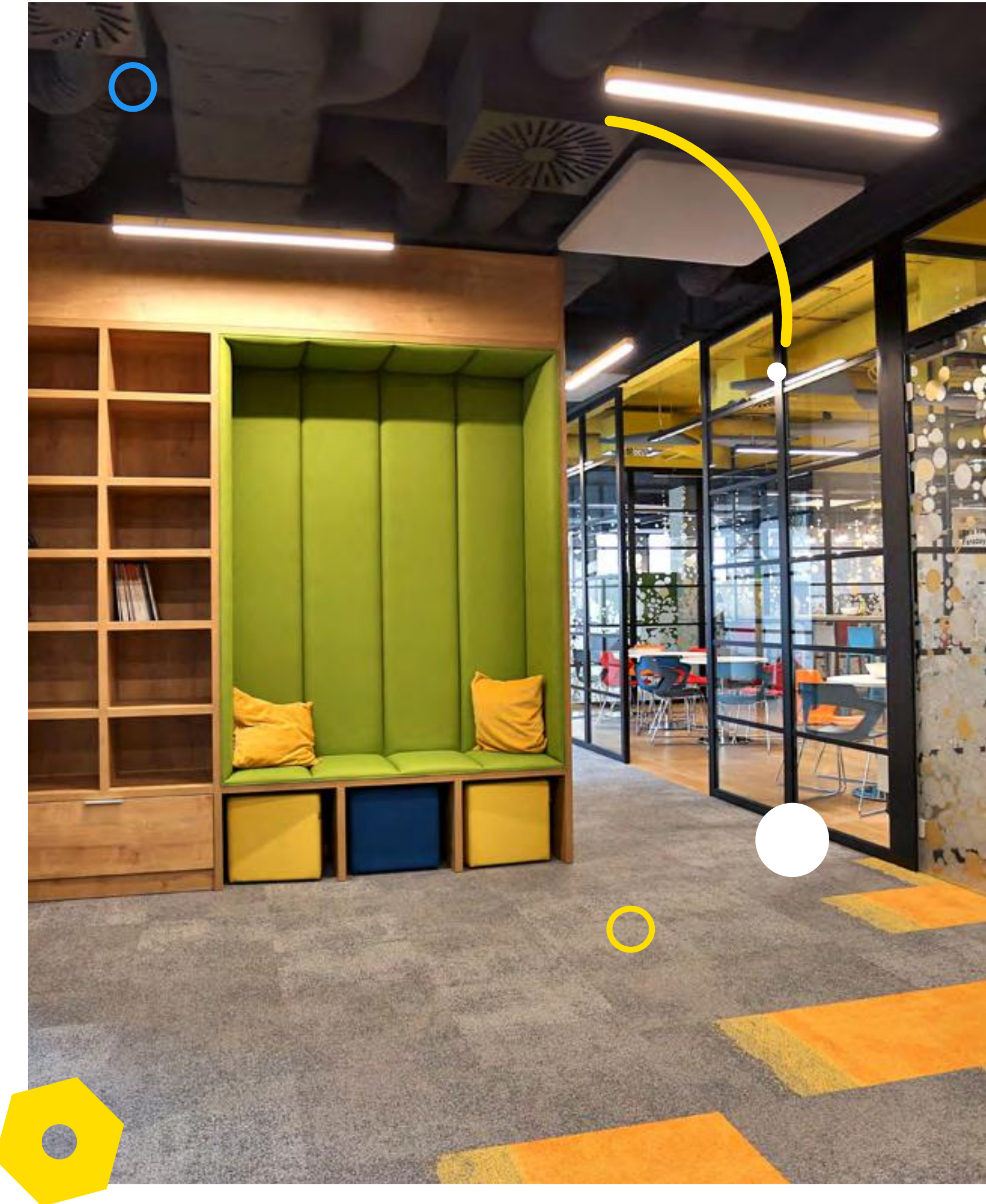
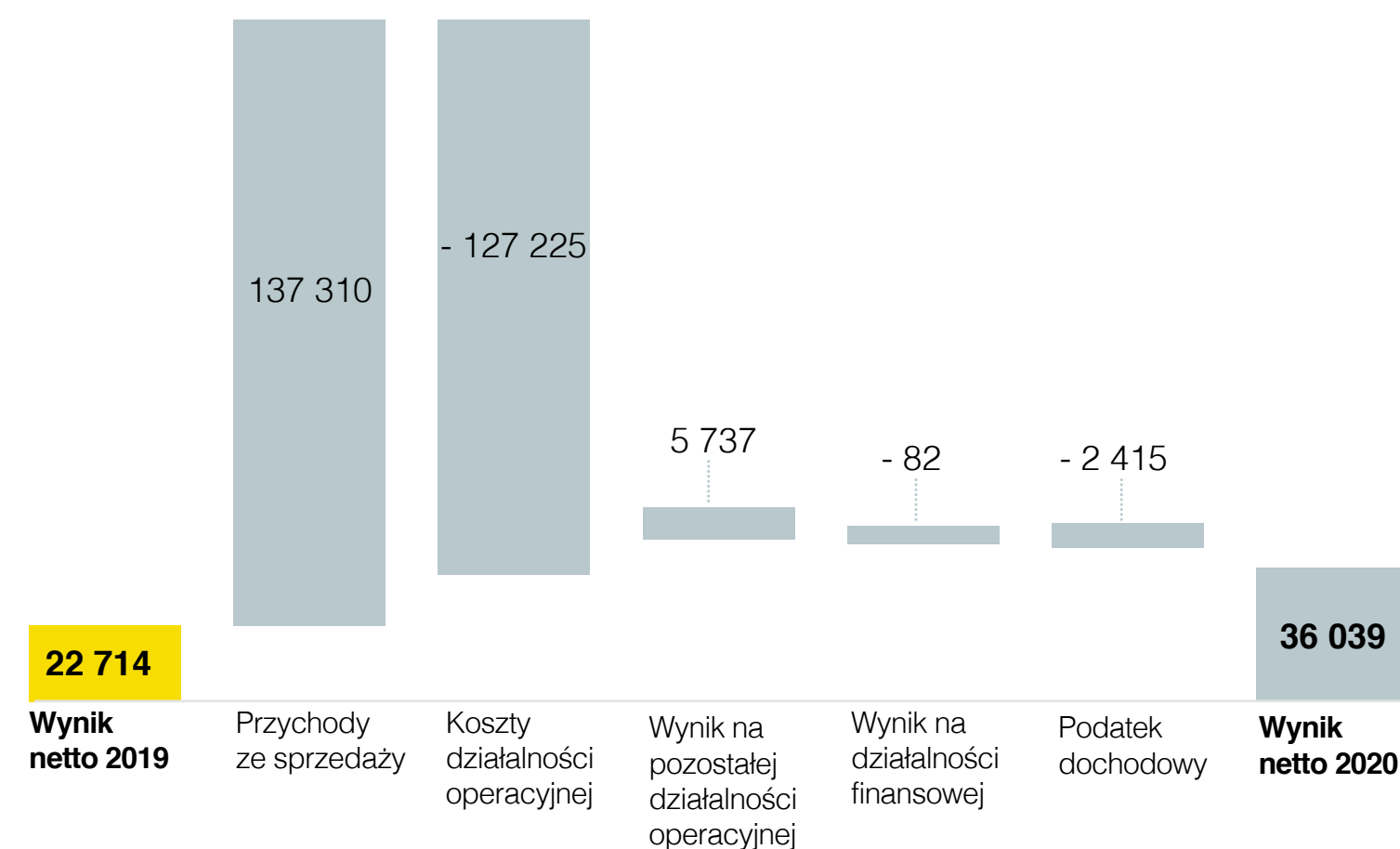


Tabela 6. Podstawowe elementy rachunku wyników TIM S.A. (w tys. zł)

	2020	2019	Zmiana (w %)
Przychody netto ze sprzedaży	<b>935 727</b>	798 417	17,2
Koszty działalności operacyjnej	<b>896 237</b>	769 012	16,5
Wynik na pozostałej działalności operacyjnej	<b>5 892</b>	155	3 701,3
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT)	<b>45 382</b>	29 560	53,5
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA)	<b>51 515</b>	35 818	43,8
Wynik na działalności finansowej	<b>(436)</b>	(354)	23,2
Zysk (strata) brutto	<b>44 946</b>	29 206	53,9
Podatek dochodowy	<b>8 907</b>	6 492	37,2
<b>Zysk (strata) netto</b>	<b>36 039</b>	<b>22 714</b>	<b>58,7</b>



Wykres 6. Źródła kreacji zysku netto TIM S.A. w 2020 roku (w tys. zł)



## Przychody ze sprzedaży

W 2020 roku Spółka wypracowała przychody ze sprzedaży w wysokości **935 727 tys. zł**, tj. o **17,2%** wyższe niż rok wcześniej. Taki wynik osiągnęła dzięki zintensyfikowaniu działań prosprzedażowych, utrzymaniu szerokiej oferty asortymentowej oraz pozyskaniu nowych klientów. Szczegółowy opis struktury przychodów Spółki w podziale na grupy asortymentowe, województwa, segmenty klientów oraz kanały sprzedaży przedstawiono w następujących punktach niniejszego Sprawozdania: 3.2.2, 3.2.3, 3.2.5 („Sprawozdanie”).

W podziale na kanały sprzedaży, zdecydowana większość przychodów TIM S.A. pochodziła ze sprzedaży internetowej za pośrednictwem platformy e-handlu TIM.pl. W 2020 roku Spółka wygenerowała ze sprzedaży online ok. **70%** przychodów.

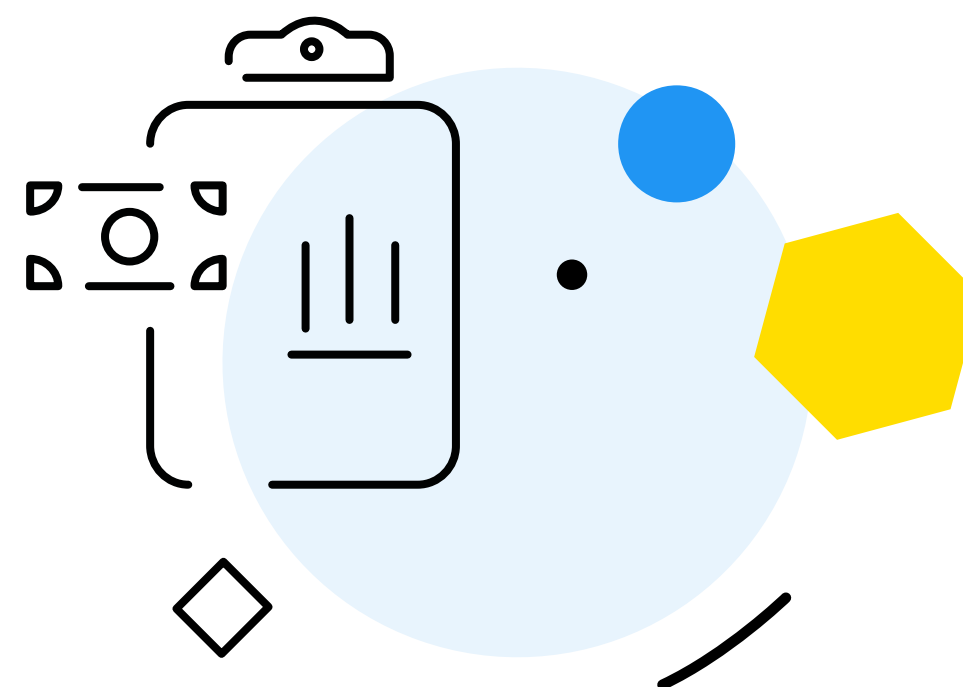
## Koszty operacyjne

W 2020 roku koszty operacyjne TIM S.A. ukształtowały się na poziomie **896 237 tys. zł**, zwiększając się o **16,5%** w porównaniu z 2019 rokiem. Ich główną składową (**84,5%** wszystkich kosztów operacyjnych) była wartość sprzedanych materiałów i towarów. W porównaniu z poprzednim rokiem wzrosła ona o **16,7%**, do **757 697 tys. zł**. Wzrost ten był spowodowany zwiększeniem wolumenu sprzedaży materiałów i towarów.

W zakresie innych kosztów działalności operacyjnej (poza wartością sprzedanych materiałów i towarów) najistotniejsze zmiany to:

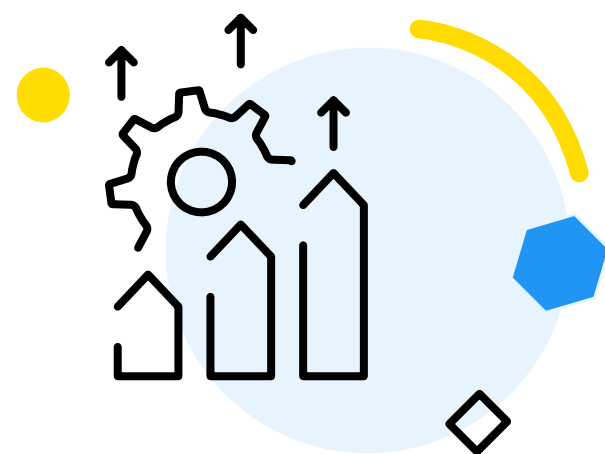
wzrost kosztów wynagrodzeń o **22,7%** do poziomu **34 428 tys. zł**,

wzrost kosztów związanych z odpisami aktualizacyjnymi i likwidacją zapasów do **4 570 tys. zł**.

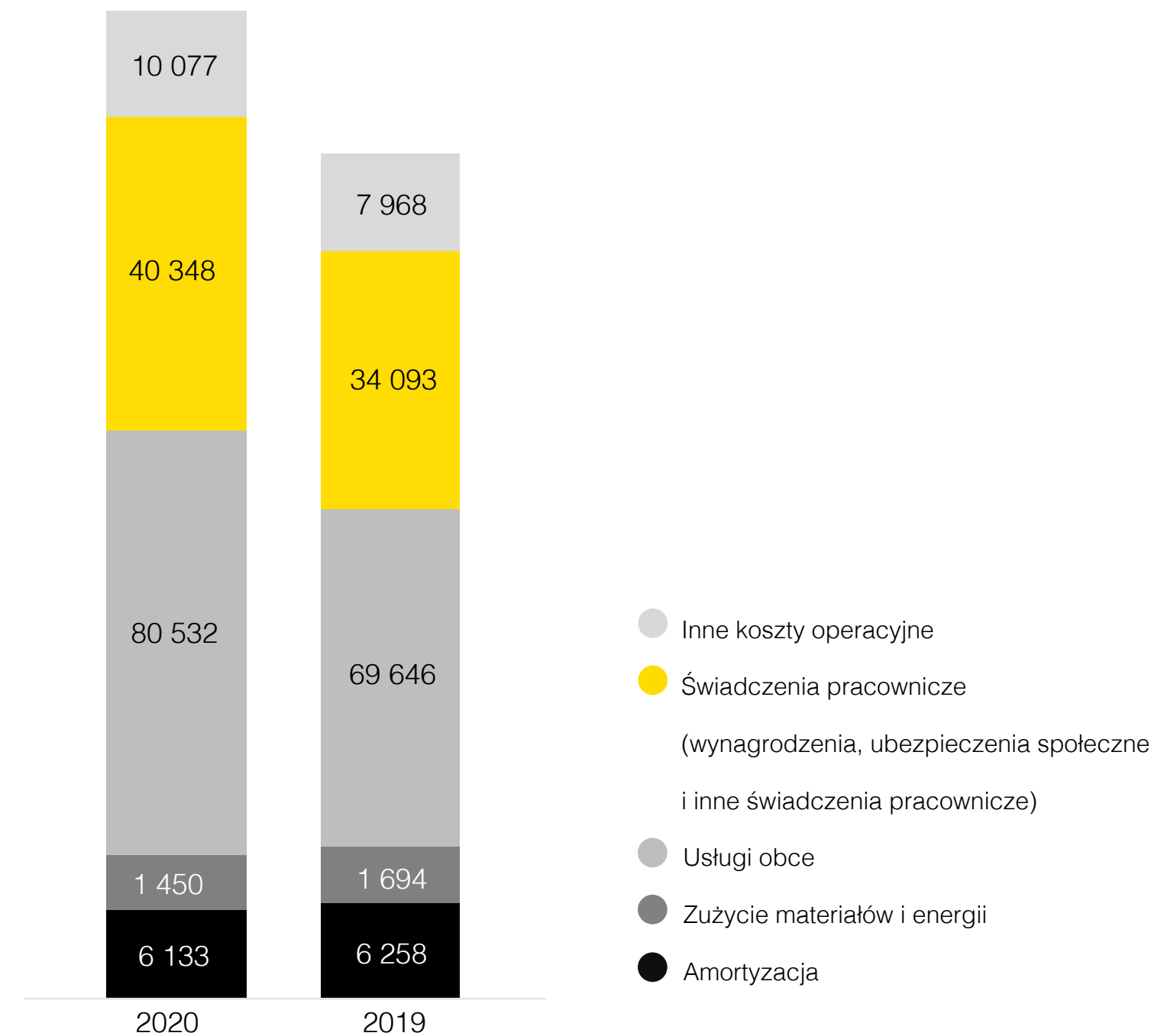


**Tabela 7. Koszty operacyjne TIM S.A. w układzie rodzajowym (w tys. zł)**

	2020	2019	Zmiana (w %)
Amortyzacja	<b>6 133</b>	6 258	(2,0)
Zużycie materiałów i energii	<b>1 450</b>	1 694	(14,4)
Odpis aktualizujący i likwidacja zapasów	<b>4 570</b>	2 569	77,9
Usługi obce	<b>80 532</b>	69 646	15,6
Podatki i opłaty	<b>267</b>	303	(11,9)
Wynagrodzenia	<b>34 428</b>	28 554	20,6
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia pracownicze	<b>5 920</b>	5 539	6,9
Pozostałe koszty rodzajowe	<b>5 240</b>	5 096	2,8
Wartość sprzedanych materiałów i towarów	<b>757 697</b>	649 353	16,7
<b>Koszty operacyjne ogółem</b>	<b>896 237</b>	<b>769 012</b>	<b>16,5</b>



**Wykres 7. Koszty operacyjne TIM S.A. w układzie rodzajowym (w tys. zł) – bez wartości sprzedanych materiałów i towarów**



### Wynik na pozostałej działalności operacyjnej

W 2020 roku wynik Spółki osiągnięty na pozostałej działalności operacyjnej wyniósł **5 892 tys. zł** wobec **155 tys. zł** w poprzednim roku. Różnica ta wynika przede wszystkim z zysku ze zbycia w 2020 roku **100%** akcji Rotopino.pl S.A.



### EBIT i EBITDA

W rezultacie powyższych zmian w przychodach i kosztach, w 2020 roku wynik TIM S.A. na działalności operacyjnej (EBIT) wyniósł **45 382 tys. zł** i był o **53,5%** wyższy niż w poprzednim roku. Na poziomie wyniku EBITDA Spółka wypracowała **51 515 tys. zł**, czyli o **43,8%** więcej niż w 2019 roku.

EBIT oznacza zysk lub stratę z działalności operacyjnej, natomiast EBITDA zysk lub stratę z działalności operacyjnej, powiększone o koszty amortyzacji.

### Wynik na działalności finansowej

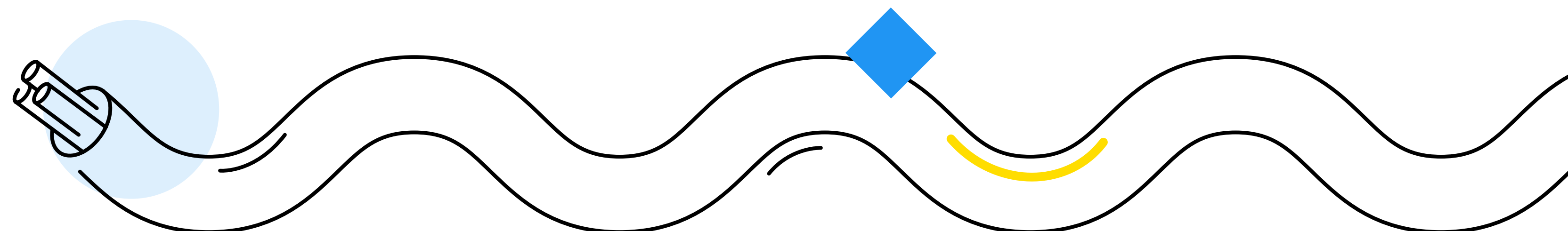
W 2020 roku wynik na działalności finansowej wyniósł **-436 tys. zł** wobec **-354 tys. zł** w 2019 roku.

## 2.2. Sytuacja finansowa

### Grupa Kapitałowa TIM

#### Aktywa

Na koniec 2020 roku wartość wszystkich aktywów Grupy Kapitałowej TIM wynosiła **467 055 tys. zł** i była o **0,3%** niższa w porównaniu ze stanem na koniec poprzedniego roku.



#### Aktywa trwałe

Wartość naszych aktywów trwałych na koniec 2020 roku wynosiła **171 237 tys. zł** i była niższa o **7,5%** w porównaniu z wartością na koniec 2019 roku.

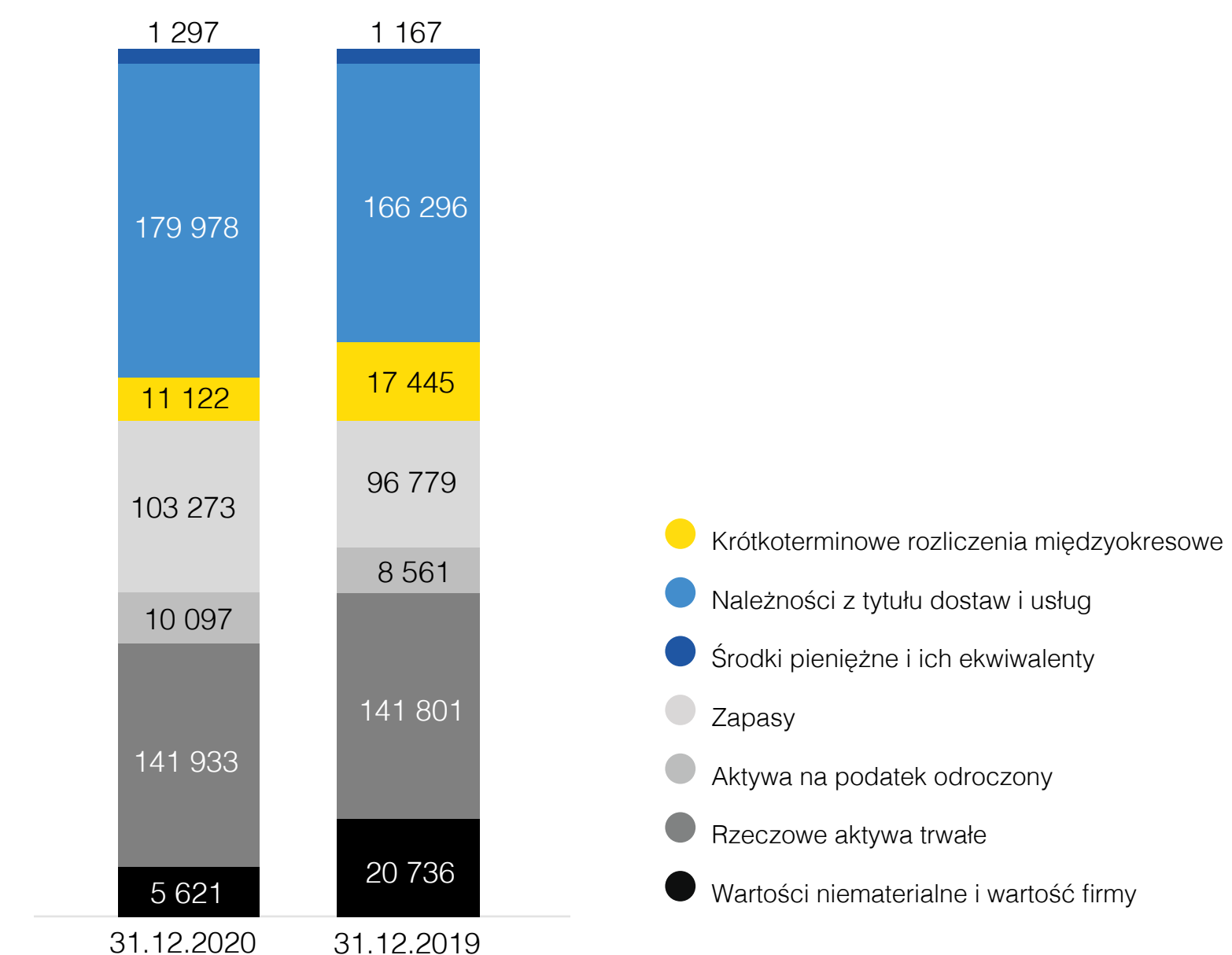
#### Aktywa obrotowe

Wartość aktywów obrotowych na koniec 2020 roku wynosiła **295 818 tys. zł** i była wyższa o **4,4%** w porównaniu z wartością uzyskaną na koniec 2019 roku. Na ten wzrost złożyły się głównie:

wzrost o **8,2%** należności z tytułu dostaw i usług, które na koniec 2020 wynosiły **179 978 tys. zł**;

wzrost zapasów o **6,7%** w stosunku do roku ubiegłego. Na koniec 2020 wynosiły **103 237 tys. zł**.

Wykres 8. Aktywa Grupy Kapitałowej TIM (w tys. zł)





## Pasywa

Wartość pasywów na koniec 2020 roku wynosiła **467 055 tys. zł** i była o **0,3%** mniejsza w porównaniu ze stanem na koniec poprzedniego roku.

## Kapitały własne

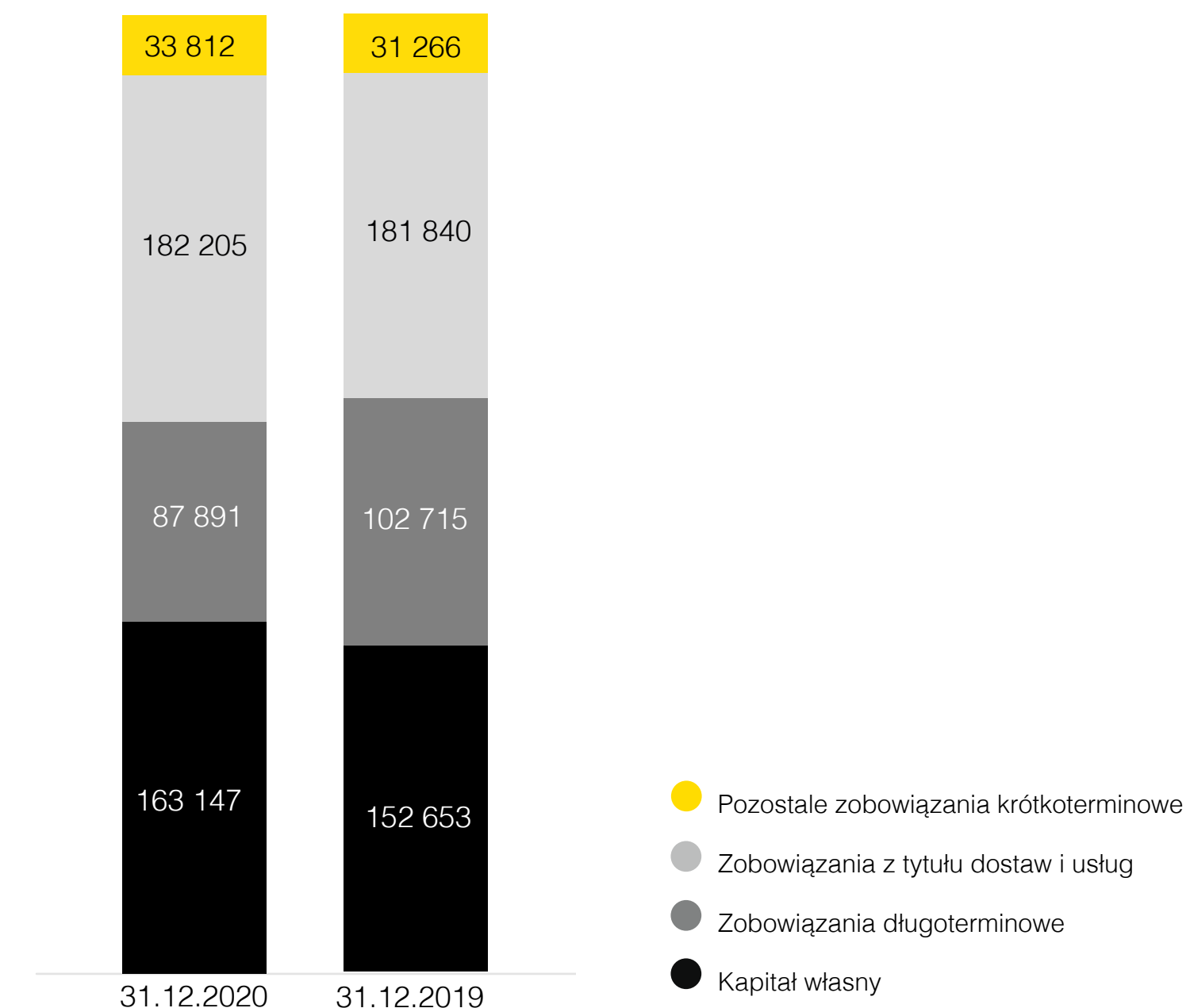
Na koniec 2020 roku Grupa w **34,9%** finansowała swoją działalność ze środków własnych. Kapitały własne Grupy wynosiły **163 147 tys. zł** wobec **152 653 tys. zł** na koniec 2019 roku. Ich wzrost o **6,9%** był związany z wypracowanym w 2020 roku zyskiem netto.

## Zobowiązania długoterminowe

Na koniec 2020 roku Grupa miała zobowiązania długoterminowe o wartości **87 891 tys. zł (18,8%** sumy bilansowej), a ich wartość była o **14,4%** niższa niż rok wcześniej. Wśród zobowiązań tego rodzaju dominowały: zobowiązania z tytułu leasingu finansowego na kwotę **77 813 tys. zł** oraz rezerwa na podatek odroczony w wysokości **9 798 tys. zł**.



Wykres 9. Pasywa Grupy Kapitałowej TIM (w tys. zł)



## Zobowiązania krótkoterminowe

Na koniec 2020 roku łączna wartość zobowiązań krótkoterminowych Grupy wynosiła **216 017 tys. zł (46,3%** pasywów ogółem), a ich wartość była o **1,4%** wyższa niż na koniec 2019 roku. Wśród zobowiązań tego rodzaju dominowały zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług w wysokości **182 205 tys. zł**, które stanowiły **39%** pasywów. W porównaniu ze stanem na koniec 2019 roku ich wartość wzrosła o **0,2%**.

## TIM S.A.

### Aktywa

Na koniec 2020 roku wartość wszystkich aktywów TIM S.A. wynosiła **392 651 tys. zł** i była o **4,9%** wyższa w porównaniu ze stanem na koniec 2019 roku. Wzrost wartości aktywów Spółki wynikał przede wszystkim ze zwiększenia zapasów oraz należności z tytułu dostaw i usług.

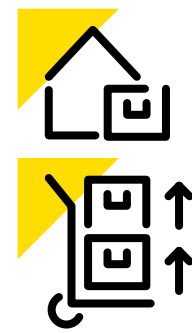
### Aktywa trwałe

Wartość aktywów trwałych Spółki na koniec 2020 roku wynosiła **86 759 tys. zł** (**22,1%** aktywów ogółem) i była niższa o **22,6%** w porównaniu ze stanem na koniec 2019 roku. Spadek aktywów trwałych wynikał przede wszystkim ze spadku o **31,1%** w porównaniu z 2019 roku, wartości udziałów i akcji w jednostkach powiązanych w związku ze sprzedażą **100%** akcji Rotopinio.pl S.A.



### Aktywa obrotowe

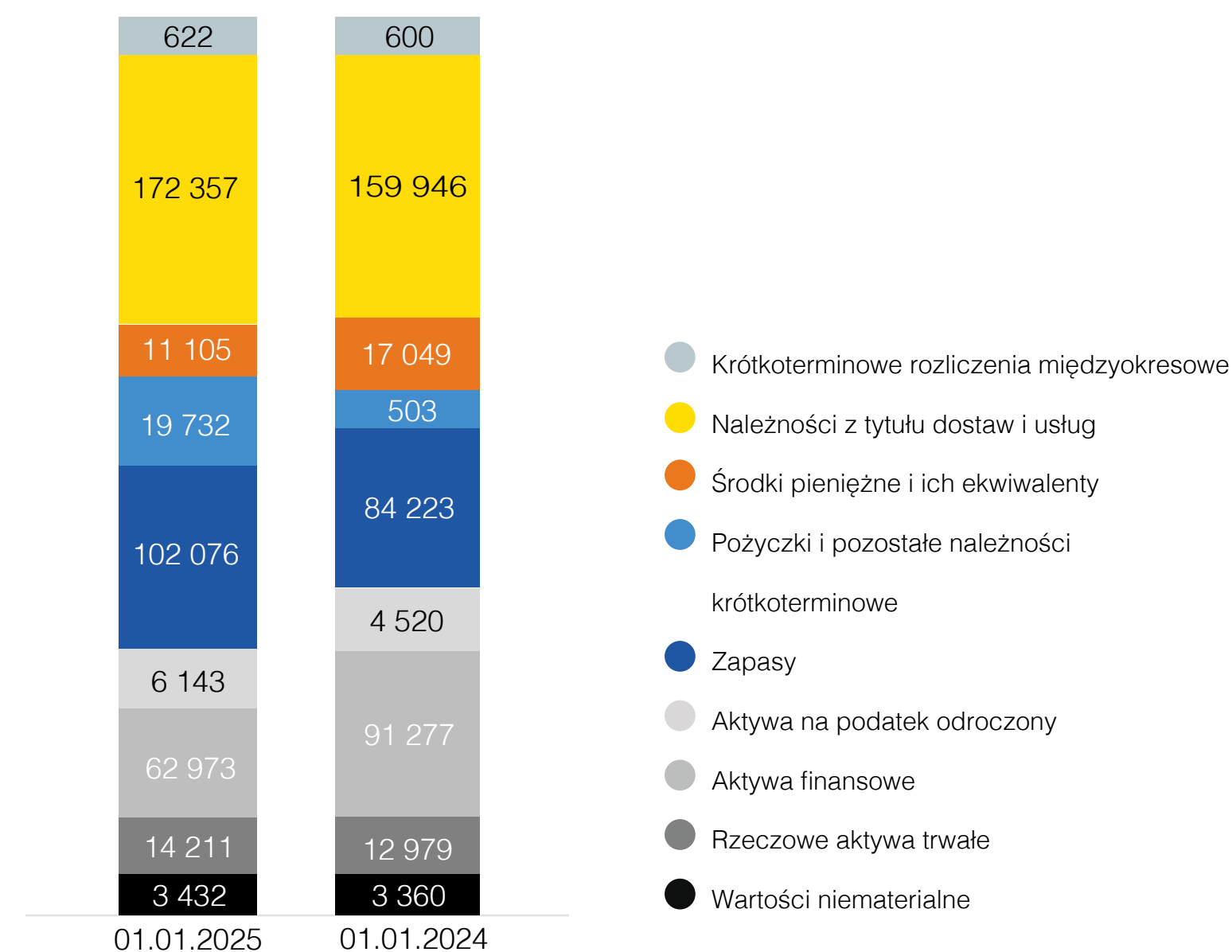
Na koniec 2020 roku wartość aktywów obrotowych Spółki wynosiła **305 892 tys. zł** (**77,9%** aktywów ogółem) i była o **16,6%** wyższa niż przed rokiem. Na ten wzrost złożyły się głównie:



wzrost zapasów o **21,2%** w stosunku do roku 2019,

wzrost należności z tytułu dostaw i usług o **7,8%** w stosunku do roku poprzedniego.

Wykres 10. Aktywa TIM S.A. (w tys. zł)



### Pasywa

#### Kapitały własne

Na koniec 2020 roku kapitały własne stanowiły **45,4%** pasywów Spółki. Ich wartość wzrosła do **178 198 tys. zł** wobec **168 799 tys. zł** na koniec 2019 roku. Wzrost kapitałów własnych o **5,6%** wynika z wypracowanego w 2020 zysku netto pomniejszonego o wypłaconą dywidendę.

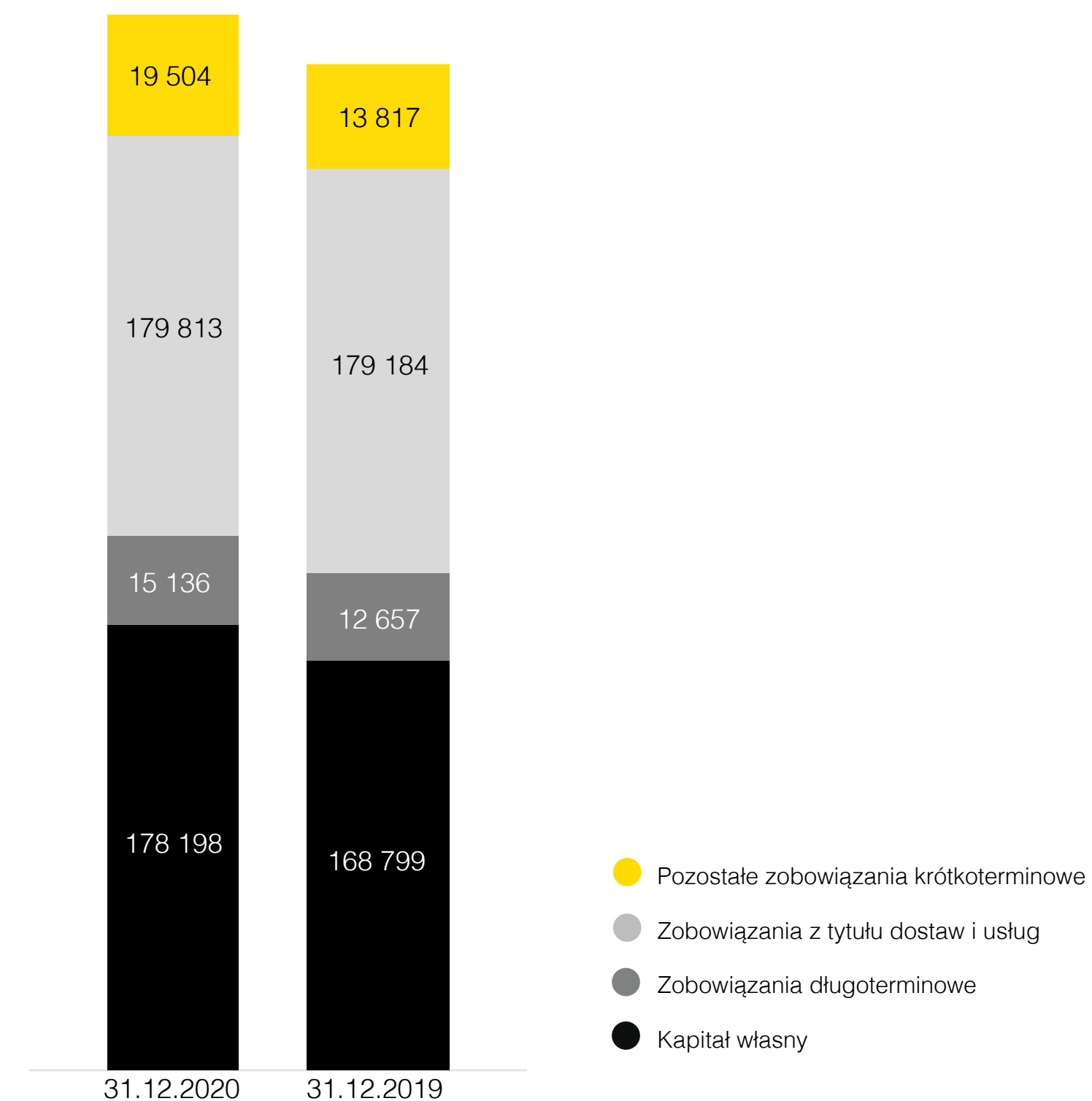
#### Zobowiązania długoterminowe

Na koniec 2020 roku zobowiązania długoterminowe Spółki wynosiły **15 136 tys. zł**, co stanowiło **3,9%** jej sumy bilansowej. Na zobowiązania długoterminowe Spółki, składają się rezerwy na podatek odroczone w wysokości **6 353 tys. zł** (wzrost w stosunku do roku ubiegłego o **23%**) oraz zobowiązania długoterminowe z tytułu leasingu finansowego w wysokości **8 621 tys. zł**.

## Zobowiązania krótkoterminowe

Na koniec 2020 roku zobowiązania krótkoterminowe Spółki wynosiły **199 317 tys. zł (50,8% pasywów ogółem)**. Większość zobowiązań krótkoterminowych stanowiły zobowiązania z tytułu dostaw i usług w wysokości **179 813 tys. zł**.




Wykres 11. Pasywa TIM S.A. (w tys. zł)



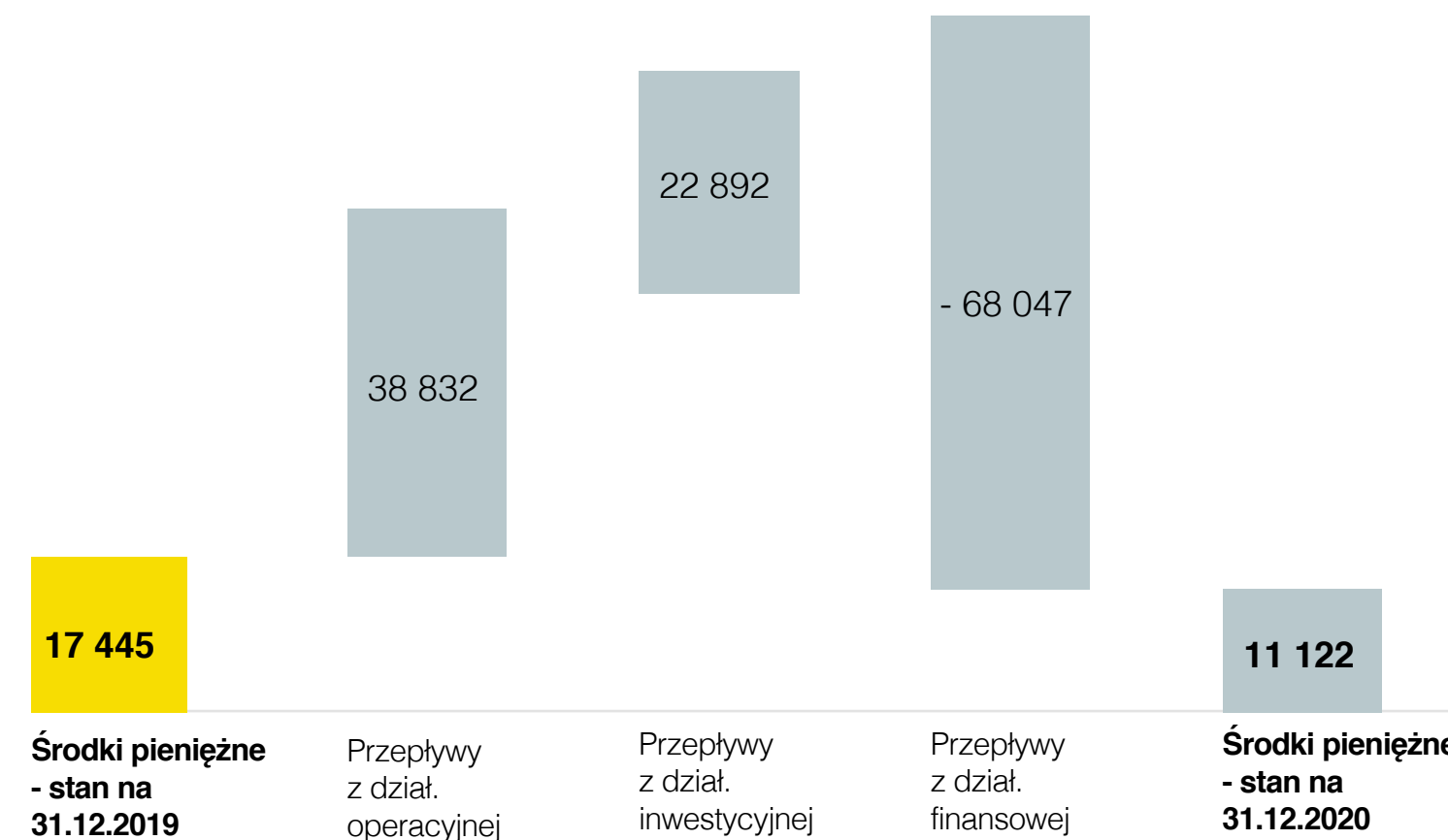
## 2.3. Przepływy pieniężne

### Grupa Kapitałowa TIM

W ciągu 2020 roku Grupa Kapitałowa TIM zanotowała ujemne przepływy pieniężne na poziomie **6 323 tys. zł**. W roku poprzednim przepływy były dodatnie - na poziomie **15 256 tys. zł**. Na osiągnięcie takiego wyniku złożyły się:




-  dodatnie przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w wysokości **38 832 tys. zł** w relacji do **54 093 tys. zł** w 2019 roku;
-  dodatnie przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej w wysokości **22 892 tys. zł** w relacji do **932 tys. zł** w 2019 roku;
-  ujemne przepływy z działalności finansowej w wysokości – **68 047 tys. zł**, wynikające przede wszystkim z wypłaty zaliczki na poczet dywidendy w wysokości **26 639 tys. zł** oraz płatności z tytułu leasingu finansowego w wysokości **33 584 tys. zł**.

Wykres 12. Przepływy pieniężne Grupy TIM w 2020 roku (w tys. zł)

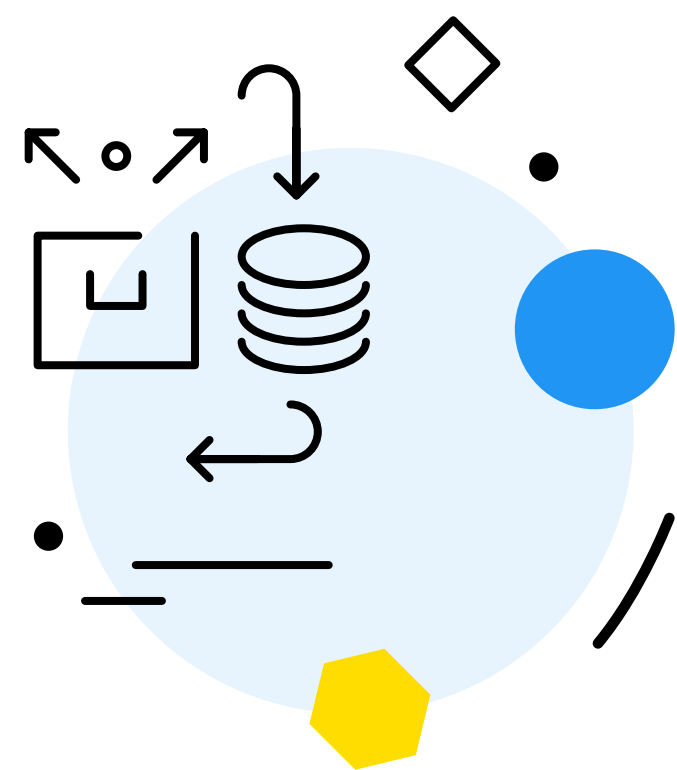
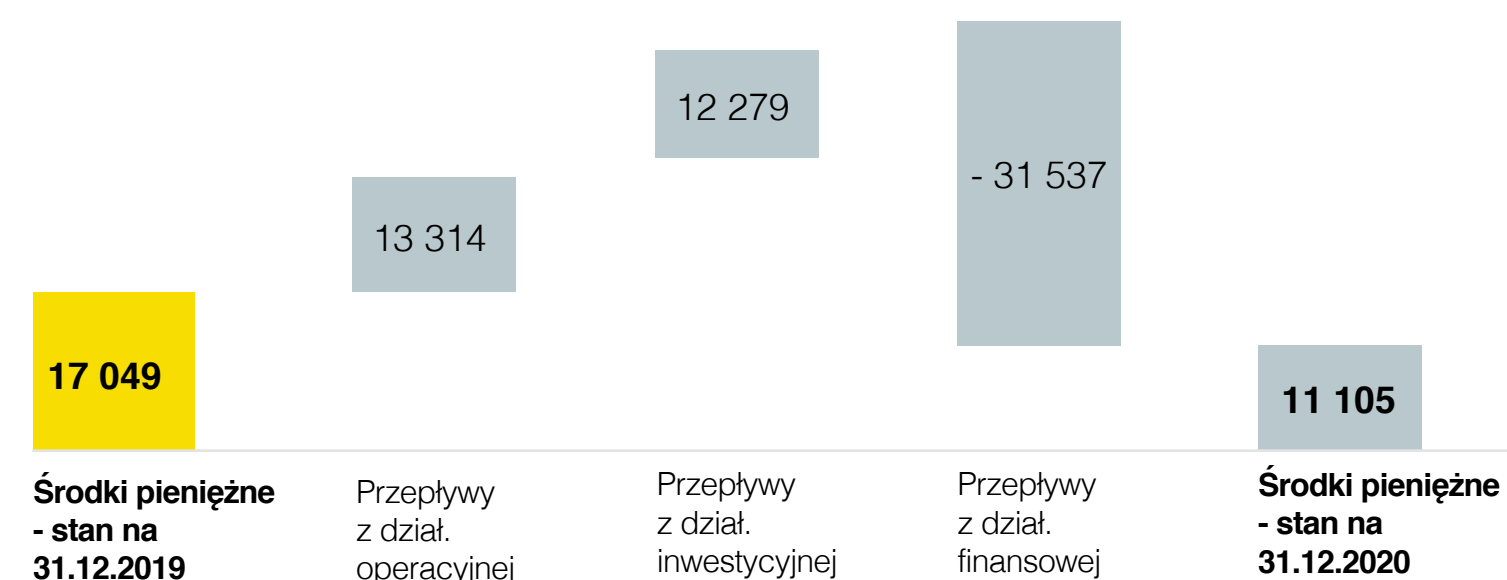


### TIM S.A.

W ciągu 2020 roku jednostka dominująca, TIM S.A., zanotowała ujemne przepływy pieniężne na poziomie **-5 944 tys. zł**, podczas gdy w roku poprzednim przepływy te były dodatnie - na poziomie **15 719 tys. zł**. Na osiągnięcie takiego wyniku złożyły się:

-  dodatnie przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej w wysokości **13 314 tys. zł**;
-  dodatnie przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej w wysokości **12 279 tys. zł**;
-  ujemne przepływy z działalności finansowej w wysokości **-31 537 tys. zł** (w tym wypłata dywidendy w kwocie **26 639 tys. zł**).

Wykres 13. Przepływy pieniężne TIM S.A. w 2020 roku (w tys. zł)



## Grupa Kapitałowa TIM

W 2020 roku zanotowaliśmy wzrost podstawowych wskaźników rentowności w porównaniu z poprzednim rokiem.

Tabela 8. Wskaźniki rentowności Grupy Kapitałowej TIM

	2020	2019
Marża EBIT w % (EBIT / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>5,5%</b>	3,7%
Marża EBITDA w % (EBITDA / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>7,6%</b>	6,0%
Marża netto na sprzedaży w % (Zysk netto ze sprzedaży / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>4,9%</b>	3,7%
Marża zysku (straty) netto w % (Zysk netto / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>3,5%</b>	2,2%
Wskaźnik zwrotu z aktywów (ROA)* (Zysk netto / Aktywa) x 100%	<b>8,0%</b>	4,2%
Wskaźnik zwrotu z kapitału (ROE)* (Zysk netto / Kapitał własny) x 100%	<b>22,8%</b>	12,8%

Na koniec 2020 roku sytuacja płynnościowa Grupy była bardzo dobra, a poziom zadłużenia ogólnego pozostały na niskim poziomie.



Tabela 9. Wskaźniki płynności i zadłużenia Grupy Kapitałowej TIM

	31.12.2020	31.12.2019
Wskaźnik płynności bieżącej (Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe)	<b>1,37</b>	1,33
Wskaźnik płynności przyspieszonej (Aktywa obrotowe - zapasy - rozliczenia międzyokresowe czynne) / Zobowiązania krótkoterminowe	<b>0,89</b>	0,87
Wskaźnik płynności gotówkowej (Środki pieniężne i ich ekwiwalenty / Zobowiązania krótkoterminowe)	<b>0,05</b>	0,08
Wskaźnik zadłużenia ogólnego (Zobowiązania ogółem / Aktywa ogółem) x 100%	<b>65,1%</b>	67,4%
Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym (Kapitał własny / Aktywa trwałe)	<b>0,95</b>	0,82

W 2020 roku cykle rotacji zapasów i należności uległ skróceniu w porównaniu z poprzednim rokiem. Natomiast w związku ze zmianą regulacji rynkowych istotnie skrócił się cykl rotacji zobowiązań, co w konsekwencji spowodowało wydłużenie cyklu konwersji gotówki.



Tabela 10. Wskaźniki rotacji majątku GK TIM

	2020	2019
Cykl zapasów (Stan zapasów x 360/Koszty operacyjne) w dniach	<b>36,7</b>	40,6
Cykl należności (Należności z tytułu dostaw i usług x 360/Przychody ze sprzedaży) w dniach	<b>60,8</b>	67,3
Cykl zobowiązań bieżących (Zobowiązania krótkoterminowe x 360/Przychody ze sprzedaży) w dniach	<b>73,0</b>	86,2
Cykl środków pieniężnych (Cykl zapasów + Cykl należności - Cykl zobowiązań) w dniach	<b>24,5</b>	21,7

## TIM S.A.

W 2020 roku Spółka zanotowała wzrost podstawowych wskaźników rentowności w porównaniu z poprzednim rokiem.

**Tabela 11. Wskaźniki rentowności TIM S.A**

	2020	2019
Marża EBIT w % (EBIT / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>4,8%</b>	3,7%
Marża EBITDA w % (EBITDA / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>5,5%</b>	4,5%
Marża netto na sprzedaży w % (Zysk netto ze sprzedaży / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>4,2%</b>	3,7%
Marża zysku (straty) netto w % (Zysk netto / Przychody ze sprzedaży) x 100%	<b>3,9%</b>	2,8%
Wskaźnik zwrotu z aktywów (ROA)* (Zysk netto / Aktywa) x 100%	<b>9,2%</b>	6,1%
Wskaźnik zwrotu z kapitału (ROE)* (Zysk netto / Kapitał własny) x 100%	<b>20,2%</b>	13,5%

Na koniec 2020 roku sytuacja płynnościowa Spółki oraz wskaźnik zadłużenia ogólnego były na bezpiecznym poziomie.

**Tabela 12. Wskaźniki płynności zadłużenia TIM S.A.**

	31.12.2020	31.12.2019
Wskaźnik płynności bieżącej (Aktywa obrotowe / Zobowiązania krótkoterminowe)	<b>1,53</b>	1,36
Wskaźnik płynności przyspieszonej (Aktywa obrotowe - zapasy - rozliczenia międzyokresowe czynne) / Zobowiązania krótkoterminowe	<b>1,02</b>	0,92
Wskaźnik płynności gotówkowej (Środki pieniężne i ich ekwiwalenty / Zobowiązania krótkoterminowe)	<b>0,06</b>	0,09
Wskaźnik zadłużenia ogólnego (Zobowiązania ogółem / Aktywa ogółem) x 100%	<b>54,6</b>	54,9
Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem własnym (Kapitał własny / Aktywa trwałe)	<b>2,05</b>	1,51

W 2020 roku zapasy Spółki rotowały nieco wolniej niż w poprzednim roku. Cykl rotacji należności i zobowiązań skrócił się w stosunku do roku poprzedniego. W konsekwencji wydłużył się cykl konwersji środków pieniężnych.

**Tabela 13. Wskaźniki rotacji majątku TIM S.A.**

	2020	2019
Cykl zapasów (Stan zapasów x 270 / Koszty operacyjne) w dniach	<b>41,0</b>	39,4
Cykl należności (Należności z tytułu dostaw i usług x 270 / Przychody ze sprzedaży) w dniach	<b>66,3</b>	72,1
Cykl zobowiązań bieżących (Zobowiązania krótkoterminowe)	<b>76,7</b>	87,0
Cykl środków pieniężnych (Cykl zapasów + Cykl należności - Cykl zobowiązań) w dniach	<b>30,6</b>	24,5



## 2.4. Pozostałe informacje finansowe



### Kredyty i pożyczki

W 2020 roku TIM S.A. podpisał następującą umowę finansowania, opisaną w sprawozdaniu finansowym TIM S.A. sporządzonym na dzień 31 grudnia 2020 roku:



Aneks do Umowy z dnia 24 stycznia 2019 roku pomiędzy Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. z siedzibą w Warszawie, a TIM S.A. o kredyt w rachunku bieżącym w kwocie do **10 mln zł** wydłużający okres dostępności kredytu do 25 lutego 2022 roku. Odsetki liczone są na podstawie zmiennej stopy WIBOR + marża banku.

Na dzień 31 grudnia 2020 roku Spółka nie posiadała zaangażowania z tytułu kredytów w rachunku bieżącym.

### Poręczenia, gwarancje i zobowiązania warunkowe

W 2020 roku nie wystąpiły istotne zmiany w zobowiązaniach warunkowych. Stan gwarancji i poręczeń na dzień 31 grudnia 2020 roku jest zaprezentowany w punkcie 3. informacji dodatkowej Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.



Działalność Grupy Kapitałowej TIM  
w 2020 roku

# Działalność Grupy w 2020 roku

3.1. Struktura Grupy

3.2. Działalność TIM S.A. i pozostałych spółek z Grupy

3.3. Relacje inwestorskie

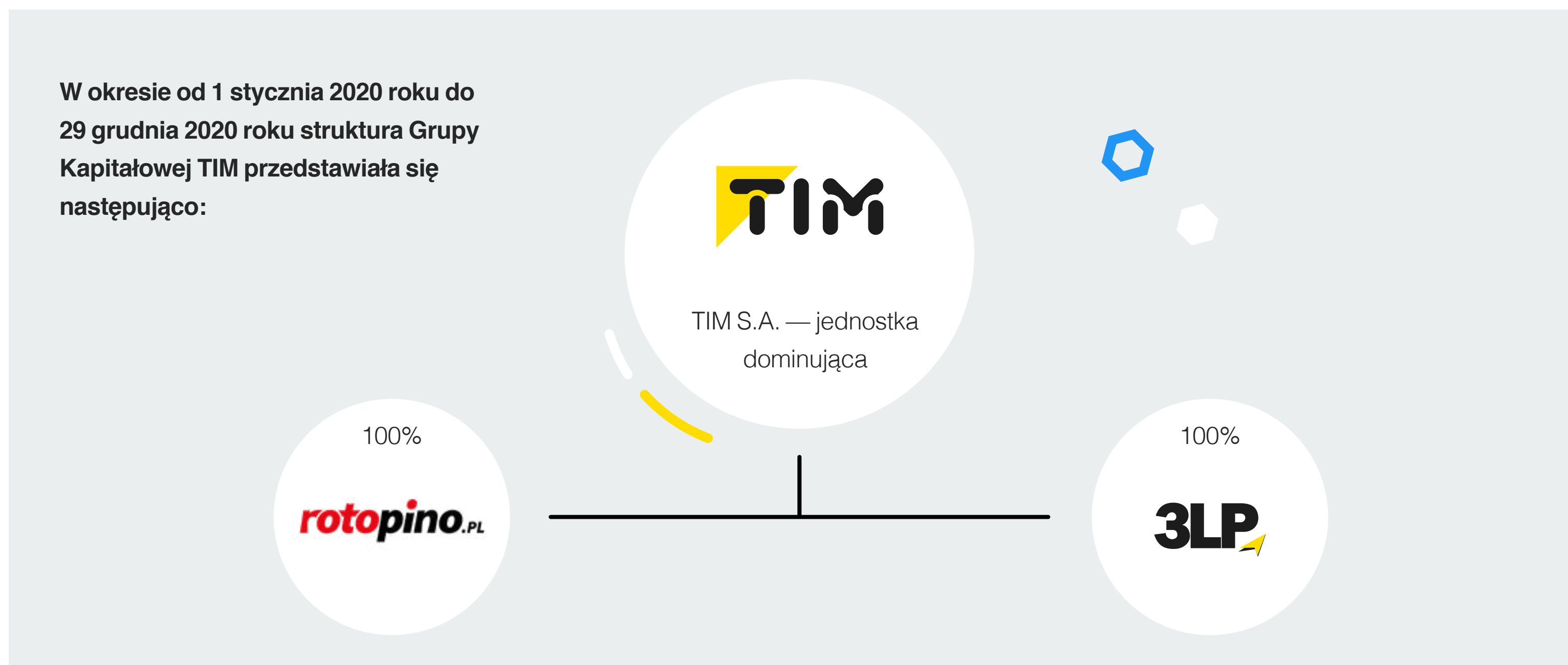
3.4. Znaczące i inne istotne umowy

3.5. Postępowania

## 3.1. Struktura Grupy

Jednostką dominującą Grupy 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.



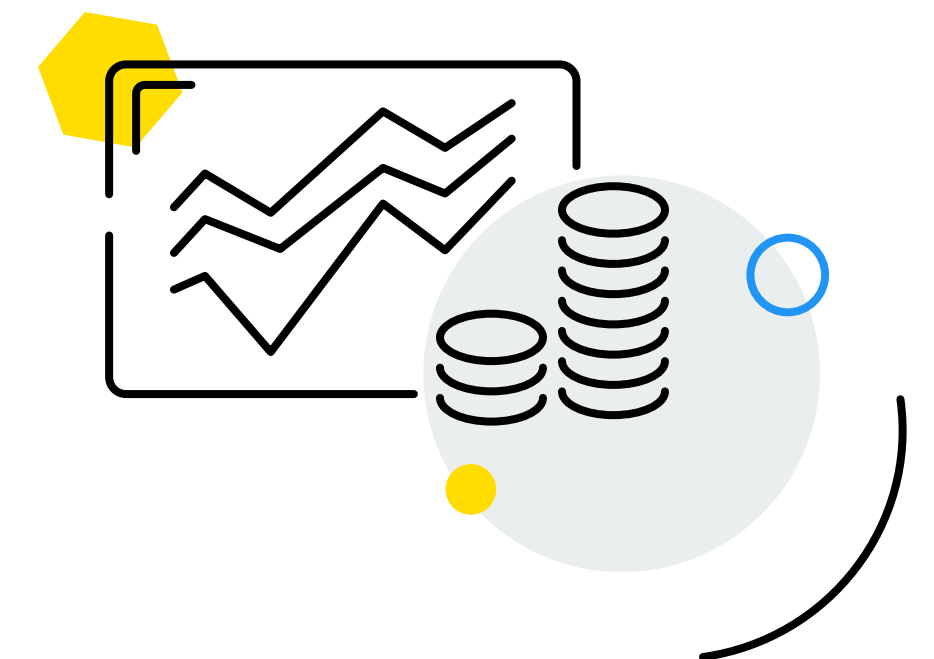
26 listopada 2020 roku została zawarta warunkowa umowa sprzedaży akcji Rotopino.pl S.A., na mocy której TIM S.A. zobowiązał się do sprzedaży na rzecz OPONEO.PL S.A. z siedzibą w Bydgoszczy **10 000 000** akcji na okaziciela Rotopino.pl S.A. o wartości nominalnej **0,10 zł**, tj. **100%** kapitału zakładowego Rotopino.pl S.A. Umowa ta została zawarta z zastrzeżeniem spełnienia się warunku zawieszającego polegającego na uzyskaniu bezwarunkowej i ostatecznej zgody Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta na dokonanie koncentracji.

Prezes UOKiK wyraził taką zgodę decyzją nr DKK-244/2020 z 23 grudnia 2020 roku. Zawarcie umowy przenoszącej własność wszystkich akcji Rotopino.pl S.A. na rzecz Oponeo.pl S.A. nastąpiło 29 grudnia 2020 roku.

Po przeprowadzeniu transakcji, o której mowa powyżej, struktura Grupy Kapitałowej TIM przedstawiała się następująco:



Ponadto osoby zarządzające/nadzorujące TIM S.A. są członkami organów zarządzających/nadzorujących ELEKTROTIM S.A. i SONEL S.A. oraz/lub posiadają akcje w wyżej wymienionych podmiotach. Informacje o transakcjach zawartych z tymi podmiotami przedstawiono w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej TIM za 2020 rok. Wszystkie ww. transakcje dokonane zostały na warunkach rynkowych.



## 3.2. Działalność TIM S.A. i pozostałych spółek z Grupy

### Przedmiot działalności TIM S.A.

TIM S.A. jest największym dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych w Polsce. Na rynku Spółka działa od 1987 roku. Wówczas powstało Spółdzielcze Przedsiębiorstwo TIM Sp. z o.o. – biuro projektowe, świadczące ponadto usługi pomiarowo-kontrolne i instalacyjne.

TIM S.A. posiada ogólnopolską sieć biur handlowych, oddziałów franczyzowych i mobilnych przedstawicieli handlowych, a od 2013 roku oferuje klientom hurtowym i detalicznym zakupy online – za pośrednictwem nowoczesnej platformy internetowej TIM.pl oraz aplikacji mobilnej mTIM. Spółka jako pierwszy w Polsce dystrybutor artykułów elektrotechnicznych udostępniła swoją ofertę przez Internet zarówno klientom biznesowym, jak i indywidualnym.

Grupa Kapitałowa TIM jest operatorem Centrum Logistycznego w Siechnicach. Sam obiekt nie jest obecnie własnością Grupy, natomiast od lipca 2016 roku jego operatorem jest należąca do niej spółka – 3LP S.A. 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.

**TIM S.A. oferuje szeroki zakres produktów elektrotechnicznych, takich jak:**



aparatura elektrotechniczna,



kable i przewody,



oświetlenie,



osprzęt elektroinstalacyjny,



osprzęt pomocniczy,



mierniki, narzędzia i elektronarzędzia,



osprzęt siłowy,



osprzęt odgromowy,



systemy prowadzenia kabli,



akcesoria do instalacji fotowoltaicznych,



artykuły BHP.

W procesie zakupowym na platformie internetowej TIM.pl są również dostępne usługi finansowe dające klientom możliwości finansowania zakupów w TIM S.A. czy szybsze pozyskanie gotówki z prowadzonej działalności w ramach usług faktoringowych.

W 2020 roku w ofercie platformy TIM.pl pojawiły w większym zakresie produkty z kategorii elektroniki użytkowej, RTV / AGD, akcesoria komputerowe czy hobby, zdrowie i turystyka.

W celu zapewnienia przewagi konkurencyjnej TIM S.A. stale optymalizuje swoją ofertę magazynową pod kątem dostępności i elastycznej możliwości dostawy dla klienta.



Na koniec 2020 roku w ofercie magazynowej TIM.pl (towary z określoną dostępnością i czasem realizacji) znajdowało się **168 683** unikalnych indeksów.

Dostępność asortymentu w ofercie sklepu internetowego oraz rosnąca popularność kanału e-commerce sprawiły, że w 2020 roku Spółka sprzedawała średnio **49 165** unikalnych indeksów, a w rekordowym listopadzie liczba sprzedanych indeksów wyniosła **52 429** (o **2201** indeksów więcej niż w najlepszym miesiącu 2019 roku). W ocenie Zarządu TIM S.A. szeroka oferta produktowa dostępna na TIM.pl oraz możliwość łatwego dotarcia z informacją o ofercie do klientów stanowią istotne przewagi nad konkurencją działającą

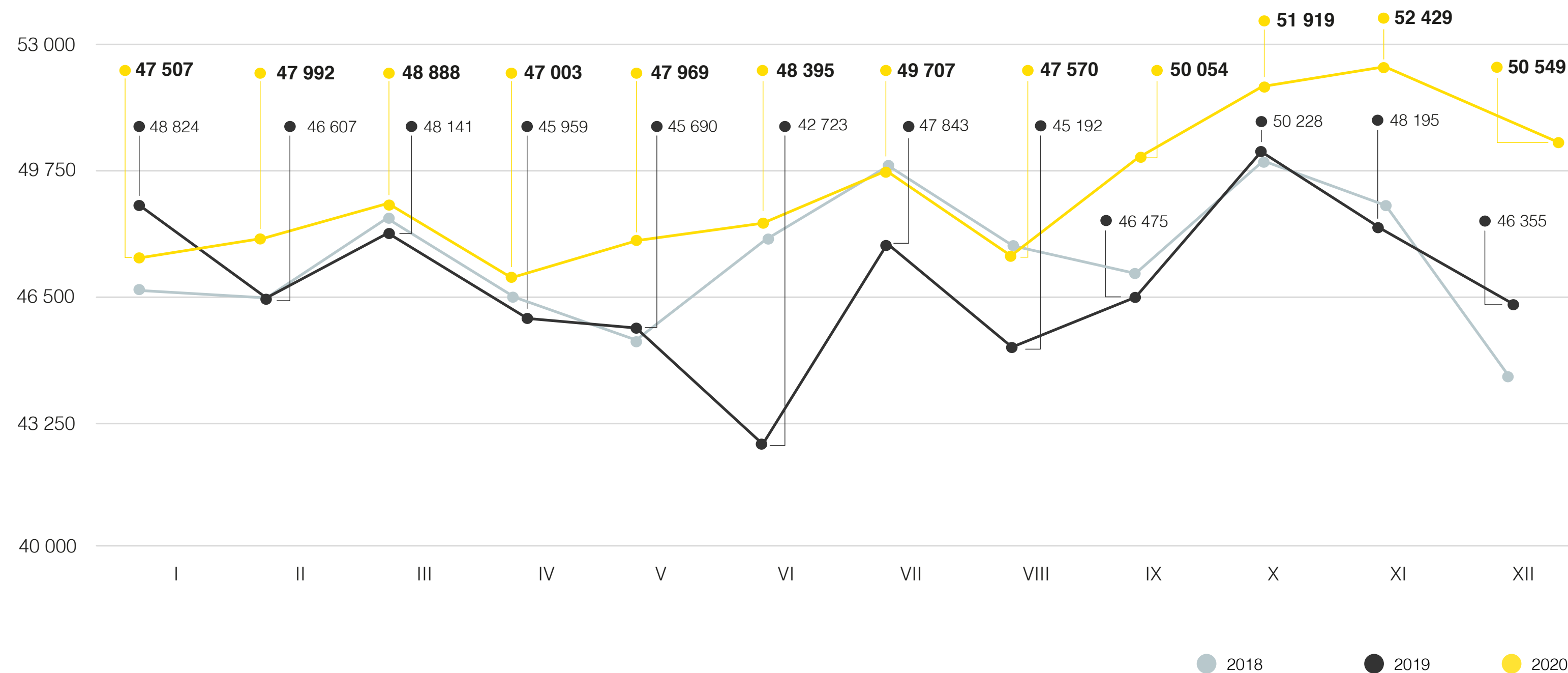
wyłącznie poprzez kanał tradycyjny. W 2020 roku Spółka rozszerzała ofertę produktów dostępnych dla klientów w alternatywnych modelach sprzedaży, szczególnie w modelu marketplace'u hybrydowego. W sposób optymalny kosztowo wzmacniało to przewagę nad konkurencją w zakresie oferty produktowej, wspierało pozyskiwanie nowych klientów z branży elektrotechnicznej, jak i nowych branż, przy jednoczesnym utrzymaniu parametrów zarządzania zapasem magazynowym na oczekiwanym poziomie.

## Wyniki sprzedaży TIM S.A.



W 2020 roku przychody ogółem TIM S.A. wyniosły **935 727 tys. zł** i wzrosły o **17,2%** w porównaniu z poprzednim rokiem.

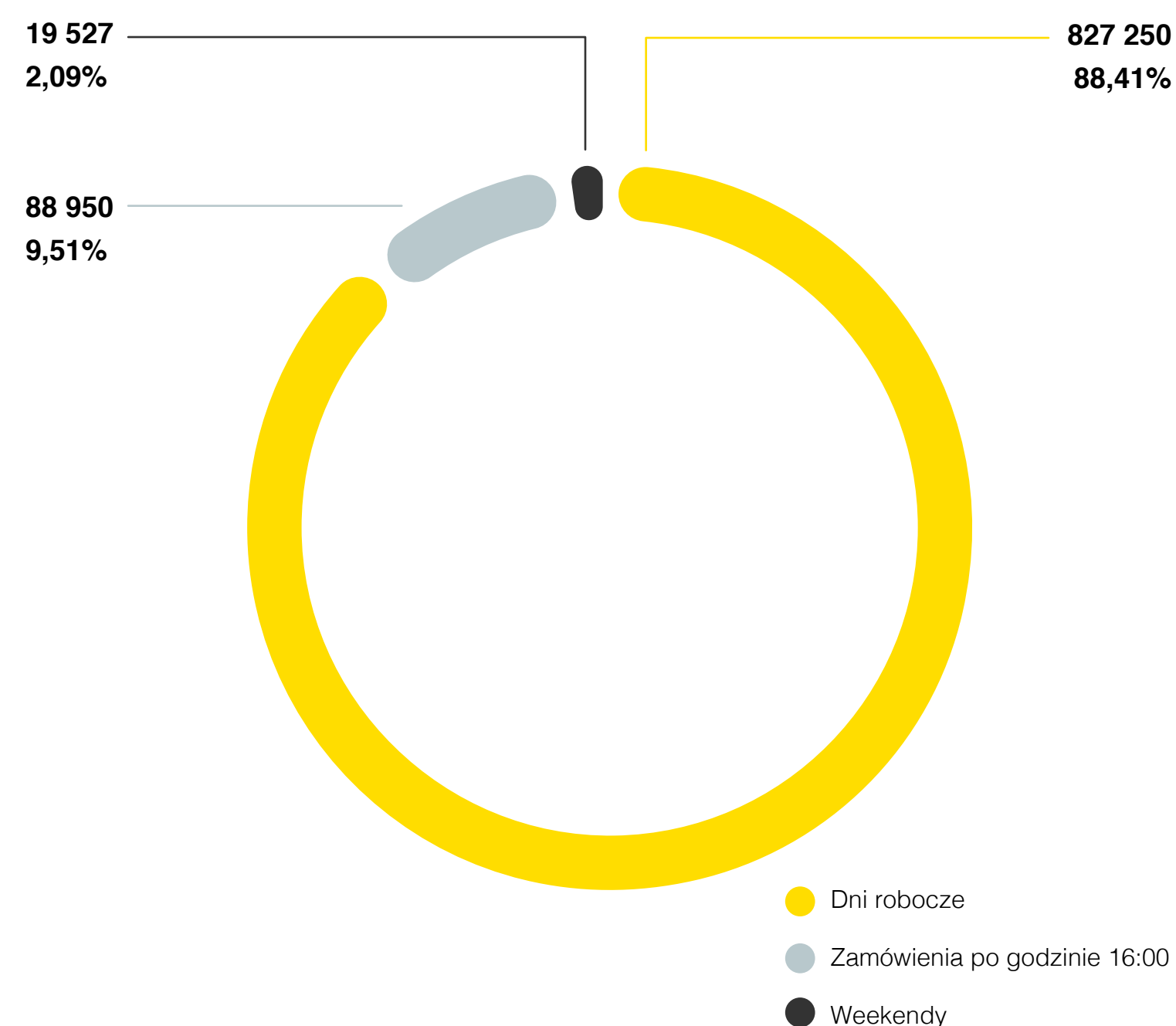
Wykres 14. Sprzedaż unikalnych pozycji asortymentowych w kolejnych miesiącach



Dzięki hybrydowemu modelowi działania i wykorzystaniu kanału e-commerce, a więc dostępności platformy sprzedażowej TIM.pl 24/7, wartość sprzedaży realizowana poza typowymi godzinami pracy hurtowni z tradycyjnym modelem sprzedaży (poniedziałek - piątek w godzinach 8:00 – 16:00) wyniosła w 2020 roku **108 477 tys. zł**, czyli stanowiła blisko **12%** całkowitej sprzedaży zrealizowanej w minionym roku. W stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego wzrósł nie tylko udział sprzedaży wygenerowanej w okresie zamknięcia punktów sprzedających w modelu tradycyjnym, ale również dynamika sprzedaży w godzinach zamknięcia tradycyjnych hurtowni była wyższa niż całkowita dynamika sprzedaży. Był to wzrost o blisko **25%** w stosunku do 2019 roku, w którym zanotowano wartość sprzedaży na poziomie **87 157 tys. zł**. Rosnące parametry

sprzedaży zarejestrowanej po standardowych godzinach pracy i w weekendy pokazują coraz lepsze wykorzystywanie e-commerce'owego modelu sprzedaży podążającego za zmianami nawyków zakupowych klientów. Zachowanie takie w 2020 roku było również stymulowane pandemią COVID-19 i wiążącym się z nią napływem nowych klientów korzystających z bezpiecznych metod sprzedaży i dostawy towaru, jakie oferuje platforma TIM.pl.

**Wykres 15. Przychody ze sprzedaży w trakcie tygodnia**



**Tabela 14. Przychody ze sprzedaży towarów w TIM S.A. według grup asortymentowych**

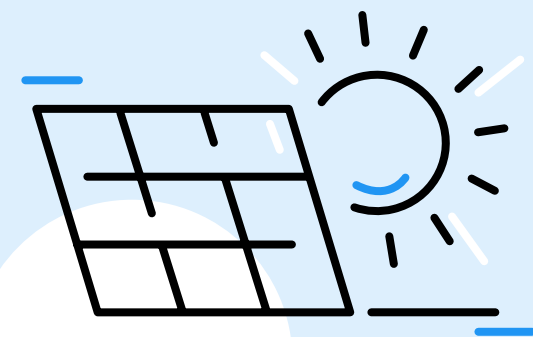
Grupa asortymentowa	2020		2019		zmiana	
	tys. zł	udział	tys. zł	udział	tys. zł	%
Kable i przewody	290 355	31,00%	254 899	31,93%	35 456	13,91%
Aparatura i rozdzielnice	271 215	29,00%	238 001	29,81%	33 214	13,96%
Osprzęt siłowy i elektroinstalacyjny	91 070	9,70%	76 025	9,52%	15 045	19,79%
Oświetlenie	80 109	8,60%	80 111	10,03%	-2	0,00%
Osprzęt pomocniczy	72 108	7,70%	60 461	7,57%	11 647	19,26%
Systemy prowadzenia kabli	46 011	4,90%	40 200	5,03%	5 811	14,43%
Mierniki, narzędzia i elektronarzędzia	20 473	2,20%	16 612	2,08%	3 861	23,24%
Pozostałe	64 386	6,90%	32 108	4,02%	32 278	100,53%
<b>Przychody ze sprzedaży ogółem</b>	<b>935 727</b>	<b>100,00%</b>	<b>798 417</b>	<b>100%</b>	<b>137 310</b>	<b>17,20%</b>

Największą pozycję w przychodach, z udziałem na poziomie **31%**, stanowiła sprzedaż kabli i przewodów – wyniosła ona **290 355 tys zł**, czyli o **14,5%** więcej niż w 2019 roku. Mimo wyraźnego wzrostu wartości sprzedaży tej grupy asortymentowej, kolejny rok z rzędu można zaobserwować stopniowe obniżanie udziału sprzedaży kabli, w szczególności podstawowego asortymentu, dedykowanego do infrastruktury energetycznej. Największa grupa asortymentowa wykazuje również kolejny trend obserwowany od jakiegoś czasu. W obszarze kabli i przewodów rośnie sprzedaż przewodów tak instalacyjnych, jak i specjalistycznych, które mają coraz większy udział w sprzedaży.

W zakresie przewodów specjalistycznych dość istotne znaczenie mają przewody dedykowane do instalacji fotowoltaicznych, które cieszą się coraz większą popularnością wśród prosumentów, jak i odbiorców komercyjnych. W 2020 roku drugą pozycję w przychodach Spółki zajęła grupa „Aparatura i rozdzielnice”. Przychody z tego tytułu wyniosły **271 215 tys. zł** (tj. **29%** przychodów ogółem), czyli o **15,5%** więcej niż w 2019 roku. Największą zmianę w 2020 roku odnotowały przychody z tytułu sprzedaży grupy zakwalifikowanej jako „Pozostałe” (wzrost o **68,9%** w porównaniu z poprzednim rokiem). Zwiększył się również istotnie jej udział sprzedaży - do **6,9%**

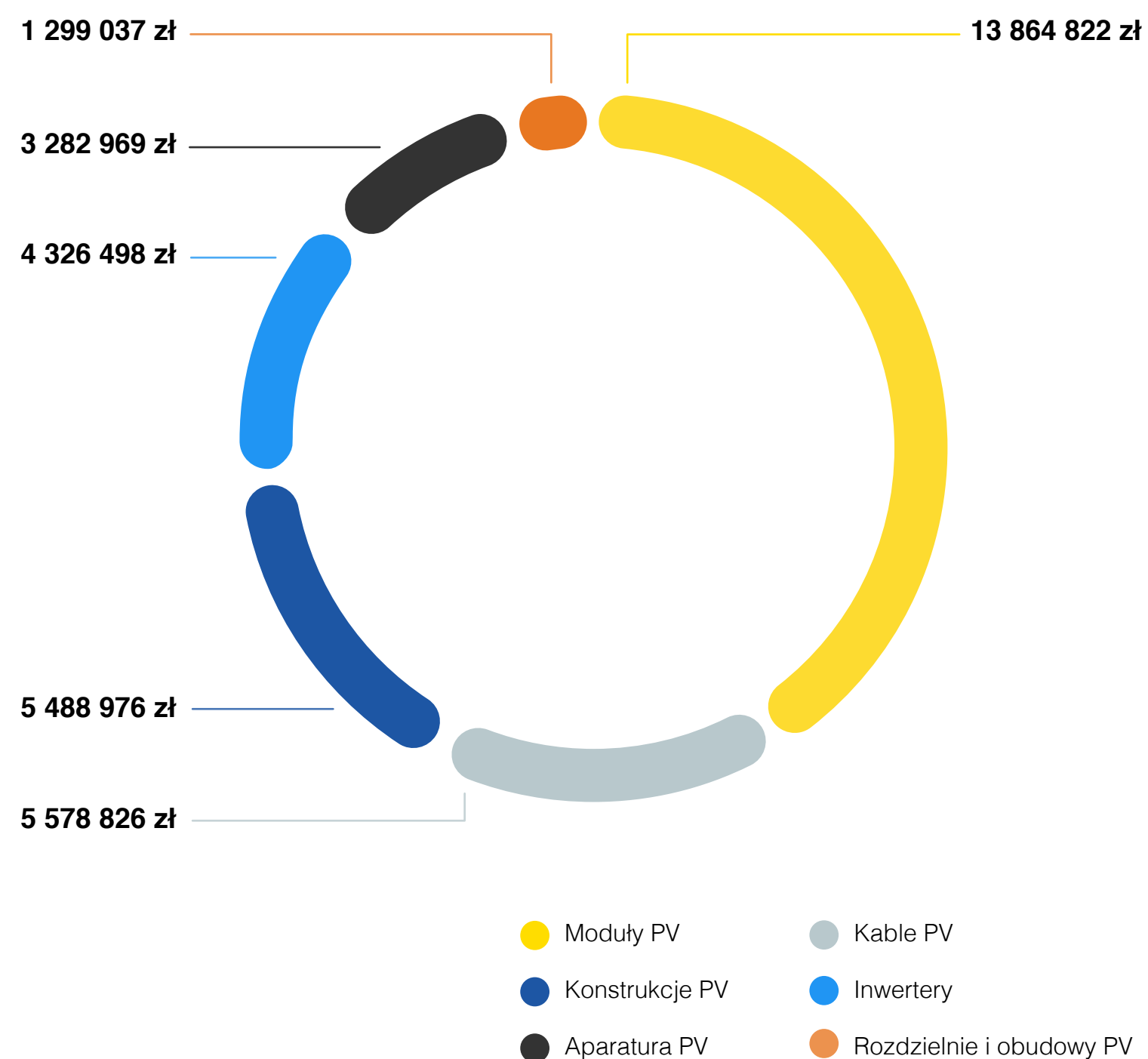
w stosunku do całkowitej wartości sprzedaży. Tak znaczący wzrost sprzedaży w tej grupie wynika z faktu, że pewna część podstawowego asortymentu wykorzystywanego do budowy instalacji fotowoltaicznych (np. panele fotowoltaiczne) nie jest zakwalifikowana do prezentowanych przez Spółkę grup sprzedażowych i w zestawieniu występuje w grupie „Pozostałe”. Natomiast wiele innych elementów instalacji fotowoltaicznych występuje w poszczególnych grupach.

szkolenia pracowników oraz dalsza rozbudowa oferty – marketplace hybrydowy. Oprócz poszerzania dostępności fotowoltaiki z magazynów zewnętrznych, pracowaliśmy także nad ofertą dostępną z magazynu własnego obsługiwanego przez spółkę logistyczną 3LP. Obecnie w naszej ofercie klienci znajdą nie tylko szeroką gamę modułów i inwerterów, ale także wszystkie niezbędne zabezpieczenia, kable, elementy montażowe oraz materiały pomocnicze.



W całym 2020 roku obserwowaliśmy duże zainteresowanie rozwiązaniami z zakresu fotowoltaiki zarówno klientów, jak i inwestorów.

**Wykres 16. Wartość sprzedaży poszczególnych elementów instalacji fotowoltaicznych**



Dlatego też w minionym roku TIM S.A. rozwijał aktywnie ofertę produktową oraz kompetencje sprzedażowe, aby również w tym zakresie zapewnić klientom możliwość zakupu wszelkich niezbędnych elementów do wykonania kompleksowych instalacji fotowoltaicznych – zarówno dla prosumentów, jak i odbiorców komercyjnych. Pierwsza edycja rządowego programu dotacji dla prosumentów - „Mój Prąd”, ogłoszona we wrześniu 2019 roku, była dla Spółki sygnałem do rozbudowy oferty, co zrealizowaliśmy w oparciu o magazyny zewnętrzne naszych dostawców. Rok 2020 to intensywne pozyskiwanie rynku,



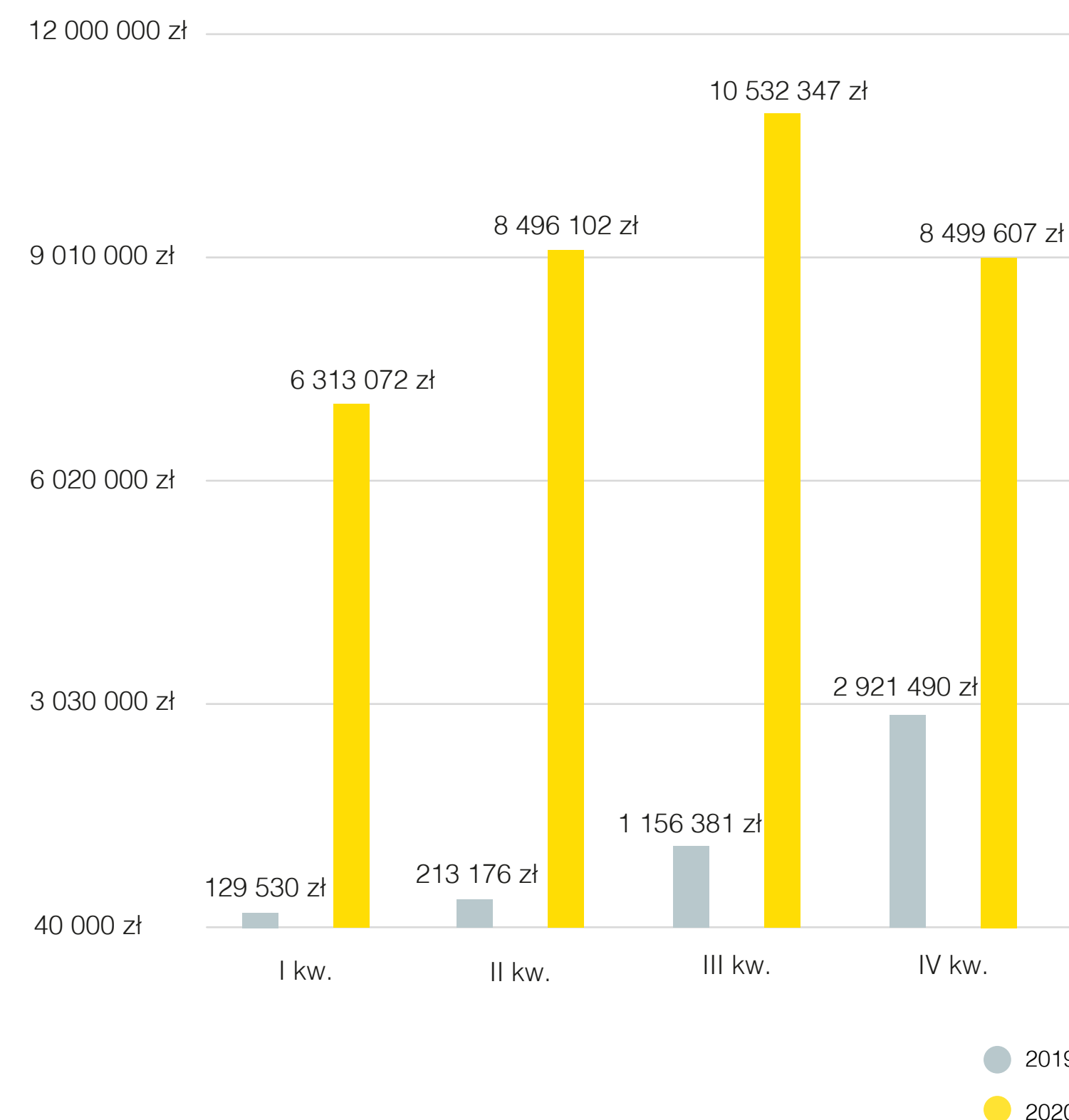
Podjęte działania spowodowały, że rok 2020 charakteryzował się ponadprzeciętną dynamiką sprzedaży materiałów związanych z rynkiem fotowoltaicznym, która wyniosła

# 766%

w stosunku do roku poprzedniego.

Sprzedaż fotowoltaiki w 2020 roku przyniosła **33 841 tys. zł**, co stanowi **3,6%** udziału w sprzedaży całkowitej i jest to parametr o trendzie rosnącym.

**Wykres 17. Wartość sprzedaży fotowoltaiki w poszczególnych kwartałach roku**



Najlepszym sprzedażowo kwartałem był kwartał trzeci 2020 roku. W czwartym kwartale z powodu warunków atmosferycznych oraz kończącej się drugiej edycji programu rządowego „Mój Prąd” Spółka odnotowała nieco słabszy wynik, jednak jest to związane z sezonowością charakterystyczną dla tej grupy asortymentowej. Montaż instalacji PV to prace, które w przeważającej większości realizowane są na zewnątrz i w naturalny sposób przekłada się to na sezonowość sprzedaży. Także inwestorzy chętniej podejmują decyzje o inwestycji wiosną, na początku sezonu produkcji energii elektrycznej niż jesienią, kiedy perspektywy produkcji własnej energii są niewielkie.

Biorąc pod uwagę istotny wzrost cen energii elektrycznej aktualnie i w najbliższych latach, perspektywy ograniczania produkcji energii ze źródeł tradycyjnych oraz zapowiedzi kolejnych programów wsparcia, liczymy na dalsze wzrosty sprzedaży materiałów wykorzystywanych do budowania instalacji fotowoltaicznych.

Pod względem geograficznym, w 2020 roku we wszystkich województwach zanotowano wzrost sprzedaży. Największy udział sprzedaży stanowi sprzedaż w województwach dolnośląskim, wielkopolskim i mazowieckim. Z kolei największe wzrosty sprzedaży Spółka zanotowała w województwach podlaskim, warmińsko-mazurskim i podkarpackim.

Tabela 15. Przychody ze sprzedaży TIM S.A. w podziale na województwa

Województwo	2020		2019		zmiana	
	tys. zł	udział	tys. zł	udział	tys. zł	%
dolnośląskie	156 933	16,80%	137 231	17,20%	19 702	14,40%
wielkopolskie	130 785	14,00%	116 178	14,60%	14 607	12,60%
mazowieckie	114 090	12,20%	99 652	12,50%	14 438	14,50%
śląskie	80 997	8,70%	66 125	8,30%	14 872	22,50%
pomorskie	67 494	7,20%	57 762	7,20%	9 732	16,80%
kujawsko-pomorskie	59 443	6,40%	47 962	6,00%	11 481	23,90%
łódzkie	47 307	5,10%	39 453	4,90%	7 854	19,90%
małopolskie	47 100	5,00%	38 584	4,80%	8 516	22,10%
zachodniopomorskie	43 892	4,70%	38 914	4,90%	4 978	12,80%
opolskie	39 753	4,20%	36 284	4,50%	3 469	9,60%
lubuskie	35 682	3,80%	29 843	3,70%	5 839	19,60%
lubelskie	31 576	3,40%	25 089	3,10%	6 487	25,90%
warmińsko-mazurskie	24 211	2,60%	19 088	2,40%	5 123	26,80%
podkarpackie	22 159	2,40%	17 571	2,20%	4 588	26,10%
świętokrzyskie	19 015	2,00%	15 727	2,00%	3 288	20,90%
podlaskie	12 406	1,30%	9 681	1,20%	2 725	28,10%
poza Polską	2 884	0,30%	3 273	0,40%	-389	-11,90%
Przychody ze sprzedaży ogółem	935 727	100,00%	798 417	100,00%	137 310	17,20%

## Klienci TIM S.A.

Głównymi klientami Spółki są pośrednicy (resellerzy) – przede wszystkim hurtownie i sklepy. W 2020 roku zakupili oni w TIM S.A. towary za łączną kwotę **398 305 tys. zł**, czyli o **16,4%** większą niż w poprzednim roku. Spółka odnotowała wzrost sprzedaży do tego segmentu i minimalny spadek jego udziału w strukturze sprzedaży. Udział sprzedaży do pośredników spadł do **42,6%**, czyli o **0,2 p.p.** w porównaniu z 2019 rokiem.

Odnutowany w 2020 roku spadek udziału pośredników na korzyść instalatorów, którzy łącznie w segmencie Instalator – Inwestycje oraz Instalator wygenerowali przychód o wartości **370 244 tys. zł** (wzrost sprzedaży o **23,3%** i wzrost udziału o **2,0 p.p.**), jest pozytywnym zjawiskiem z punktu widzenia dywersyfikacji segmentów i wynika z podejmowanych przez Spółkę działań mających na celu wzmacnianie sprzedaży do grup innych niż resellerzy. W ostatnich latach Spółka intensyfikuje działania rozwojowe w zakresie grup instalatorzy i przemysł. W 2020 roku grupa klientów z segmentu instalatorów była największą grupą klientów biznesowych rejestrujących się na platformie sprzedażowej TIM.pl. W ciągu całego roku konta biznesowe na TIM.pl zarejestrowało **5 503** potencjalnych klientów z segmentu instalatorów.



Łączna liczba klientów, którzy w 2020 roku przynajmniej raz dokonali zakupu w TIM S.A., wyniosła

# 33 825

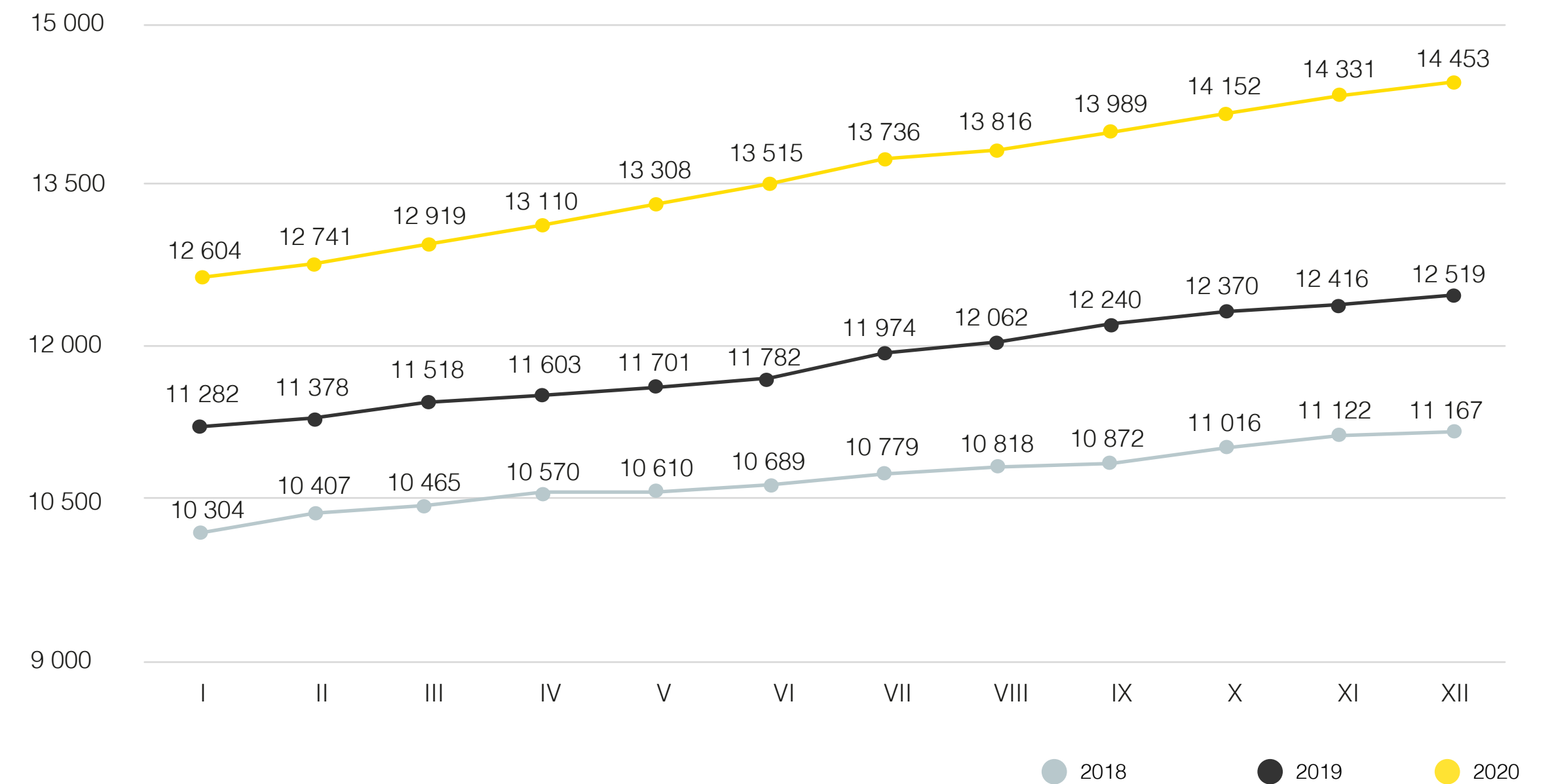
Porównując ją do liczby klientów obsłużonych w 2019 roku, Spółka w minionym roku wygenerowała przychody ze sprzedaży do **2 948** nowych klientów, co stanowiło wzrost o **9,5%** w stosunku do roku poprzedniego.

**Tabela 16. Przychody ze sprzedaży TIM S.A. w podziale na segmenty klientów**

Grupy klientów	2020		2019		zmiana	
	tys. zł	udział	tys. zł	udział	tys. zł	%
Sprzedawca / hurtownik	398 305	42,60%	342 118	42,80%	56 187	16,40%
Instalator - inwestycje	296 387	31,70%	250 171	31,30%	46 216	18,50%
Produkcja OEM	85 029	9,10%	80 006	10,00%	5 023	6,30%
Utrzymanie ruchu / konserwator	74 968	8,00%	71 131	8,90%	3 837	5,40%
Instalator	73 857	7,90%	50 037	6,30%	23 820	47,60%
Prefabrykator rozdzielnic	3 230	0,30%	2 013	0,30%	1 217	60,50%
Konsument	3 177	0,30%	2 862	0,40%	315	11,00%
Pozabranżowe B2B	774	0,10%	79	0,00%	695	879,70%
<b>Przychody ze sprzedaży ogółem</b>	<b>935 727</b>	<b>100,00%</b>	<b>798 417</b>	<b>100,00%</b>	<b>137 310</b>	<b>17,20%</b>

Na koniec grudnia 2020 roku liczba klientów kluczowych – czyli, zgodnie z klasyfikacją Spółki, realizujących sprzedaż wyższą niż **1 500 zł** miesięcznie w ciągu ostatnich **12** miesięcy – wynosiła **14 453**, tj. wzrosła o **15,4%** w porównaniu ze stanem na koniec poprzedniego roku.

**Wykres 18. Liczba klientów kluczowych TIM S.A.**



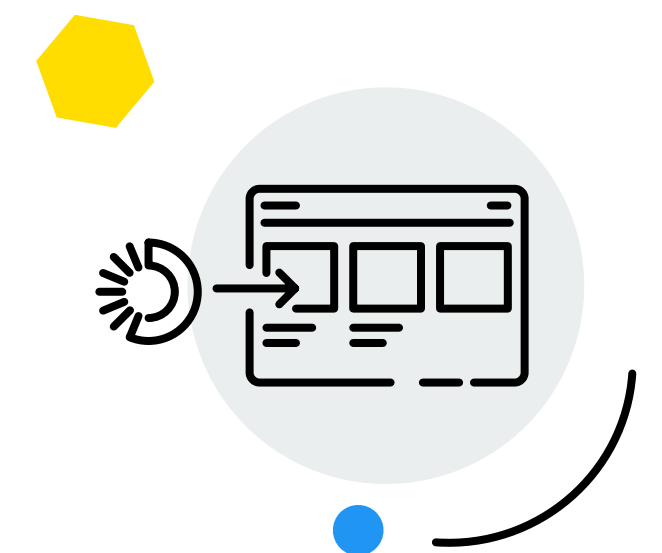
Systematycznie rosła także liczba lojalnych klientów Spółki, tj. takich, którzy w ostatnich **12** miesiącach dokonali zakupów w co najmniej sześciu z nich. Na koniec grudnia 2020 roku było ich **5 398**, czyli o **13,6%** więcej niż rok wcześniej. W opinii Spółki rosnąca liczba lojalnych klientów wskazuje na coraz większe przekonanie klientów do



modelu, w którym Spółka realizuje sprzedaż, oraz istotnych przewag konkurencyjnych, dzięki którym klienci wybierają TIM, a nie konkurencję. W 2020 roku ten trend wzmacniany był panującą pandemią, której towarzyszyło przenoszenie działalności biznesowej do świata cyfrowego we wszystkich możliwych gałęziach gospodarki. Pod tym względem Spółka była bardzo dobrze przygotowana do realizacji potrzeb biznesowych obecnych klientów jak i nowych, którzy dołączyli do tego grona w trakcie minionego roku.

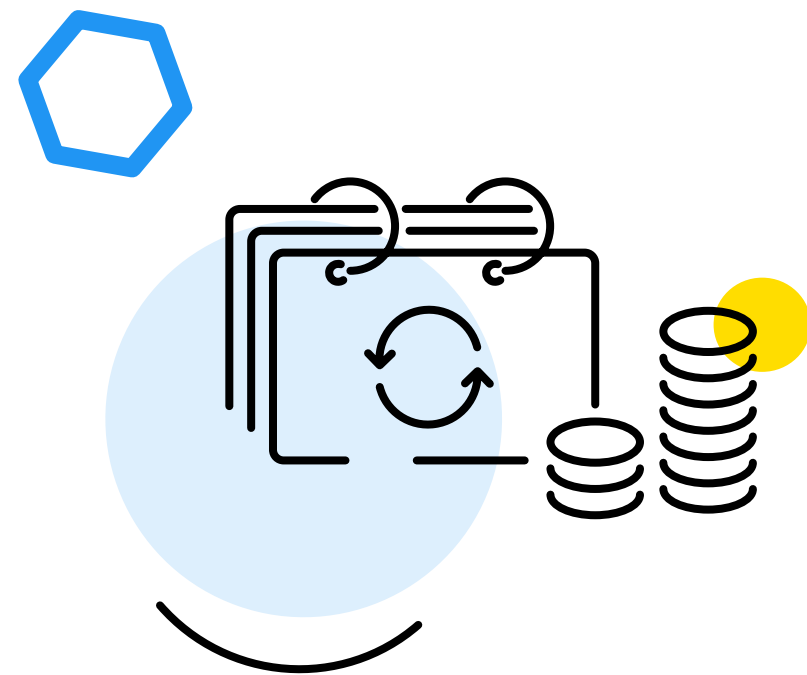
Liczba lojalnych klientów to jeden z kluczowych parametrów dających gwarancje zrównoważonego rozwoju oraz stabilizacji w gorszych momentach cyklu koniunkturalnego. Spółka uznaje go za najważniejszy w ocenie jakości pracy w pionie handlowym i uwzględnia go z dużą wagą w systemie wynagradzania pracowników bezpośrednio odpowiedzialnych za sprzedaż.

**Wykres 19. Liczba klientów lojalnych TIM S.A.**



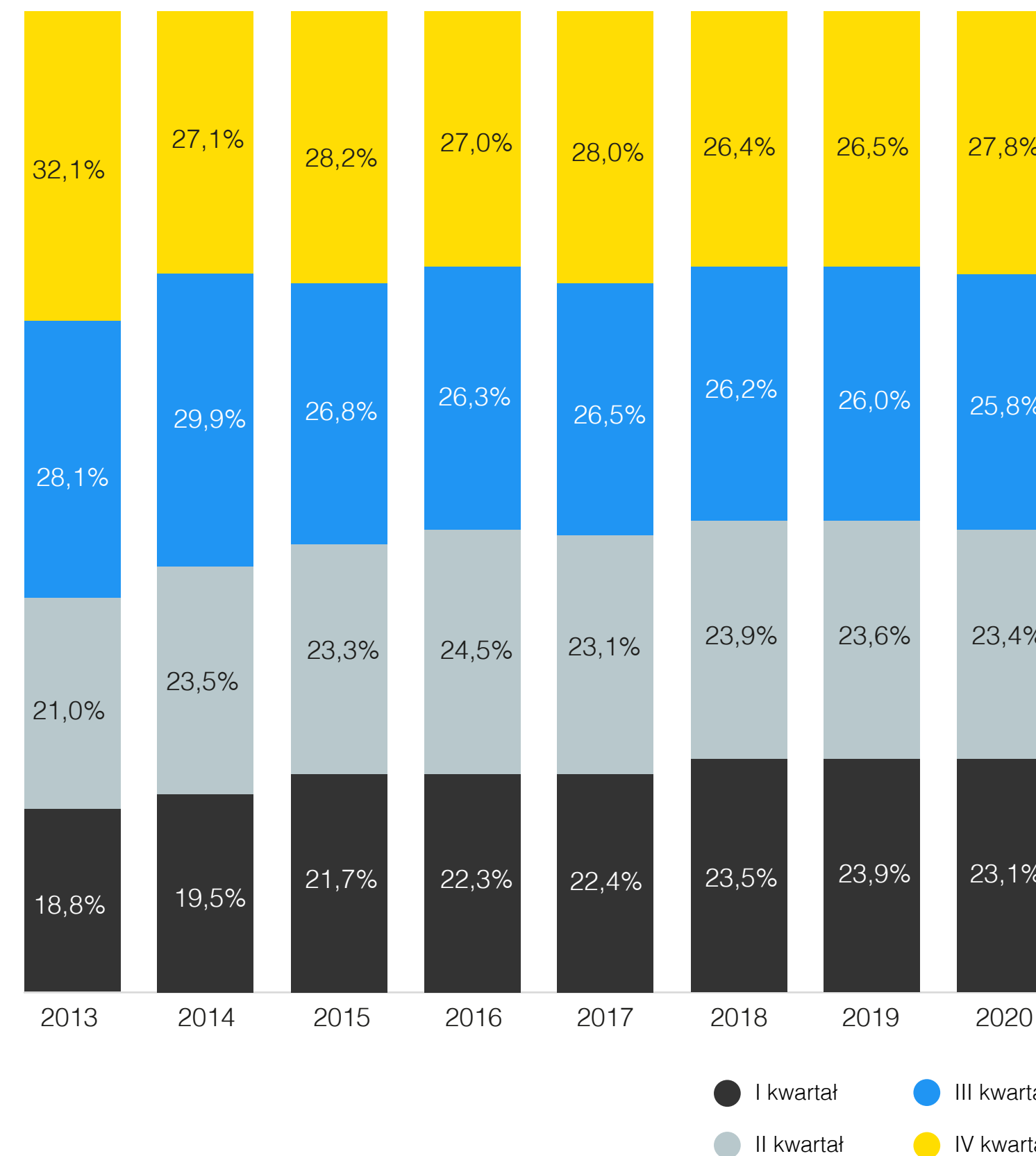
## Sezonowość sprzedaży w TIM S.A.

W 2020 roku sezonowość sprzedaży w TIM S.A. nie odbiegała istotnie od poprzednich lat, mimo że w związku z trwającą pandemią COVID-19 miniony rok był całkowicie inny zarówno dla Spółki, jak i wszystkich biznesów pracujących w tej samej branży czy poza nią. W minionym roku rozkład przychodów był bardzo zbliżony do tego, który odnotowano w roku 2019. Widać tym samym, że przyjęty model sprzedaży hybrydowej daje dużą powtarzalność, nawet w obliczu tak dużej zmienności otoczenia, jaką wprowadziła pandemia, a tym samym większą przewidywalność zachowania w kolejnych latach. W najbliższych okresach Zarząd TIM S.A. nie spodziewa się istotnych zmian w sezonowości sprzedaży, natomiast w dłuższej perspektywie sprzedaż artykułów oferowanych przez TIM S.A. może się rozkładać bardziej równomiernie



na poszczególne kwartały. Zmiany te będą spowodowane ciągłym zwiększaniem liczby obsługiwanych klientów, wprowadzaniem do oferty nowych produktów niepowiązanych bezpośrednio z branżą budowlaną i elektrotechniczną, a tym samym obsługą nowych branż oraz nowych segmentów klientów.

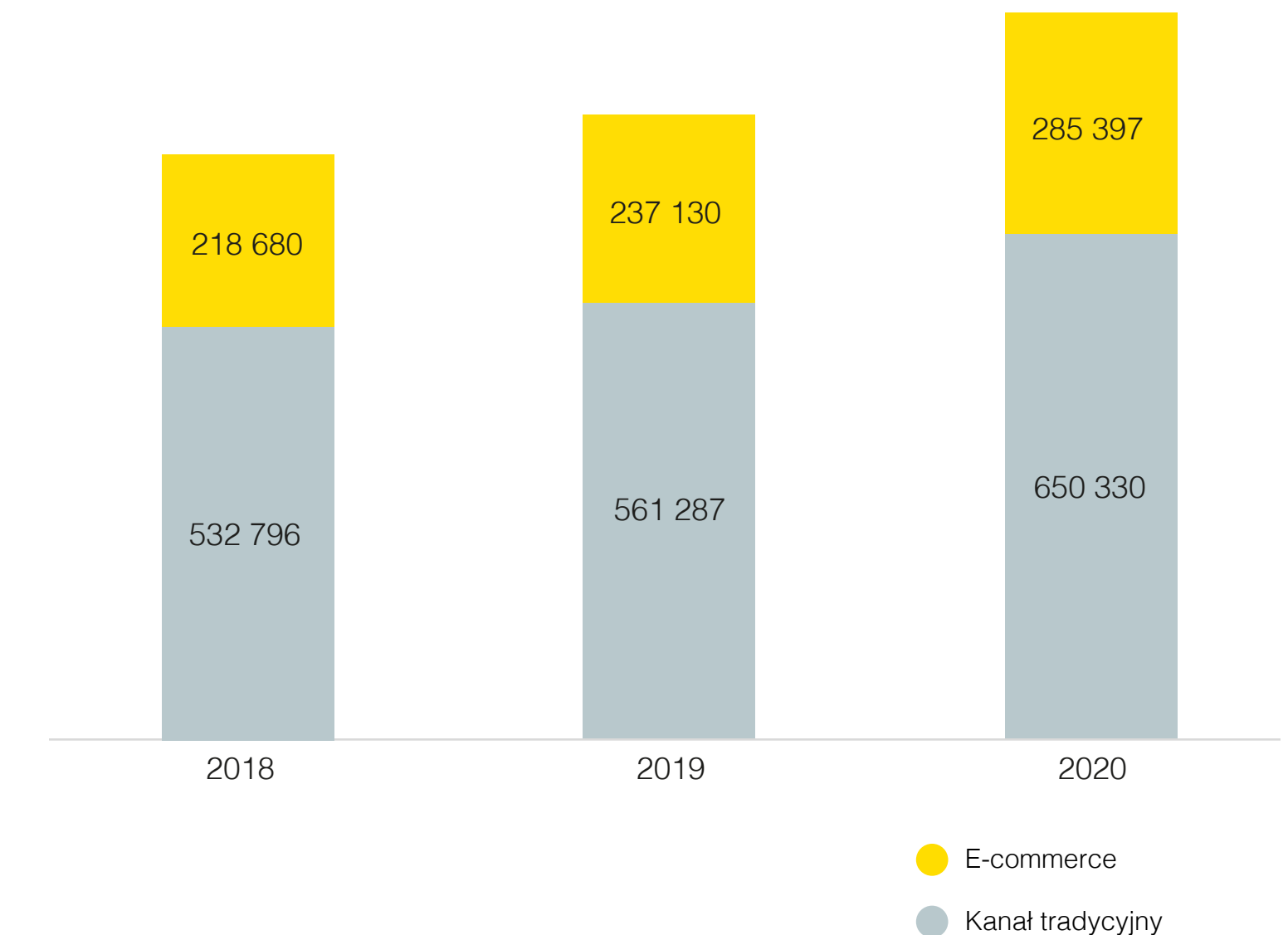
**Wykres 20. Sprzedaż TIM S.A. w ujęciu kwartalnym (w%)**



## Kanały sprzedaży TIM S.A.

TIM S.A. działa w modelu hybrydowym, prowadząc multikanalową sprzedaż i komunikację z rynkiem, a tym samym budując synergię pomiędzy kanałami sprzedaży – tradycyjnym i e-commerce. W strukturze sprzedaży Spółki dominujący udział ma kanał online, realizowany przez platformę TIM.pl. Jego udział w całości sprzedaży Spółki w 2020 osiągnął poziom **69,5%**, a więc poziom zbliżony do zanotowanego w roku 2019 (**70,3%**). Jest to parametr, który wykazuje przewidywalną powtarzalność i jest osiągany poprzez konsekwentne realizowanie oraz doskonalenie sprzedaży w modelu hybrydowym łączącym technologię z wysokimi kompetencjami zespołu sprzedażowego.

**Wykres 21. Sprzedaż TIM S.A. w podziale na kanały sprzedaży (w %)**



Integralną częścią modelu hybrydowego sprzedaży są biura handlowe oraz agenci sprzedaży TIM. Służą oni klientom doradztwem i pomocą w zakresie oferty Spółki, dbają o odpowiednie relacje z klientami i pracują aktywnie w rynku, pozyskując nowych klientów. W ich siedzibach nie ma możliwości odbioru zamawianego towaru – wysyłka wszystkich zamówień pod wskazany przez klienta adres odbywa się z Centrum Logistycznego w Siechnicach k. Wrocławia, którego operatorem jest 3LP S.A.



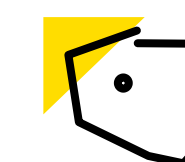
### 16 Biur Handlowych:

- Bydgoszcz – ul. Toruńska 114/116, 85-023 Bydgoszcz;
- Częstochowa – ul. Jaskrowska 27, 42-202 Częstochowa;
- Gdańsk – ul. Narwicka 7A, 80-557 Gdańsk;
- Katowice – ul. Ks. Bpa. Bednorza 2a-6 lok. I.2, 40-384 Katowice;
- Leszno – ul. Energetyków 5, 64-100 Leszno;
- Lublin – Al. W. Witosa 3, 20-315 Lublin;

- Łódź – ul. Traktorowa 126 lok. 404, 91-204 Łódź;
- Opole – ul. Budowlanych 44, 45-123 Opole;
- Poznań – ul. Serbska 4, 61-696 Poznań;
- Radom – ul. Grzeczmarowskiego 2, pok. 102A, 26-600 Radom;
- Szczecin – ul. Lednicka 6D, 71-006 Szczecin;
- Toruń – ul. Polna 134/136, 87-100 Toruń;
- Wałbrzych – ul. Szczawieńska 2, lok. A108, A109, 58-310 Szczawno-Zdrój;
- Warszawa – ul. Ryżowa 49, 02-495 Warszawa;
- Wrocław – ul. Stargardzka 8a, 54-156 Wrocław;
- Zielona Góra – ul. Krośnieńska 14, 65-625 Zielona Góra.



- Siedziba TIM S.A.
- 📍 Biuro Handlowe TIM S.A.
- 🏢 Oddział TIM S.A.
- 👤 Agent Sprzedaży TIM S.A.



### 1 Oddział:

- Inowrocław – ul. Pakoska 49, 88-100 Inowrocław;



### 8 Agentów Sprzedaży:

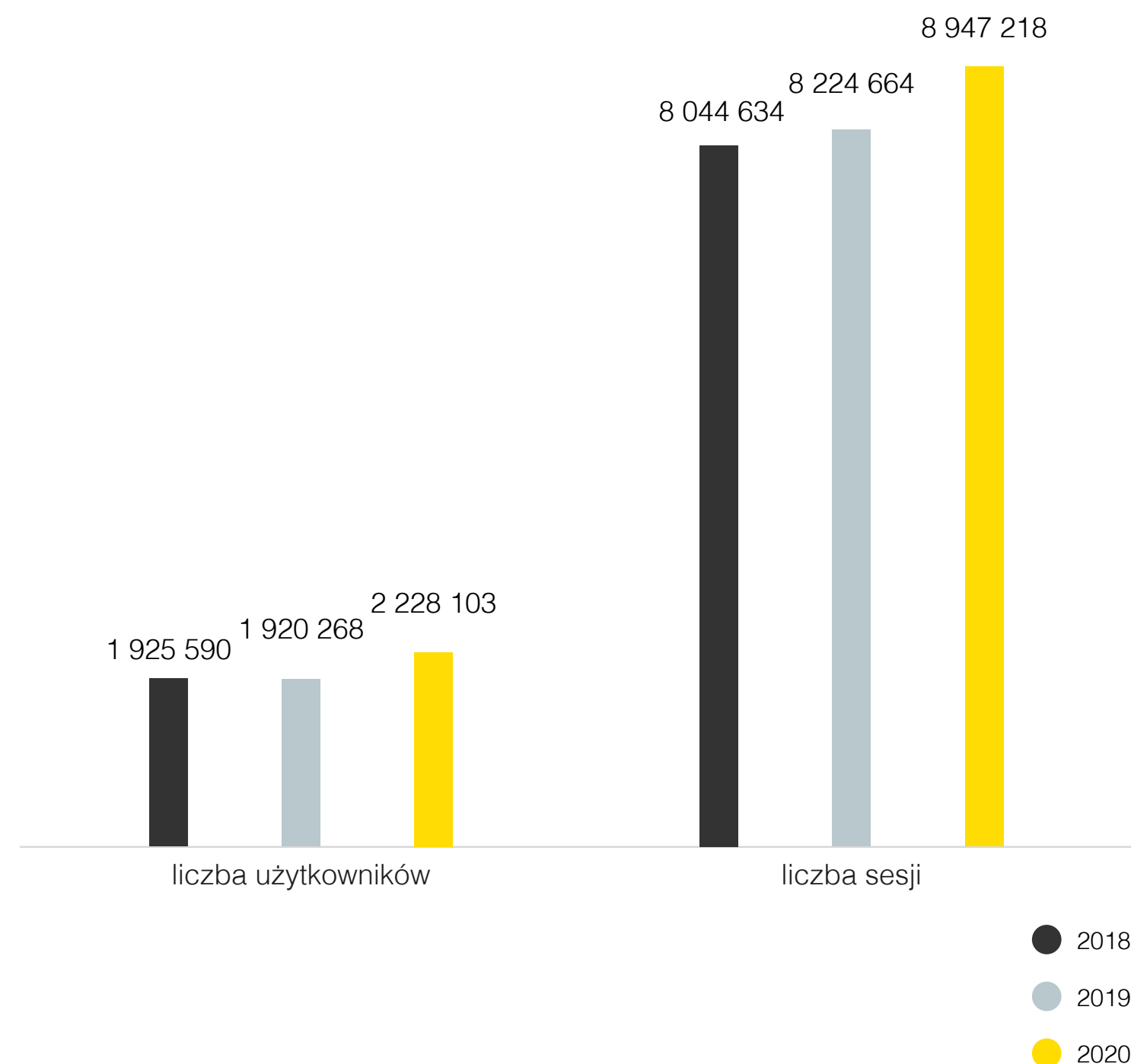
- Gdynia;
- Głogów;
- Kalisz;
- Katowice;
- Kłodzko;
- Nysa;
- Włocławek;
- Wrocław.

Rok 2020 przyniósł znaczący wzrost liczby użytkowników TIM.pl. W tym okresie platformę odwiedziło ich ponad

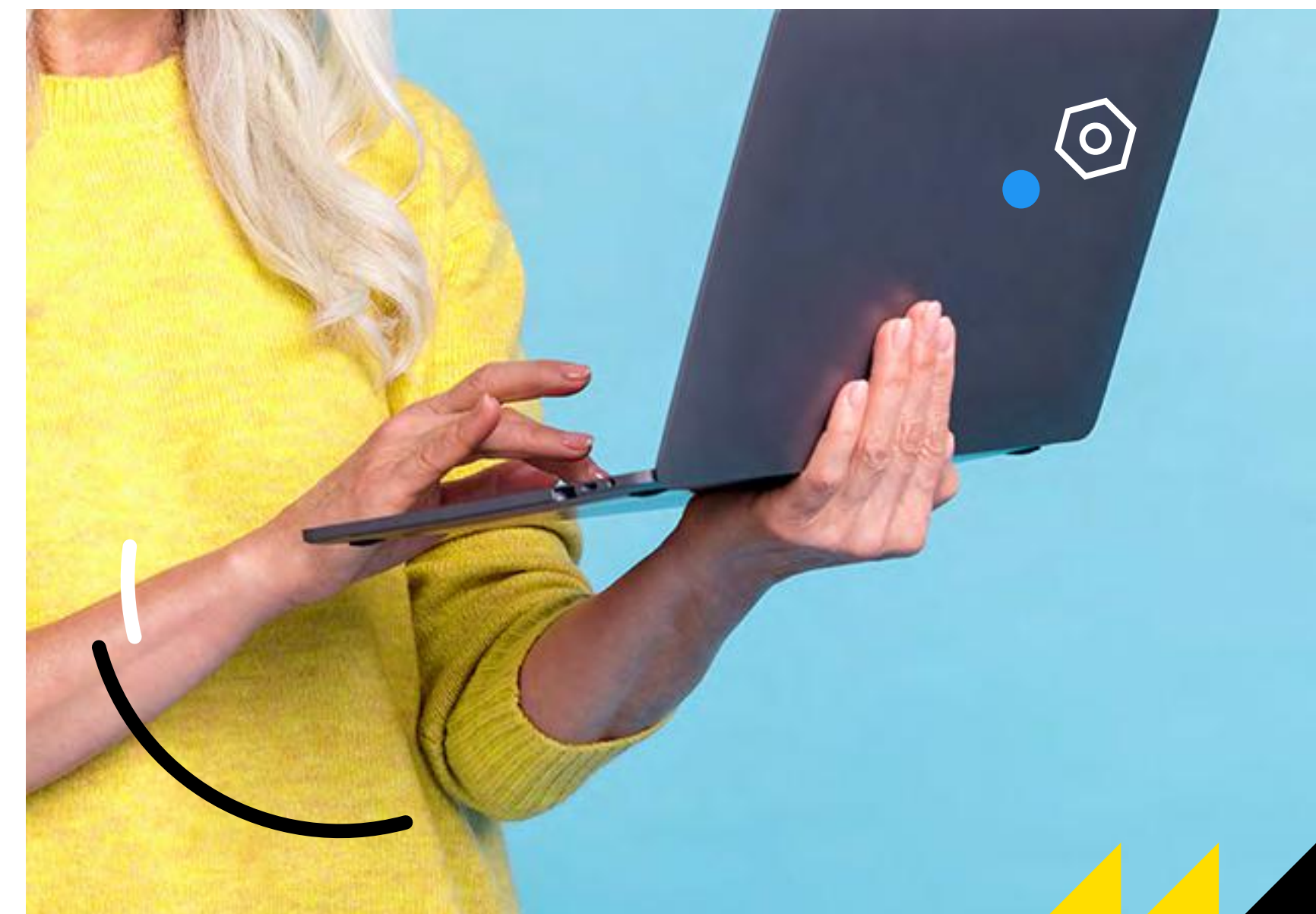
# 2 220 000

co stanowi wzrost o **16%** w stosunku do 2019 roku.

**Wykres 22. Platforma TIM.pl – liczba użytkowników i sesji w latach 2018-2020**



W strukturze użytkowników TIM.pl w 2020 roku nadal dominowały osoby młode w wieku **25-34 lat (32,69%)** oraz **35-44 lat (20,94%)**. Warto jednak zaznaczyć, że ich udział wśród wszystkich użytkowników zmalał o ponad **4 p.p.**, a z kolei znacząco wzrósł udział użytkowników z grup wiekowych >powyżej **55. roku** życia, którzy w 2020 roku stanowili już blisko **1/4** ogółu użytkowników (w 2019 roku było to niespełna **17%** wszystkich odwiedzających TIM.pl).



Użytkownicy wygenerowali blisko **9 000 000** sesji, co stanowi średnio **4,02** wizyty na jednego użytkownika (w 2019 roku było to **4,28**).

W zakresie pozyskiwania użytkowników w 2020 roku nadal dwoma głównymi źródłami wizyt były: ruch płatny<sup>2</sup> (źródło wejść **30,28%** użytkowników i **43,18%** sesji) oraz bezpłatny<sup>3</sup> (**50,99%** użytkowników oraz **42,73%** sesji). Bardzo pozytywnym zjawiskiem jest dalszy wzrost wejść bezpośrednich na TIM.pl – w 2018 roku tą drogą na TIM.pl wchodziło **10,5%**, w 2019 roku było to **12,1%**, a w 2020 roku już blisko **15%** wszystkich użytkowników. Pozostałe kanały (social, e-mail, display, referral) stanowiły niecałe **3,5%**. Taka struktura źródeł pozyskiwania użytkowników i sesji oraz rosnący udział wejść bezpośrednich są bardzo bezpieczne dla TIM SA nawet w sytuacji zmian w algorytmach wprowadzanych przez Google i mających wpływ na pozycjonowanie platformy.

<sup>2</sup> Wejścia na stronę, których źródłem było kliknięcie w reklamę Google AdWords.

<sup>3</sup> Przejścia na stronę z darmowych wyników wyszukiwania.



Co ciekawe, w 2020 roku dwukrotnie zwiększył się udział użytkowników powyżej 65. roku życia, którzy stanowią już **11,2%** ogółu odwiedzających.

Pozytywną zmianę widać także jeśli chodzi o współczynnik konwersji dla tych grup klientów – wzrósł on bowiem o blisko **1 p.p.** Tak znaczący wpływ na zmianę zachowań w tej grupie wiekowej ma z pewnością pandemia i kierowanie się użytkowników do kanału online, który zapewnia im dostęp do szerokiej oferty produktów bez konieczności wychodzenia z domu i narażania się na ryzyko zachorowania.

W 2020 roku nieznacznej zmianie uległy niektóre parametry jakościowe opisujące zachowanie użytkowników na TIM.pl. Pierwszy z nich to średni czas pojedynczej wizyty – w 2019 roku wyniósł on **8 minut i 49 sekund**, a w 2020 roku skrócił się średnio o **37 sekund**. Drugi parametr to średnia liczba stron na sesję, która uległa zmianie z **5,44** na **5,31**. Obydwa wskaźniki są nadal na dobrym poziomie w kontekście zachowań użytkowników na TIM.pl i w odniesieniu do wartości dla innych stron e-commerce<sup>4</sup>, a ich zmiana wynika głównie z dużego wzrostu liczby nowych użytkowników TIM.pl, co w początkowym okresie może wpłynąć na zmianę wartości wskaźników jakościowych ruchu na platformie.

Współczynnik konwersji<sup>5</sup> dla platformy TIM.pl w 2020 roku wyniósł **4,74%**, co stanowi wzrost o **2,43%** w stosunku do roku poprzedniego. Zwiększyła się także liczba transakcji z **380 000** w 2019 roku do ponad **423 000** w 2020 roku, co stanowi wzrost o ponad **11%**. Obydwa te parametry mają bardzo dobrą wartość i stanowią dobry prognostyk na przyszłość.

<sup>4</sup> Im wyższy współczynnik odrzuceń, tym większa liczba użytkowników wychodzi ze strony bez interakcji z nią (np. bez kliknięcia przycisku, przejścia na inną stronę). Średni współczynnik odrzuceń dla branży ecommerce wynosi 47,85%, źródło: [Bounce Rate Bible: Bounce Rate Benchmarks \(digishuffle\)](#) →

<sup>5</sup> Współczynnik konwersji oznacza liczbę sesji, która zakończyła się dokonaniem transakcji przez użytkownika.

## Logistyka i system zaopatrzenia w TIM S.A.

Logistyka i system zaopatrzenia w TIM S.A. działają zgodnie z zasadami, które gwarantują najwyższy poziom serwisu zarówno dla klientów, jak i dostawców Spółki.

Oferta TIM S.A. dla klientów jest skonstruowana w oparciu o indeksy z różnych kategorii produktowych występujących w ofercie magazynowej wieloletnich partnerów handlowych Spółki. Współpraca

z dostawcami zabezpieczona jest umowami handlowymi lub stosownymi aneksami do funkcjonujących już umów, co zapewnia jej bezpieczeństwo, odpowiedni poziom dostępności oraz szybką realizację wszelkich oferowanych przez Spółkę serwisów sprzedażowych. Umowa handlowa określa podstawowe parametry handlowe oraz wymagania logistyczne niezbędne do optymalnej współpracy pomiędzy TIM S.A. a operatorem Centrum Logistycznego – spółką 3LP S.A. Podpisane dokumenty zabezpieczają również TIM S.A. przed ewentualnymi konsekwencjami wynikającymi z nienależytego wykonywania umowy przez dostawców.



W 2020 roku Spółka kontynuowała prace nad automatyzacją procesów zakupowych. Modyfikacje systemowe skoncentrowane były na procesie przyjęcia towaru oraz potwierdzenia terminu dostaw. Powyższe zmiany pozwoliły wyeliminować najczęściej pojawiające się błędy w automatycznym zaczytywaniu danych od dostawców.

W roku ubiegłym **90%** linii faktur zakupu wprowadzonych zostało do systemu informatycznego TIM przez kanały elektroniczne EDI oraz RPA (system klasy Robotic Process Automation), Podobną skuteczność osiągnęliśmy w zakresie przetwarzania linii potwierdzeń terminów dostaw.

Aby podnosić jakość świadczonych usług w 2020 roku Spółka kontynuowała ocenę dostawcy poprzez „Kartę współpracy z dostawcą”. Celem, który przyświeca Spółce, jest ciągle podnoszenie poziomu współpracy. Jest to proces ciągły. Każdy dostawca podlega kolejnej ocenie w okresie zależnym od uzyskanej procentowo punktacji (w kolejnym miesiącu, kwartale lub półroczu). Efekty wprowadzenia narzędzia są mierzalne. Już po dwóch przeprowadzonych ocenach, możemy szczegółowo przeanalizować jakość działań podjętych

wspólnie z dostawcą. Z każdym z naszych dostawców oceniamy te same parametry współpracy, co owocuje wypracowaniem jednego standardu współpracy w całej organizacji.

W 2020 roku ofertę TIM S.A. stanowiły towary dostarczane przez dotychczasowych oraz nowych dostawców. Spółka wprowadziła do sprzedaży zarówno produkty podstawowe – z gwarancją szybkiej rotacji z magazynu – jak i towary z tzw. długiego ogona – produkty niestandardowe, niszowe, na które czas realizacji u dostawców jest z reguły wydłużony.

Łącznie w 2020 roku Spółka rozpoczęła, w różnych wariantach, współpracę z **70** nowymi dostawcami, a w jej ofercie pojawiło się około **44 000** nowych produktów.

W 2020 roku TIM S.A. zaopatrywała się w towary u **285** dostawców – w dużej części na bazie wieloletnich umów, których warunki handlowe są corocznie aktualizowane poprzez stosowne aneksy.

Utrzymując wysoką dynamikę rozwoju oferty, której szerokość zapewnia przewagę konkurencyjną, TIM S.A. kontynuował w 2020 roku proces

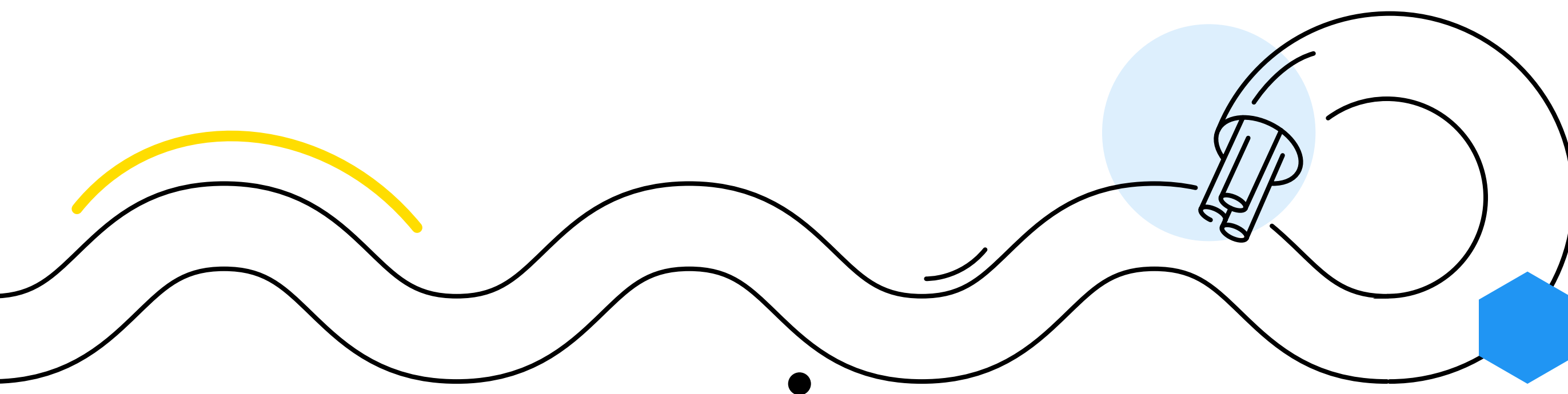
optymalizacji oferowanego klientom asortymentu. Przedmiotem optymalizacji były produkty wdrożone do oferty w poprzednich latach, które nie osiągnęły oczekiwanych poziomów sprzedaży. Aby zapobiec ewentualnym odpisom na niesprzedane towary, Spółka podjęła działania prewencyjne mające na celu intensyfikację sprzedaży. Były to głównie działania promocyjne zwiększające świadomość klientów w zakresie szerokości oferty TIM S.A., jak i działania polegające na uatrakcyjnieniu ceny sprzedaży towarów wolnorotujących.

W ramach optymalizacji w 2020 roku Spółka wycofała ze stałej oferty **10 063** produktów (w tym **6 927** indeksów magazynowych).

Rok 2020 to rok wyzwań związanych z pandemią COVID-19. W obszarze logistyki największym zagrożeniem było przerwanie łańcucha dostaw i istotne problemy z dostępnością towarów będących w ofercie TIM.SA. Spółka wdrożyła szereg działań prewencyjnych ograniczających to ryzyko. Średnia liczba braków na magazynie nie różniła się od lat poprzednich.

Pandemia spowodowała również zmianę modelu pracy Wydziału Zakupów. Cała komunikacja z dostawcami przeniosła się kanału cyfrowego. W żaden sposób nie odbiło się to na jakości wykonywanej pracy, a w większości obszarów nawet podniosło to jej efektywność.

Podsumowując, rok 2020 upłynął pod znakiem kolejnych optymalizacji procesów w łańcuchu dostaw. Dokonane zmiany w znacznym stopniu usprawniły działanie Spółki i przełożyły się na obniżenie kosztów jej działania. Wiele z zainicjowanych działań Spółka będzie kontynuowała w 2021 roku.



## 3LP S.A.

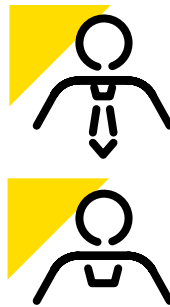
Spółka 3LP S.A. z siedzibą w Siechnicach została zawiązana w marcu 2016 roku, a w lipcu 2016 roku przejęła od TIM S.A. zorganizowaną część przedsiębiorstwa – Dział Logistyki, stając się operatorem Centrum Logistycznego w Siechnicach k. Wrocławia.

Zarządzane przez 3LP S.A Centrum Logistyczne w Siechnicach o powierzchni ponad **50 tys. m<sup>2</sup>** jest jednym z największych centrów logistycznych w Polsce. Jest ono zlokalizowane na południowy wschód od Wrocławia, przy wschodniej obwodnicy miasta, co umożliwia wygodne połączenie z autostradą A4, a w perspektywie dwóch lat także z drogą ekspresową S8. Dodatkowo 3LP SA dysponuje jeszcze powierzchnią ponad **24 tys. m<sup>2</sup>** w oddalonym o kilka km Parku Logistycznym Wrocław Wschód w Wojkowicach.

3LP S.A. świadczy usługi logistyczne nie tylko na rzecz podmiotów z Grupy Kapitałowej TIM, lecz także dla klientów spoza Grupy. 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. Obok usług pełnego outsourcingu lub częściowej logistyki (magazynowania i obsługi zwrotów), Spółka wykonuje także audyty i świadczy usługi doradztwa w zakresie logistyki.

31 grudnia 2020 roku kapitał zakładowy 3LP S.A. wynosił **59,1 mln zł** i w ciągu roku nie uległ zmianie.

### W 2020 roku w skład Zarządu 3LP S.A. wchodzi:

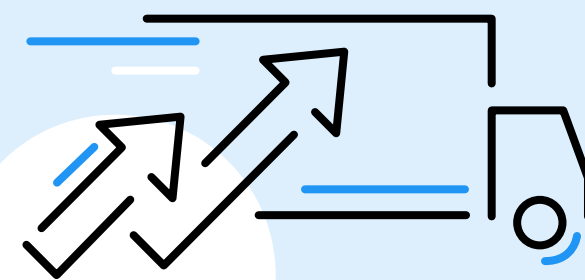


**Maciej Posadzy** – Prezes Zarządu,



**Damian Krzypiec** – Członek Zarządu.

Miniony rok był kolejnym rokiem dynamicznego rozwoju 3LP. Sprzedaż usług logistycznych do Grupy Kapitałowej TIM (bez transportu) wyniosła **46 678 tys. zł**, co stanowi wzrost o **20%** w stosunku do roku ubiegłego. Jednocześnie sprzedaż do klientów zewnętrznych (bez przychodów z wynajmu nieruchomości) wzrosła do **41 455 tys. zł**, co oznacza wzrost o **66%**. Warty podkreślenia jest fakt, że tak dynamiczny wzrost jest realizowany kolejny rok (za rok 2019 wzrost był na poziomie **71%**).



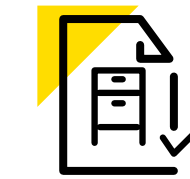
W obszarze usług logistycznych udział klientów spoza GK TIM wyniósł **47%** za cały rok w stosunku do **39,1%** w roku 2019. W IV kwartale udział klientów spoza GK TIM wyniósł **53%**. Ten wskaźnik oznacza, że jeden z głównych celów strategicznych, który zakładał osiągnięcie udziału przychodów z klientów zewnętrznych na poziomie **50%**, został w tym kwartale osiągnięty.

Całkowite przychody 3LP S.A. w roku 2020 wyniosły **115 mln zł** i wzrosły o **32%** w stosunku do roku 2019. 3LP SA wygenerowała dodatkowo przepływy z działalności operacyjnej w kwocie ponad **22 mln zł**. Spółka przygotowała i wysłała na zlecenie swoich klientów w roku 2020 ponad **4 342 tys.** przesyłek, co oznacza wzrost o **46%** w stosunku do roku 2019.

Rok 2020, pomimo pandemii, był dla 3LP S.A. również bardzo intensywnym okresem rozwoju. **Do najważniejszych wydarzeń w tym obszarze należą:**



zwiększenie wielkości zarządzanej powierzchni magazynowej,



przedłużenie i rozszerzenie współpracy o kolejne 12 miesięcy ze światowym liderem w zakresie produkcji oraz sprzedaży mebli i akcesoriów wyposażenia wnętrz,



przedłużenie współpracy o kolejny rok z koncernem produkującym akcesoria higieniczne dla dzieci i dorosłych.

W kolejnych okresach Spółka będzie kontynuowała działania zwiększające efektywność prowadzonej działalności operacyjnej oraz zamierza konsekwentnie zwiększać udział przychodów z usług wykonywanych dla klientów spoza Grupy Kapitałowej TIM.

## Rotopino.pl S.A.

Rotopino.pl S.A. z siedzibą w Bydgoszczy jest liderem polskiego rynku internetowej sprzedaży narzędzi i elektronarzędzi dla profesjonalistów oraz majsterkowiczów, a także autoryzowanym dystrybutorem wielu najlepszych światowych marek narzędziowych. Poza sprzedażą w Polsce, Spółka prowadzi także e-sklepy w Niemczech, Francji, Włoszech, Hiszpanii i Holandii.

W 2020 roku kapitał zakładowy Rotopino.pl S.A. wynosił **1 mln zł** i w ciągu roku nie ulegał zmianie.

### W 2020 roku w skład Zarządu Rotopino.pl S.A. wchodzili:



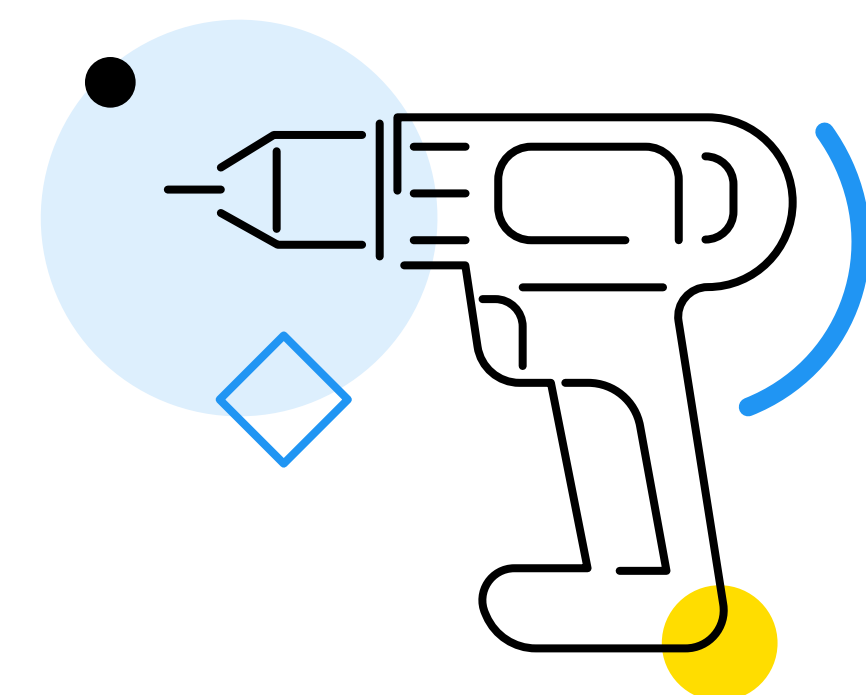
**Paweł Sznajder** – Prezes Zarządu



**Agnieszka Koziel** – Członek Zarządu



**Anna Müller** – Członek Zarządu



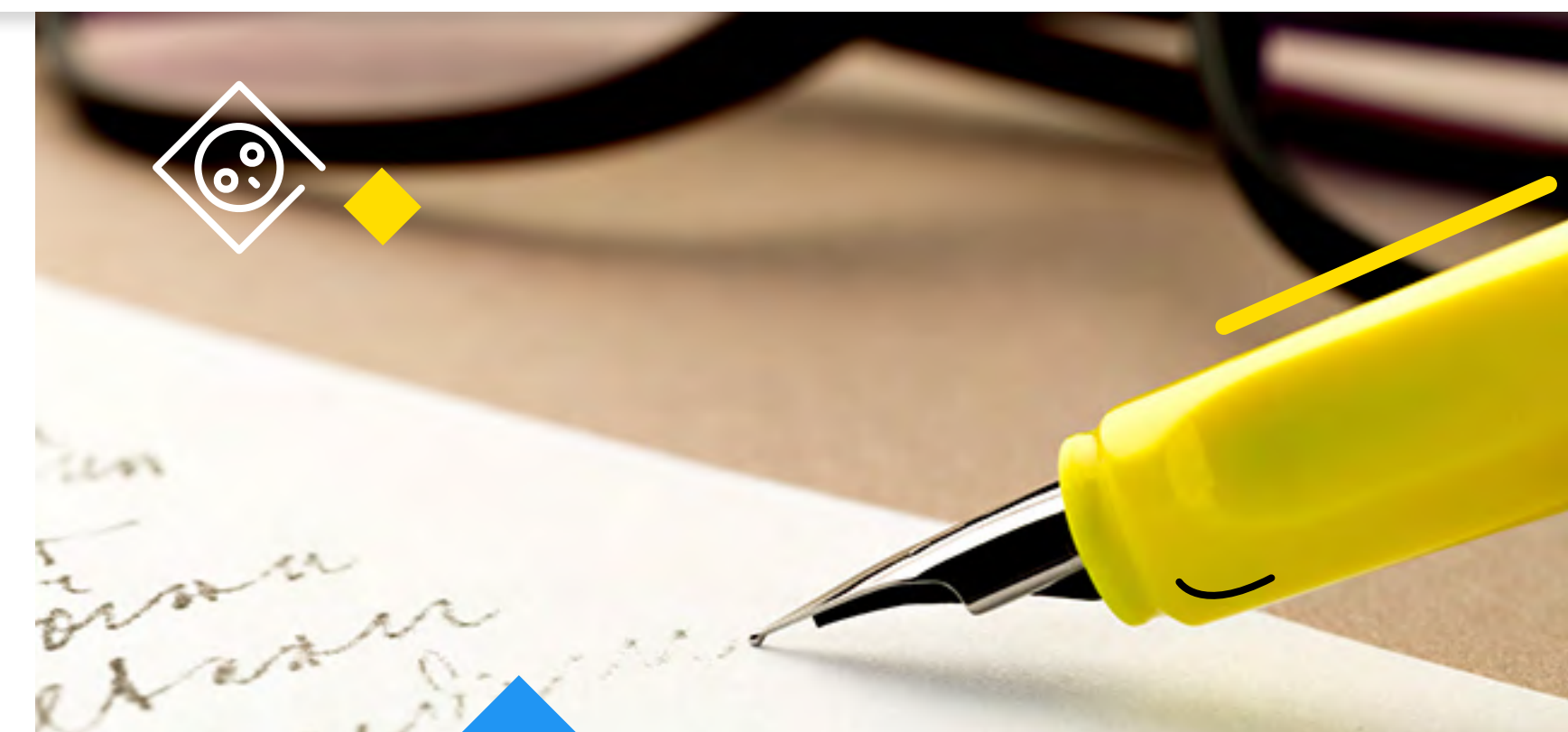
### Sklepy internetowe należące do Grupy Rotopino.pl działające w 2020 roku:

- Rotopino.pl,
- Narzędzia.pl,
- Rotopino.de,
- Rotopino.fr,
- Rotopino.it,
- Rotopino.nl,
- Rotopino.es,
- Rotopino.be,
- Rotopino.at.

Narzędzia.pl to jeden z największych sklepów internetowych zajmujących się sprzedażą narzędzi i elektronarzędzi w Polsce.

Na stronach e-sklepów Rotopino.pl S.A. klient może się zapoznać z fachowymi publikacjami, opiniami oraz testami dotyczącymi poszczególnych elektronarzędzi. Poza sprzedażą internetową polskie e-sklepy należące do Rotopino.pl S.A. realizują także zamówienia dla firm, które otrzymały dotacje z Unii Europejskiej i urzędów pracy. Oferowane przez nie produkty można także zakupić w ramach kredytu ratalnego.

26 listopada 2020 roku została zawarta warunkowa umowa sprzedaży akcji Rotopino.pl S.A., na mocy której TIM S.A. zobowiązała się do sprzedaży na rzecz OPONEO.PL S.A. z siedzibą w Bydgoszczy **10.000.000** (słownie: dziesięciu milionów) akcji na okaziciela Rotopino.pl S.A. o wartości nominalnej **0,10 zł** (słownie: dziesięć groszy) każda akcja, o łącznej wartości nominalnej **1 000 000 zł** (słownie: jeden milion złotych), które to akcje stanowią **100%** kapitału zakładowego



spółki Rotopino.pl S.A., za cenę **35 000 000 zł** (słownie: trzydzieści pięć milionów złotych).

Umowa została zawarta z zastrzeżeniem spełnienia się warunku zawieszającego polegającego na uzyskaniu bezwarunkowej i ostatecznej zgody Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na dokonanie koncentracji.

23 grudnia 2020 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał decyzję, na mocy której wyraził zgodę na dokonanie koncentracji polegającej na przejęciu przez Oponeo.pl S.A. kontroli nad Rotopino.pl S.A. z siedzibą w Bydgoszczy.

29 grudnia 2020 roku w wykonaniu warunkowej (zobowiązującej) umowy sprzedaży akcji Rotopino.pl S.A., o której mowa powyżej, zawarta została pomiędzy TIM S.A. a Oponeo.pl S.A. umowa przenosząca własność **10 000 000** (słownie: dziesięciu milionów) akcji na okaziciela Rotopino.pl S.A. W wyniku ww. transakcji TIM S.A. uzyskała zysk ze sprzedaży akcji Rotopino.pl S.A. w wysokości **6 546 tys. zł.**

## 3.3. Relacje inwestorskie

### Notowania akcji TIM S.A.

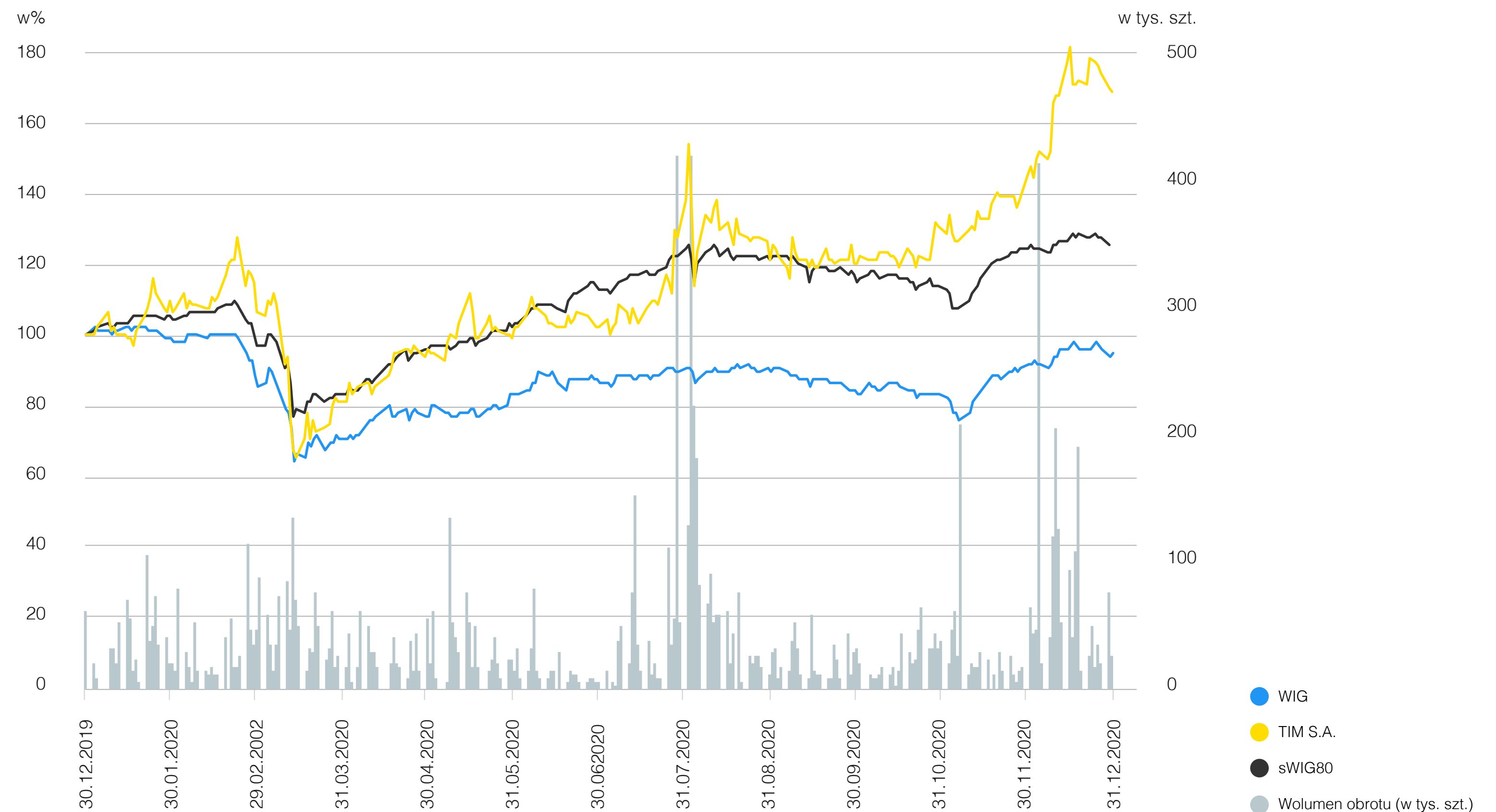
TIM S.A. jest notowany na GPW w Warszawie od 1998 roku. Na koniec 2020 roku akcje Spółki wchodziły w skład następujących indeksów: sWIG80TR, WIG-Poland, InvestorMS, sWIG80 i WIG.

W 2020 roku WIG, główny indeks warszawskiej giełdy, zanotował spadek o **1,4%**. sWIG80, grupujący emitentów o niższej kapitalizacji, wzrósł o ponad **1/3 (33,6%)**.

W 2020 roku kurs akcji TIM S.A. wahał się w przedziale od **7,02 zł** (znotowany 13 marca) do **19,40 zł** (na sesji 8 grudnia). Na ostatniej sesji giełdowej 2020 roku, tj. 30 grudnia, cena akcji TIM S.A. wyniosła **18,40 zł** i była o niemal **72%** wyższa niż w ostatnim dniu notowań 2019 roku.

31 grudnia 2020 roku wartość rynkowa TIM S.A. ukształtowała się na poziomie **408,5 mln zł**.

Wykres 23. Notowania akcji TIM S.A. w 2020 roku (30.12.2019=100%)



## Polityka informacyjna i działania w obszarze relacji inwestorskich

Jako spółka giełdowa, TIM S.A. wykonuje wszystkie obowiązki informacyjne wynikające z przepisów prawa. Ponadto regularnie przekazuje inwestorom, analitykom i dziennikarzom aktualności dotyczące bieżącej kondycji Spółki oraz prowadzi działania edukacyjne skierowane do wszystkich inwestorów, nie tylko akcjonariuszy TIM S.A.



W roku 2020 działania z obszaru relacji inwestorskich musiały zostać dostosowane do sytuacji pandemicznej i odbyć się w ogromnej większości w formie zdalnej. Spółka zorganizowała – po publikacji raportów okresowych za rok 2019 oraz pierwsze półrocze 2020 roku – wideokonferencje dostępne dla wszystkich zainteresowanych (po wcześniejszej rejestracji), podczas których członkowie Zarządu zaprezentowali oraz omówili wyniki finansowe Spółki i całej Grupy Kapitałowej TIM. Nagrania z obu wydarzeń są dostępne na kanale Spółki w serwisie YouTube, w ramach playlisty „Relacje inwestorskie” ([TUTAJ →](#)).

Po publikacji raportów okresowych za pierwszy i trzeci kwartał 2020 roku członkowie Zarządu TIM S.A. spotkali się podczas wideokonferencji z przedstawicielami mediów, analitykami i zarządzającymi funduszami. Wzięli także udział w ogólnodostępnych czatach inwestorskich w internetowym serwisie Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych ([TUTAJ →](#)). Drugi z chatów był częścią Wirtualnych Targów Twoje Inwestycje, zorganizowanych przez SII w ramach **24.** edycji konferencji WallStreet.

Publikacji raportów okresowych za pierwszy kwartał, pierwsze półrocze i trzeci kwartał 2020 roku towarzyszyły także kilkuminutowe materiały wideo zawierające komentarze członków Zarządu Spółki, publikowane i dostępne na wspomnianym już kanale TIM S.A. w serwisie YouTube.

Spółka kontynuowała zapoczątkowany jeszcze wiosną 2016 roku zwyczaj publikowania w pierwszych dniach każdego miesiąca raportów bieżących zawierających informacje o szacowanych przychodach osiągniętych w minionym miesiącu.

W roku 2020 ukazało się także kilkanaście komentarzy, raportów i analiz, przygotowanych przez analityków rynkowych. Część z nich stanowiły materiały opublikowane przez Noble Securities S.A. w ramach Programu Wsparcia Pokrycia Analitycznego GPW. Na początku grudnia 2020 roku ukazała się analiza finansowa Biura Maklerskiego PKO BP, przygotowana na zlecenie TIM S.A.

W 2020 roku – niezależnie od powyższych działań – Spółka kontynuowała komunikację z inwestorami w serwisach społecznościowych LinkedIn ([TUTAJ →](#)) i Twitter ([TUTAJ →](#)).

W sekcji internetowej internetowego serwisu korporacyjnego Grupy Kapitałowej TIM trwała publikacja artykułów w ramach funkcjonującego od 2011 roku cyklu „Cały ten rynek...”, stanowiącego kompendium wiedzy inwestorskiej.

Niezależnie od uczestnictwa we wspomnianych konferencjach wynikowych, Prezes Zarządu Krzysztof Folta, Członek Zarządu i Dyktor Finansowy Piotr Tokarczuk oraz Członek Zarządu i Dyktor Handlowy Piotr Nosal, a także inni przedstawiciele Spółki wzięli udział w indywidualnych i grupowych spotkaniach (w większości online) z dziennikarzami, inwestorami, analitykami i innymi uczestnikami rynku kapitałowego.

Na przełomie 2020 i 2021 roku Spółka zorganizowała kolejną już sesję dialogową z interesariuszami według standardu AA1000SES (więcej w Rozdziale 6), w formie podyktowanej warunkami sanitarnymi. Zamiast stacjonarnego panelu do szerokiego grona interesariuszy skierowano ankietę online, dodatkowo przeprowadzono **12** wywiadów indywidualnych online, w tym zarówno z przedstawicielem środowiska inwestorów indywidualnych, jak i instytucjonalnych.

## 3.4. Znaczące i inne istotne umowy

W 2020 roku wartość żadnej z umów zawartych przez TIM S.A. z dostawcami towarów nie przekroczyła 10% przychodów ze sprzedaży TIM S.A.

W 2020 roku Zarząd TIM S.A. uznał za istotne umowy dotyczące sprzedaży akcji Rotopino.pl S.A. opisane w pkt. 3.2.7 Sprawozdania oraz umowę o kredyt, opisaną w punkcie 2.4.1 Sprawozdania.

**Poza umowami, o których mowa powyżej, w 2020 roku Zarząd TIM S.A. uznał za istotne również wyszczególnione poniżej umowy ubezpieczeniowe:**

- Umowę ubezpieczenia (polisę koasekuracyjną) na lata 2020/2021 zawartą pomiędzy TIM S.A. a koasekuratorem wiodącym firmą: Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeniowe ERGO HESTIA S.A. i koasekuratorem firmą PZU S.A., dotyczącą:
  - ubezpieczenia kompleksowego mienia TIM S.A. od wszystkich ryzyk na łączną sumę ubezpieczenia **101 120 200 zł**;
  - ubezpieczenia OC z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej na sumę ubezpieczenia **10 000 000 zł**.
- Umowę ubezpieczenia (polisę) na rok 2020/2021 z 24 października 2020 roku zawartą pomiędzy TIM S.A. a CHUBB European Group Limited Sp. z o.o., Oddział w Polsce, w zakresie odpowiedzialności

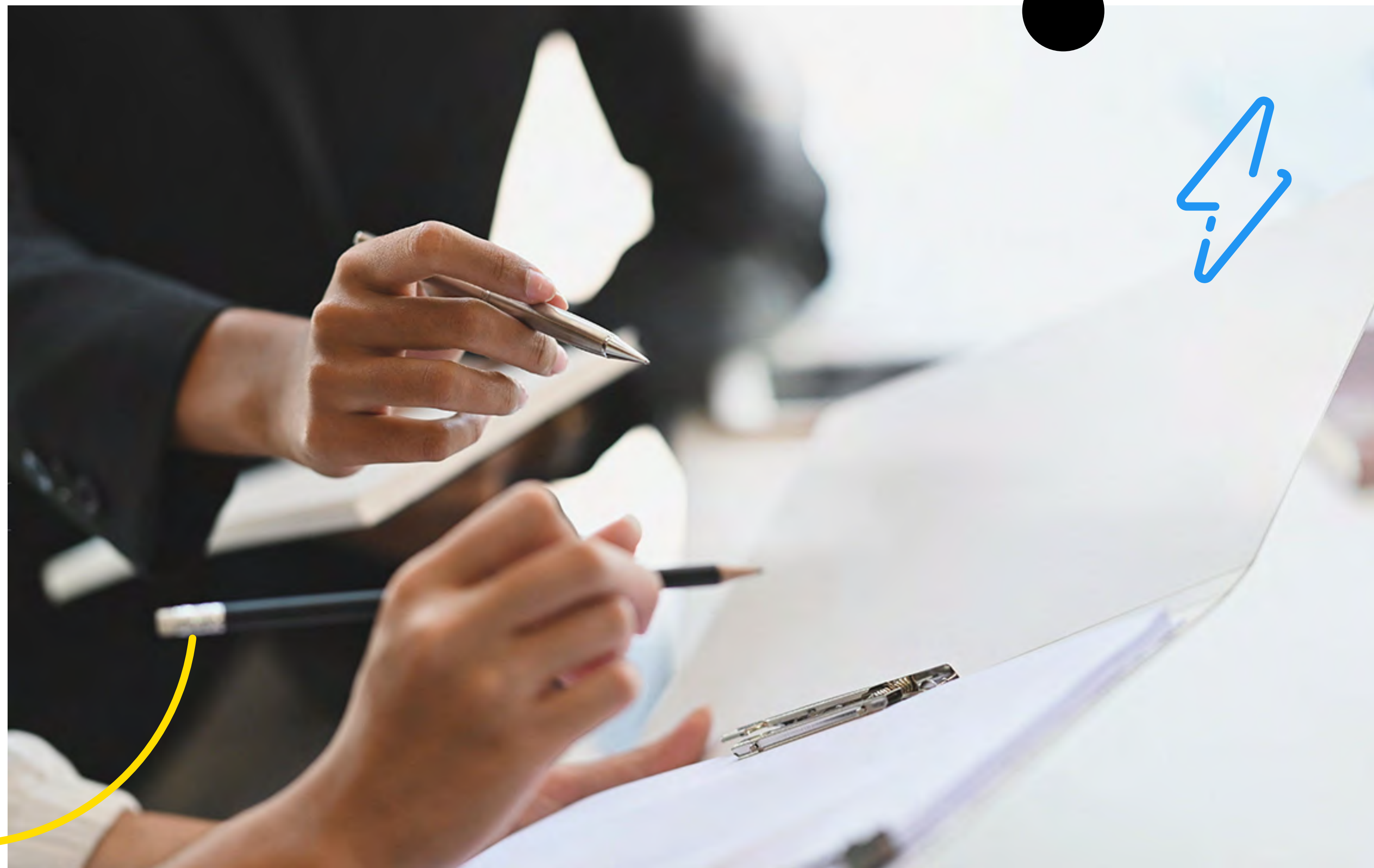
cywilnej członków Zarządu i Rady Nadzorczej na sumę ubezpieczenia **50 000 tys. zł**.

- Umowy ubezpieczenia (polisy) na rok 2020/2021 zawarte pomiędzy 3LP S.A. a firmą
- ERGO HESTIA S.A., dotyczące:
  - ubezpieczenia kompleksowego mienia 3LP S.A. od wszystkich ryzyk na łączną sumę ubezpieczenia **150 784 tys. zł**, powiększoną następnie na mocy aneksu o kwotę **32 000 tys. zł**;
  - ubezpieczenia OC z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej na sumę ubezpieczenia **5 000 tys. zł**;
- Umowę ubezpieczenia na rok 2020/2021 z 10 października 2019 roku pomiędzy 3LP S.A. a firmą AVIVA dotyczącą OC najemcy nieruchomości na sumę ubezpieczenia: **13 025 tys. zł**.



## 3.5. Postępowania

W okresie od 1 stycznia 2020 roku do dnia sporządzenia Sprawozdania nie wszczęto żadnych postępowań przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego ani organem administracji państwowej dotyczących zobowiązań lub wierzytelności, których wartość stanowiłaby 10% wartości kapitałów własnych spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM.





# Perspektywy i plany rozwoju Grupy

4.1. Perspektywy rozwoju

4.2. Strategia rozwoju Grupy

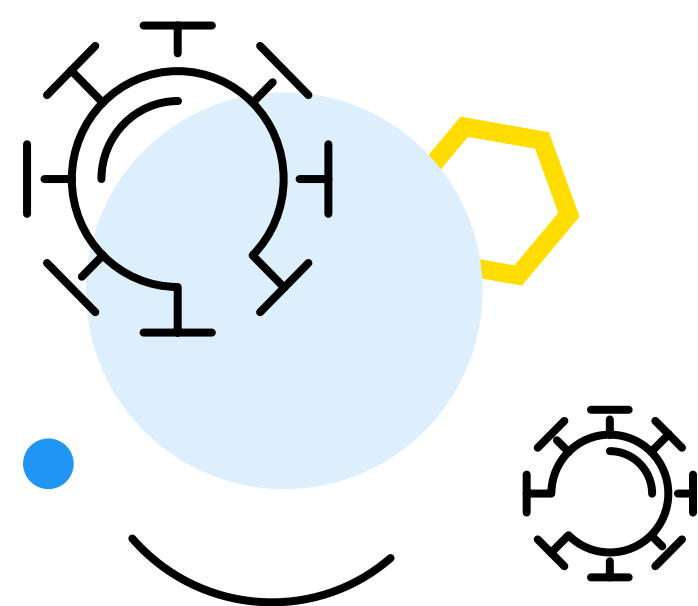
# 4.1. Perspektywy rozwoju

## Otoczenie gospodarcze

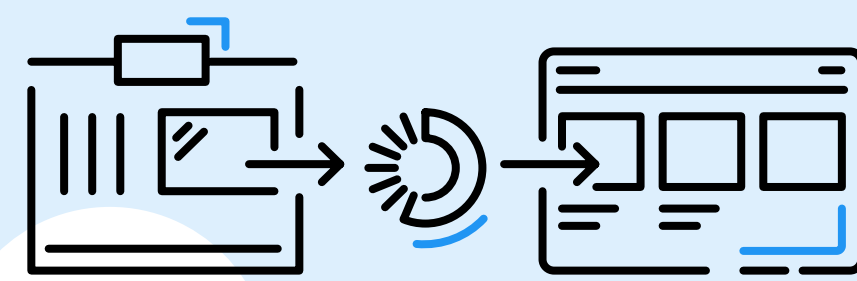
### Polska i Europa

Po bardzo niestandardowym ubiegłym roku, w 2021 roku będziemy mieli do czynienia z kontynuacją bardzo zmiennej i niepewnej sytuacji makroekonomicznej na całym świecie.

Najistotniejszym czynnikiem ryzyka, zarówno jeżeli chodzi o sytuację gospodarczą w Polsce, jak i na świecie, jest pandemia choroby COVID-19, wywołana rozpowszechnieniem się koronawirusa SARS-CoV-2. Pandemia ta stanowi duże zagrożenie związane z gwałtownym globalnym osłabieniem aktywności gospodarczej, jednak ze względu na bardzo dynamiczny rozwój sytuacji oraz przygotowywane przez rządy oraz banki centralne programy wspierające gospodarki, trudno w tej chwili ocenić ostateczny wpływ pandemii na gospodarkę.



## E-commerce 2020+



Rok 2020 był rokiem przełomowym jeśli chodzi o e-commerce - zarówno B2C, jak i B2B. Pandemia z jednej strony przyspieszyła transformację cyfrową firm i procesy ich digitalizacji. Z drugiej strony przyspieszyła zmiany w zachowaniach konsumentów, którzy zdecydowanie częściej i chętniej korzystają z cyfrowych kanałów sprzedaży.

Warto jednak zaznaczyć, że sama pandemia nie wywołała rewolucji w kierunkach rozwoju e-commerce i kanałów cyfrowych. Nadała ona zmianom zdecydowanie większej dynamiki i poszerzyła zasięg oddziaływania. Można śmiało powiedzieć, że nie ma dzisiaj branży, która nie weszłaby na przyspieszoną ścieżkę cyfryzacji.

Kontakt fizyczny między przedstawicielami firm, który w przypadku B2B był integralną częścią procesu wyboru oferty i zakupu, został ograniczony do zera lub co najwyżej do niezbędnego minimum. Firmy chcąc dotrzeć

do swoich klientów muszą otworzyć się na digitalizację i dostarczać klientom online kompletnej informacji niezbędnej do podjęcia decyzji zakupowej. Oczywiście są branże szybciej i wolniej adaptujące się do tych zmian, ale z pewnością nie ma takich, których w ogóle by to nie dotknęło.

**Ponad 75%** kupujących i sprzedających woli obecnie samoobsługę online i zdalne formy komunikacji (w tym videokonferencje, do których przekonanych jest **80%** ankietowanych firm B2B) od kontaktu bezpośredniego. Jak mówią autorzy raportu:

„...w sprzedaży B2B cyfryzacja jest falą przyszłości. (...) Liderzy sprzedaży B2B przeszli z postawy bycia „zmuszonym” do przyjęcia technologii cyfrowej w reakcji na powszechne przestoje na wczesnych etapach COVID-19 do rosnącego przekonania, że cyfryzacja jest tą właściwą drogą.”<sup>7</sup>

Słowa te potwierdzają inne wyniki badania – 9 na 10 decydentów B2B oczekuje, że model zdalny i cyfrowy utrzyma się na dłuższą metę,

<sup>6</sup> B2B Pulse: Insights from our latest global survey (McKinsey & Company) →

<sup>7</sup> Badanie zostało zrealizowane w okresie 27.07. – 11.08.2020, na próbie ponad 3600 firm z 11 krajów, [These eight charts show how COVID-19 has changed B2B sales forever](#) (McKinsey & Company) →

także po zakończeniu pandemii. **75%** ocenia, że ten model jest równie lub wręcz bardziej skuteczny niż przed COVID-19. Według polskich badań rynku B2B e-commerce, blisko **60%** ankietowanych firm uważa, że pandemia wzmocniła potrzebę transformacji cyfrowych w sektorze B2B, przy czym jednak ponad połowa firm objętych badaniem nie ma opracowanej strategii transformacji<sup>8</sup>. Ekspertcy oceniają jednak, że polski e-commerce B2B stoi przed szansą na trwałą zmianę całej branży. Transformacja cyfrowa tej części rynku, która rozpoczęła się jeszcze przed wybuchem pandemii, a którą pandemia zdecydowanie przyspieszyła, to ogromny potencjał rozwoju dla całego B2B w Polsce.

W kontekście kierunków rozwoju e-commerce B2B jednym z ważniejszych trendów na najbliższe lata nadal jest rosnące znaczenie platform typu marketplace, które bardzo mocno otwierają się na rynek B2B. Szacuje się, że wartość światowych zakupów w marketplace B2B wyniesie

# ok. 3,6 biliona USD

w 2024 roku (w 2018 roku było ok. 680 mld USD), przy czym wartość całego rynku e-commerce B2B do 2024 roku powinna wzrosnąć do blisko **12 bilionów USD**<sup>9</sup>. Do 2024 roku marketplace'y B2B będą więc odpowiadać za **30% światowej sprzedaży B2B**.

Drugim istotnym trendem jest silna konsumeryzacja oczekiwań i potrzeb klientów B2B. Ten trend jest widoczny już od kilku lat, jednak zwłaszcza dzisiaj należy uważnie obserwować klientów B2C, dobrze rozpoznawać ich potrzeby i preferencje zakupowe i przenosić kluczowe elementy do B2B, wspierając budowanie pozytywnych doświadczeń wśród tych klientów.

Według różnych źródeł szacuje się, że konsumencki rynek e-commerce urosł w Polsce w 2020 roku od ok. **12%**<sup>10</sup> do ok. **30%** i rozwija się najbardziej dynamicznie w Europie<sup>11</sup>. „Dwucyfrowe tempo wzrostu utrzyma się zapewne przez kilka lat, bo polski rynek e-handlu jest wciąż mocno niedojrzały. W 2021 roku jego wartość powinna sięgnąć **12 proc.** wartości sprzedaży detalicznej ogółem, w 2023 roku ma to być już **16 proc.** (...) E-commerce w Polsce charakteryzuje się więc znacznie wyższą niż w Europie Zachodniej dynamiką – w ostatnich czterech latach średnioroczny wzrost przekraczał **20 proc.**, gdy w UE było to kilka punktów procentowych mniej, jednak udział e-handlu w całkowitej sprzedaży detalicznej jest niższy niż na zachodzie kontynentu i oscyluje wokół **4 proc.**”<sup>12</sup>

<sup>8</sup> Raport „Polski rynek B2B vs. Cyfrowy Megatrend. Sytuacja branży post COVID-19.”, Unity Group, luty 2021

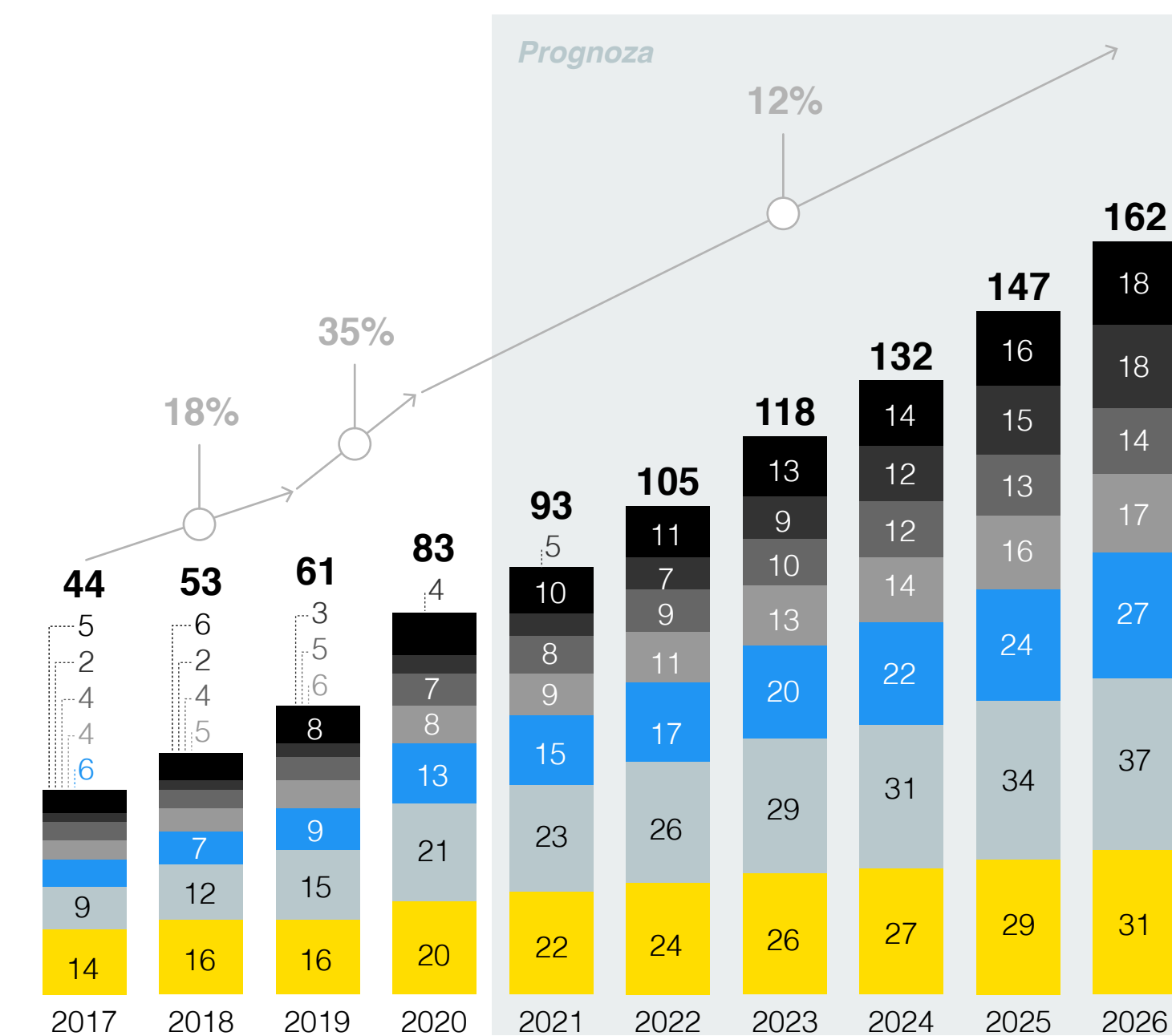
<sup>9</sup> Źródło: [Global B2B e-marketplace sales could hit \\$3.6 trillion in five years \(Digital Commerce 360\)](#) →

<sup>10</sup> W ciągu 5 lat rynek e-commerce w Polsce osiągnie wartość 162 mld zł (PwC) →

<sup>11</sup> Zgodnie z raportem organizacji eCommerce Europe i firmy RetailX, do którego odnoszą się autorzy artykułu: [Pandemiczne rekordy sklepów internetowych \(Rzeczpospolita\)](#) →

<sup>12</sup> Raport „E-commerce i fintechy. System naczyń połączonych.”, 300 research, XI 2020

**Wykres 24. Wartość brutto sprzedaży dóbr w Polsce, 2017-2026 (w mld zł)**



	CAGR (%)		
	17-19	19-20	20-26
● Auto i inne	17,6	15,7	12,2
● Produkty spożywcze	15,2	57,5	28,7
● Zdrowie i uroda	15,0	38,2	12,5
● Zabawki i dziecko	18,3	39,4	14,0
● Odzież i obuwie	25,0	46,1	12,3
● Dom i ogród	26,3	42,8	9,7
● Elektronika i media	9,1	24,3	7,1

Źródło: Raport „Perspektywa rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2021-2026.”, PwC, 2021



Intensywny wzrost dotyczy zarówno wartości i ilości transakcji online, jak i liczby sklepów internetowych. Na początku 2021 roku w Polsce było aktywnych ponad **44 000** sklepów internetowych<sup>13</sup>, z czego w samym 2020 roku powstało ich aż **11 800**, czyli tyle, ile łącznie przez trzy wcześniejsze lata<sup>14</sup>. Należy jednak zaznaczyć, że około **4 000** e-sklepów na stałe zostało wykreślone z rejestru. Ma to oczywiście wpływ na wzrost konkurencyjności w niemalże wszystkich branżach. Dotychczasowi cyfrowi liderzy mają już grono naśladowców, którzy starają się nadrobić wcześniej stracony czas.

Według szacunków PwC<sup>15</sup> wartość polskiego handlu online w 2020 roku wyniosła **83 mld złotych brutto**, a w 2026 wzrośnie do **162 mld złotych**, choć niektórzy z ekspertów zwracają uwagę, że są to wartości mocno niedoszacowane<sup>16</sup>. Sam 2020 rok przyniósł ponad **100 mld złotych** w kanałach cyfrowych, co stanowiłoby ok. **10%** wartości całego handlu detalicznego w Polsce, choć to i tak daleko od **20%** udziału online w światowym handlu detalicznym w 2021 roku o jakim mówią eksperci<sup>17</sup>. Udział handlu online w polskim PKB to już niemal

**3%**<sup>18</sup> chociaż daleko nam jeszcze do niemal **5%** udziału e-sklepów w PKB Unii Europejskiej<sup>19</sup>.

Covid „zmusił” do kupowania w sieci osoby, które dotychczas z nieufnością podchodziły do tego kanału sprzedaży. To często przedstawiciele starszego pokolenia (Silver Power) lub osoby generalnie charakteryzujące się dużym sceptycyzmem do kupowania online bez możliwości wcześniejszego obejrzenia i kontaktu fizycznego z produktem. Sklepy online tym bardziej powinny więc zwracać teraz szczególną uwagę na doświadczenia klienta, zapewniać mu dopasowaną, kompletną i wygodnie podaną informację produktową oraz sprawny i skuteczny kontakt z obsługą e-sklepu.

Na rynku polskim wciąż niekwestionowanym liderem wśród platform jest Allegro, które agreguje ok. **33%** odwiedzin spośród wszystkich podmiotów e-commerce (polskich i zagranicznych) i razem z Ceneo (grupa Allegro) zdominowało polski rynek e-commerce jeśli chodzi o odwiedziny internautów. AliExpress oraz Amazon mają odpowiednio **4%** i **3%**.

<sup>13</sup> [E-commerce w Polsce 2021: koronawirus zwiększył liczbę sklepów internetowych o ponad 20 proc. rdr \(Wiadomości Handlowe\)](#) →

<sup>14</sup> Raport „e-Commerce w Polsce 2019”, Senuto

<sup>15</sup> [W ciągu 5 lat rynek e-commerce w Polsce osiągnie wartość 162 mld zł \(PwC\)](#) →

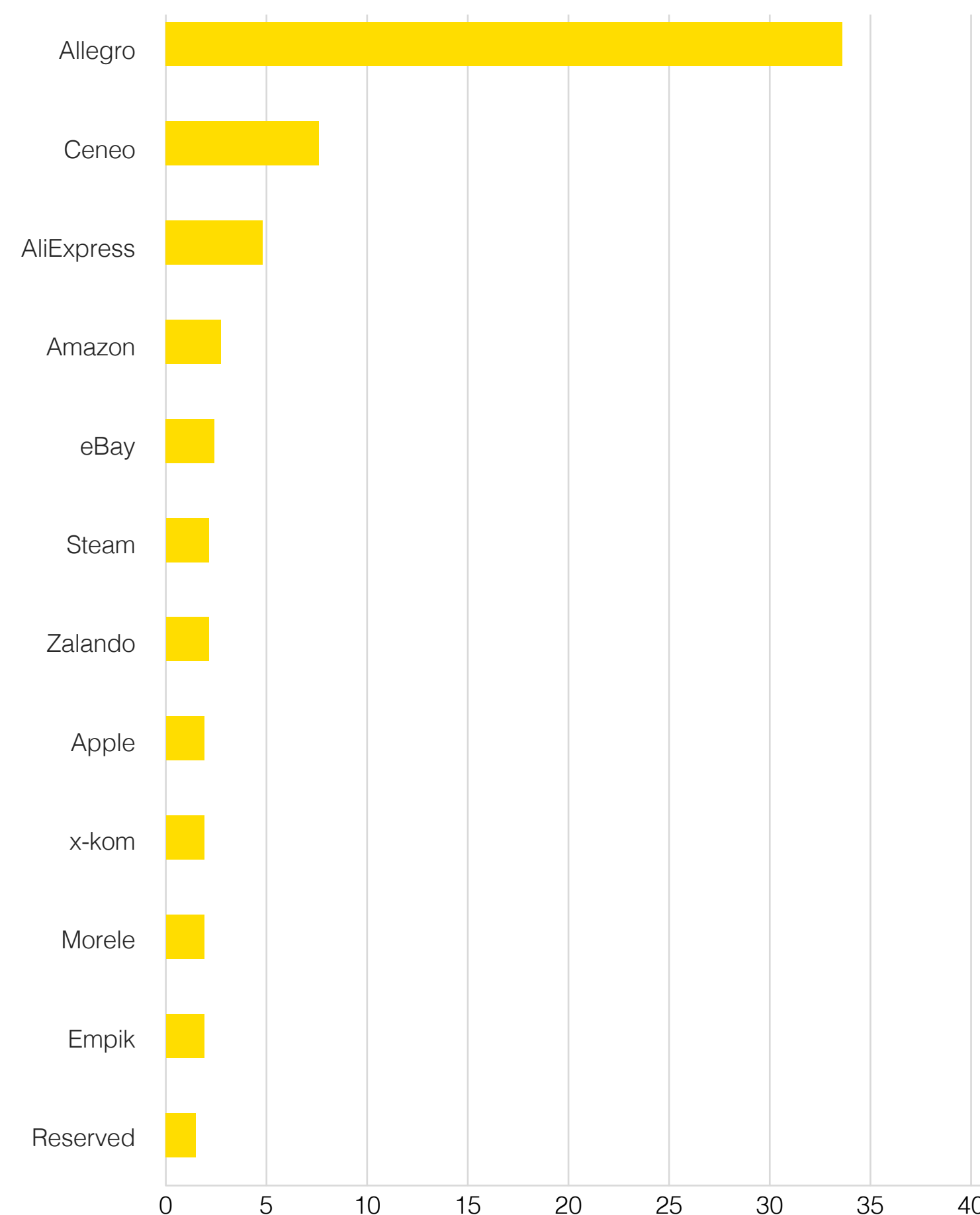
<sup>16</sup> [Nowy polski miliarder komentuje posunięcia m.in. PKN Orlen: „Paczkomaty to 15-18 proc. naszego sukcesu” \(Business Insider\)](#) →

<sup>17</sup> [E-commerce – co nas czeka w 2021? \(Izba Gospodarki Elektronicznej\)](#) →

<sup>18</sup> Zgodnie z raportem organizacji eCommerce Europe i firmy RetailX, do którego odnoszą się autorzy artykułu: [Pandemiczne rekordy sklepów internetowych \(Rzeczpospolita\)](#) →

<sup>19</sup> Raport „E-commerce i fintechy. System naczyń połączonych.”, 300 research, XI 2020

**Wykres 25. Największe podmioty w polskim e-commerce (udziały w ruchu klientów, proc.)**



Źródło: Retailx, za raportem „E-commerce i fintechy. System naczyń połączonych.”, 300 research, XI 2020

Rok 2021 powinien przynieść kolejne duże zmiany w e-commerce – pojawią się nowi międzynarodowi gracze na rynku polskim (Amazon z pełną polską wersją językową czy Alibaba intensyfikujący swoją obecność w Polsce), a rynek usług logistycznych dynamicznie się rozwija (Poczta Polska, Allegro czy nawet PKN Orlen planują uruchomienie sieci własnych automatów do odbioru przesyłek).

Na kolejne lata prognozowany jest dalszy dwucyfrowy wzrost e-commerce w Polsce i dotyczy to wszystkich branż. Prawdopodobnie zakończenie pandemii spowoduje zmniejszenie dynamik wzrostu cyfrowych kanałów sprzedaży, jednak z pewnością nie wrócimy do tego co było przed pandemią. Niemal **85%** Polaków deklaruje, że po zakończeniu pandemii nie zmniejszy częstotliwości zakupów online, przy czym **74%** utrzyma obecny poziom. **Co dziesiąty** Polak planuje zwiększyć poziom swoich zakupów online<sup>20</sup>.

Transformacja cyfrowa całych branż, nawet tych uważanych dotychczas za odporne na digitalizację, będzie kontynuowana. Niesie to za sobą ogromne wyzwania dla wszystkich sektorów – takie kwestie jak chociażby nadrobienie technologicznych zaległości, zmiana kultury organizacyjnej i postaw pracowników, zbudowanie nowych kompetencji w organizacjach, konieczność zainwestowania w cyfryzację dodatkowych środków finansowych, obsłużenie zwiększonej skali transakcji online czy w końcu wzrost konkurencyjności w sieci, to tylko niektóre z wyzwań, z którymi muszą już dzisiaj poradzić sobie firmy, które chcą przetrwać na rynku. Ogromnym wyzwaniem będą też rosnące wymagania i oczekiwania e-konsumentów, zwłaszcza tych którzy w 2020 roku dopiero zaczęli swoją przygodę z zakupami online. Wiele kwestii i rozwiązań, które akceptują dotychczasowi klienci, jest dla nich zupełnie niezrozumiałych i powoduje ich frustrację. Badanie

zrealizowane na początku 2021 roku przez Mobile Institute wraz z Izłą Gospodarki Elektronicznej pokazało, że „**8 na 10** konsumentów nie jest do końca usatysfakcjonowanych zakupami w Internecie.(...) Wśród wszystkich badanych internautów, jedynie **12%** nie zauważa problemów w żadnym z obszarów, o jakie byli pytani, tj. kontaktu z e-sklepem, użyteczności e-sklepu, dostaw, prezentacji produktów, ofert i promocji oraz płatności.”<sup>21</sup>

Zmiany w naszych zachowaniach zakupowych to jest coś, co już z nami zostanie. Nie wrócimy do znanych nam wcześniej modeli - **pandemia na trwałe zmieniła nasz sposób podejmowania decyzji zakupowych i preferowane kanały komunikacji**. Jak widać z przytoczonych powyżej wyników badania, staliśmy się także zdecydowanie bardziej wymagający w stosunku do sklepów internetowych, w których robimy zakupy.

<sup>20</sup> W ciągu 5 lat rynek e-commerce w Polsce osiągnie wartość 162 mld zł (PwC) →

<sup>21</sup> Raport „Co (u)gryzie e-commerce?”, Mobile Institute, Izba Gospodarki Elektronicznej, 2021.

## Hurtownie elektrotechniczne

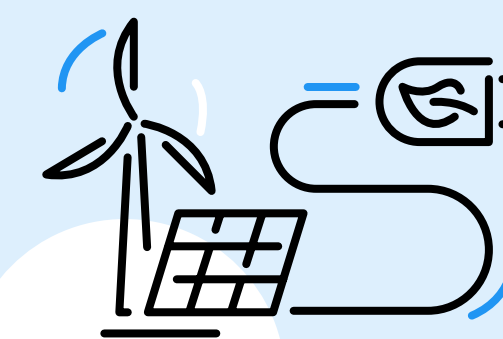
Próba szacowania sytuacji oraz wyników hurtowni elektrotechnicznych będzie w 2021 roku co najmniej tak samo trudna jak prognozowanie rynku z kwartału na kwartał roku poprzedniego - lub być może jeszcze trudniejsza. Na perspektywę przyszłości nieustanie wpływ ma pandemia wywołana wirusem SARS-CoV-2, której termin zakończenia, mimo uruchomionego na całym świecie programu szczepień, nie jest jednoznacznie do określenia.

Mimo zmniejszającej się dynamiki przychodów, która charakteryzowała się dużą zmiennością w zależności od poszczególnych firm, można powiedzieć, że branża budowlana, a tym samym hurtownie elektro-

techniczne, nie ucierpiały istotnie na panującej pandemii. Nie widzimy jednak ciągle rzeczywistej sytuacji rynku i realnej kondycji wielu firm, które skorzystały ze wsparcia rządowego w kolejnych edycjach tarczy antykryzysowej.

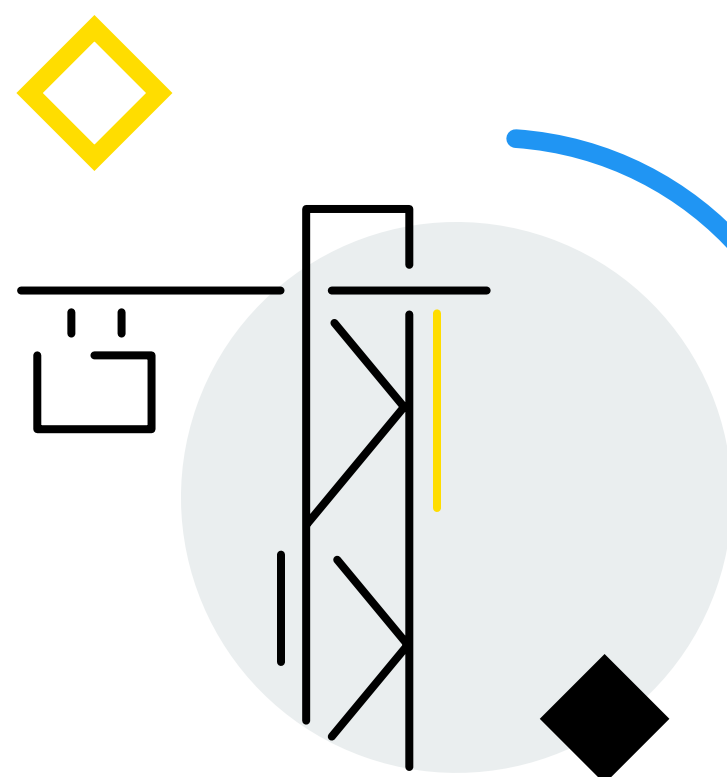
Z jednej strony utrzymujący się trend spadkowy produkcji budowlano-montażowej i coraz słabsze wyniki dużej części hurtowni mogą sygnalizować spowolnienie w branży w nadchodzącym roku i zmniejszenie się wartości rynku. Z drugiej jednak strony zaplanowany przez Unię Europejską, największy w historii pakiet odbudowy gospodarek dotkniętych pandemią oparty na długoterminowym budżecie UE w połączeniu z programem „**NextGenerationEU**” powinien zasilić gospodarki poszczególnych członków olbrzymimi środkami, których

zadaniem będzie stymulowanie gospodarki, co powinno powstrzymać potencjalne spowolnienie - oczywiście o ile odpowiednie pieniądze trafią na rynek jeszcze w nadchodzącym roku.



Niezależnie od sytuacji związanej z europejskim planem stymulowania gospodarek członków Unii Europejskiej czy kondycją poszczególnych gałęzi sektora budownictwa w Polsce, **sytuacją pozytywną dla hurtowni elektrotechnicznych będzie trwający rozwój rynku odnawialnych źródeł energii i efektywności energetycznej.**

Biorąc pod uwagę rosnącą świadomość ekologiczną konsumentów, presję na zwiększanie efektywności energetycznej i zrównoważonej gospodarki, wspierane unijnym programem „**Europejski Zielony Ład**”, rosnące ceny energii oraz perspektywę kolejnych dotacji, można założyć, że hurtownie, które będą oferowały różnego rodzaju produkty wspierające realizację tych potrzeb, będą notowały wzrosty sprzedaży tych grup asortymentowych. Dodatkowo wyniki sprzedażowe powinny być wzmocnione profesjonalizacją działań w procesie obsługi klienta – doradztwa, projektowania czy audytu w zakresie zwiększania efektywności energetycznej.



Bez zmiany na najbliższe lata pozostaje opinia Zarządu TIM S.A., że szanse na rozwój odniosą dystrybutorzy, którzy będą nadążać za zmieniającymi się oczekiwaniami klientów, jak i zwinnie modyfikować swoje działania w związku z dużą niepewnością i zmiennością występującą na rynku spowodowaną trwającą pandemią COVID-19.

### Obserwowane zmiany na rynku to:



#### Ciągły rozwój sprzedaży online

Oczekuje się, że kolejne podmioty z branży elektrotechnicznej będą inwestowały w ten kanał dystrybucji, wykorzystując najnowsze dostępne technologie, a czas uzyskiwania zdolności operacyjnej w tym zakresie powinien przyspieszać w związku z panującą pandemią COVID-19 i ryzykiem kolejnych lockdownów powodujących ograniczenia w prowadzeniu działalności w tradycyjny sposób.



#### Digitalizacja procesów

Rozwój sprzedaży online jest powiązany z digitalizacją procesów po stronie dystrybutora, jak i całego łańcucha wartości - od dostawcy, przez hurtownie, do klienta. Istotne będzie tempo, w jakim organizacje będą w stanie tę digitalizację wprowadzać, a tym samym doskonalić się operacyjnie i dawać nowe wartości klientom.



#### Wejście na rynek nowych graczy działających w modelu e-commerce

Coraz większa świadomość wielkości rynku e-commerce B2B oraz zachodzących na tym rynku procesów, będą zachęcać podmioty działające szczególnie w modelu marketplace do sprzedaży produktów oferowanych przez dystrybutorów produktów elektrotechnicznych, a tym samym do konkurowania z tradycyjnym modelem biznesowym.



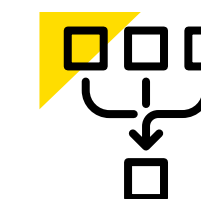
#### Wzrost świadomości i wymagań klientów

Coraz większa część klientów oczekuje od dystrybutora nie tylko sprzedaży towaru, lecz także kompleksowej obsługi około sprzedażowej. Rosnące wymagania klientów coraz częściej wymagają modyfikacji oferty sprzedawanych produktów czy też pozyskiwania innowacyjnych technologii i rozwiązań. Konkurowanie serwisami dla klienta, a nie tylko ceną, zaczyna mieć coraz istotniejsze znaczenie.



#### Ewolucja w sposobie funkcjonowania hurtowni

Coraz więcej hurtowni zacznie świadczyć usługi doradztwa w zakresie inwestycji, wykonywania audytów oświetleniowych, prefabrykacji urządzeń oraz projektowania i wykonywania instalacji OZE. Wszystko będzie odbywać się w ramach działań na rzecz poprawy swojej pozycji konkurencyjnej.



#### Następuje bezpośrednia i pośrednia konsolidacja rynku

Duże międzynarodowe firmy poszukują sposobu zwiększenia udziału w rynku, realizując ten cel poprzez akwizycje jego uczestników. Firmy oferujące alternatywne modele współpracy ze swoimi partnerami przejmują podmioty lub wprost ludzi już funkcjonujących w branży w ramach innych organizacji. Dodatkowo firmy z określoną strategią rozwoju, mimo że w sposób dość powolny, to jednak zwiększają swoje udziały w rynku, przejmując najczęściej podmioty stowarzyszone w grupach zakupowych.

## 4.2. Strategia rozwoju Grupy

Długofalowa strategia Grupy Kapitałowej TIM jest nastawiona na realizację sprzedaży multikanalowej produktów technicznych – ze szczególnym uwzględnieniem wzrostu sprzedaży online i sukcesywnym poszerzaniem 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. posiada istotną przewagę konkurencyjną na rynku, tj. wydajny łańcuch dostaw. Strategia TIM S.A jest oparta na połączeniu wiedzy o rynku, którą posiadają przedstawiciele handlowi, z technologiami IT i platformą internetową TIM.pl (tzw. hybrydowy model sprzedaży).

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

**TIM S.A. będzie kontynuować dotychczasową strategię rozwoju przez:**



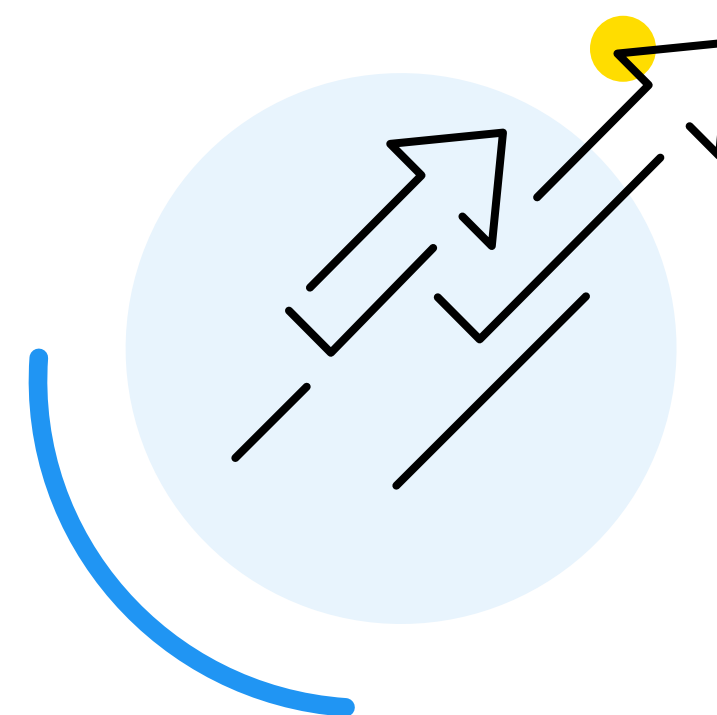
rozwój sprzedaży i pozyskiwanie nowych klientów – przede wszystkim w kanale internetowym (e-commerce) poprzez platformę TIM.pl;



ciągłe optymalizowanie i poszerzanie oferty;



optymalizację procesów i kosztów operacyjnych.



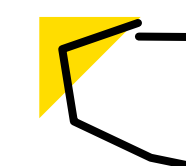
**Natomiast strategia spółki 3LP S.A. zakłada:**



dalszy rozwój usług logistycznych świadczonych przez spółkę 3LP S.A. dla klientów spoza Grupy. W 2020 osiągnięto ok. 47% udziału przychodów 3LP z usług logistycznych świadczonych na rzecz klientów spoza Grupy, natomiast w kolejnych okresach udział ten powinien przekroczyć 50%;



rozbudowę Centrum Logistycznego w Siechnicach o kolejną halę magazynową o powierzchni ok. 25 tys.m<sup>2</sup>, 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.

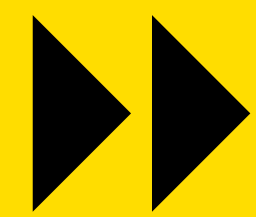
11 kwietnia 2019 roku Zarząd TIM S.A. przyjął obowiązującą strategię średnioterminową TIM S.A. na lata 2019 – 2021 („Strategia”). Przyjęte założenia i cele Strategii zawarte są w prezentacji stanowiącej załącznik do raportu bieżącego nr 12/2019. Głównym celem Strategii jest wzrost wartości TIM S.A. i osiągnięcie do 2021 roku rocznych przychodów Spółki na poziomie co najmniej **1 mld zł** oraz rentowności EBITDA nie niższej niż **3,6%**. Spółka informuje jednocześnie, że przyjęte cele i założenia Strategii nie stanowią prognozy lub szacunku wyników, w tym finansowych, i odnoszą się jedynie do zamierzonych kierunków działania w latach 2019-2021.

27 września 2019 roku Zarząd TIM S.A. podjął decyzję o rozpoczęciu procesu przeglądu opcji strategicznych dla Grupy Kapitałowej TIM. Przegląd obejmował wybór optymalnego wariantu realizacji długoterminowego celu GK TIM, którym jest wzrost wartości dla akcjonariuszy. W ramach przeprowadzonego procesu Zarząd TIM S.A. przeprowadził analizę różnych scenariuszy rozwoju GK TIM oraz dokonał oceny uwarunkowań rynkowych możliwości ich wdrożenia. W wyniku przeprowadzonego przeglądu opcji strategicznych, Zarząd TIM S.A. podjął decyzję, że w obecnej sytuacji rynkowej, kontynuacja realizacji dotychczasowej strategii rozwoju GK TIM jest rozwiązaniem optymalnym dla osiągnięcia długoterminowego celu Spółki (wzrost wartości dla akcjonariuszy). W związku z tym w dniu 17 marca 2020 roku Zarząd TIM S.A. podjął decyzję o zakończeniu projektu przeglądu opcji strategicznych.

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

W zakresie optymalizacji procesów i kosztów Zarząd TIM S.A. planuje kontynuację działań związanych ze zwiększeniem efektywności operacyjnej Grupy oraz w konsekwencji osiągnięcie dalszej poprawy wyników finansowych Grupy Kapitałowej TIM.





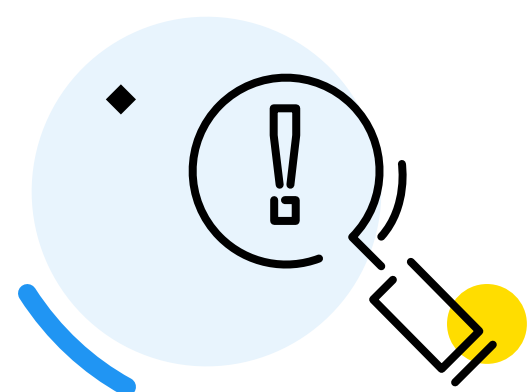
# Zarządzanie ryzykiem

- 5.1. Ryzyka związane z sytuacją makroekonomiczną
- 5.2. Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii
- 5.3. Ryzyko finansowe
- 5.4. Ryzyko operacyjne
- 5.5. Ryzyko prawne

Poniżej Zarząd TIM S.A. przedstawia najważniejsze ryzyka i zagrożenia związane z działalnością Grupy Kapitałowej TIM oraz TIM S.A., a także działania podejmowane w celu ich minimalizowania.

W związku z trwającą pandemią choroby COVID-19, wywołaną przez koronawirusa SARS-CoV-2, i wobec braku dostępnych rzetelnych i kompletnych informacji i danych o jej skutkach w przyszłości, na dzień sporządzenia Sprawozdania z działalności Grupy TIM za 2020 rok – podobnie jak w przypadku wszystkich podmiotów prowadzących działalność w Polsce i na świecie – w opinii Zarządu TIM S.A. nie ma możliwości przedstawienia wszelkich ewentualnych istotnych czynników ryzyka i zagrożeń dla działalności Grupy.

Zarząd Spółki będzie monitorować potencjalny wpływ i o ile wystąpi taka potrzeba, podejmie kroki, aby złagodzić ewentualne negatywne skutki dla GK TIM. Jednak wobec braku możliwości przyjęcia wiarygodnych założeń, obecnie wszelkie przewidywania dotyczące przyszłości – w tym oszacowania ryzyk związanych z działalnością Grupy – muszą być, w opinii Zarządu, analizowane z uwzględnieniem ww. informacji.



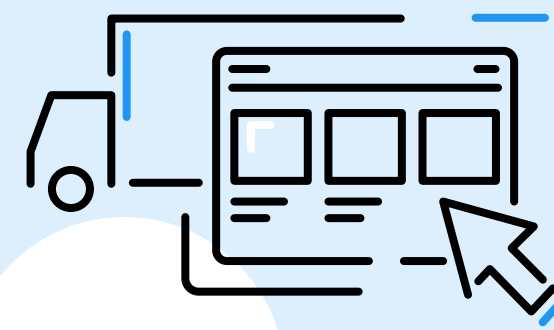
# 5.1. Ryzyka związane z sytuacją makroekonomiczną

## Ryzyko związane z koniunkturą gospodarczą

Działalność Grupy Kapitałowej TIM jest ściśle skorelowana z ogólną sytuacją gospodarczą w Polsce i na świecie. Największy wpływ na wyniki finansowe Grupy mają następujące czynniki: wzrost PKB i udział inwestycji przedsiębiorstw w tym wzroście, wielkość zamówień publicznych na dostawy materiałów elektrotechnicznych, koniunktura w sektorze budowlanym, dynamika konsumpcji oraz wartość sprzedaży detalicznej.



Prognoza sytuacji gospodarczej dla Polski na rok 2020 jest obciążona dużym błędem prognostycznym ze względu na trwającą pandemię choroby COVID-19, wywołaną przez koronawirusa SARS-CoV-2.



W celu minimalizacji wpływu zagrożeń wynikających z cykliczności koniunktury gospodarczej oraz kryzysów gospodarczych na wyniki finansowe, Grupa Kapitałowa TIM zwiększa dywersyfikację działalności poprzez rozwój sprzedaży za pośrednictwem kanału e-commerce oraz świadczenie usług logistycznych dla klientów spoza Grupy.

## Ryzyko zmian cen surowców

Zmiany cen surowców, które są wykorzystywane do produkcji towarów znajdujących się w ofercie handlowej TIM S.A., mają wpływ na wyniki finansowe Spółki. Z uwagi na to, że około jedna trzecia przychodów TIM S.A. pochodzi ze sprzedaży kabli i przewodów, szczególnie duże znaczenie dla Spółki ma cena miedzi. W przypadku niektórych grup asortymentowych (kable o dużych przekrojach) koszt tego surowca stanowi nawet **do 90%** ceny produktu.

Znaczny spadek cen miedzi wiąże się z ryzykiem potencjalnej utraty wartości towarów znajdujących się na stanach magazynowych Spółki. Jednocześnie duża zmienność cen surowców powoduje, że ustalenie optymalnej wielkości zapasów i całkowite uniknięcie ryzyka zmian wartości towarów jest bardzo trudne.

Spółka zarządza ryzykiem zmian cen surowców, optymalizując zapasy magazynowe (priorytetem jest zapewnienie ciągłości dostaw do klientów) oraz stosując bezpieczną politykę zakupową. Jednak pomimo tych działań, ryzyko potencjalnych strat – wynikających z konieczności dostosowania cen produktów do cen rynkowych – jest istotne.

## Ryzyko związane z niestabilnością sektora finansowego

Sektor finansowy w Polsce funkcjonuje stabilnie. Zagrożeniem dla części polskich banków jest jednak ich zaangażowanie w finansowanie branż, które znajdują się w fazie dekoniunktury, oraz znaczna deprecjacja złotego. Oba te czynniki mogą się przełożyć na spadek jakości portfeli kredytowych banków. W warunkach nowych regulacji ostrożnościowych i zwiększonych wymogów kapitałowych, materializacja tych rodzajów ryzyka może doprowadzić do zacieśnienia polityki kredytowej banków oraz ograniczenia limitów kredytowych przez ubezpieczycieli.

W konsekwencji mogłoby to mieć negatywne skutki na skalę działalności handlowej prowadzonej przez TIM S.A. oraz sytuację płynnościową spółek wchodzących w skład Grupy.

**W celu ograniczenia tego ryzyka, spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM zdywersyfikowały dostawców usług finansowych oraz na bieżąco monitorują ich stabilność finansową.**

## Ryzyko związane z nasileniem się konkurencji

Branża hurtowni elektrotechnicznych jest bardzo rozdrobniona, co skutkuje koniecznością rywalizacji o klienta i pozycję w branży. W 2020 roku rynek klienta końcowego nie zmienił się istotnie. W dalszym ciągu panuje na nim duża konkurencja. Także w kolejnych latach na polskim rynku należy się spodziewać utrzymania wysokiej konkurencji, co może negatywnie wpływać na rentowność działalności.

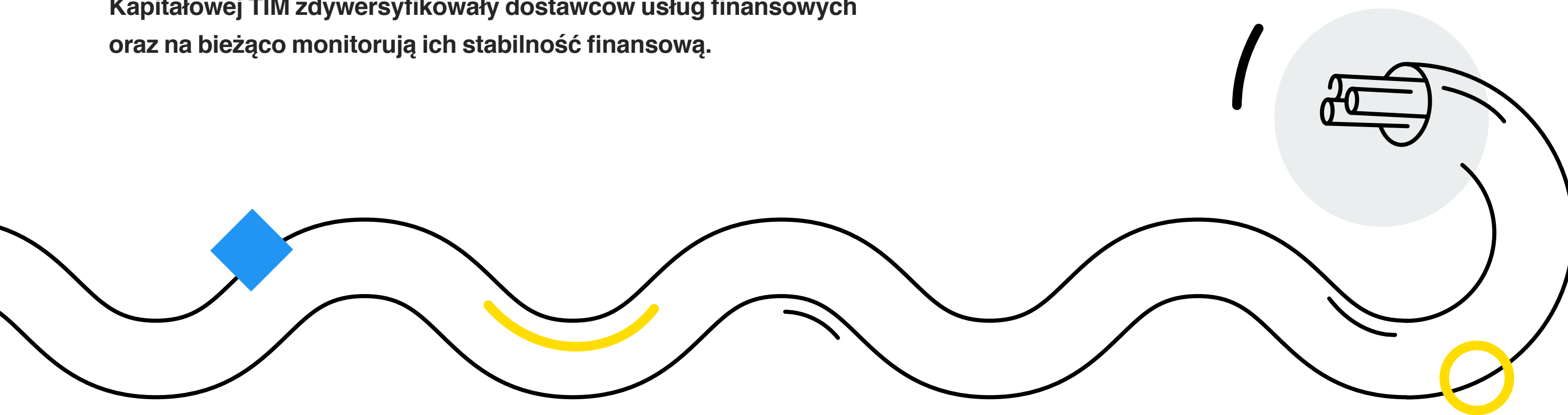
Grupa Kapitałowa TIM zarządza tym ryzykiem przez rozwój modelu sprzedaży hybrydowej, który łączy kompetencje handlowców z wygodną i funkcjonalną platformą internetową. Takie połączenie daje dostęp do fachowych porad, informacji i produktów na niespotykaną w modelu tradycyjnym skalę. Grupa dąży także do dywersyfikacji swojej działalności i rozwija działalność logistyczną.

## Ryzyko związane z pandemią koronawirusa SARS-CoV-2

W związku z ogłoszoną przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) pandemią choroby COVID-19 wywołaną przez koronawirusa SARS-CoV-2, Grupa wskazuje, że na dzień sporządzenia Sprawozdania nie odnotowała istotnego negatywnego wpływu ww. pandemii na działalność i wyniki finansowe Grupy, jednak nie można wykluczyć takiego wpływu w przyszłości.

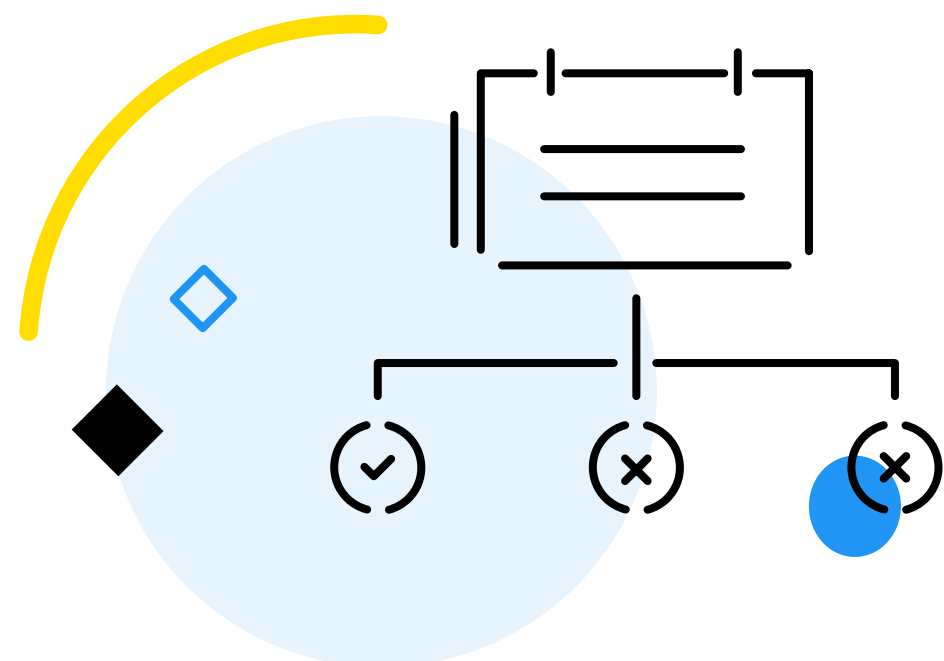
W szczególności Grupa identyfikuje, że w przyszłości, w zależności od rozwoju sytuacji, pandemia koronawirusa SARS-CoV-2 może wpłynąć negatywnie na działalność Grupy TIM, w tym m.in. na: popyt na produkty, towary i usługi oferowane przez Grupę, zapewnienie dostępności oferowanych materiałów i towarów, możliwość dostarczenia zamówień do klientów, ryzyko kredytowe należności, dostępność i absencję pracowników Grupy. W konsekwencji sytuacja ta może także rzutować negatywnie na przyszłą sytuację finansową i wyniki finansowe Grupy.

W celu zminimalizowania ryzyka ewentualnego negatywnego wpływu epidemii koronawirusa SARS-CoV-2, Grupa na bieżąco monitoruje sytuację i podejmuje działania zabezpieczające utrzymanie ciągłości prowadzenia działalności gospodarczej i ograniczające ewentualny negatywny wpływ na spółki Grupy Kapitałowej TIM, w tym ich sytuację biznesową, finansową i operacyjną.

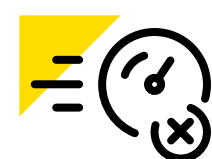


## 5.2. Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii

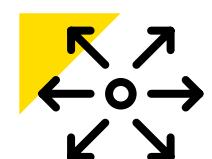
Ryzyko strategiczne jest związane z możliwością wystąpienia negatywnych konsekwencji finansowych spowodowanych błędnymi decyzjami podjętymi na podstawie niewłaściwej oceny strategicznych kierunków rozwoju organizacji.



**W przypadku Grupy Kapitałowej TIM to ryzyko dotyczy w szczególności:**



złej oceny tempa rozwoju rynku e-commerce. Tempo rozwoju rynku, które jest wyższe niż przyjęte w długoterminowych planach Grupy, może spowodować, że Grupa nie dostosuje w pełni swoich procesów sprzedażowych;



rozszerzenia działalności na rynki, które wbrew wcześniejszym prognozom znalazły się w okresie dekonjunktury;



niewłaściwej oceny przyszłych preferencji klientów w zakresie stosowania najnowszych technologii (np. sprzedaży mobilnej, korzystania z zagranicznych e-sklepów);



nieuwzględnienia w długoterminowych planach rozwoju Grupy nowoczesnych technologii w obszarze transportu i logistyki, np. zastosowania dronów w dostarczaniu przesyłek czy też wykorzystania robotów w odbieraniu, pakowaniu i transportowaniu towarów w środowisku logistycznym.



Ewentualne podjęcie błędnych decyzji strategicznych, wynikających z niewłaściwej oceny sytuacji lub niezdolności adaptacji spółek Grupy Kapitałowej TIM do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych, może się wiązać z istotnymi negatywnymi skutkami finansowymi.

W celu zminimalizowania ryzyka związanego z przyjętą strategią, każda ze spółek wchodzących w skład Grupy analizuje informacje dotyczące wielkości rynku oraz tendencji na nim występujących, dostosowując bieżące działania i długoterminową strategię do zmian w otoczeniu. Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii przy tak dynamicznie zmieniających się warunkach makroekonomicznych jest istotne.

## 5.3. Ryzyko finansowe



### Ryzyko walutowe

Ryzyko kursu walutowego w spółkach wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM występuje w przypadku importu towarów oraz płatności czynszów najmu.

W TIM S.A. ryzyko walutowe nie jest istotne, ponieważ w ostatnich pięciu latach udział zakupów w walutach obcych nie przekraczał **0,5%**.

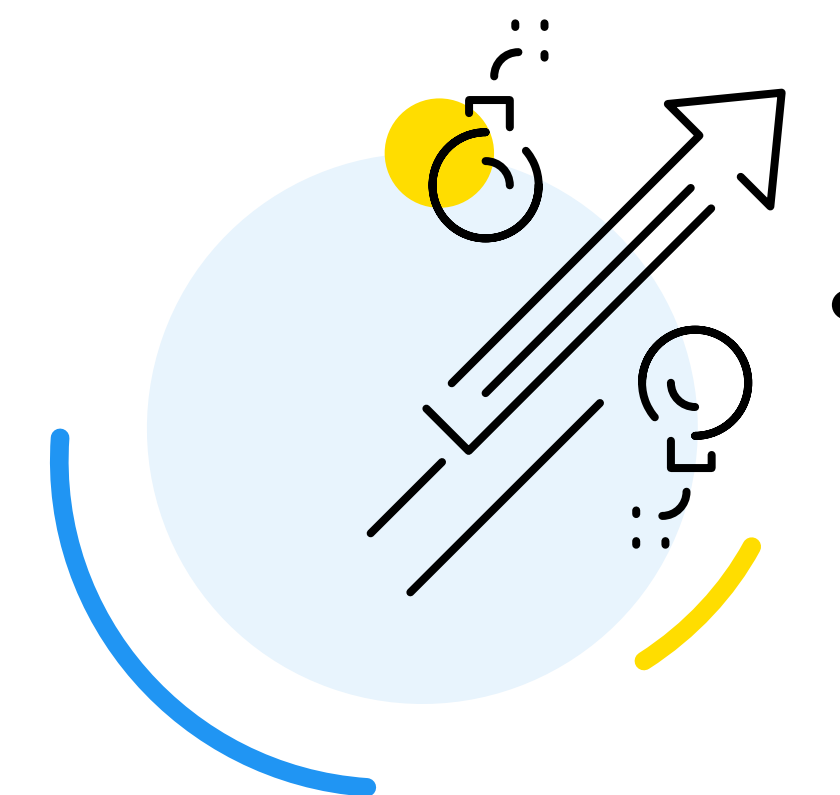
Natomiast w 3LP S.A. występuje ryzyko walutowe związane z płatnościami w EUR za długoterminowy wynajem hal magazynowych. Bieżące wydatki ponoszone w EUR związane z wynajmem hal magazynowych stanowią **ok. 12%** w relacji do kosztów działalności operacyjnej 3LP. Ponadto zmiana kursu EUR/PLN wpływa na bilansową wycenę długoterminowych zobowiązań w EUR z tytułu wynajmu hal magazynowych i może powodować powstawanie istotnych różnic kursowych uwzględnionych w przychodach lub kosztach finansowych danego okresu.

Podsumowując, w związku z powyższym zmiana kursu EUR/PLN może istotnie wpływać na wyniki finansowe Grupy.

### Ryzyko stopy procentowej

Grupa Kapitałowa TIM częściowo finansuje swoją działalność kredytami oraz leasingiem finansowym. Oprocentowanie tych zobowiązań jest zmienne i zależy od stopy referencyjnej oraz od marży naliczanej przez kredytodawcę.

Wzrost stóp procentowych NBP, a w rezultacie – rynkowych stóp procentowych, może doprowadzić do wzrostu kosztów finansowania Grupy. Biorąc jednak pod uwagę niski poziom zadłużenia Grupy oraz przewidywaną niewielką zmienność rynkowych stóp procentowych ryzyko wzrostu kosztów finansowych GK TIM jest niewielkie.



## Ryzyko kredytowe

Głównymi kontrahentami Grupy Kapitałowej TIM są pośrednicy, instalatorzy oraz przedsiębiorstwa przemysłowe. Opóźnienia w terminowym regulowaniu należności przez kluczowych klientów mogą negatywnie wpłynąć na wyniki finansowe Grupy, powodując m.in. konieczność utworzenia odpisów aktualizujących bądź finansowania działalności zadłużeniem zewnętrznym.

W celu ograniczenia tego ryzyka Grupa stosuje zasadę zawierania transakcji wyłącznie z kontrahentami o sprawdzonej wiarygodności kredytowej i prowadzi restrykcyjną politykę w zakresie przyznawania limitów kredytowych. Grupa korzysta także z ubezpieczenia należności handlowych.

Ponadto Grupa stawia na rozwój kanału e-commerce. Sprzedaż internetowa charakteryzuje się mniejszymi saldami i częstszymi zakupami. W konsekwencji Grupa otrzymuje relatywnie regularnie płatności od klientów, zwiększając swoje bezpieczeństwo w zakresie terminowego sptywu należności.

Podsumowując, biorąc pod uwagę realizowaną politykę zarządzania ryzykiem kredytowym oraz zastosowane instrumenty zabezpieczające ekspozycję, w opinii Zarządu ryzyko kredytowe Grupy pozostaje na umiarkowanym poziomie.

## Ryzyko utraty płynności

Grupa TIM aktywnie zarządza ryzykiem płynności, rozumianym jako zdolność do terminowego regulowania swoich zobowiązań oraz zabezpieczanie środków na finansowanie działalności bieżącej oraz inwestycyjnej.

W celu utrzymania bezpiecznego poziomu płynności spółki z Grupy Kapitałowej TIM na bieżąco analizują strukturę oraz terminy zapadalności zobowiązań, a także wskaźniki płynności i zadłużenia. Na podstawie przeprowadzonych analiz Zarządy spółek podejmują określone działania mające na celu zabezpieczenie dostępności środków. Robią to, wykorzystując własne zasoby finansowe lub z wykorzystaniem zewnętrznych źródeł finansowania, w tym m.in. kredytów bankowych, faktoringu i leasingu. Na koniec 2020 roku wskaźniki płynności dla Grupy kształtowały się na zadowalającym poziomie.

Ponadto, w celu zwiększenia efektywności procesu zarządzania płynnością finansową Grupy, od 2018 roku niektóre spółki Grupy korzystają ze wspólnego systemu zarządzania środkami pieniężnymi, tzw. cash pooling.



## 5.4. Ryzyko operacyjne

### Ryzyko braku dostępu do towaru

Kluczowe procesy związane z działalnością prowadzoną przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM (przyjęcie towarów, magazynowanie oraz dystrybucja towarów do klientów) są realizowane przez spółkę 3LP S.A. w Centrum Logistycznym w Siechnicach.

Na terenie tego obiektu znajdują się składniki majątku i infrastruktury, które są istotne dla działalności poszczególnych spółek Grupy. **Z tego względu Zarząd TIM S.A. dostrzega ryzyko związane z brakiem możliwości realizacji dostaw towarów do klientów, które może wynikać w szczególności z następujących przyczyn:**



pożar,



powódź,



długotrwała przerwa w dostawie energii elektrycznej,



utrata bądź uszkodzenie składników majątku,



zniszczenia,



kradzież.

Brak możliwości pracy Centrum Logistycznego może być również następstwem innych zdarzeń o charakterze losowym.

#### **Spółka 3LP S.A. podejmuje szereg działań ograniczających do minimum możliwość wystąpienia ryzyka przerw w pracy Centrum Logistycznego przez:**

- stosowanie specjalistycznych systemów przeciwpożarowych w budynku Centrum Logistycznego;
- umieszczenie kluczowych (dla funkcjonowania Centrum Logistycznego) składników wyposażenia, systemów zasilania itp. na wysokości pierwszej kondygnacji (ochrona przed zalaniem w wyniku powodzi);
- ciągły monitoring systemów odpowiadających za bezpieczeństwo funkcjonowania Centrum Logistycznego;
- ciągłą ochronę fizyczną i kontrolę dostępu oraz system telewizji przemysłowej;
- wykorzystywanie nowoczesnych systemów zasilania energetycznego i monitoringu ich pracy, w tym agregatów prądotwórczych;
- bieżącą konserwację wszelkich systemów i infrastruktury w celu utrzymania ich w najwyższej niezawodności;
- posiadanie własnego magazynu części zapasowych dla kluczowych składników systemów logistycznych w obiekcie w Siechnicach;
- utrzymywanie zapasów w kilku strefach magazynu na wypadek awarii jednej ze stref.

Spółka 3LP S.A. ma opracowaną i wdrożoną procedurę *Zarządzanie ryzykiem operacyjnym w Magazynie Centralnym Siechnice*, która określa możliwe ryzyka oraz scenariusze działania w przypadku ich wystąpienia, jak i działania prewencyjne w celu ich uniknięcia. Procedura ta jest na bieżąco uaktualniana.

Niezależnie od ww. działań, mienie i wyposażenie Centrum Logistycznego są ubezpieczone kompleksowo od wszelkich rodzajów ryzyka.

Dodatkowo TIM S.A., w przypadku czasowego braku dostępu do towaru, ma możliwość przekierowania zamówień klientów bezpośrednio do producentów w ramach wdrożonego modelu dostaw dropshipping (bezpośrednie dostawy od producenta do klienta TIM S.A.). Takie dodatkowe działanie może być prowadzone do czasu usunięcia przeszkód związanych z niedostępnością towaru w centrum logistycznym 3LP SA.



## Ryzyko związane z awarią systemów informatycznych

Spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM są przedsiębiorstwami o bardzo wysokim stopniu informatyzacji. Ich działalność operacyjna jest oparta o sprawnie funkcjonujący system informatyczny pracujący w trybie online. **Istnieje jednak ryzyko nieprawidłowego działania systemów informatycznych, które może narazić je na nizej wymienione zdarzenia:**



utratę kluczowych danych;



brak możliwości pracy Centrum Logistycznego 3LP S.A. (brak możliwości dystrybucji towarów);



brak możliwości dokonywania sprzedaży w trybie online;



utratę łączności pomiędzy siedzibą TIM S.A. we Wrocławiu a Centrum Logistycznym 3LP S.A. oraz kontrahentami;



zakłócenie lub uniemożliwienie pracy wszystkich działów spółek Grupy.

W celu zminimalizowania ryzyka awarii systemów informatycznych spółki korzystają z wysokiej jakości sprzętu informatycznego o niskiej awaryjności oraz zabezpieczają się poprzez pełną multiplikację sprzętów i software.

### Ponadto wdrożyły m.in.:

- system kontroli dostępu pracowników do systemów informatycznych oraz do pomieszczeń informatycznych;
- procedurę systematycznego wykonywania kopii bezpieczeństwa kluczowych danych;
- nowoczesne technologie informatyczne, pozwalające na zabezpieczenie krytycznych zasobów przez ich redundancję (klastry, zdublowane macierze dyskowe);
- techniki wirtualizacji serwerów w oparciu o oprogramowanie Vmware;
- szczególne systemy bezpieczeństwa (rozdział terytorialny, system przeciwpożarowy i chłodzenia urządzeń) w serwerowniach;
- programy zabezpieczające przed złośliwym działaniem innych programów informatycznych;
- zawieranie kontraktów serwisowych z zewnętrznymi firmami, gwarantujących wymagany poziom SLA (Service Level Agreement – umowa dotycząca poziomu usług).

Przyłączenie systemów informatycznych spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM do Internetu stwarza potencjalne ryzyko związane z przestępstwami komputerowymi dokonywanymi za pośrednictwem sieci, takimi jak: włamanie do systemu komputerowego i jego zniszczenie lub uszkodzenie czy blokada usług (Denial of Service). Żadna ze spółek wchodzących w skład Grupy nie lekceważy tego ryzyka, utrzymując zespół osób odpowiedzialnych za bezpieczeństwo oraz stosując odpowiednie systemy zabezpieczające (na przykład typu firewall) i procedury bezpieczeństwa.



Pomimo podejmowanych działań i wdrożonych procedur ryzyko wystąpienia awarii systemów informatycznych jest ryzykiem istotnym w działalności spółek z Grupy i może mieć wpływ na ich wyniki finansowe.

## Ryzyko związane z zapasami

Zarządzanie zapasem magazynowym w TIM S.A. odbywa się centralnie, w oparciu o prognozy sprzedaży wynikające z analiz historycznych sprzedaży oraz planowanych zmian popytu na rynku. Analizy i korekty prognoz oraz zmiany wielkości zapasu magazynowego dokonuje się minimum raz w miesiącu, co obniża ryzyko powstania zapasów zbędnych. Mimo tego, w przypadku gwałtownych zmian popytu połączonych z dużymi obniżkami cen towarów na rynku, może wystąpić problem z powstaniem zapasu nadmiernego lub trudno sprzedawalnego.

W celu uchronienia się przed kumulowaniem się wartości towarów trudno zbywalnych w TIM S.A. oraz pozostałych spółkach wchodzących w skład Grupy, funkcjonują procedury dotyczące postępowania z towarami niewykazującymi rotacji. Odpisy wynikające z powyższych działań mają odzwierciedlenie w bieżących wynikach Spółki, które są publikowane w raportach okresowych.

Towary spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM są ubezpieczone w zakresie podstawowym, który obejmuje m.in. pożar, zalanie oraz inne zdarzenia losowe. Wartości polis są aktualizowane na bieżąco. Towary ubezpieczone są również od kradzieży. Ryzyko związane z kradzieżą towarów jest dodatkowo ograniczone przez nadzór nad Centrum Logistycznym 3LP S.A. w Siechnicach oraz Wojkowicach sprawowany przez agencję ochrony mienia bezpośrednio oraz przez system monitoringu zdalnego.

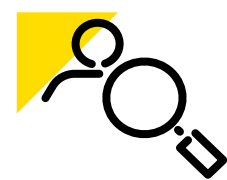
Polityka gospodarowania zapasami oraz procedury zapewnienia bezpieczeństwa przechowywania zapasów, które są prowadzone przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM, minimalizują w znacznym stopniu ryzyko związane z zapasami. Nie wyklucza to jednak wystąpienia ryzyka związanego z zapasami w przypadku gwałtownych zmian na rynku.

Towary dostępne w ofercie spółek Grupy Kapitałowej TIM są składowane w magazynach, które zapewniają odpowiednie warunki przechowywania. W przypadku długotrwałego przechowywania towarów występuje natomiast dodatkowe ryzyko utraty ich wartości, np. w związku z ich zabrudzeniem lub uszkodzeniem. Towary, które utraciły wartości handlowe, są likwidowane na bieżąco w ramach inwentaryzacji ciągłej.

## Ryzyko niskiej efektywności kosztowej

Działalność TIM S.A. oraz spółek wchodzących w skład Grupy wiąże się z ryzykiem poniesienia kosztów związanych z niższą niż zakładana efektywnością procesów operacyjnych. W tym obszarze istnieje ryzyko związane z niewypełnieniem całej przestrzeni magazynowej (dotyczy 3LP S.A.), błędną wyceną towarów czy wzrostem kosztów operacyjnych.

### Działania zapobiegawcze, jakie w tym obszarze są podejmowane, to:



ciągłe poszukiwanie nowych klientów, aby w pełni wykorzystywać przestrzeń magazynową,



stosowanie mechanizmów zabezpieczających przed wystąpieniem błędnej wyceny towaru oraz monitoringu cen,

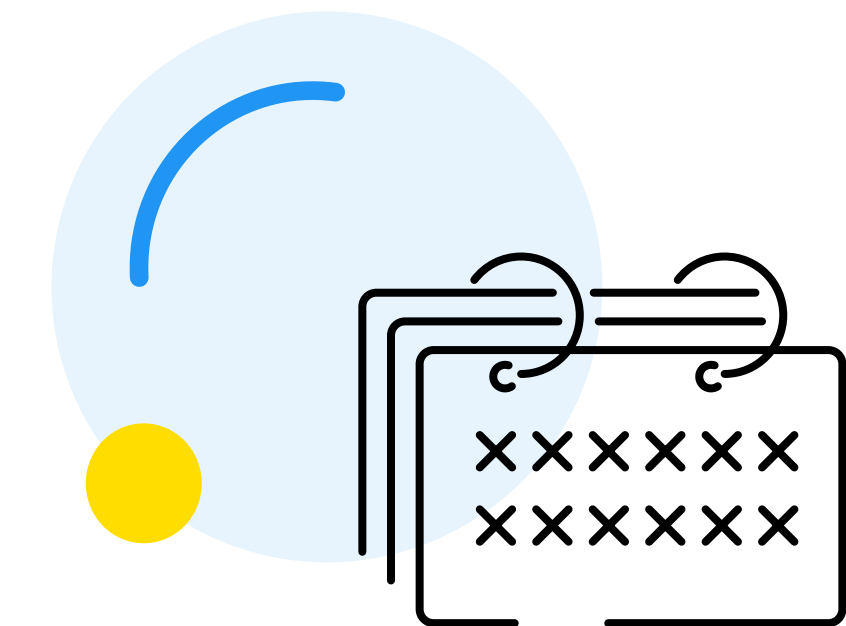


controlling kosztów operacyjnych.

## Ryzyko związane z karami za niewykonanie lub nieterminowe wykonanie zleceń

Istnieje ryzyko związane z karami za niewykonanie lub nieterminowe wykonanie zleceń. Jest ono związane z działalnością handlową prowadzoną przez spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM.

Dostrzegając ryzyko związane z zapłatą kar umownych, spółki starają się je zminimalizować przez rozważne wprowadzanie zapisów dotyczących kar umownych do zawieranych umów, w tym m.in. przez ograniczenie możliwości naliczania kar umownych jedynie do wysokości należnego spółkom wynagrodzenia z tytułu wykonywania postanowień danej umowy czy też przez uzależnienie zapłaty kary umownej od zwłoki spółek (przyczyny zawinione przez spółki), a nie od opóźnienia spółek (przyczyny zawinione przez spółki i podmioty trzecie).



Oprócz ryzyka związanego z koniecznością zapłaty kar umownych, spółki wchodzące w skład Grupy dostrzegają ryzyko z tytułu ewentualnej odpowiedzialności odszkodowawczej w związku z nienależytym wykonaniem postanowień umowy. Ryzyko powyższe jest minimalizowane m.in. przez wprowadzanie w umowach zapisów, które ograniczają odpowiedzialność odszkodowawczą spółek do strat rzeczywistych. Ponadto spółki starają się wprowadzać w zawieranych przez siebie umowach tzw. klauzulę siły wyższej. Powyższe ryzyko jest również minimalizowane przez ubezpieczenie działalności prowadzonej przez spółki.

Zapłata nieprzewidzianych kar umownych albo odszkodowania może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM.



## Ryzyko związane z uzależnieniem się od głównych dostawców

Ryzyko związane z uzależnieniem się od głównych dostawców w TIM S.A. zostało w dużej mierze zminimalizowane wprowadzeniem polityki dywersyfikacji dostaw towarów. W ramach tej polityki Spółka ma minimum dwóch dostawców dla każdej grupy asortymentowej.

W 2020 roku żaden z dostawców nie przekroczył udziału **10%** całości zakupów (tak jak to było w poprzednich okresach), a tylko czterech dostawców przekroczyło **5%** udziału w całkowitych zakupach Spółki.

**Tabela 17. Udział dostawców w zakupach całkowitych TIM S.A.**

Dostawca	Udział % w zakupach całkowitych w roku 2020
EATON ELECTRIC Sp. z o.o.	8,84%
EK Elektrokabel Fabryka Kabli Karolak i synowie Sp. z o.o.	7,22%
SCHNEIDER ELECTRIC POLSKA Sp. z o.o.	5,62%
TELE-FONIKA Kable Spółka Akcyjna	5,16%
pozostałych 281 dostawców	73,16%

Żaden z ww. dostawców nie posiada formalnych powiązań ze Spółką z wyjątkiem realizowanej współpracy handlowej. Ryzyko uzależnienia od głównych dostawców jest na niskim poziomie.

## Ryzyko związane z uzależnieniem się od głównych odbiorców

Głównymi klientami TIM S.A. są pośrednicy, instalatorzy oraz przedsiębiorstwa z branży przemysłowej.

Ryzyko związane z uzależnieniem się od wąskiej grupy odbiorców jest stale minimalizowane przez pozyskiwanie nowych klientów, co pozwala utrzymać udział największych klientów w sprzedaży na kontrolowalnym poziomie i nie powoduje dużego ryzyka w przypadku utraty pojedynczego klienta.

**Tabela 18. Udział klientów w sprzedaży całkowitej TIM S.A.**

Udział % w sprzedaży całkowitej	Liczba klientów		
	w roku 2020	w roku 2019	wzrost
20%	113	96	17,7%
80%	34 000	31 000	9,7%

W 2020 roku TIM S.A. i pozostałe spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej TIM nie zawierały umów z odbiorcami towarów, które spełniałyby kryteria umowy znaczącej.

## Ryzyko utraty zaufania klientów

Wskaźnik klientów lojalnych, czyli klientów systematycznie dokonujących zakupu w TIM S.A., jest bardzo szczegółowo analizowany. Na koniec 2020 roku Spółka miała **5 398** klientów o najwyższym współczynniku lojalności, czyli wzrost o **13,6%** w stosunku do roku poprzedniego.

W celu minimalizacji tego rodzaju ryzyka Grupa Kapitałowa TIM stale rozwija koncepcję nowoczesnego handlu, w której głównym atutem i przewagą konkurencyjną jest wydajny łańcuch dostaw, jakość obsługi klienta na każdym etapie sprzedaży oraz dbałość o dostarczanie produktów najwyższej jakości.

## Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży w TIM S.A.

W całej branży budowlanej występuje sezonowość działalności wynikająca z pór roku i cyklu technologicznego w produkcji budowlano-montażowej. Ryzyko związane z sezonowością zwiększa się w latach o nietypowych rozkładach temperatur dobowych, w zimie i przy zwiększonych opadach atmosferycznych. Większość prac budowlanych prowadzonych na zewnątrz zostaje w tych okresach wstrzymana, co generuje duże wahania popytu.

TIM S.A. na bieżąco monitoruje i analizuje ryzyko związane z sezonowością, szacuje zmiany popytu oraz dostosowuje do nich swoje działania.

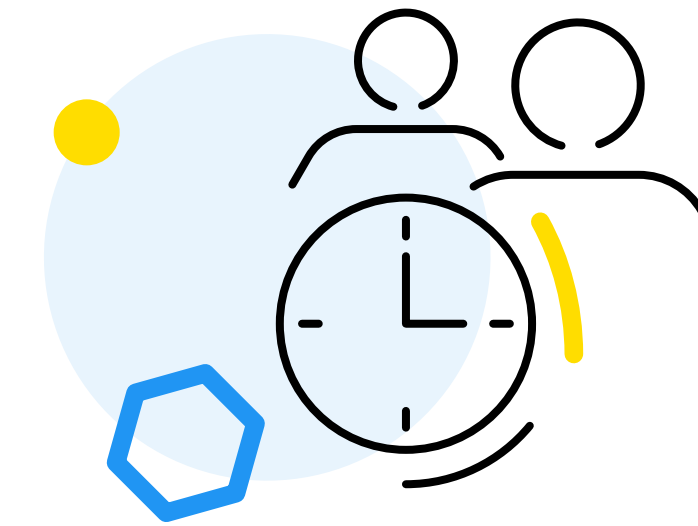
## Ryzyko utraty kluczowych pracowników oraz braku możliwości pozyskania nowych

Pracownicy stanowią istotną wartość obu spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM. Spółki działają bowiem w oparciu o kompetencje, odpowiedzialność i świadomość pracowników.

Odejście kluczowych pracowników oraz brak możliwości ich zastąpienia pracownikami posiadającymi odpowiednią wiedzę, doświadczenie, kwalifikacje oraz umiejętność wykorzystywania ich w codziennej pracy mogłoby mieć negatywny wpływ na działalność oraz wyniki finansowe Grupy.

W celu minimalizowania ryzyka utraty kluczowych pracowników oraz problemów z pozyskaniem nowych specjalistów, a co za tym idzie - zapewnienia jakości i ciągłości procesów, każda spółka z Grupy realizuje politykę personalną koncentrującą się na budowaniu kompetentnych, świadomych i zaangażowanych zespołów nastawionych na współpracę, rozwój i poprawę efektywności procesów biznesowych oraz zapewnienie sukcesorów na kluczowych stanowiskach.

Jedną ze stosowanych przez nas metod zarządzania ryzykiem utraty kompetencji, a przy okazji budowania lojalności pracowników, są awanse poziome i pionowe w obrębie Spółek Grupy, czego efektem są liczne przykłady pracowników pracujących w Grupie od **ponad 20 lat**.



Grupa Kapitałowa TIM gwarantuje bezpieczeństwo prawne w zakresie obsługi kadrowo-płacowej, przy równoczesnym monitorowaniu poziomu satysfakcji naszych pracowników oraz trendów rynkowych w zakresie poziomu wynagrodzeń poszczególnych grup zawodowych, stosowanych benefitów czy oczekiwań potencjalnych pracowników wobec pracodawców.

Przy wdrażaniu projektów HR każda ze spółek wykorzystuje technologię i nowoczesne narzędzia oraz stosuje komunikację międzypokoleniową.

Celem spółek tworzących Grupę TIM jest budowanie długoterminowych więzi z pracownikami oraz bycie atrakcyjnym i preferowanym pracodawcą dla kandydatów. Dlatego poza zapewnieniem dobrych i stabilnych warunków pracy, efektywnych systemów motywacyjnych skorelowanych z realizacją celów biznesowych, spółki dbają o rozwój pracowników, zapraszając ich do realizacji projektów strategicznych, organizując szkolenia i dofinansowując indywidualną naukę, a przy tym dbając o atmosferę pracy, jej jakość i efektywność.

Pracownicy potrafią ze sobą efektywnie współpracować i z przekonaniem stosują się do wartości firmowych, które sami wskazali, dzięki czemu są im bliskie.

## 5.5. Ryzyko prawne

### Grupa Kapitałowa TIM funkcjonuje w niestabilnym otoczeniu prawnym.

Duża liczba wprowadzanych zmian w przepisach może mieć negatywny wpływ na działalność i wyniki finansowe Grupy. Wiele z obecnie obowiązujących w Polsce przepisów nie zostało sformułowanych w sposób precyzyjny i częstokroć brakuje ich jednoznacznej wykładni. Może to prowadzić do ich odmiennej interpretacji przez spółki należące do Grupy w stosunku do orzecznictwa sądowego lub stanowisk organów administracji.

Spółki z Grupy Kapitałowej TIM na bieżąco monitorują, analizują i stosują w prowadzonej działalności obowiązujące przepisy prawa, a w przypadku wątpliwości co do ich wykładni występują o opinie prawne lub indywidualne interpretacje indywidualne, które uwzględniane są przy podejmowanych działaniach.

Niezależnie od stosowanych środków ostrożności, o których mowa powyżej, w związku z prowadzoną działalnością Grupa jest narażona na wszczęcie postępowań sądowych, administracyjnych lub innych - przez jej klientów, pracowników lub inne osoby, a także przez organy publiczne. Grupa może być także przedmiotem kontroli organów regulacyjnych oraz czynności egzekucyjnych związanych z nałożeniem kar lub innych sankcji, co może z kolei skutkować postępowaniami cywilnymi dotyczącymi działalności Grupy w przeszłości, w przypadku gdy

zostaną one uznane za naruszające obowiązujące przepisy i regulacje. Ewentualne roszczenia kierowane przeciwko spółkom wchodzącym w skład Grupy Kapitałowej TIM mogą skutkować poniesieniem przez Grupę znaczących kosztów lub zobowiązaniem jej do zapłaty wysokiego odszkodowania. Również koszty obrony prawnej w ewentualnych przyszłych postępowaniach mogą być znaczne. W związku z postępowaniami prowadzonymi przeciwko jednostkom wchodzącym w skład Grupy Kapitałowej TIM lub osobom nimi zarządzającymi czy nadzorującymi oraz kluczowej kadrze może wystąpić negatywny wpływ na ich reputację. Postępowania prowadzone przeciwko Grupie mogą niekorzystnie wpłynąć na jej reputację, bez względu na to, czy roszczenia objęte wszczętymi postępowaniami są uzasadnione i jaki będzie wynik danego postępowania.

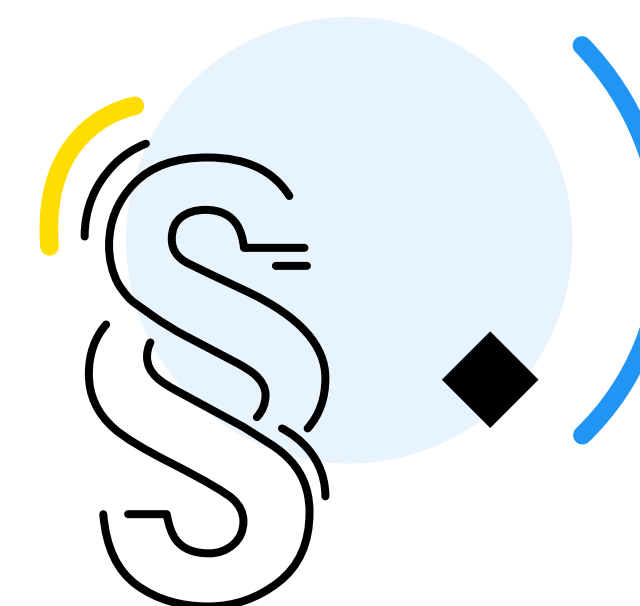
Niezależnie od stosowanych środków zapobiegających wystąpieniu ww. zdarzeń, w celu zabezpieczenia spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej TIM przed ewentualnymi negatywnymi skutkami ww. zdarzeń zawierane są umowy ubezpieczenia obejmujące ochroną skutki ww. zdarzeń.

Ponadto Grupa jest narażona na ryzyko poniesienia szkody lub niewspółmiernych kosztów spowodowanych przez niewłaściwe lub zawodne procedury wewnętrzne, błędy ludzkie, błędy systemów, wady oraz awarie urządzeń i instalacji lub przez zdarzenia zewnętrzne powodujące w szczególności zakłócenia w działalności operacyjnej, wywołane różnymi czynnikami pozostającymi pod albo poza kontrolą Grupy.

Grupa jest również narażona na oszustwa oraz na inne bezprawne działania lub zaniechania pracowników Grupy lub podmiotów trzecich oraz na podejmowanie prób takich działań, za które lub za skutki których Grupa może ponosić odpowiedzialność.

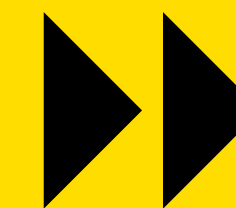
**W celu minimalizacji ww. ryzyka spółki z Grupy Kapitałowej TIM na bieżąco monitorują i aktualizują procedury wewnętrzne, prowadzą szkolenia pracowników celem wyeliminowania ryzyka popełnienia błędów ludzkich oraz dokonują regularnych przeglądów systemów, urządzeń i instalacji mogących spowodować zakłócenia w działalności operacyjnej.**

Niezależnie od stosowanych działań zapobiegawczych ww. zdarzenia mogą spowodować w szczególności spadek przychodów Grupy lub wzrost kosztów działalności, co może mieć negatywny wpływ na działalność, wyniki i sytuację finansową Grupy albo wycenę rynkową akcji TIM S.A.





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?

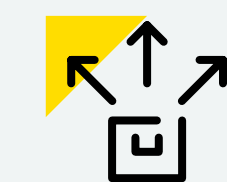
Grupę Kapitałową TIM tworzą spółki operujące na rynku e-commerce, hurtowej i detalicznej dystrybucji artykułów elektrotechnicznych i narzędzi oraz usług logistycznych. Spółką dominującą w Grupie jest TIM S.A. – największy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce, obecny na rynku **od 1987 roku**.

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.



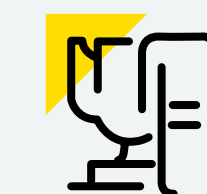
#### Spółki

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

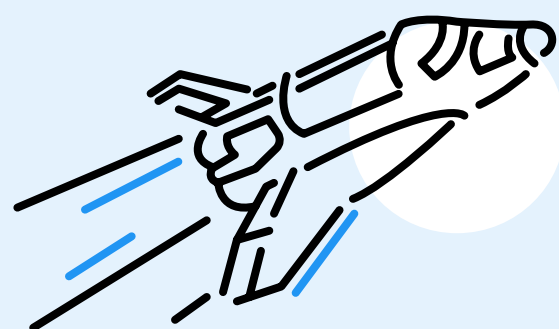
TIM S.A. jest jedną z firm o najdłuższej historii obecności na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW).



#### Fundament

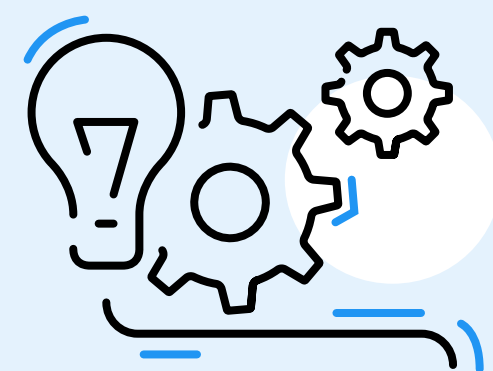
Spółką dominującą Grupy Kapitałowej TIM jest TIM S.A. z siedzibą we Wrocławiu.

## Fundamenty działalności Grupy



### MISJA

Tworzymy dziś z myślą o jutrze.



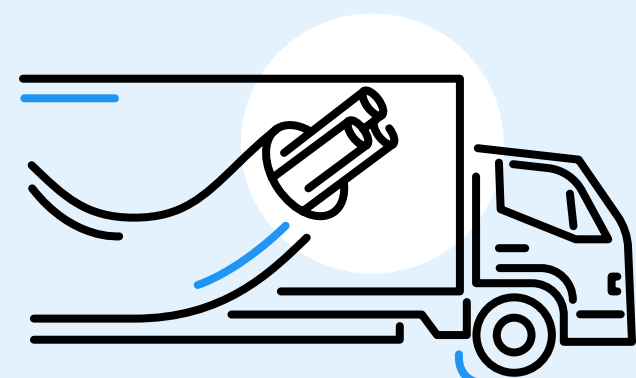
### WIZJA

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.



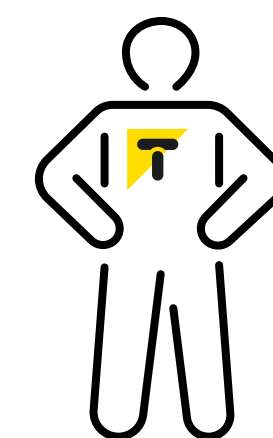
### KAPITAŁ OPERACYJNY

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 m<sup>2</sup> powierzchni magazynowej.

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

Strategia TIM zakłada wzrost wartości dla akcjonariuszy w oparciu o:

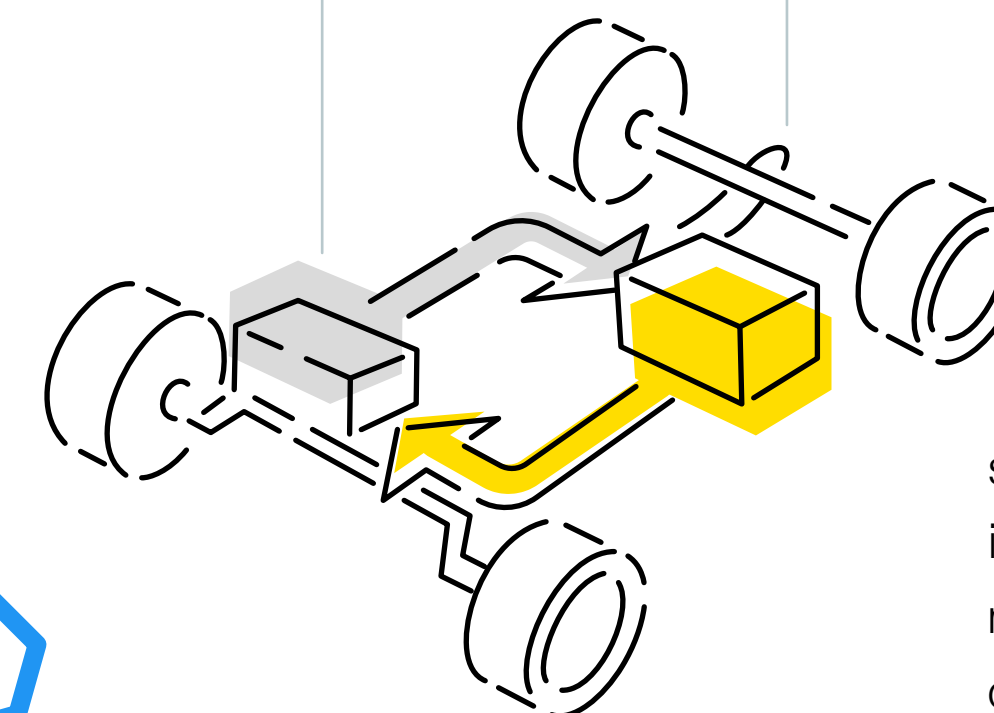
- handel materiałami elektrotechnicznymi w modelu hybrydy,
- rozwój działalności w oparciu o alternatywne modele handlu materiałami technicznymi,
- rozwój usług logistycznych.



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 utrzymania 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 m<sup>2</sup>** powierzchni magazynowej (**50 000 m<sup>2</sup>** w Siechnicach i **24 000 m<sup>2</sup>** 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.



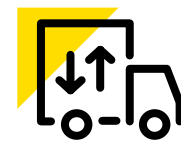
#### 4. Sprzedaż i obsługa okołosprzedazowa

Priorytetami w działaniach sprzedażowych są: jakość współpracy z klientami (w tym obsługi okołosprzedazowej), 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 m<sup>2</sup>** 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 m<sup>2</sup>**, 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 posprzedazowa

Ostatnim elementem łańcucha wartości w Grupie Kapitałowej TIM jest obsługa posprzedazowa 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 dostępnych w ofercie)

### MAGAZYNOWANIE

**74 000 m<sup>2</sup>**  
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 złożonych 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  
  
**Około 1 030 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.

### OBSŁUGA POSPRZEDAŻOWA

**Szybkie i wygodne zwroty**, wymiany i reklamacje zakupionych towarów  
  
**Dedykowana infolinia**



## Działalność spółek z Grupy

# TIM

### TIM S.A.



Czołowy dystrybutor artykułów elektrotechnicznych w Polsce.



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

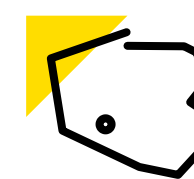
Od 2013 roku, działając w modelu hybrydowym, oferuje zakupy online za pośrednictwem nowoczesnej platformy internetowej TIM.pl oraz aplikacji mobilnej mTIM. Łączy technologię z wysokimi kompetencjami zespołu sprzedażowego służącego wsparciem i doradztwem dla klientów, niezależnie od ich lokalizacji.



Siedziba spółki znajduje się we Wrocławiu.

# 3LP

### 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.

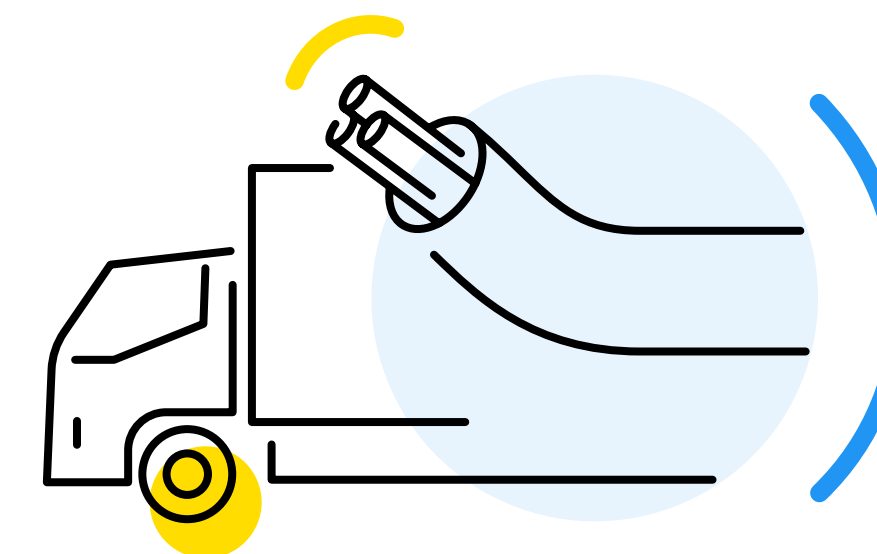


Siedziba spółki znajduje się w Siechnicach.

## 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.

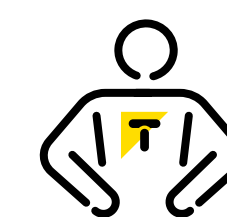
W 2020 roku udział tych grup klientów w przychodach Spółki ze sprzedaży wyniósł **74,2%** (w porównaniu z **74,1%** w 2019 roku). W 2020 roku wzrosła liczba zarówno kluczowych, jak i lojalnych klientów TIM S.A.

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:**



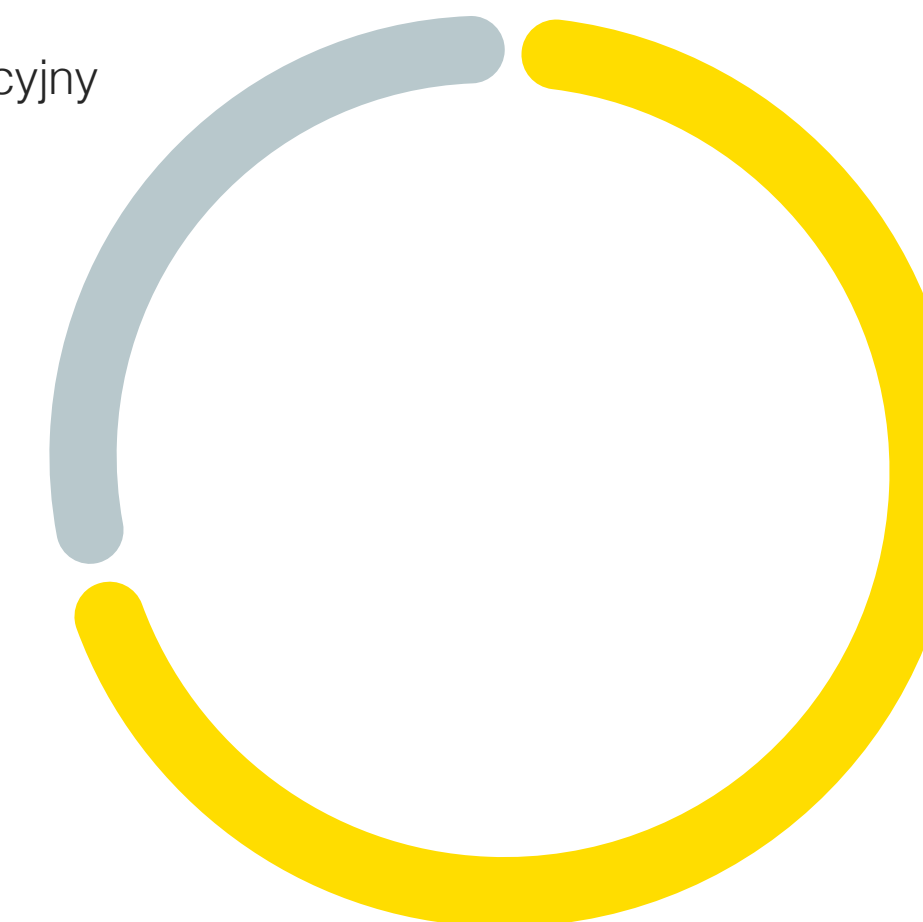
**30%**

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.

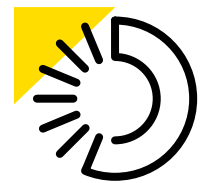
Rynek handlu materiałami elektrotechnicznymi w Polsce charakteryzuje się uzależnieniem od koniunktury w budownictwie, wysoką konkurencją (niska marżowość), obecnością grup zakupowych utrwalających rozdrobnienie rynku oraz dominacją tradycyjnego modelu sprzedaży (offline).

W 2020 roku dystrybutorzy artykułów elektrotechnicznych – podobnie jak wszystkie inne gałęzie gospodarki – zmagają 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,



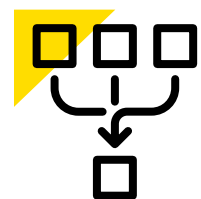
wejście na rynek nowych graczy działających w modelu e-commerce,



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 konsolidacją 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



## 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.

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.

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 (kable i przewody) znajdujących się na stanach magazynowych Spółki.

### Inne czynniki ważne dla rozwoju branży i Grupy

Na rozwój Grupy Kapitałowej TIM oraz branży, 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 multkanałowej 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:

- rozwój sprzedaży i pozyskiwanie nowych klientów – przede wszystkim w kanale internetowym (e-commerce) poprzez platformę TIM.pl;
- ciągłe optymalizowanie i poszerzanie oferty;
- optymalizację procesów i kosztów operacyjnych.

### Natomiast strategia spółki 3LP S.A. zakłada:

- dalszy rozwój usług logistycznych świadczonych przez spółkę 3LP S.A. dla klientów spoza Grupy. W 2020 osiągnięto **ok. 47%** udziału
- przychodów 3LP z usług logistycznych świadczonych na rzecz klientów spoza Grupy, natomiast w kolejnych okresach udział ten powinien przekroczyć **50%**;
- rozbudowę Centrum Logistycznego w Siechnicach o kolejną halę magazynową o powierzchni **ok. 25 tys.m<sup>2</sup>**, 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 przyczynić się również do realizacji globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju wytyczonych przez ONZ na lata 2015–2030.

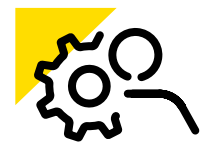
### Wytyczone zostały trzy strategiczne kierunki odpowiedzialnego biznesu na lata 2019–2021:



**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

zewnętrznych 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 decyzji 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 Wroclawska)
- Studenci

**DOSTAWCY I PATRNERZY  
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
 <p><b>Środowisko rynku kapitałowego</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• akcjonariusze</li> <li>• inwestorzy</li> <li>• instytucje rynku kapitałowego, w tym GPW</li> <li>• analitycy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raporty,</li> <li>• strona www,</li> <li>• czaty inwestorskie (po wynikach za I i III kw. 2020 roku) po publikacji wyników finansowych Spółki i Grupy,</li> <li>• streaming konferencji wynikowych,</li> <li>• nagrania wideo z komentarzami członków zarządu,</li> <li>• ogólnodostępne (po rejestracji) wideokonferencje prasowe online po wynikach.</li> </ul>
 <p><b>Klienci</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• obecni klienci B2B</li> <li>• obecni klienci B2C</li> <li>• obecni klienci z kategorii firm usługowych</li> <li>• potencjalni klienci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Platforma e-handlu (na stronie www i za pośrednictwem aplikacji mobilnej), e-mail, telefon, SMS,</li> <li>• strona www,</li> <li>• mailingi promocyjne i informacyjny Newsletter TIM S.A.,</li> <li>• media społecznościowe, kanał na YouTube,</li> <li>• kontakt bezpośredni,</li> <li>• spotkania szkoleniowo-integracyjne (także online),</li> <li>• badanie opinii/potrzeb/oczekiwań w formie wywiadów i ankiet</li> <li>• indywidualnych (segment: instalator),</li> <li>• dialog z interesariuszami (wywiady indywidualne + ankieta online) według standardu AA1000SES.</li> </ul>
 <p><b>Pracownicy</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• obecni pracownicy</li> <li>• potencjalni / przyszli pracownicy</li> <li>• rodziny pracowników</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet – informacje i ankiety,</li> <li>• komunikacja mailowa, telefon,</li> <li>• spotkania online ze wszystkimi pracownikami lub w zespołach (poszczególne działy, szefowie biur handlowych itd.)</li> <li>• szkolenia wewnętrzne,</li> <li>• podsumowania kwartalne w obrębie działów (KPI),</li> <li>• programy stażowe i targi pracy online,</li> <li>• ogłoszenia rekrutacyjne.</li> </ul>

## 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.

**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,
- 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.

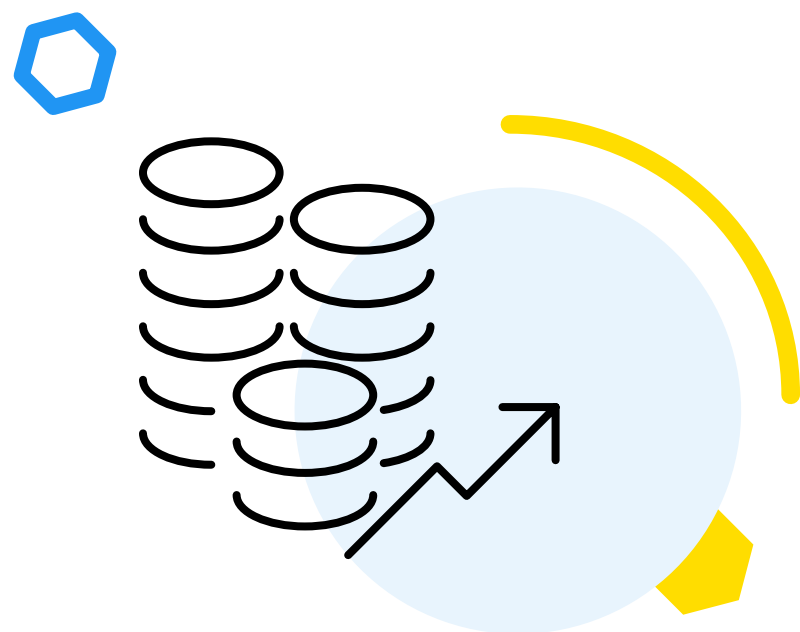
### Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii

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.

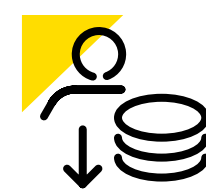
## Ryzyko finansowe

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).

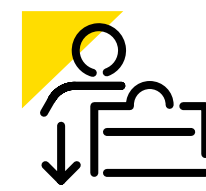


## Ryzyko operacyjne

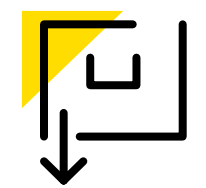
Materializacja ryzyka operacyjnego w największym stopniu bezpośrednio może mieć przełożenie na poszczególne aspekty niefinansowe. W każdym ze zidentyfikowanych obszarów ryzyka operacyjnego wdrożyliśmy stosowne procesy, procedury bądź polityki zapobiegawcze:



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 stosują dodatkowe procedury i narzędzia zabezpieczające.

## Ryzyko prawne

Aspekty niefinansowe szczególnie istotne w kontekście ryzyka prawnego to prawa pracownicze, regulacje środowiskowe oraz wątki antykorupcyjne. Jedną z metod zarządzania w obszarze jest 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 szkoleniach wewnętrznych lub zewnętrznych.

Ponad

**85%**

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



Ponad jedna czwarta pracowników pracuje w Grupie Kapitałowej TIM 10 lat albo dłużej

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

Wdrożenie Kodeks 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 zgodnie 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.*

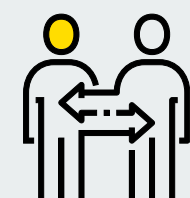
Poza wyżej opisanymi politykami i procedurami, w Grupie Kapitałowej TIM został przyjęty *Kodeks Etyki Grupy Kapitałowej TIM*. Zawiera on standardy postępowania obowiązujące wszystkich pracowników i współpracowników Grupy. Respektowania postanowień *Kodeksu Etyki Grupy Kapitałowej TIM* oczekujemy również 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**).

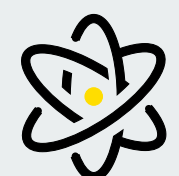
Fundamentem nieustannego rozwoju Grupy Kapitałowej TIM jest konsekwentna budowa spójnej kultury organizacyjnej w oparciu o określony zestaw zasad i wartości. W codziennej pracy kładziony jest na to duży nacisk, co sprawia, że wszyscy współtworzą wyjątkowe, różnorodne i inspirujące miejsce pracy.





## 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.



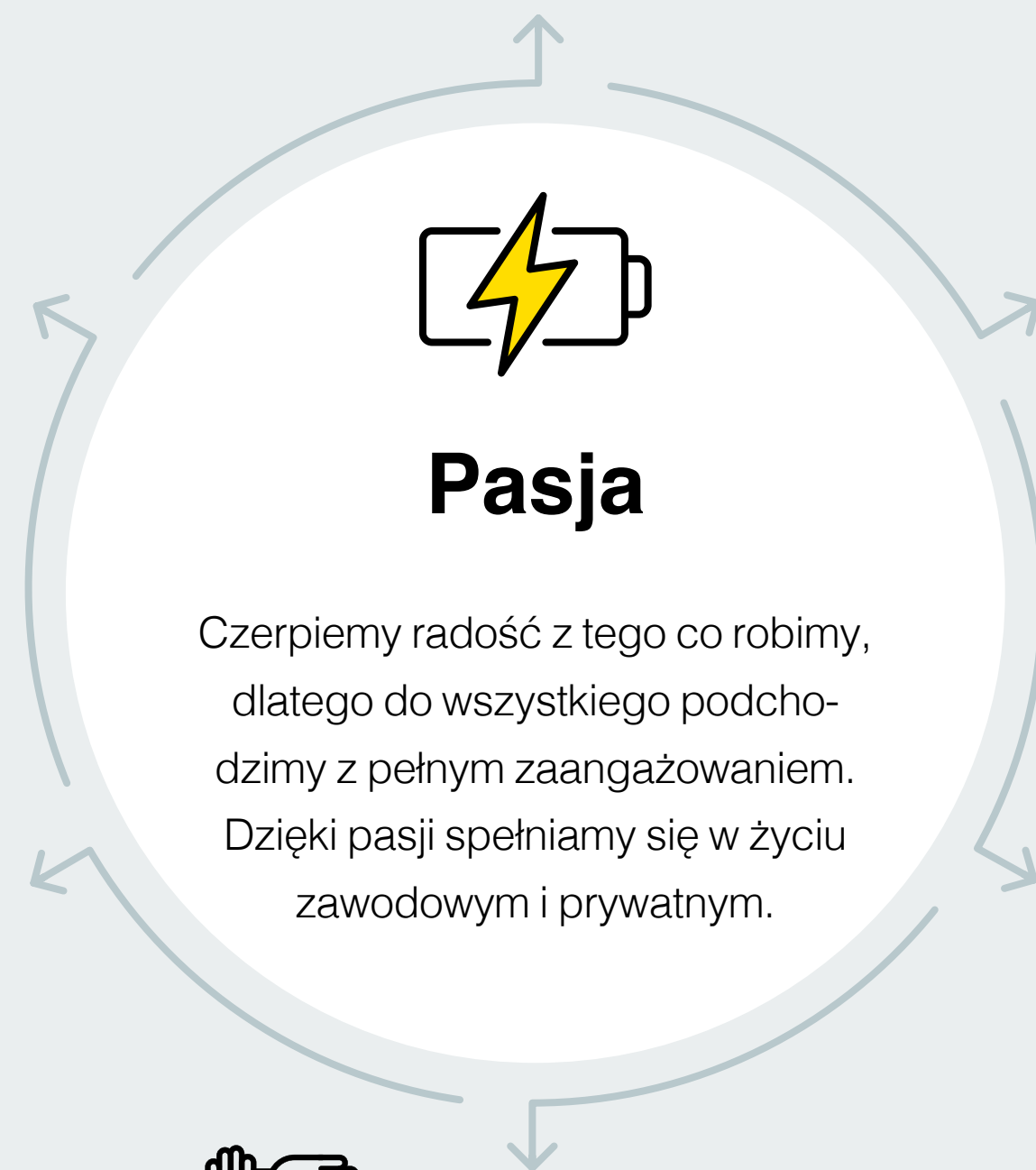
## Szacunek

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. Bierzymy odpowiedzialność za swoje decyzje i działania.



## Pasja

Czerpiemy radość z tego co robimy, dlatego do wszystkiego podchodzimy z pełnym zaangażowaniem. Dzięki pasji spełniamy się w życiu zawodowym i prywatnym.

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.



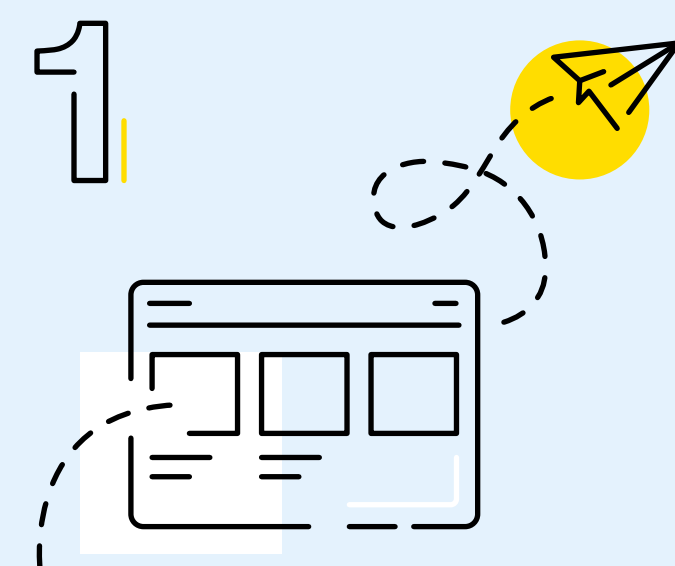
## Rekrutacja

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” 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.



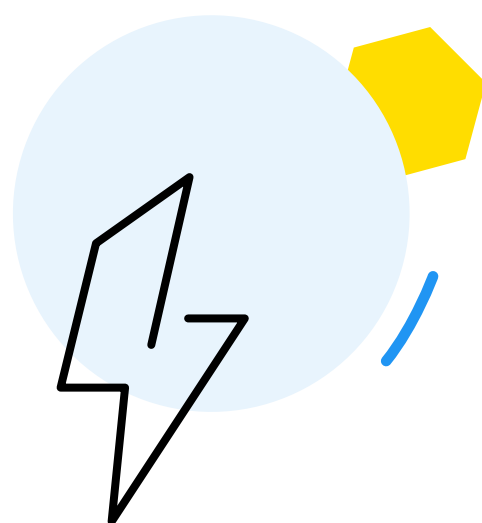
### WITAJ W NASZYM TIM-IE

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
<b>Suma</b>	<b>517</b>	<b>530</b>	<b>254</b>	<b>270</b>	<b>223</b>	<b>260</b>

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 – <b>kobiety</b>	93	104	46	64	32	40
Umowa o pracę na czas nieokreślony – <b>mężczyźni</b>	294	296	176	183	107	113
Pozostałe umowy, w tym okres próbny, czas określony (w tym stażowe i zastępstwa) – <b>kobiety</b>	62	0	17	0	34	0
Pozostałe umowy, w tym na czas próbny, na czas określony (w tym stażowe i zastępstwa) – <b>mężczyźni</b>	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



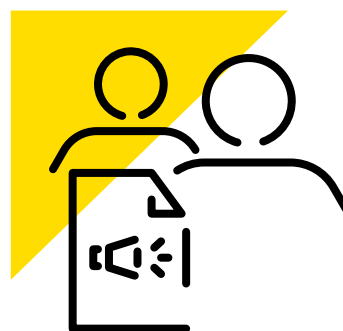
## Współpraca ze szkołami i uczelniami

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”).

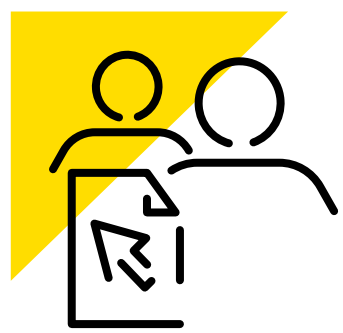
Poza współpracą z uczelniami w raportowanym okresie rozpoczęty został autorski program stażowy „Kurs na TIM” skierowany do studentów uczelni wyższych, tworząc bazę kadry rezerwowej.

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.

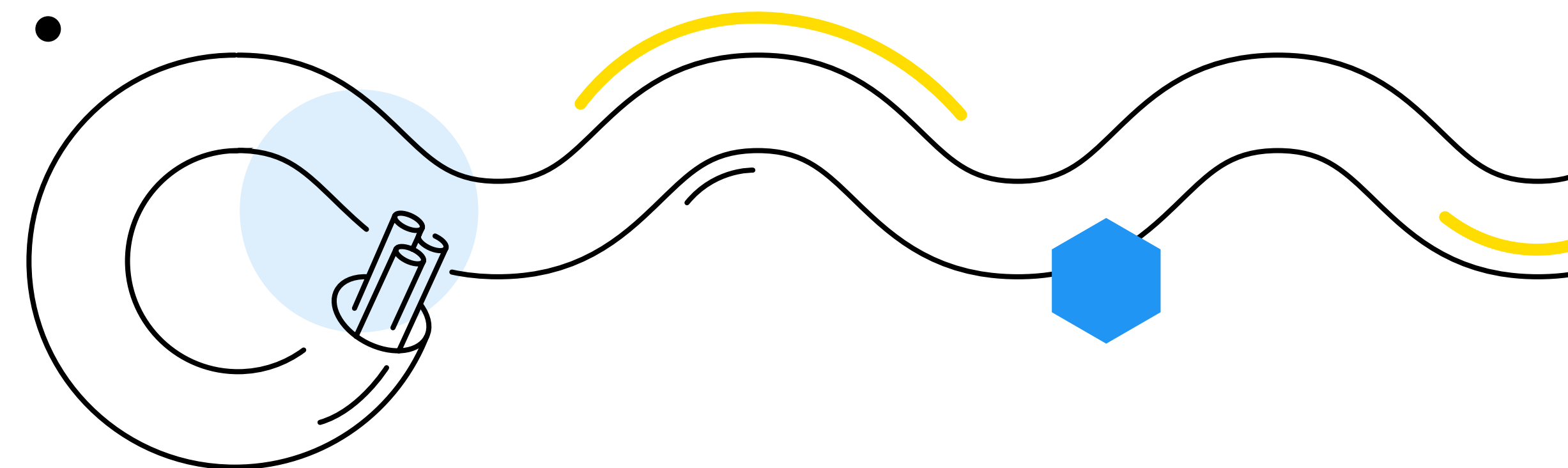
**Tabela 27. Liczba odejść w ciągu 2020 roku osób zatrudnionych na umowę o pracę\***

	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, począwszy 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
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktywnie słuchamy potrzeb i oczekiwań pracowników w tym zakresie.</li> <li>Przykładowe inicjatywy, które finansujemy/ współfinansujemy to: kursy językowe, szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne dla pracowników, akademia lidera dla kadry menadżerskiej, studia podyplomowe.</li> <li>W 3LP S.A. zaś –bezpłatne kursy na wózki widłowe oraz w zakresie pierwszej pomocy.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kilka pakietów do wyboru.</li> <li>Pracownicy mogą także nabyć w atrakcyjnej cenie dodatkowe karty dla najbliższych.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kafeteryjny system świadczeń motywacyjnych na platformie MyBenefit.</li> <li>Pracownicy decydują, na co wydać zgromadzone punkty, mają np. możliwość finansowania z punktów: ubezpieczenia grupowego czy opieki medycznej.</li> <li>Konkursy i rywalizacje, w których można uzyskać dodatkowe punkty w systemie MyBenefit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kreatywne środowisko pracy, udział w ciekawych projektach, możliwość ciągłego rozwoju.</li> <li>Nagrody za zgłaszanie innowacyjnych pomysłów dot. środowiska pracy (konkurs „Mam pomysł”). Program „Polecenia pracownika” oraz świąteczne karty podarunkowe.</li> <li>System Świadczeń Motywacyjnych dla Zarządu, świadczenia benefitowe dla Rady Menadżerów oraz dyrektorów Biur Handlowych (w TIM S.A.).</li> </ul>

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



uwag w tym zakresie mają trzech przedstawicieli 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

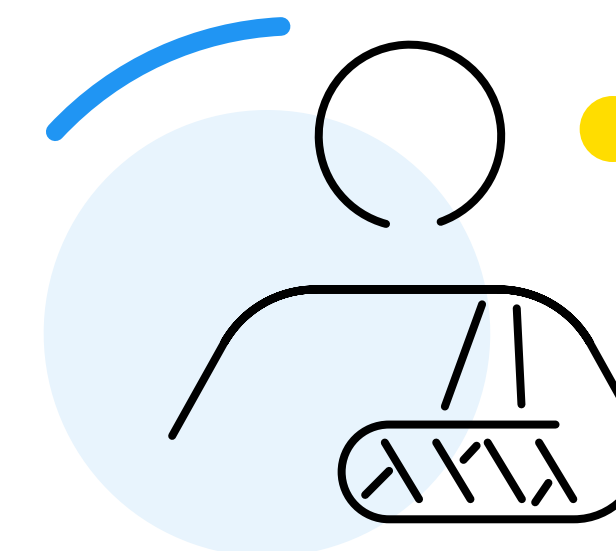
\* Liczba wypadków odnotowanych w danym okresie, podzielona przez liczbę zatrudnionych i pomnożona przez 1 000. Pod uwagę brane są wszystkie i tylko te zdarzenia, które zostały zdefiniowane w ustawie jako wypadki.

## 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




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 kolejną odsłoną projektu „Zbieraj kilometry i pomagaj”. Ze względu na pandemię zostały zawieszona inne planowane aktywności: nieodpłatne ćwiczenia na siłowni i darmowe zajęcia fitness.

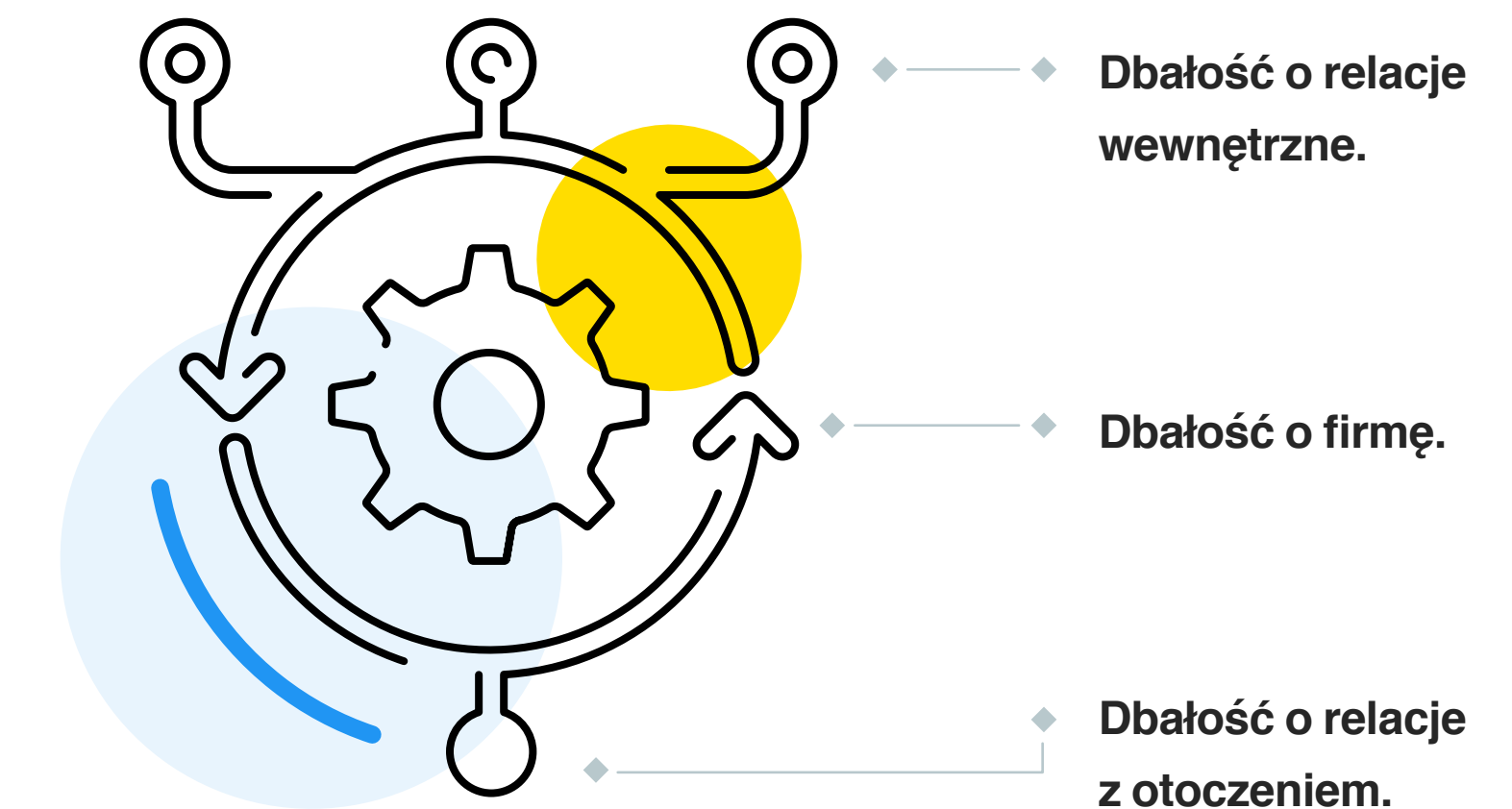
W ramach wspierania zdrowego trybu życia wśród pracowników 3LP S.A. realizowano współpracę z zewnętrzną dostawcą cateringu, przygotowującym zdrowe posiłki. Części pracowników, którzy przez rodzaj wykonywanej pracy mają większe zapotrzebowanie kaloryczne, proponowane były darmowe gorące posiłki. Dodatkowo, 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.

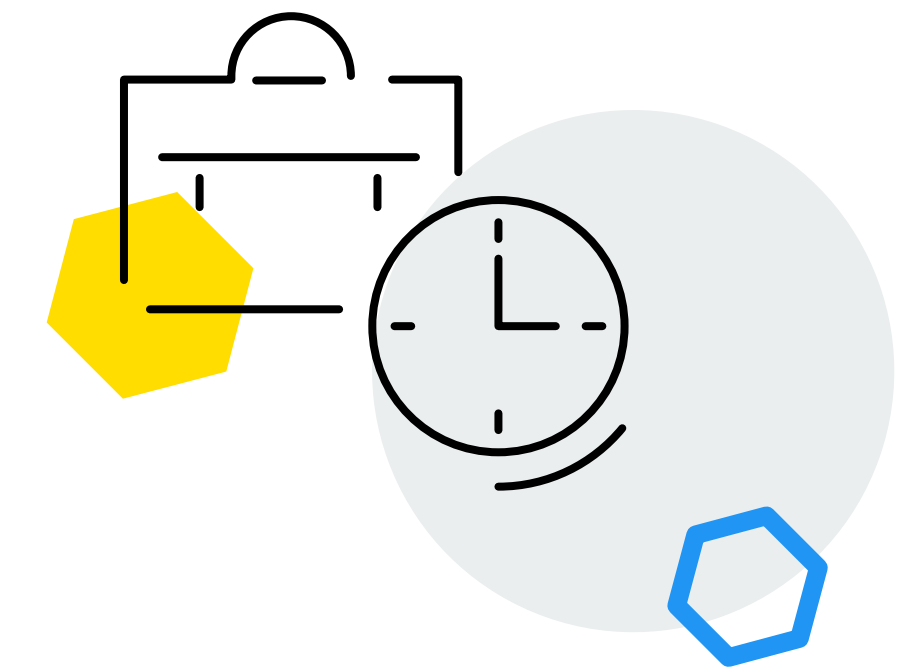


Tabela 33. Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na wiek zatrudnionych

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	<b>139</b>	33	<b>44</b>	84	<b>95</b>
Pracownicy od 30. do 50. roku życia	357	<b>360</b>	204	<b>212</b>	126	<b>148</b>
Pracownicy > 50. roku życia	31	<b>31</b>	17	<b>14</b>	13	<b>17</b>

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	<b>0</b>	6	<b>5</b>
Dyrektorzy	9	<b>6</b>	24	<b>44</b>
Osoby na stanowiskach kierowniczych niższego szczebla	10	<b>14</b>	48	<b>27</b>
Pozostali pracownicy nie będący na stanowiskach kierowniczych, zatrudnieni na umowę o pracę	134	<b>136</b>	284	<b>298</b>

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	<b>0</b>	3	<b>3</b>
Dyrektorzy	9	<b>6</b>	23	<b>22</b>
Osoby na stanowiskach kierowniczych niższego szczebla	6	<b>11</b>	20	<b>21</b>
Pozostali pracownicy nie będący na stanowiskach kierowniczych, zatrudnieni na umowę o pracę	48	<b>58</b>	145	<b>149</b>

## 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 Kodeksu 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 znikom cenowym, podziałowi rynków czy wykorzystywaniu pozycji rynkowego lidera. Nie akceptowane jest udostępnianie konkurencji wrażliwych danych, zawieranie nieoficjalnych ustaleń, porozumień i tym podobnych, które mogłyby stanowić przejaw łamania przepisów dotyczących zwalczania nieuczciwej konkurencji.

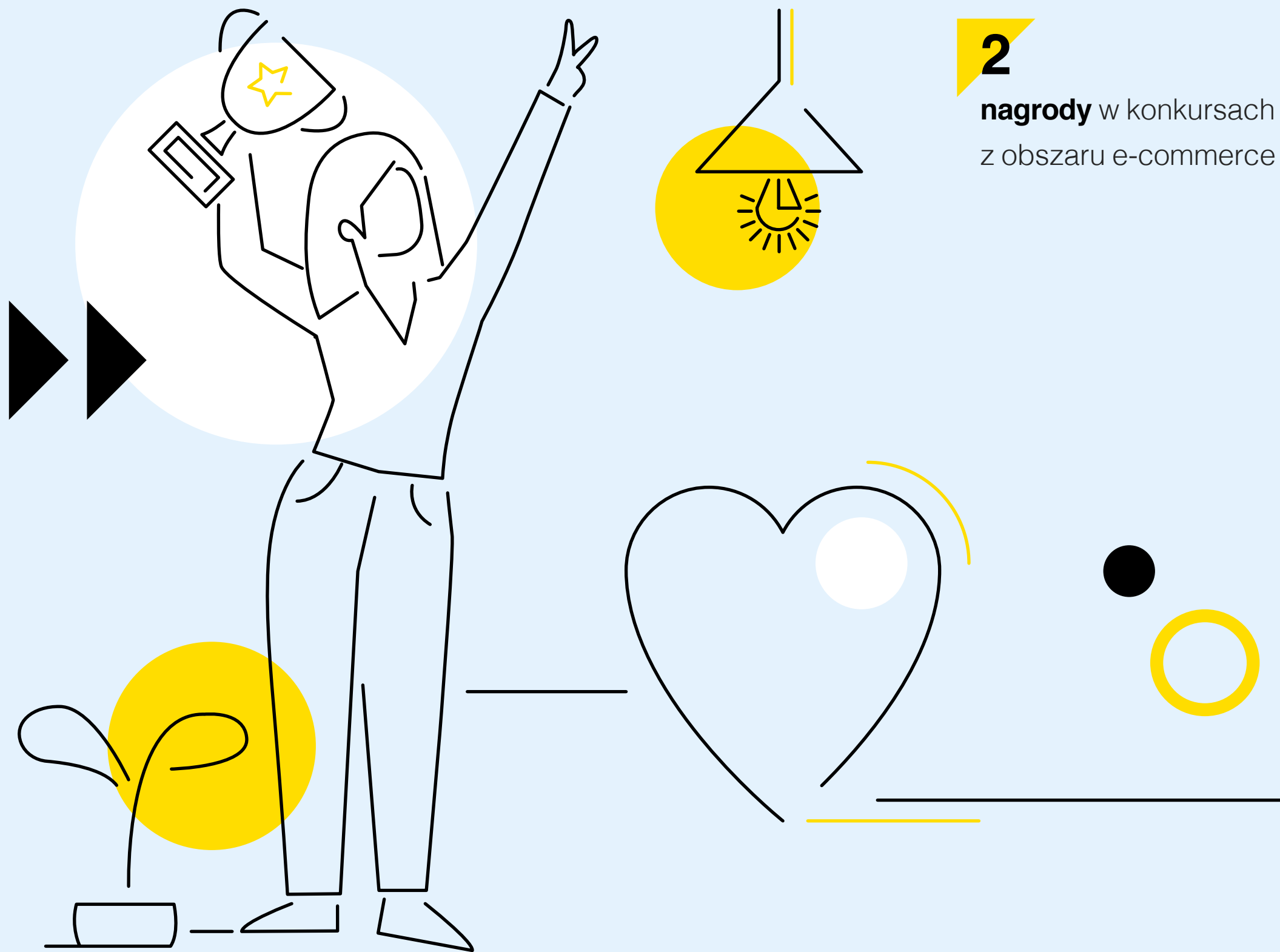
Wykorzystywanie swojej pozycji służbowej dla osiągnięcia korzyści osobistej lub korzyści dla innych osób, w tym członków rodziny jest uznawane za niedopuszczalne. W celu ochrony przed negatywnymi skutkami wystąpienia konfliktu interesów Grupa kieruje się zasadą jawności i unikania. Nie tolerowane są 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 udaremnić 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. **dystrybutorów wody z sieci wodociągowej** w miejsce plastikowych butelek,

**Technologia LED i czujniki ruchu** na terenie hal magazynowych 3LP S.A.,

**100%**

**odpadów** w 3LP S.A. i TIM S.A. 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**

**inicjatyw** 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

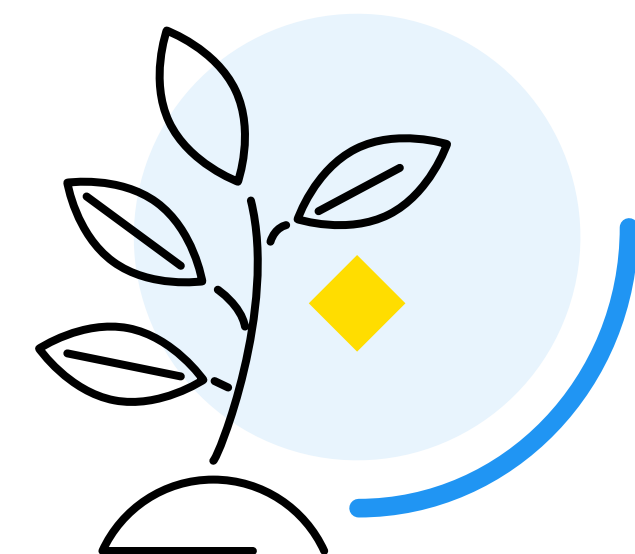
### Klienci

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.

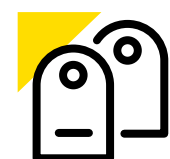


We wszystkich Spółkach Grupy Kapitałowej TIM w pełni spełniane są wymogi regulacyjne. Ze względu na charakter prowadzonej działalności, w szczególności na fakt, iż w TIM S.A. praca ma wyłącznie biurowy charakter, politykę w zakresie ochrony środowiska posiada tylko spółka 3LP S.A.

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 wyedukowaliśmy cyfrowo tysiące klientów, dostawców, ale i naszą branżową konkurencję, de facto wprowadzając dystrybucję artykułów elektrotechnicznych w świat handlu online. Dziękuję jurorom za docenienie 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 sztucce 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-

ny. 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:



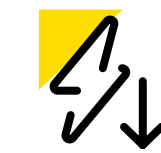
monitoring oddziaływania na środowisko,



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	<b>928</b>	10 914,66	<b>10 929,6</b>
Zużycie energii cieplnej [GJ]	1,44	<b>70</b>	8 537,46	<b>8 743</b>
Zużycie gazu ziemnego [m <sup>3</sup> ]	28 624	<b>0</b>	25 042	<b>145 600</b>

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.

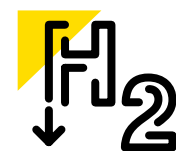
### Działania dotychczas realizowane w 3LP S.A. w zakresie ograniczenia zużycia energii:



bieżąca współpraca z dostawcą energii elektrycznej i cieplnej w zakresie optymalizacji potrzeb i redukcji zużycia mediów;



ograniczenie ilości wózków jezdniowych zasilanych olejem napędowym i propanem-butanem do niezbędnego minimum, preferowanie wózków elektrycznych;



bieżąca weryfikacja rynku baterii trakcyjnych celem potencjalnego wdrażania baterii o niższej emisji wodoru;



wymiana oświetlenia na technologię LED na terenie hal magazynowych oraz na obszarze zewnętrznym;



montaż na terenie hal magazynowych czujników ruchu, zapobiegających zbędnemu poborowi energii do celów oświetleniowych;



promocja wśród pracowników zasad dotyczących oszczędzania energii elektrycznej.

### 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 CO<sub>2</sub>, 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;

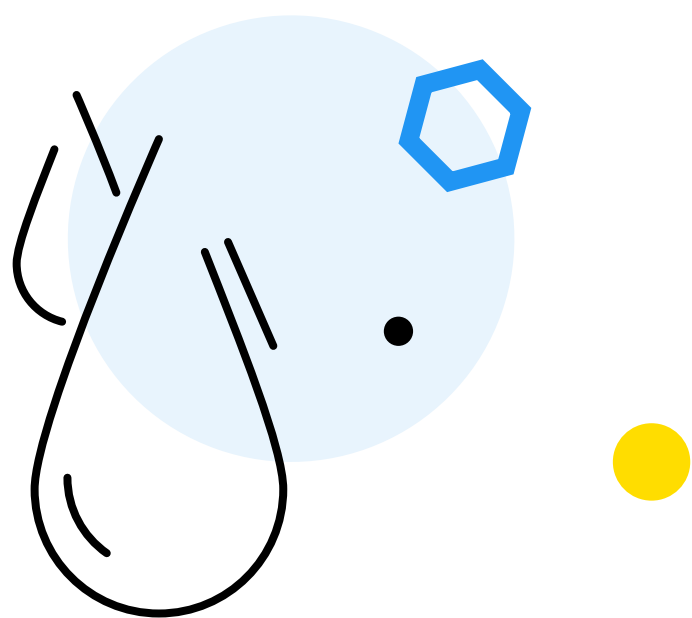
- osobny punkt poboru wody na potrzeby budowlane bez zrzutu ścieków;
- bieżąca kontrola stanu technicznego urządzeń sanitarnych (zaworów czerpalnych) pod kątem szczelności i zapobiegania przypadkowemu zrzutowi wody;
- współpraca z firmą ogrodniczą w zakresie utrzymania i pielęgnacji terenów zielonych.

### 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.

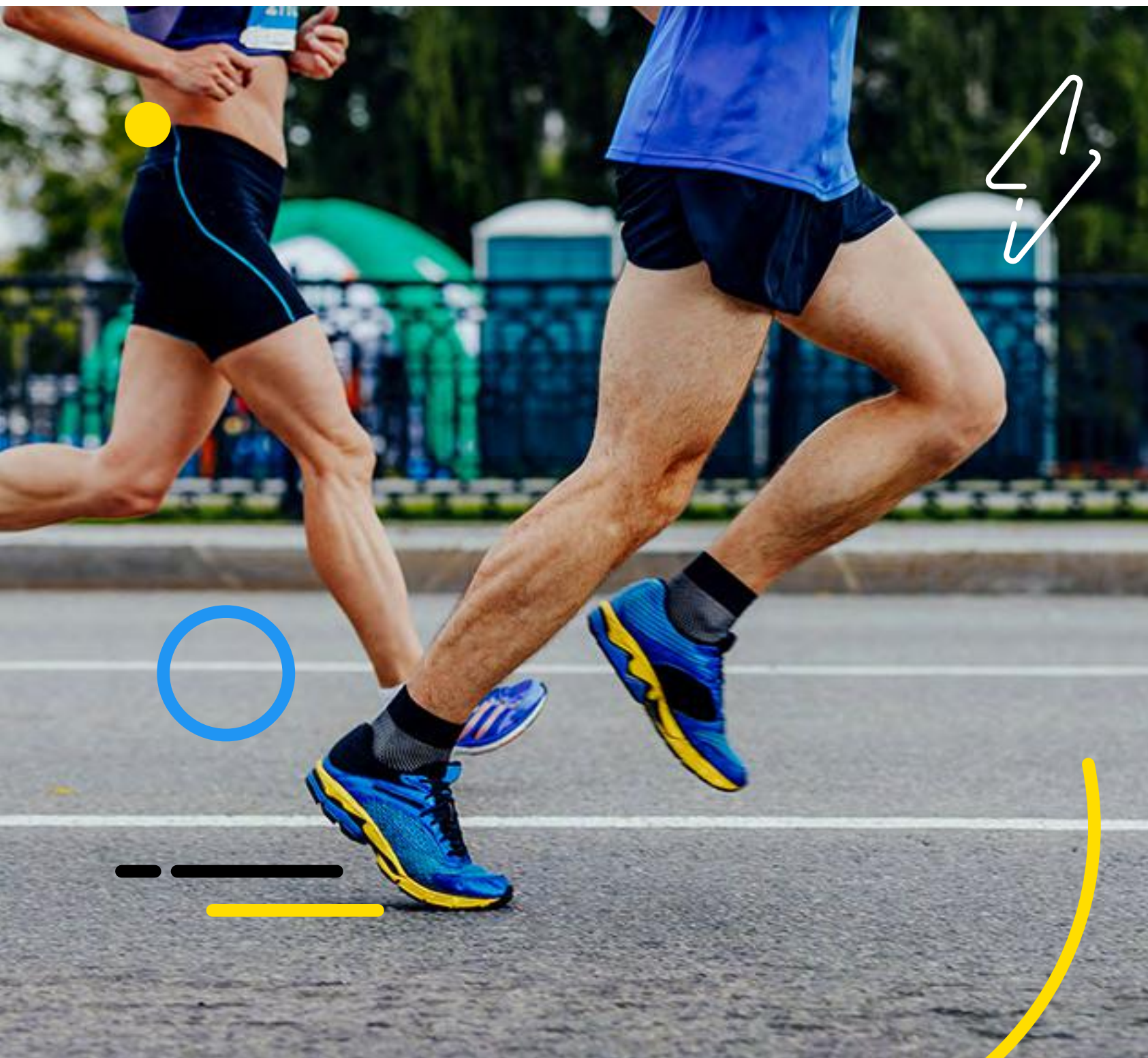
W TIM S.A. funkcjonują m.in. programy wolontariatu pracowniczego i program grantowy. Ponadto organizowane są akcje sportowo-charytatywne promujące wśród pracowników aktywny tryb życia. Dodatkowo Spółka przekazuje darowizny rzeczowe i finansowe, realizuje sponsoring społecznie zaangażowany (w tym sponsoring 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



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 zaangażowani 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

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.

zostały przekazane **17** lokalnym organizacjom (tytuł, 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.

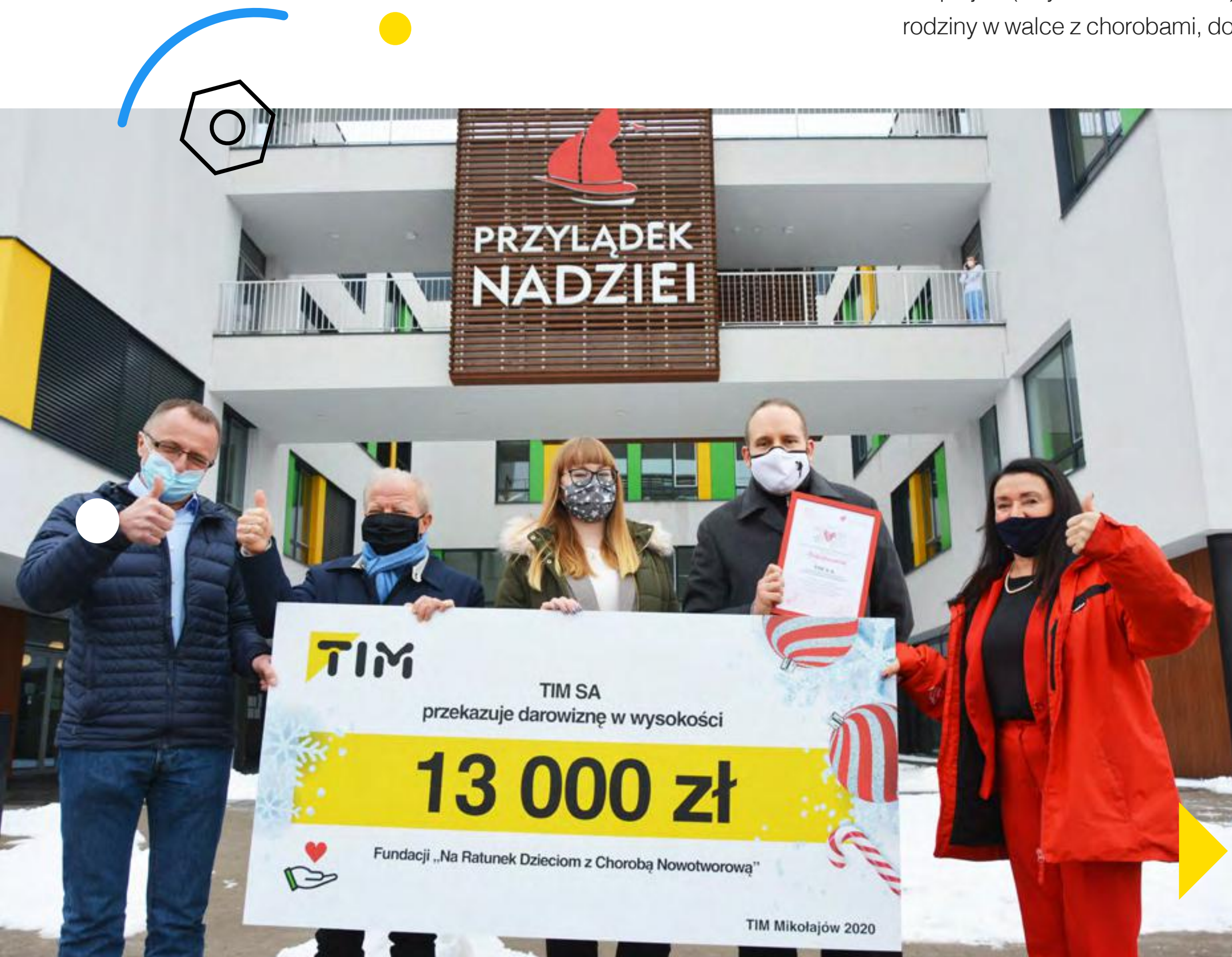
3LP S.A. pomimo braku sformalizowanej polityki aktywnie prowadzi odpowiedzialny biznes w zgodzie z obowiązującymi normami, wspierając lokalną społeczność jako kluczowy pracodawca w regionie. Współpraca z jednostkami lokalnego samorządu jest wysoko oceniana przez Radę Gminy, na której terenie działa ta 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 udziela 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](http://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 płatność 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 wenfłono-w. 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 rejon-ów Polski, tylko na zabieg czyszczenia. Jednak preparaty i akcesoria do domowej pielęgnacji cewników nie są refundowane. Koszt trzymie-sięczonego 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
<b>Wskaźniki profilowe (obowiązkowe)</b>		
<b>Profil organizacji</b>		
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

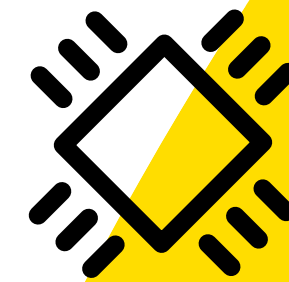
Nr wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Nr strony
GRI 102-12	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	Nie dotyczy
GRI 102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach i organizacjach	125 Zachodnia Izba Gospodarcza – Pracodawcy i Przedsiębiorcy, Izba Gospodarki Elektronicznej (e-commerce Polska), SHE Związek Dystrybucji Elektrotechniki, Konińska Izba Gospodarcza
<b>Strategia</b>		
GRI 102-14	Oświadczenie kierownictwa najwyższego szczebla	3-4
GRI 102-15	Opis kluczowych wpływów, szans i ryzyk	82-83, 89-90, 97-98
<b>Etyka</b>		
GRI 102-16	Wartości organizacji, kodeks etyki, zasady i normy zachowań	92-93, 101-103-, 112-115
<b>Zarządzanie</b>		
GRI 102-18	Struktura nadzorcza organizacji wraz z komisjami podlegającymi pod najwyższy organ nadzorczy	141-149
<b>Zaangażowanie interesariuszy</b>		
GRI 102-40	Lista grup interesariuszy zaangażowanych 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
<b>Raportowanie</b>		
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	Znaczne 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
<b>Wskaźniki szczegółowe</b>		
<b>Tematy społeczne</b>		
<b>Aspekt raportowania: Jakość obsługi klientów i ich satysfakcja</b>		
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
<b>Aspekt raportowania: Przyjazne miejsce pracy</b>		
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 podejścia 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
<b>Aspekt raportowania: Zatrudnienie, rozwój i edukacja pracowników</b>		
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 podejścia 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
<b>Aspekt raportowania: Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników</b>		
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 podejścia 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
<b>Programy zaangażowania społecznego</b>		
<b>Aspekt raportowania: Zaangażowanie społeczne</b>		
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 podejścia 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
<b>Tematy środowiskowe</b>		
<b>Aspekt raportowania: Wpływ na środowisko</b>		
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 podejścia 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



# Ład korporacyjny

- 7.1. Zbiór zasad ładu korporacyjnego i zakres ich stosowania
- 7.2. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesów sporządzania sprawozdań finansowych
- 7.3. Akcje i akcjonariat
- 7.4. Statut i Walne Zgromadzenie
- 7.5. Zarząd i Rada Nadzorcza

## 7.1. Zbiór zasad ładu korporacyjnego i zakres ich stosowania

TIM S.A. stosuje zasady i rekomendacje ładu korporacyjnego zawarte w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2016, które zostały przyjęte Uchwałą Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w dniu 13 października 2015 roku.

Zbiór zasad i rekomendacji ładu korporacyjnego Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016 jest publicznie dostępny na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. poświęconej zagadnieniom ładu korporacyjnego: [TUTAJ](#) →

Zarząd TIM S.A. oświadcza, że od dnia wejścia w życie Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2016 Zarząd Spółki dokłada i będzie dokładać wszelkich starań, aby zasady i rekomendacje, o których mowa w tym dokumencie, były stosowane w TIM S.A. w jak najszerszym zakresie.



Jednocześnie Zarząd TIM S.A. oświadcza, że w 2020 roku nie były stosowane lub były częściowo stosowane następujące zasady/rekomendacje:

Zasada/Rekomendacja	Komentarz TIM S.A.
<b>I. Polityka informacyjna i komunikacja z inwestorami</b>	
<b>I.Z.1. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oprócz informacji wymaganych przepisami prawa:</b>	
I.Z.1.7. opublikowane przez spółkę materiały informacyjne na temat strategii spółki oraz jej wyników finansowych,	W 2020 roku Spółka częściowo stosowała tę zasadę. Spółka zamieszcza na korporacyjnej stronie internetowej informacje na temat opublikowanych przez Spółkę wyników finansowych oraz strategii, jednakże strategia opublikowana jest jedynie w zakładce raporty bieżące wraz z raportem w którym Spółka informowała o jej przyjęciu.
I.Z.1.8. zestawienia wybranych danych finansowych spółki za ostatnie 5 lat działalności, w formacie umożliwiającym przetwarzanie tych danych przez ich odbiorców,	W 2020 roku Spółka częściowo stosowała tę zasadę. Spółka zamieszcza na korporacyjnej stronie internetowej informacje na temat wybranych danych finansowych Spółki za ostatnie 5 lat działalności. W 2020 roku Spółka zaprezentowała część danych w formacie umożliwiającym ich przetwarzanie. Docelowo Spółka planuje zaprezentować w takim formacie także pozostałe dane.
I.Z.1.9. informacje na temat planowanej dywidendy oraz dywidendy wypłaconej przez spółkę w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, zawierające dane na temat dnia dywidendy, terminów wypłat oraz wysokości dywidend – łącznie oraz w przeliczeniu na jedną akcję,	Spółka częściowo stosuje tę zasadę. Informacje na temat dywidendy są zamieszczane na korporacyjnej stronie internetowej Spółki, ale nie w wyodrębnionej zakładce. Aktualnie trwają prace nad modyfikacją korporacyjnej strony internetowej Spółki. Po ich zakończeniu na stronie korporacyjnej Spółki, w wyodrębnionym miejscu prezentowane będą informacje na temat planowanej dywidendy oraz dywidendy wypłaconej przez Spółkę w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, zawierające dane na temat dnia dywidendy, terminów wypłat oraz wysokości dywidend (łącznie i w przeliczeniu na 1 akcję).
I.Z.1.10. prognozy finansowe – jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji – opublikowane w okresie co najmniej 5 lat wraz z informacją o stopniu ich realizacji,	Zasada nie ma zastosowania. Spółka nie publikuje prognoz finansowych.
I.Z.1.11. informację o treści obowiązującej w spółce reguły dotyczącej zmieniania podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, bądź też o braku takiej reguły,	Spółka nie stosuje tej zasady. Spółka opracowała reguły dotyczące zmieniania podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych. Dokument, o którym mowa powyżej, nie został zamieszczony na stronie korporacyjnej Spółki. Aktualnie trwają prace nad modyfikacją korporacyjnej strony internetowej Spółki. Po ich zakończeniu dokument, o którym mowa powyżej, zostanie zamieszczony na stronie korporacyjnej Spółki.

**Zasada/Rekomendacja****Komentarz TIM S.A.**

I.Z.1.15. informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek wykształcenia, wiek, doświadczenie zawodowe, a także wskazywać cele stosowanej polityki różnorodności i sposób jej realizacji w danym okresie sprawozdawczym; jeżeli spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności, zamieszcza na swojej stronie internetowej wyjaśnienie takiej decyzji,

Spółka nie stosuje tej zasady. Procedura zatrudniania pracowników do władz Spółki oraz na kluczowe stanowiska w Spółce określa wymagania, jakie muszą spełniać kandydaci w zakresie: 1. wiedzy, 2. umiejętności, 3. motywacji, 4. pracowitości, 5. doświadczenia zawodowego.

I.Z.1.16. informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia – nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia,

Spółka nie stosuje tej zasady. Spółka nie planuje transmisji obrad Walnego Zgromadzenia.

I.Z.1.20. zapis przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub wideo,

Spółka nie stosuje tej zasady i nie zapisuje w formie audio lub video przebiegu obrad Walnego Zgromadzenia, z uwagi m.in. na brak zgody osób uczestniczących w Walnym Zgromadzeniu na udostępnianie swojego wizerunku.

I.Z.2. Spółka, której akcje zakwalifikowane są do indeksów giełdowych WIG20 lub mWIG40, zapewnia dostępność swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w zasadzie I.Z.1. Niniejszą zasadę powinny stosować również spółki spoza powyższych indeksów, jeżeli przemawia za tym struktura ich akcjonariatu lub charakter i zakres prowadzonej działalności.

Nie ma zastosowania w odniesieniu do Spółki. Akcje Spółki nie są zakwalifikowane do indeksów giełdowych WIG20 lub mWIG40. Spółka prowadzi stronę internetową w zakresie relacji inwestorskich również w języku angielskim, jednakże w ograniczonym zakresie.

**III. Systemy i funkcje wewnętrzne**

III.R.1. Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za realizację zadań w poszczególnych systemach lub funkcjach, chyba że wyodrębnienie jednostek organizacyjnych nie jest uzasadnione z uwagi na rozmiar lub rodzaj działalności prowadzonej przez spółkę.

Spółka nie stosuje tej rekomendacji.

III.Z.3. W odniesieniu do osoby kierującej funkcją audytu wewnętrznego i innych osób odpowiedzialnych za realizację jej zadań zastosowanie mają zasady niezależności określone w powszechnie uznanych, międzynarodowych standardach praktyki zawodowej audytu wewnętrznego.

Spółka nie stosuje tej zasady. Aktualnie w Spółce nie ma osoby kierującej funkcją audytu wewnętrznego ze względu na brak wyodrębnienia w Spółce sformalizowanej jednostki odpowiedzialnej za pełnienie funkcji audytu wewnętrznego.

III.Z.4. III.Z.4. Co najmniej raz w roku osoba odpowiedzialna za audyt wewnętrzny (w przypadku wyodrębnienia w spółce takiej funkcji) i zarząd przedstawiają radzie nadzorczej własną ocenę skuteczności funkcjonowania systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, wraz z odpowiednim sprawozdaniem.

Spółka nie stosuje tej zasady. Ze względu na brak wyodrębnienia w Spółce sformalizowanej jednostki odpowiedzialnej za pełnienie funkcji audytu wewnętrznego oraz z uwagi na niewyodrębnienie w Spółce osoby kierującej funkcją audytu wewnętrznego, do tej pory Rada Nadzorcza Spółki nie otrzymywała sprawozdania zawierającego ocenę funkcjonowania systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1. Spółka podjęła działania mające na celu wdrożenie odpowiednich procedur w powyższym zakresie.

**Zasada/Rekomendacja**

III.Z.5. Rada nadzorcza monitoruje skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, w oparciu między innymi o sprawozdania okresowo dostarczane jej bezpośrednio przez osoby odpowiedzialne za te funkcje oraz zarząd spółki, jak również dokonuje rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji, zgodnie z zasadą II.Z.10.1. W przypadku gdy w spółce działa komitet audytu, monitoruje on skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, jednakże nie zwalnia to rady nadzorczej z dokonania rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji.

**Komentarz TIM S.A.**

Spółka nie stosuje tej zasady. Rada Nadzorcza dotychczas nie otrzymywała okresowego sprawozdania z monitoringu skuteczności systemów i funkcji w zakresie compliance oraz w zakresie audytu wewnętrznego. Spółka podjęła działania mające na celu wdrożenie odpowiednich procedur w powyższym zakresie.

**IV. Walne zgromadzenie i relacje z akcjonariuszami**

IV.R.2. Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu lub zgłaszane spółce oczekiwania akcjonariuszy, o ile spółka jest w stanie zapewnić infrastrukturę techniczną niezbędną dla sprawnego przeprowadzenia walnego zgromadzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, powinna umożliwić akcjonariuszom udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu takich środków, w szczególności poprzez:

1. transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,
2. dwustronną komunikację w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiedzieć się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad walnego zgromadzenia,
3. wykonywanie, osobiście lub przez pełnomocnika, prawa głosu w toku walnego zgromadzenia.

W 2020 roku Spółka nie stosowała tej rekomendacji.

IV.R.3. Spółka dąży do tego, aby w sytuacji gdy papiery wartościowe wyemitowane przez spółkę są przedmiotem obrotu w różnych krajach (lub na różnych rynkach) i w ramach różnych systemów prawnych, realizacja zdarzeń korporacyjnych związanych z nabyciem praw po stronie akcjonariusza następowała w tych samych terminach we wszystkich krajach, w których są one notowane.

Rekomendacja nie ma zastosowania. Papiery wartościowe wyemitowane przez Spółkę są przedmiotem obrotu tylko na rynku polskim.

IV.Z.2. Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu spółki, spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

Spółka nie stosuje powyższej zasady. Spółka nie transmituje obrad Walnego Zgromadzenia w czasie rzeczywistym ze względu na brak zgody osób uczestniczących w Walnym Zgromadzeniu na publikację ich wizerunków.

## Zasada/Rekomendacja

## Komentarz TIM S.A.

## VI. Wynagrodzenia

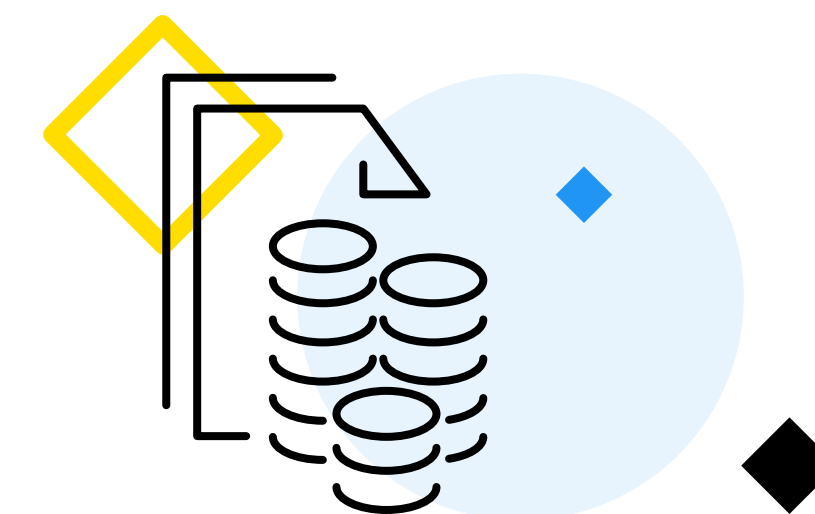
VI.R.1. Wynagrodzenie członków organów spółki i kluczowych menedżerów powinno wynikać z przyjętej polityki wynagrodzeń.

W 2020 r. Spółka częściowo stosowała tę rekomendację. Spółka opracowała i Walne Zgromadzenie przyjęło dokument „Polityka wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A.”, jednakże ww. polityka wynagrodzeń nie zawiera w swej treści regulacji dotyczących osób innych niż Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A.

VI.Z.4. VI.Z.4. Spółka w sprawozdaniu z działalności przedstawia raport na temat polityki wynagrodzeń, zawierający co najmniej:

1. ogólną informację na temat przyjętego w spółce systemu wynagrodzeń,
2. informacje na temat warunków i wysokości wynagrodzenia każdego z członków zarządu, w podziale na stałe i zmienne składniki wynagrodzenia, ze wskazaniem kluczowych parametrów ustalania zmiennych składników wynagrodzenia i zasad wypłaty odpraw oraz innych płatności z tytułu rozwiązania stosunku pracy, zlecenia lub innego stosunku prawnego o podobnym charakterze – oddzielnie dla spółki i każdej jednostki wchodzącej w skład grupy kapitałowej,
3. informacje na temat przysługujących poszczególnym członkom zarządu i kluczowym menedżerom pozafinansowych składników wynagrodzenia,
4. wskazanie istotnych zmian, które w ciągu ostatniego roku obrotowego nastąpiły w polityce wynagrodzeń, lub informację o ich braku,
5. ocenę funkcjonowania polityki wynagrodzeń z punktu widzenia realizacji jej celów, w szczególności długoterminowego wzrostu wartości dla akcjonariuszy i stabilności funkcjonowania przedsiębiorstwa.

W 2020 roku Spółka stosowała jedynie częściowo ww. zasadę. W 2020 roku Walne Zgromadzenie TIM S.A. przyjęło Politykę wynagrodzeń dla Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A. W oparciu o postanowienia Polityki wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A. opracowanej zgodnie z ustawą o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych.



## 7.2. Systemy kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesów sporządzania sprawozdań finansowych

Zarząd TIM S.A. jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej i jego skuteczność w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych.

W 2020 roku jednostkowe sprawozdania finansowe TIM S.A. oraz skonsolidowane sprawozdania finansowe Grupy Kapitałowej TIM sporządzane były w ramach wewnętrznych struktur TIM S.A.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej TIM jest sporządzane na podstawie jednostkowego sprawozdania finansowego TIM S.A. (spółki dominującej) oraz jednostkowych sprawozdań finansowych spółek zależnych.

Sprawozdania finansowe Spółki oraz spółek zależnych są sporządzane zgodnie z MSSF/MSR.

W celu zapewnienia spójnych zasad rachunkowości w Spółce i spółkach zależnych stosowane są jednolite zasady polityki rachunkowości. Nadzór nad przygotowaniem sprawozdania finansowego TIM S.A. i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM sprawuje Dyrektor Finansowy TIM S.A.

Publikowane półroczne i roczne sprawozdania finansowe oraz dane finansowe będące podstawą tej sprawozdawczości poddawane są przeglądowi lub badaniu przez biegłego rewidenta.

Wyniki przeglądu i badania prezentowane są przez audytora Zarządowi Spółki, Komitetowi Audytu, Radzie Nadzorczej i w przypadku badania sprawozdania rocznego również Walnemu Zgromadzeniu TIM S.A.

## 7.3. Akcje i akcjonariat

### Struktura akcjonariatu

31 grudnia 2020 roku kapitał zakładowy TIM S.A. wynosił **22 199,2 tys. zł** i dzielił się na **22 199 200** akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej **1,00 zł** każda.

W ciągu 2020 roku wartość kapitału zakładowego Spółki nie uległa zmianie.

Akcje TIM S.A. są akcjami zwykłymi na okaziciela. Nie są z nimi związane żadne specjalne uprawnienia kontrolne. Statut Spółki nie

wprowadza ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności akcji wyemitowanych przez Spółkę, wykonywania prawa głosu, jak również nie zawiera postanowień, zgodnie z którymi prawa kapitałowe związane z papierami wartościowymi są oddzielone od posiadania papierów wartościowych.

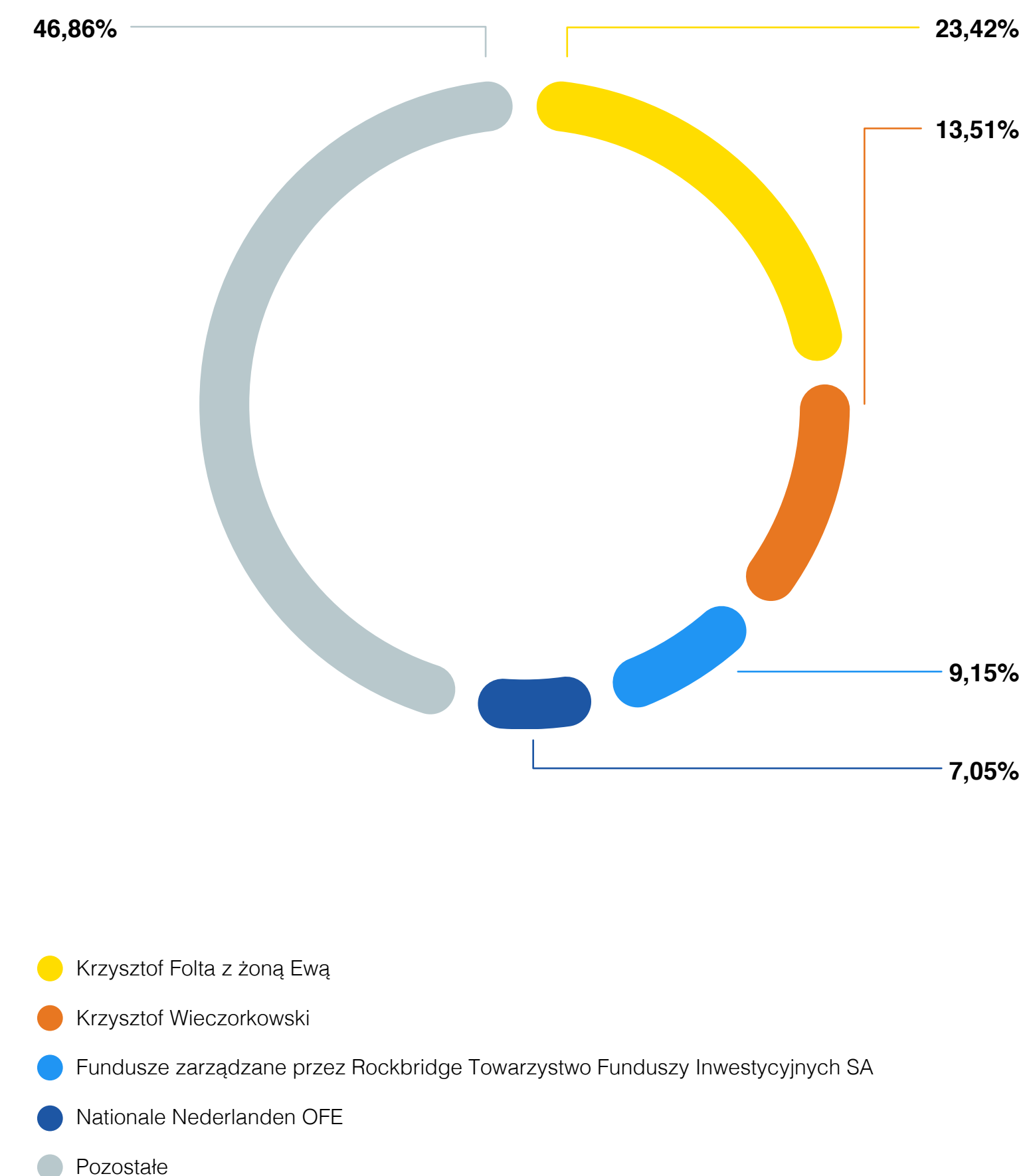
Wykaz akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej **5%** ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu TIM S.A. przedstawiał się następująco:

**Tabela 39. Wykaz akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu TIM S.A. (na 31 grudnia 2020 roku)**

Akcjonariusz	Liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów*	% udział w ogólnej liczbie głosów*
Krzysztof Folta z żoną Ewą	5 200 000	<b>23,42</b>	5 200 000	<b>23,42</b>
Krzysztof Wieczorkowski	3 000 000	<b>13,51</b>	3 000 000	<b>13,51</b>
Fundusze zarządzane przez Rockbridge TFI SA	2 031 973	<b>9,15</b>	2 031 973	<b>9,15</b>
OFE Nationale Nederlanden	1 565 649	<b>7,05</b>	1 565 649	<b>7,05</b>
Pozostali	10 401 578	<b>46,86</b>	10 401 578	<b>46,86</b>
Ogółem	22 199 200	<b>100,00</b>	22 199 200	<b>100,00</b>

\* na Walnym Zgromadzeniu

**Wykres 26. Struktura akcjonariatu (na 31.12.2020 roku w %)**



Na dzień publikacji raportu Spółka nie posiadała informacji na temat umów, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach akcji posiadanych przez dotychczasowych akcjonariuszy, z zastrzeżeniem informacji o umowach zawartych w ramach realizacji opisanego poniżej programu motywacyjnego na lata 2021-2023 dla członków Zarządu, kluczowych menadżerów Spółki oraz członków zarządów spółek zależnych.

TIM S.A. nie posiada ani nie nabywał w 2020 roku akcji własnych i nie podejmował w tym okresie żadnych czynności zmierzających do nabycia akcji własnych.

W 2020 roku TIM S.A. wypłaciła zaliczkę na poczet przewidywanej dywidendy za 2020 rok. Szczegółowa informacja na ten temat zawarta jest w sprawozdaniu finansowym TIM S.A. sporządzonym na dzień 31 grudnia 2020 roku (nota 13).

W dniu 23 października 2020 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie TIM S.A. podjęło uchwałę w sprawie przyjęcia programu motywacyjnego na lata 2021-2023 dla członków Zarządu, kluczowych menadżerów Spółki oraz członków zarządów spółek zależnych. W przypadku osiągnięcia celów biznesowych opisanych w Programie może dojść w latach 2024-2026 do wyemitowania dodatkowych do **1.100.800** akcji TIM S.A. z wyłączeniem prawa poboru dla dotychczasowych akcjonariuszy.

Zgodnie z założeniami do ww. programu motywacyjnego Walne Zgromadzenie TIM S.A. uchwaliło ogólne zasady ww. programu. Rada Nadzorcza TIM S.A. zgodnie z upoważnieniem Walnego Zgromadzenia TIM S.A. uchwaliła szczegółowy Regulamin programu, w oparciu

o który Rada Nadzorcza TIM S.A. przyznaje opcje na akcje w ramach programu dla Członków Zarządu TIM S.A., natomiast Zarząd TIM S.A. przyznaje opcje na akcje dla pozostałych kluczowych menadżerów dla GK TIM.

## Stan posiadania akcji przez osoby zarządzające i nadzorujące



Tabela 40. Wykaz stanu posiadania akcji TIM S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące (na 31 grudnia 2020 roku)

Akcjonariusz	Liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	Liczba głosów*	% udział w ogólnej liczbie głosów*
Krzysztof Folta z żoną Ewą	5 200 000	23,42	5 200 000	23,42
Krzysztof Wieczorkowski	3 000 000	13,51	3 000 000	13,51
Piotr Tokarczuk	200 000	0,90	200 000	0,90
Piotr Nosal	14 033	0,06	14 033	0,06

\* na Walnym Zgromadzeniu

W wykonaniu uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia TIM S.A. podjętej w dniu 23 października 2020 roku w sprawie programu motywacyjnego dla członków Zarządu, kluczowych menadżerów Spółki oraz członków zarządów spółek zależnych, 22 grudnia 2020 roku zawarte zostały umowy uczestnictwa

w Programie Motywacyjnym TIM S.A. z siedzibą we Wrocławiu dla członków Zarządu, innej kluczowej kadry menadżerskiej Spółki oraz członków zarządów spółek zależnych, na mocy których przyznane zostały opcje objęcia akcji TIM S.A. w I Transzy za rok 2021, po spełnieniu warunków i na zasadach określonych w ww. uchwale

oraz uchwalonym przez Radę Nadzorczą TIM S.A. na podstawie ww. uchwały Regulaminie programu motywacyjnego TIM S.A. dla członków Zarządu, innej kluczowej kadry menadżerskiej Spółki oraz członków zarządu spółek zależnych w łącznej ilości **366 933** sztuk, z czego:

1. Zarząd TIM S.A. otrzymał łącznie opcje objęcia **183 466** akcji TIM S.A., w tym:
  - **Krzysztof Folta** – Prezes Zarządu – opcja objęcia **62 378** akcji TIM S.A.,
  - **Piotr Nosal** – Członek Zarządu – opcja objęcia **60 544** akcji TIM S.A.,
  - **Piotr Tokarczuk** – Członek Zarządu – opcja objęcia **60 544** akcji TIM S.A.
2. członkowie zarządu 3LP S.A. z siedzibą w Siechnicach – spółki zależnej TIM S.A. otrzymali łącznie opcje objęcia **91 767** sztuk akcji TIM S.A.,
3. osoby wchodzące w skład kluczowej kadry menadżerskiej TIM S.A. otrzymały łącznie opcje objęcia **91 700** sztuk akcji TIM S.A.

Po upływie 24 miesięcy od zakończenia 2021 roku i spełnieniu warunków określonych w ww. uchwale i Regulaminie osobom, o których mowa powyżej, zostaną zaproponowane do objęcia akcje TIM S.A. w ilości określonej powyżej, na zasadach opisanych w ww. uchwale oraz Regulaminie.

Dodatkowo, Regulamin, o którym mowa powyżej, stanowi, iż w przypadku osiągnięcia lub przekroczenia przez podmiot (lub grupę podmiotów działających w porozumieniu), inny niż akcjonariusze Spółki, którzy na dzień przyjęcia ww. Regulaminu, posiadają więcej niż

**10%** ogólnej liczby głosów w Spółce, progu **50%** ogólnej liczby głosów w Spółce (dalej: „Zmiana Kontroli”), wstępnie alokowane akcje, które nie zostały objęte przez uczestników Programu motywacyjnego, stają się ostatecznie alokowane:

- w całości, jeśli chodzi o akcje, które przysługiwałyby uczestnikowi Programu motywacyjnego za poprzednie lata Programu motywacyjnego względem roku, w którym miała miejsce Zmiana Kontroli, pod warunkiem spełnienia warunków przyznania akcji, o których mowa powyżej, oraz
- w liczbie proporcjonalnej do okresu pełnienia funkcji w zarządzie danej spółki wchodzącej w skład Grupy lub do okresu obowiązywania umowy o pracę w roku programu, w którym miała miejsce Zmiana Kontroli, niezależnie od spełnienia warunków przyznania akcji, o których mowa powyżej.



## 7.4. Statut i Walne Zgromadzenie

### Zmiana statutu

Do zmiany Statutu TIM S.A. wymagana jest uchwała Walnego Zgromadzenia podjęta większością trzech czwartych głosów (art. 415 § 2 KSH) oraz dokonanie wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym.



### Walne Zgromadzenie

Kompetencje Walnego Zgromadzenia TIM S.A. określa § 26 Statutu Spółki.

Uchwały Walnego Zgromadzenia są konieczne w sprawach wymienionych obowiązujących przepisach prawa, a w szczególności w Kodeksie spółek handlowych oraz Statucie TIM S.A. **W szczególności są to:**

- rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania zarządu z działalności spółki,
- rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania finansowego spółki za ubiegły rok obrotowy,
- rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania z działalności grupy kapitałowej za ubiegły rok obrotowy,
- rozpatrzenie i zatwierdzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego grupy kapitałowej za ubiegły rok obrotowy,
- powzięcie uchwały o podziale zysku lub o pokryciu straty,
- udzielenie członkom organów spółki absolutorium z wykonania przez nich obowiązków,
- zmiana przedmiotu działalności spółki,
- zmiana statutu spółki,
- podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego,
- postanowienia dotyczące roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu spółki albo sprawowaniu nadzoru lub zarządu,

- zbycie lub wydzierżawienie przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części oraz ustanowienie na nich ograniczonego prawa rzeczowego,
- emisja obligacji zamiennych lub z prawem pierwszeństwa i emisja warrantów subskrypcyjnych,
- rozwiązanie i likwidacja spółki,
- wybór przewodniczącego, a następnie członków rady nadzorczej oraz ustalenie ich wynagrodzeń,
- odwołanie przed upływem kadencji członków rady nadzorczej,
- wybór i odwoływanie likwidatorów oraz ustalenie ich wynagrodzenia,
- ustalenie dnia dywidendy oraz terminu wypłaty dywidendy,
- przyjęcie polityki wynagrodzeń członków zarządu i członków rady nadzorczej spółki.

Regulamin Walnego Zgromadzenia określający jego sposób działania i prawa akcjonariuszy jest zamieszczony na stronie internetowej TIM S.A.: [TUTAJ](#) →.

## 7.5. Zarząd i Rada Nadzorcza

### Zarząd

#### Zasady powoływania Członków Zarządu

Zasady powoływania Członków Zarządu TIM S.A. wynikają z Kodeksu Spółek Handlowych oraz § 14 Statutu Spółki, który w powyższym zakresie określa, co następuje:

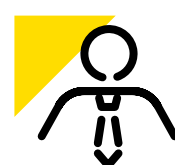
- Zarząd składa się z co najmniej jednego i nie więcej niż pięciu członków wybieranych przez Radę Nadzorczą na wspólną kadencję. Spośród członków Zarządu jeden pełni funkcję Prezesa Zarządu;
- Prezes Zarządu kieruje pracami Zarządu;
- kadencja Zarządu trwa nie dłużej niż 5 lat;
- liczbę Członków Zarządu, długość trwania kadencji oraz wynagrodzenia członków Zarządu określają uchwały Rady Nadzorczej;
- mandat Członka Zarządu wygasa:
  - najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji Członka Zarządu,
  - wskutek śmierci,
  - wskutek odwołania,
  - wskutek złożonej rezygnacji;
- Rada Nadzorcza albo Walne Zgromadzenie mogą zawiesić lub odwołać Członka Zarządu przed upływem kadencji.

Członkowie Zarządu TIM S.A., oprócz powołania, są również zatrudnieni w Spółce na podstawie umowy o pracę. Umowy o pracę zawarte z Członkami Zarządu TIM S.A. zakładają, że w przypadku ich odwołania z pełnionej funkcji w Zarządzie TIM S.A. przysługiwała im będzie odprawa w wysokości 6-miesięcznego wynagrodzenia, jakie dana osoba otrzymałaby, pracując w Spółce.

Dodatkowo każdy z Członków Zarządu podpisał ze Spółką umowę o zakazie konkurencji w trakcie stosunku pracy i 12 miesięcy po jego ustaniu.

#### Skład

W okresie od dnia 1 stycznia 2020 roku do 31 grudnia 2020 roku w skład Zarządu TIM S.A wchodzili:



**Krzysztof Folta** – Prezes Zarządu,



**Piotr Nosal** – Członek Zarządu,



**Piotr Tokarczuk** – Członek Zarządu.



**Krzysztof Folta**  
Prezes Zarządu



**Piotr Nosal**  
Członek Zarządu



**Piotr Tokarczuk**  
Członek Zarządu

## Kompetencje Zarządu

Do zakresu działania Zarządu należą wszystkie czynności, które nie zostały zastrzeżone jako kompetencje innych organów w Kodeksie spółek handlowych, w Statucie Spółki oraz w regulaminach uchwalonych przez Walne Zgromadzenie i Radę Nadzorczą. Zadaniem Zarządu jest przede wszystkim prowadzenie spraw Spółki, w tym zwłaszcza kierowanie jej działalnością, obejmujące m.in. planowanie, organizowanie, motywowanie i kontrolowanie.

### Do obowiązków Zarządu należą ponadto:

- obsługa akcjonariuszy przez m.in. wydawanie odpisów wniosków na Walne Zgromadzenie, udostępnianie księgi protokołów i wydawanie odpisów uchwał podjętych przez Walne Zgromadzenie;
- obsługa Walnego Zgromadzenia przez m.in. zwoływanie zwyczajnych i nadzwyczajnych zgromadzeń, przygotowywanie dokumentów, informacji i wniosków w sprawach objętych porządkiem obrad, zapewnienie protokołowania obrad przez notariusza, prowadzenie oraz przechowywanie księgi protokołów i innych dokumentów;
- obsługa Rady Nadzorczej przez m.in. udostępnianie dokumentów, ksiąg i składników majątkowych oraz udzielanie wszelkich informacji i wyjaśnień koniecznych do wykonywania kontroli bieżącej, przedstawianie bilansu, rachunku zysku i strat wraz z wnioskami co do podziału zysku lub pokrycia straty oraz sprawozdań niezbędnych do badania działalności Spółki;
- składanie do Krajowego Rejestru Sądowego dokumentów i danych wymaganych przepisami prawa;
- składanie sprawozdań, deklaracji, informacji i wyjaśnień instytucjom publicznoprawnym (m.in. urzędowi statystycznemu, urzędowi

skarbowemu, zakładowi ubezpieczeń społecznych, KNF), GPW, instytucjom ubezpieczeniowym oraz innym uprawnionym do tego na mocy odrębnych przepisów;

- kontrola legalności, prawidłowości i rzetelności wszystkich operacji gospodarczych;
- ustalanie centrów przychodowych i kosztowych oraz nadzór nad wykonaniem budżetu przychodów i kosztów.



## System wynagrodzeń Członków Zarządu

Wynagrodzenie należne Członkom Zarządu ustalane jest przez Radę Nadzorczą TIM S.A.

W dniu 29 czerwca 2020 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie TIM S.A. uchwaliło „Politykę wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A.”. Polityka, o której mowa powyżej została zmieniona na mocy uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia TIM S.A. podjętej w dniu 23 października 2020 roku.

Rada Nadzorcza TIM S.A., ustalając zasady wynagradzania Członków Zarządu TIM S.A., kieruje się wytycznymi zawartymi w „Polityce wynagradzania Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A.”.

Zarząd TIM S.A. wynagradzany jest na podstawie umowy o pracę oraz uchwały o powołaniu. Dodatkowo Członkom Zarządu TIM S.A. przyznane jest prawo do premii. Podstawą wyliczenia i wypłaty premii jest Regulamin premiowania Członków Zarządu TIM SA w kadencji 2018-2020. Regulamin ten uzależnia wysokość premii od wzrostu EBITDA Grupy Kapitałowej TIM r/r.

Oprócz ww. składników wynagrodzenia Członkom Zarządu przysługuje prawo do objęcia akcji na zasadach opisanych w pkt. 7.3.2. powyżej.

Dodatkowo Rada Nadzorcza TIM S.A. przyznała Członkom Zarządu TIM S.A. prawo do wynagrodzenia motywacyjnego na zasadach określonych w Regulaminie pozapłatowego motywacyjnego systemu wynagradzania Członków Zarządu TIM S.A.

Pozapłatowy motywacyjny system wynagradzania polega na przyznaniu Członkom Zarządu TIM S.A. dodatkowego świadczenia w formie pieniężnej, zwanego dalej świadczeniem motywacyjnym, o wartości **30.000 zł**, na czas jednego roku kalendarzowego, które może być wykorzystane na zasadach określonych w ww. Regulaminie.

### W ramach świadczenia motywacyjnego mogą być finansowane wydatki na:

- a. wykupione dla Członka Zarządu polisy ubezpieczeniowe obejmujące ochronę życia wraz z funduszem inwestycyjnym;
- b. wykupione dla Członka Zarządu ubezpieczenie w ramach polisy grupowego ubezpieczenia zdrowotnego;
- c. wykupione przez Członka Zarządu polisy ubezpieczeniowe obejmujące ochronę życia wraz z funduszem inwestycyjnym;
- d. wykupione przez Członka Zarządu ubezpieczenie w ramach polisy grupowego ubezpieczenia zdrowotnego dla niego i członków jego rodziny;
- e. wykupione przez Członka Zarządu pakiety opieki medycznej w ramach indywidualnej lub rodzinnej opieki medycznej, w tym opieki stomatologicznej;
- f. dofinansowanie kształcenia się Członka Zarządu w ramach wykupionych przez niego kursów lub szkoleń, pomocy edukacyjnych w tym sprzętu komputerowego;
- g. wykupione przez Członka Zarządu wczasy, wycieczki w ramach wypoczynku indywidualnego Członka Zarządu lub wypoczynku Członka Zarządu wraz z rodziną;
- h. zakupione przez Członka Zarządu karnety członkowskie dla Członka Zarządu lub jego rodziny np. w klubie sportowym, salonie odnowy biologicznej, klubie fitness;

- i. zakupione przez Członka Zarządu karnety lub bilety wstępu na imprezy sportowo - kulturalne dla Członka Zarządu lub jego rodziny;
- j. inne dowolne dopuszczalne formy świadczeń motywacyjnych po akceptacji Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Podstawą do refinansowania poniesionych przez Członka Zarządu wydatków na świadczenia motywacyjne jest faktura lub rachunek wystawiony imiennie na Członka Zarządu lub członka rodziny Członka Zarządu.

Dodatkowo Członkowie Zarządu TIM S.A. mają prawo do korzystania z samochodu służbowego, komputera i telefonu służbowego, zgodnie z praktyką przyjętą w Spółce.



**Tabela 41. Łączne wynagrodzenie brutto Członków Zarządu TIM S.A. należne za 2019 i 2020 rok (dane w zł)**

Imię i nazwisko Członka Zarządu/ funkcja/stanowisko	Okres pełnienia funkcji w Zarządzie	Okres raportowy	Wynagrodzenie stałe	Wynagrodzenie zmienne - premia	Świadczenia pozapłatowe	Wynagrodzenie całkowite
<b>Krzysztof Folta</b> – Prezes Zarządu, Dyrektor Generalny	01.02.1999 – obecnie	01.01.2020 – 31.12.2020	600 000	600 000**	30 000	1 230 000
		01.01.2019 – 31.12.2019	600 000	600 000	30 000	1 230 000
<b>Piotr Nosal</b> – Członek Zarządu, Dyrektor Handlowy	01.04.2019 – obecnie	01.01.2020 – 31.12.2020	360 000	360 000**	30 000	750 000
		01.01.2019 – 31.12.2019	270 000*	270 000*	22 500*	562 500*
<b>Anna Słobodzian -Puła</b> – Członek Zarządu, Dyrektor ds. Organizacyjno Prawnych	24.01.2013 – 31.03.2019	01.01.2020 – 31.12.2020	-	-	-	-
		01.01.2019 – 31.12.2019	75 000*	75 000*	18 982*	168 982*
<b>Piotr Tokarczuk</b> – Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy	24.03.2017 – obecnie	01.01.2020 – 31.12.2020	420 000	420 000**	30 000	870 000
		01.01.2019 – 31.12.2019	420 000	420 000	30 000	870 000

\* Podane wynagrodzenie ograniczone zostało do okresu pełnienia funkcji Członka Zarządu.

\*\* Premia za rok 2020 wypłacona zostanie zgodnie z obowiązującym Regulaminem w 2021 roku.

**Tabela 42. Wynagrodzenia Członków Zarządu TIM S.A. z tytułu członkostwa w Radach Nadzorczych jednostek zależnych w 2020 roku (w tys. zł)**

	3LP S.A.	Rotopino.pl S.A.	Łącznie
Krzysztof Folta	10,0	15,0	<b>25,0</b>
Piotr Nosal	6,0	9,0	<b>15,0</b>
Piotr Tokarczuk	6,0	9,0	<b>15,0</b>
<b>Razem</b>	<b>22,0</b>	<b>33,0</b>	<b>55,0</b>

W TIM S.A. w 2020 roku nie występowały szczególne prawa do świadczeń wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze.

## Rada Nadzorcza

### Powoływanie Członków Rady Nadzorczej

#### Zgodnie ze Statutem TIM S.A.:

- Walne Zgromadzenie powołuje i odwołuje Przewodniczącego Rady Nadzorczej oraz jej Członków;
- Walne Zgromadzenie powołuje każdego Członka Rady Nadzorczej oddzielną uchwałą, określając jego kadencję;
- kadencja Członka Rady Nadzorczej trwa nie dłużej niż 5 lat;
- czas trwania kadencji członków Rady Nadzorczej, a także wynagrodzenie Przewodniczącego oraz Członków Rady Nadzorczej określają uchwały Walnego Zgromadzenia;
- mandat Członka Rady Nadzorczej wygasa:
  - najpóźniej z dniem odbycia walnego zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej,
  - wskutek śmierci,
  - wskutek odwołania,
  - wskutek złożonej rezygnacji;
- w przypadku wygaśnięcia mandatu Członka Rady Nadzorczej w trakcie trwania jego kadencji, powołanie nowego Członka Rady Nadzorczej następuje na okres kadencji Członka Rady Nadzorczej, którego mandat wygaś.

#### W okresie od 1 stycznia 2020 roku do 31 grudnia 2020 roku w skład Rady Nadzorczej TIM S.A. wchodził:



##### Krzysztof Wieczorkowski

Przewodniczący (mandat wygasa z dniem odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2022 rok),



##### Grzegorz Dzik

Członek (mandat wygasa z dniem odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2020 rok),



##### Krzysztof Kaczmarczyk

Członek niezależny (mandat wygasa z dniem odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2021 rok),



##### Andrzej Kusz

Członek (mandat wygasa z dniem odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2021 rok),



##### Leszek Mierzwa

Członek niezależny (mandat wygasa z dniem odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za 2020 rok).

### Kompetencje Rady Nadzorczej

Zgodnie z Kodeksem spółek handlowych oraz Statutem TIM S.A., Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.

#### Do szczególnych obowiązków Rady Nadzorczej należą:

- ocena sprawozdania zarządu z działalności spółki za ubiegły rok obrotowy w zakresie zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym,
- ocena sprawozdania finansowego spółki za ubiegły rok obrotowy w zakresie zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym,
- ocena sprawozdania z działalności grupy kapitałowej za ubiegły rok obrotowy w zakresie zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym,
- ocena skonsolidowanego sprawozdania finansowego grupy kapitałowej za ubiegły rok obrotowy w zakresie zgodności z księgami i dokumentami, jak i ze stanem faktycznym,
- ocena wniosków zarządu dotyczących podziału zysku albo pokrycia straty,
- składanie walnemu zgromadzeniu corocznego pisemnego sprawozdania z działalności rady nadzorczej,
- wybór biegłego rewidenta przeprowadzającego badanie sprawozdania finansowego spółki oraz badanie skonsolidowanego sprawozdania grupy kapitałowej TIM,
- powoływanie i odwoływanie członków zarządu oraz ustalenie ich wynagrodzeń,

- zawieszanie w czynnościach, z ważnych powodów, poszczególnych lub wszystkich członków zarządu,
- uchwalenie regulaminu prac rady nadzorczej,
- wyrażenie zgody na zaciągnięcie przez spółkę pożyczek i kredytów o łącznej wartości powyżej **20%** kapitałów własnych wykazanych w ostatnim opublikowanym sprawozdaniu finansowym spółki,
- wyrażenie zgody na utworzenie przez spółkę nowego przedsiębiorstwa,
- wyrażenie zgody na zawiązanie przez TIM SA nowej spółki lub przystąpienie do istniejącej spółki,
- wyrażenie zgody na nabycie lub zbycie przez spółkę środka trwałego, innego niż nieruchomości, o wartości księgowej netto powyżej **10%** kapitałów własnych wykazanych w ostatnim opublikowanym sprawozdaniu finansowym spółki,
- wyrażenie zgody na udzielenie przez spółkę osobom fizycznym lub prawnym, z wyjątkiem podmiotów wchodzących w skład grupy kapitałowej TIM pożyczki, poręczenia ( gwarancji spłaty zobowiązań),
- wyrażenie zgody na udzielenie przez spółkę podmiotom wchodzącym w skład Grupy Kapitałowej TIM pożyczki, poręczenia (gwarancji spłaty zobowiązań) o wartości powyżej **20%** kapitałów własnych wykazanych w ostatnim opublikowanym sprawozdaniu finansowym spółki,
- wyrażenie zgody na nabycie, zbycie nieruchomości, udziału w nieruchomości lub prawa wieczystego użytkowania gruntu o wartości księgowej powyżej **10%** kapitałów własnych wykazanych w ostatnim opublikowanym sprawozdaniu finansowym spółki,
- wyrażenie zgody na zawarcie przez spółkę istotnej transakcji z podmiotem powiązanym w zakresie wymaganym zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa dotyczącymi spółek publicznych,

- sporządzenie corocznego sprawozdania o wynagrodzeniach członków zarządu i rady nadzorczej w zakresie wymaganym zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa dotyczącymi spółek publicznych,
- wyrażenie zgody na rozwiązanie umowy o zakazie konkurencji po ustaniu zatrudnienia członka zarządu,
- inne sprawy powierzone do kompetencji rady nadzorczej przez bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa.

Rada Nadzorcza wykonuje swoje obowiązki kolegialnie, może jednak oddelegować swoich członków do samodzielnego pełnienia określonych czynności nadzorczych.

Rada Nadzorcza odbywa posiedzenia co najmniej trzy razy w roku obrotowym.

## Komitet Audytu

### W 2020 roku w skład Komitetu Audytu wchodził:



#### Krzysztof Kaczmarczyk – Przewodniczący

Spełnia ustawowe kryteria niezależności, posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości (absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, kierunek Finanse i Rachunkowość, finansista z wieloletnim doświadczeniem) oraz posiada wiedzę i umiejętności w zakresie branży, w której działa TIM S.A. (menadżer z wieloletnim stażem).



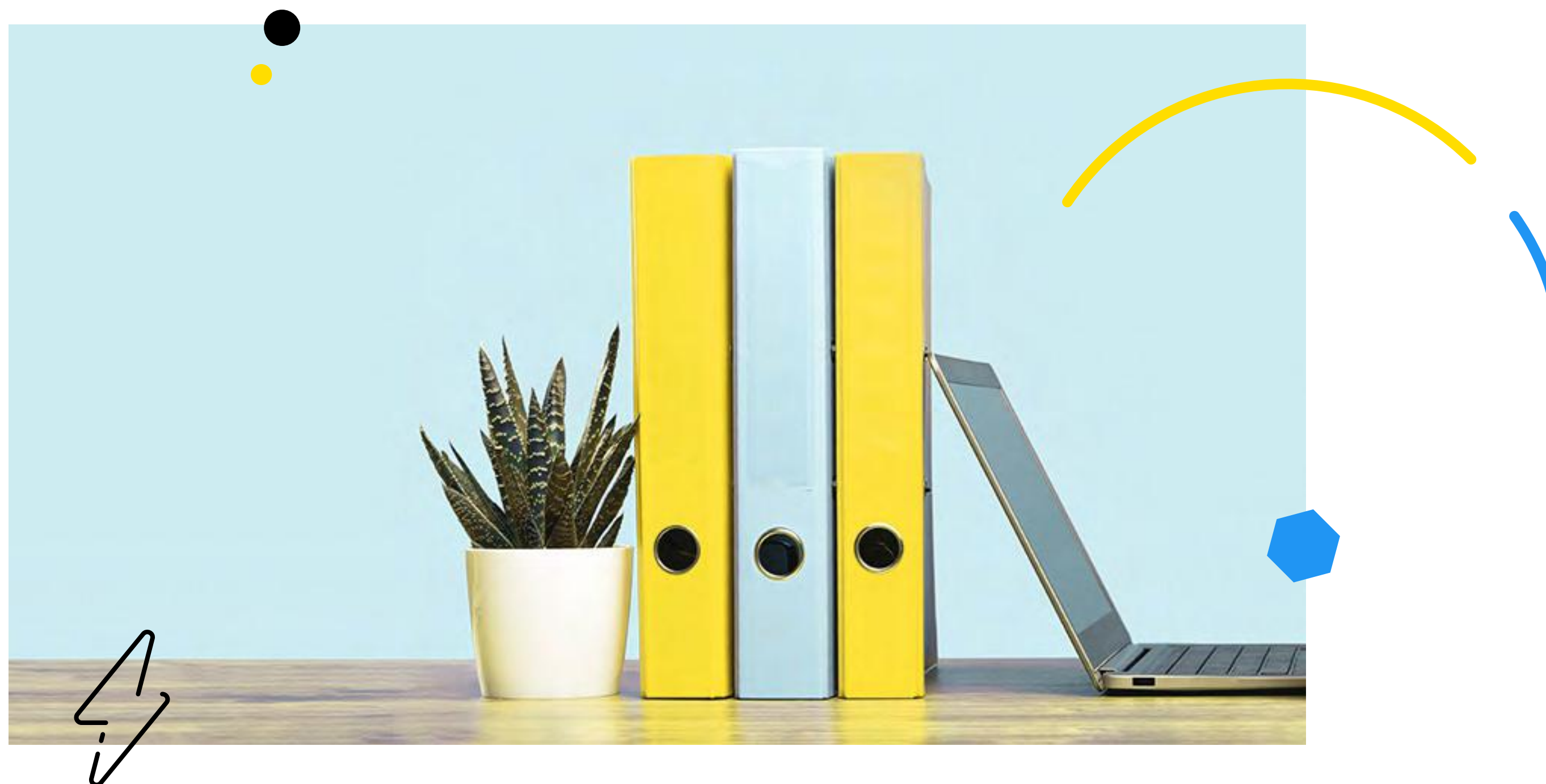
#### Andrzej Kusz – Członek

Nie spełnia ustawowych kryteriów niezależności, z uwagi na fakt pełnienia funkcji Członka Rady Nadzorczej TIM S.A. nieprzerwanie od 1998 roku, posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości (absolwent Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Wydział Planowania i Zarządzania w zakresie Finansów, finansista z wieloletnim doświadczeniem) oraz posiada wiedzę i umiejętności w zakresie branży, w której działa TIM S.A. (menadżer z wieloletnim stażem, Członek Rady Nadzorczej TIM S.A. od 1998 roku).



#### Leszek Mierzwa – Członek

Spełnia ustawowe kryteria niezależności, posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości (Dyplom z Rachunkowości i Finansów ACCA) oraz posiada wiedzę i umiejętności w zakresie branży, w której działa TIM S.A. (menadżer z wieloletnim stażem).



Powołany Komitet Audytu spełnia kryteria niezależności oraz pozostałe wymagania określone w art. 129 ust. 1 i 5 ustawy z 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym.

#### Zgodnie z Regulaminem Komitetu Audytu TIM S.A. do zadań Komitetu Audytu należy w szczególności:

- monitorowanie:
  - procesu sprawozdawczości finansowej;
  - skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarzą-

dzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym w zakresie sprawozdawczości finansowej;

- wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń Komisji Nadzoru Audytowego wynikających z kontroli przeprowadzonej w firmie audytorskiej;
- kontrolowanie i monitorowanie niezależności biegłego rewidenta i firmy audytorskiej, w szczególności w przypadku, gdy na rzecz Spółki świadczone są przez firmę audytorską inne usługi niż badanie;
- informowanie Rady Nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego Spółki o wynikach badania oraz wyjaśnianie, w jaki

sposób badanie to przyczyniło się do rzetelności sprawozdawczości finansowej w Spółce, a także jaka była rola Komitetu Audytu w procesie badania;

- dokonywanie oceny niezależności biegłego rewidenta oraz wyrażanie zgody na świadczenie przez niego dozwolonych usług niebędących badaniem w Spółce;
- opracowanie polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania;
- opracowanie polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem;
- określanie procedury wyboru firmy audytorskiej przez Spółkę;
- przedstawianie Radzie Nadzorczej lub innemu organowi nadzorczemu lub kontrolnemu, lub organowi, o którym mowa w art. 66 ust. 4 ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości, rekomendacji, o której mowa w art. 16 ust. 2 rozporządzenia nr 537/2014, zgodnie z politykami, o których mowa powyżej;
- przedkładanie zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności procesu sprawozdawczości finansowej w Spółce.

Komitet Audytu w 2020 roku odbył pięć posiedzeń.

W 2017 roku Komitet Audytu opracował *Politykę wyboru firmy audytorskiej* do przeprowadzania badania, *Politykę świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem* oraz *Procedurę wyboru firmy audytorskiej przez Spółkę*, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i dobrymi praktykami.

Polityki i procedura, o których mowa powyżej zostały następnie zaktualizowane w 2020 roku.

W powyższych dokumentach zostały określone wytyczne i zasady, którymi powinien kierować się Zarząd przeprowadzający procedurę wyboru firmy audytorskiej, Komitet Audytu przygotowując rekomendację oraz Rada Nadzorcza dokonując wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych TIM S.A. oraz Grupy Kapitałowej TIM, a także zawiera zapisy wskazujące sposób działania Spółki i Komitetu Audytu w przypadku, gdy istnieje konieczność wydania zgody na świadczenie usług dozwolonych, niebędących ustawowym badaniem sprawozdań.

Uwzględniają one wymogi przewidziane w Ustawie z 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Dz. U.z 2019 r, poz 1421), a także rodzaj i specyfikę działalności TIM S.A. i Grupy Kapitałowej TIM.

#### **Główne założenia Polityki wyboru firmy audytorskiej:**

- wyboru podmiotu uprawnionego do badania dokonuje Rada Nadzorcza Spółki, działając na podstawie rekomendacji Komitetu Audytu i po przeprowadzeniu postępowania ofertowego w przedmiocie wyboru firmy audytorskiej w oparciu o Procedurę wyboru firmy audytorskiej;
- wybór jest dokonywany z uwzględnieniem: zasad bezstronności i niezależności firmy audytorskiej oraz analizy prac wykonywanych przez nią w Spółce celem uniknięcia konfliktu interesów, zakazu świadczenia usług niebędących badaniem; wszelkich wniosków i ustaleń zawartych w rocznym sprawozdaniu z kontroli publikowanym

przez Komisję Nadzoru Audytowego, zasady, że Spółka może zaprosić dowolne firmy audytorskie do składania ofert w postępowaniu wyboru firmy audytorskiej pod warunkiem przestrzegania: maksymalnego okresu trwania zlecenia, braku wykluczenia firm małych posiadających mniej niż **15 %** całkowitego wynagrodzenia z tytułu badania jednostek interesu publicznego w poprzednim roku kalendarzowym, stosowania Procedury wyboru firmy audytorskiej;

- zawarcie i realizacja umów z firmą audytorską, dokonywane są zgodnie z obowiązującymi przepisami (m.in.: z uwzględnieniem zasady rotacji firmy audytorskiej oraz zawarciem pierwszej umowy z firmą audytorską na okres nie krótszy niż 2 lata z możliwością przedłużenia na kolejne, co najmniej dwuletnie okresy).

#### **Główne założenia Polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem:**

- biegły rewident lub audytor przeprowadzający badanie, jak również żaden z członków sieci, do której należy biegły rewident lub audytor nie świadczą na rzecz Spółki usług zabronionych;
- biegły rewident może świadczyć na rzecz Spółki i jej podmiotów powiązanych usługi dozwolone przepisami prawa, po uprzednim zatwierdzeniu tego zlecenia przez Komitet Audytu;
- Komitet Audytu na wniosek Zarządu o zgodę na świadczenie usług dozwolonych przez biegłego rewidenta dokonuje oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności audytora, ocenia czy usługi dozwolone nie są związane z polityką podatkową Spółki, ocenia czy usługi dozwolone nie mają wpływu na badane sprawozdanie finansowe, weryfikuje czy nie zostaną naruszone wymogi regulacyjne



w zakresie łącznej wysokości wynagrodzenia za świadczone usługi dozwolone;

- Komitet Audytu ocenia również dokumentację przygotowaną przez biegłego rewidenta w zakresie: spełnienia kryterium niezależności, dysponowania kompetentnymi pracownikami, czasem i zasobami umożliwiającymi odpowiednie przeprowadzenie badania, weryfikuje także czy osoba wyznaczona jako kluczowy biegły rewident posiada uprawnienia do przeprowadzenia badania.

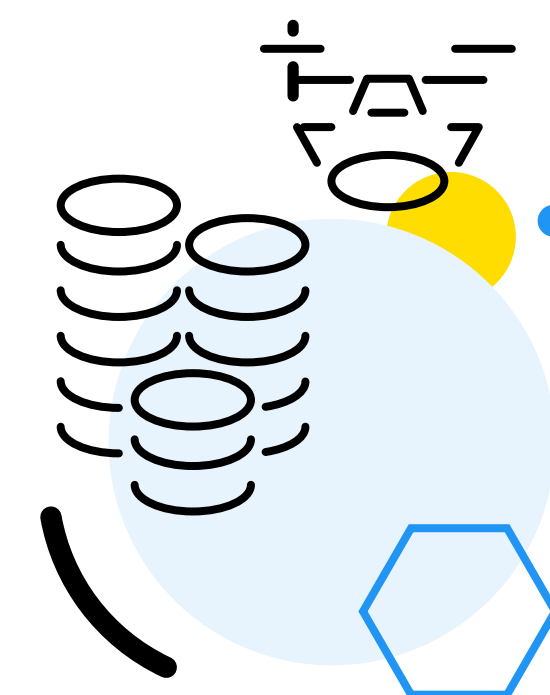
Rekomendacja dotycząca wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzenia badania sprawozdania finansowego TIM S.A. sporządzonego na 31 grudnia 2020 roku oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM sporządzonego na 31 grudnia 2020 roku spełniała warunki określone w ww. dokumentach. Wszelkie informacje na temat współpracy z firmą audytorską zawarte są w pkt. 8 Sprawozdania.

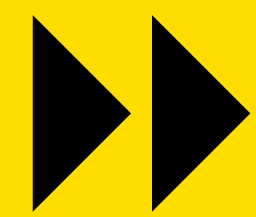
## Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej

Za 2020 rok Spółka wypłaciła Członkom Rady Nadzorczej TIM S.A. wynagrodzenie brutto w wysokości w sumie **292 tys. zł** wobec **157 tys. zł** w poprzednim roku.

Tabela 43. Wartość wynagrodzeń brutto należnych Członkom Rady Nadzorczej TIM S.A. za 2019 i 2020 rok (w zł)

Imię i nazwisko	Funkcja	Wynagrodzenie należne za 2019 rok			Wynagrodzenie należne za 2020 rok		
		Z tytułu powołania do Rady Nadzorczej	Z tytułu powołania do Komitetu Audytu	Łącznie	Z tytułu powołania do Rady Nadzorczej	Z tytułu powołania do Komitetu Audytu	Łącznie
Krzysztof Wieczorkowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej	30 000	-	30 000	60 000	-	60 000
Grzegorz Dzik	Członek Rady Nadzorczej	19 500	-	19 500	38 500	-	38 500
Krzysztof Kaczmarczyk	Członek Rady Nadzorczej/ Przewodniczący Komitetu Audytu	19 500	21 000	40 500	38 500	34 000	72 500
Andrzej Kusz	Członek Rady Nadzorczej/ Członek Komitetu Audytu	19 500	14 000	33 500	38 500	22 000	60 500
Leszek Mierzwa	Członek Rady Nadzorczej/ Członek Komitetu Audytu	19 500	14 000	33 500	38 500	22 000	60 500





# Pozostałe informacje

8.1. Oświadczenia Zarządu TIM S.A.

8.2. Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

## 8.1. Oświadczenia Zarządu TIM S.A.

### Prawdziwość i rzetelność sprawozdania

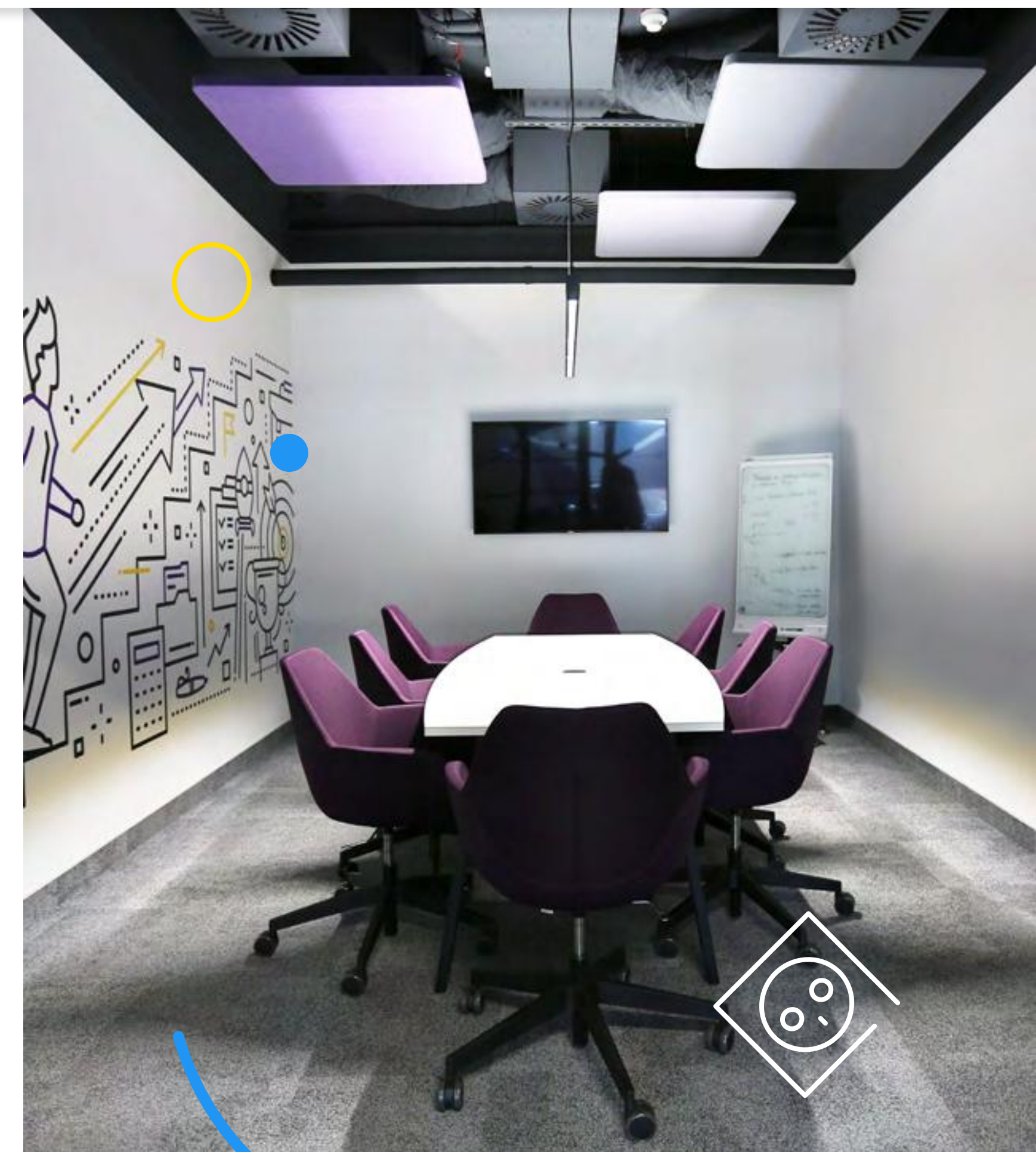
Zarząd TIM S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy Sprawozdanie finansowe TIM S.A. za 2020 rok oraz Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej TIM za 2020 rok – zawierające informacje finansowe za okres od 1 stycznia 2020 roku do 31 grudnia 2020 roku i porównywalny okres sprawozdawczy – zostały sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSR/MSSF) oraz związanymi z nimi interpretacjami ogłoszonymi w formie rozporządzeń wykonawczych Komisji Europejskiej, a także obowiązującymi zasadami rachunkowości. Ponadto odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową TIM S.A. i Grupy Kapitałowej TIM oraz ich wynik finansowy.

Zarząd TIM S.A. oświadcza też, że Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej TIM za 2020 rok, zawierające Sprawozdanie Zarządu z działalności TIM S.A. za 2020 rok, zawiera prawdziwy obraz rozwoju, osiągnięć oraz sytuacji (w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka) TIM S.A. i Grupy Kapitałowej TIM.

### Bezstronność i niezależność podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Zarząd TIM S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, prowadzący badanie Sprawozdania finansowego TIM S.A. za 2020 rok i Skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM za 2020 rok, został wybrany zgodnie z przepisami prawa, w tym dotyczącymi wyboru i procedury wyboru firmy audytorskiej, jak również, że:

- a.** firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badanie spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznego sprawozdania finansowego zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej;
- b.** są przestrzegane obowiązujące przepisy w związku z rotacją firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta oraz obowiązującymi okresami karencji;
- c.** TIM S.A. posiada politykę w zakresie wyboru firmy audytorskiej oraz politykę w zakresie świadczenia na rzecz TIM S.A. przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci dodatkowych usług niebędących badaniem, w tym usług warunkowo zwolnionych z zakazu świadczenia przez firmę audytorską.



## 8.2. Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych

17 kwietnia 2020 roku Rada Nadzorcza TIM S.A. zgodnie z rekomendacją Komitetu Audytu sporządzoną zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa wybrała firmę Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa z siedzibą w Poznaniu, wpisaną na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych, prowadzoną przez Krajową Izbę Biegłych Rewidentów pod nr 4055, jako podmiot uprawniony do badania Sprawozdania finansowego TIM S.A. za 2020 i 2021 rok oraz Skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM za 2020 i 2021 rok (przedłużenie dotychczasowej umowy z audytorem).

Rada Nadzorcza wybrała również ww. firmę do dokonania przeglądu jednostkowego sprawozdania finansowego TIM S.A. sporządzonego na dzień 30 czerwca 2020 roku i 30 czerwca 2021 roku oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej

TIM sporządzonego na dzień 30 czerwca 2020 roku i 30 czerwca 2021 roku (przedłużenie dotychczasowej umowy z audytorem). Umowa zlecająca firmie audytorskiej zakres usług, o których mowa powyżej, zawarta została przez TIM S.A. 1 lipca 2020 roku.



W dniu 31 marca 2021 roku zawarty został aneks nr 1 do umowy z dnia 1 lipca 2020 roku zawartej pomiędzy TIM S.A. a firmą Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa, na mocy którego audytor, po dokonaniu oceny niezależności ww. firmy audytorskiej, rekomendacji Komitetu Audytu TIM S.A. i za zgodą Rady Nadzorczej TIM S.A., świadczył będzie na rzecz TIM S.A. dozwolone usługi niebędące ustawowym badaniem, tj. przeprowadzi ocenę sprawozdania o wynagrodzeniach Członków Zarządu i Rady Nadzorczej TIM S.A. sporządzonego za lata 2019 – 2020 oraz za rok 2021.

W latach 2016 - 2019 TIM S.A. korzystał z usług firmy Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w zakresie badania jednostkowego sprawozdania finansowego TIM S.A. sporządzonego za rok 2016, 2017, 2018 i 2019 oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM za rok 2016, 2017, 2018 i 2019. Ponadto firma Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa przeprowadzała przegląd jednostkowego sprawozdania finansowego TIM S.A. sporządzonego na dzień 30 czerwca 2016 roku, 30 czerwca 2017 roku, 30 czerwca 2018 roku, 30 czerwca 2019 roku oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM sporządzonego na dzień 30 czerwca 2016 roku, 30 czerwca 2017 roku, 30 czerwca 2018 roku, jak również na dzień 30 czerwca 2019 roku.

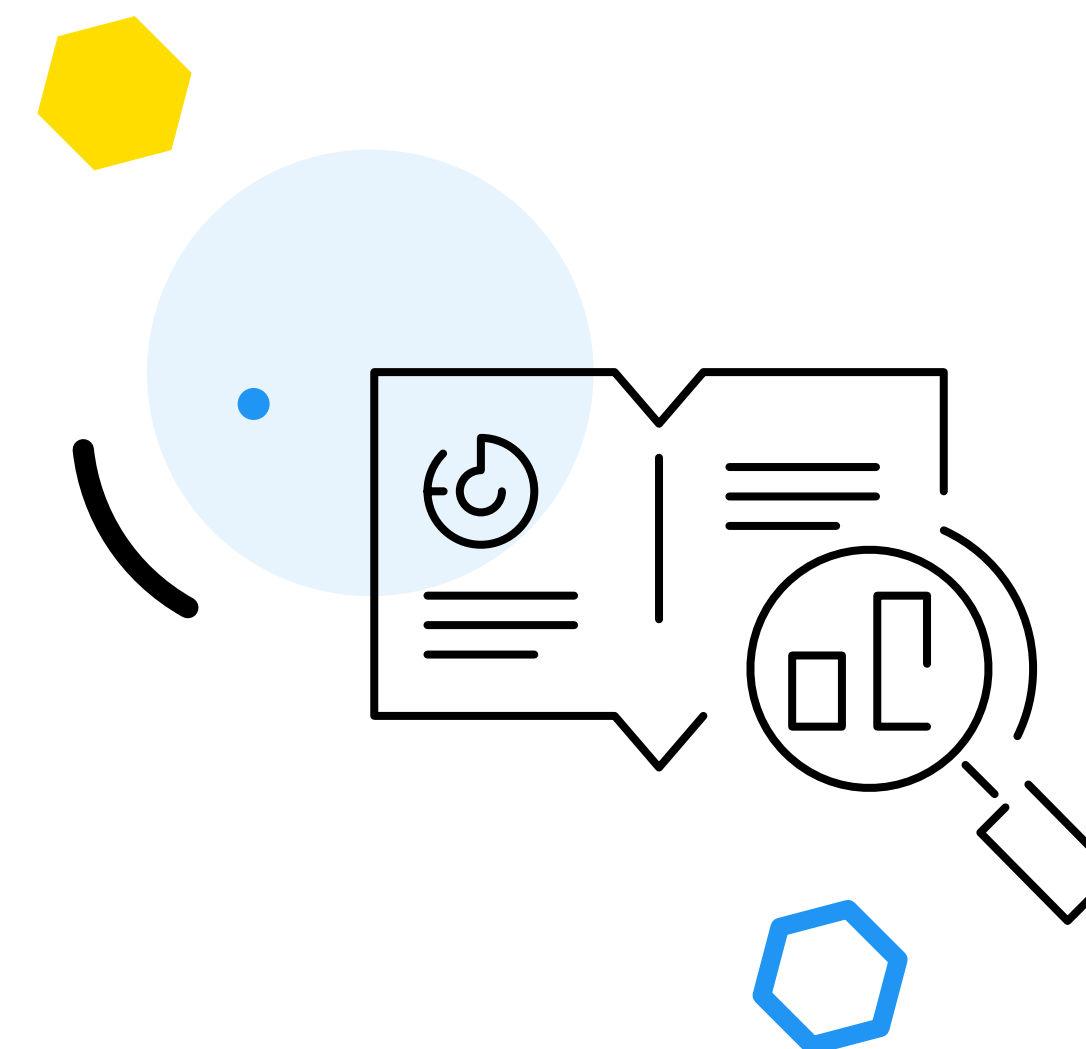
W 2018, 2019 i 2020 roku firma Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa świadczyła na rzecz TIM S.A. dozwolone usługi niebędące ustawowym badaniem – przeprowadziła badanie sprawozdania finansowego TIM S.A. na dzień 30 czerwca 2018 roku, na dzień 30 czerwca 2019 roku oraz

na dzień 30 czerwca 2020 roku. W związku z powyższym dokonano oceny niezależności ww. firmy audytorskiej oraz po rekomendacji Komitetu Audytu w ww. sprawie Rada Nadzorcza TIM S.A. wyraziła zgodę na świadczenie ww. usług.

Wcześniej TIM S.A. współpracował z firmą powiązaną z Grant Thornton Polska Sp. z o.o. sp. k., tj. z Grant Thornton Frąckowiak sp. z o.o. sp.k. w zakresie usług doradczych. Ponadto firma Grant Thornton Frąckowiak Sp. z o.o. sp.k. badała jednostkowe sprawozdanie finansowe TIM S.A. sporządzone za 2015 rok oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej TIM za 2015 rok, jak również przeprowadzała przegląd jednostkowego sprawozdania finansowego TIM S.A. sporządzonego na dzień 30 czerwca 2015 roku oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej TIM sporządzonego na dzień 30 czerwca 2015 roku.

**Tabela 44. Wynagrodzenie biegłego rewidenta (w tys. zł)**

	2019	2020
Badanie sprawozdania finansowego TIM S.A. i Grupy Kapitałowej TIM	64,3	61
Inne usługi poświadczające, w tym badanie półrocznego sprawozdania finansowego	25,6	40
Usługi doradztwa podatkowego	-	-
Pozostałe usługi	-	-
<b>Razem</b>	<b>89,9</b>	<b>101</b>



# Wykaz wykresów i tabel

## Wykaz wykresów

Wykres.1. Wskaźnik PKB	13
Wykres.2. Kurs złotego względem euro i dolara amerykańskiego	14
Wykres.3. Cena miedzi (w dolarach za tonę)	14
Wykres.4. Źródła kreacji wyniku netto Grupy Kapitałowej TIM w 2020 roku (w tys. zł)	21
Wykres.5. Koszty operacyjne Grupy Kapitałowej TIM w układzie rodzajowym (w tys. zł) - z wyłączeniem wartości sprzedanych materiałów i towarów	23
Wykres.6. Źródła kreacji zysku netto TIM S.A. w 2020 roku (w tys. zł)	25
Wykres.7. Koszty operacyjne TIM S.A. w układzie rodzajowym (w tys. zł) – bez wartości sprzedanych materiałów i towarów	26
Wykres.8. Aktywa Grupy Kapitałowej TIM (w tys. zł)	27
Wykres.9. Pasywa Grupy Kapitałowej TIM (w tys. zł)	28
Wykres.10. Aktywa TIM S.A. (w tys. zł)	29
Wykres.11. Pasywa TIM S.A. (w tys. zł)	30
Wykres.12. Przepływy pieniężne Grupy TIM w 2020 roku (w tys. zł)	31
Wykres.13. Przepływy pieniężne TIM S.A. w 2020 roku (w tys. zł)	32
Wykres.14. Sprzedaż unikalnych pozycji asortymentowych w kolejnych miesiącach	40
Wykres.15. Przychody ze sprzedaży w trakcie tygodnia.	41
Wykres.16. Wartość sprzedaży poszczególnych elementów instalacji fotowoltaicznych	42
Wykres.17. Wartość sprzedaży fotowoltaiki w poszczególnych kwartałach roku.	43
Wykres.18. Liczba klientów kluczowych TIM S.A.	45
Wykres.19. Liczba klientów lojalnych TIM S.A.	46
Wykres.20. Sprzedaż TIM S.A. w ujęciu kwartalnym (w%)	47
Wykres.21. Sprzedaż TIM S.A. w podziale na kanały sprzedaży (w %)	47
Wykres.22. Platforma TIM.pl – liczba użytkowników i sesji w latach 2018-2020	49

Wykres.23. Notowania akcji TIM S.A. w 2020 roku (30.12.2019=100%)	54
Wykres.24. Wartość brutto sprzedaży dóbr w Polsce, 2017-2026 (w mld zł)	60
Wykres.25. Największe podmioty w polskim e-commerce	62
Wykres.26. Struktura akcjonariatu (na 31.12.2020 roku)	137

## Wykaz tabel

Tabela.1. Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej TIM	9
Tabela.2. Wybrane dane finansowe TIM S.A.	10
Tabela.3. Podstawowe elementy rachunku wyników Grupy Kapitałowej TIM (w tys. zł)	20
Tabela.4. Przychody Grupy Kapitałowej TIM w podziale na segmenty (w tys. zł)	21
Tabela.5. Koszty operacyjne Grupy Kapitałowej TIM w układzie rodzajowym (w tys. zł)	22
Tabela.6. Podstawowe elementy rachunku wyników TIM S.A. (w tys. zł)	24
Tabela.7. Koszty operacyjne TIM S.A. w układzie rodzajowym (w tys. zł)	26
Tabela.8. Wskaźniki rentowności Grupy Kapitałowej TIM	32
Tabela.9. Wskaźniki płynności i zadłużenia Grupy Kapitałowej TIM	33
Tabela.10. Wskaźniki rotacji majątku Grupy Kapitałowej TIM	33
Tabela.11. Wskaźniki rentowności TIM S.A.	34
Tabela.12. Wskaźniki płynności i zadłużenia TIM S.A.	34
Tabela.13. Wskaźniki rotacji majątku TIM S.A.	34
Tabela.14. Przychody ze sprzedaży towarów w TIM S.A. według grup asortymentowych	41
Tabela.15. Przychody ze sprzedaży TIM S.A. w podziale na województwa	44

Tabela.16.	Przychody ze sprzedaży TIM S.A. w podziale na segmenty klientów .....	45	Tabela.39.	Wykaz akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu TIM S.A. (na 31 grudnia 2020 roku) .....	137
Tabela.17.	Udział dostawców w zakupach całkowitych TIM S.A .....	77	Tabela.40.	Wykaz stanu posiadania akcji TIM S.A. przez osoby zarządzające i nadzorujące (na 31 grudnia 2020 roku) .....	138
Tabela.18.	Udział klientów w sprzedaży całkowitej TIM S.A. ....	77	Tabela.41.	Łączne wynagrodzenie brutto Członków Zarządu TIM S.A. należne za 2019 i 2020 rok. ....	144
Tabela.19.	Metody dialogu i komunikacji z interesariuszami .....	95	Tabela.42.	Wynagrodzenia Członków Zarządu TIM S.A. z tytułu członkostwa w Radach Nadzorczych jednostek zależnych w 2020 roku (w tys. zł) .....	144
Tabela.20.	Ryzyka biznesowe .....	97	Tabela.43.	Wartość wynagrodzeń brutto należnych Członkom Rady Nadzorczej TIM S.A. za 2019 i 2020 rok (w zł) .....	149
Tabela.21.	Liczba nowych pracowników zatrudnionych na umowę o pracę przez Grupę Kapitałową TIM* .....	104	Tabela.44.	Wynagrodzenie biegłego rewidenta (w tys. zł) .....	153
Tabela.22.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na płeć .....	105			
Tabela.23.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na rodzaj zatrudnienia .....	105			
Tabela.24.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na wymiar godzin .....	105			
Tabela.25.	Działania edukacyjne w 2020 roku .....	107			
Tabela.26.	Szkolenia i wsparcie edukacji pracowników w 2020 roku .....	107			
Tabela.27.	Liczba odejść w ciągu 2020 roku osób zatrudnionych na umowę o pracę* .....	108			
Tabela.28.	Wskaźnik rotacji w 2020 roku dla wszystkich pracowników zatrudnionych na umowę o pracę* .....	108			
Tabela.29.	Wskaźnik rotacji w 2020 roku dla pracowników zatrudnionych na umowę o pracę, w podziale na wiek oraz płeć* .....	108			
Tabela.30.	Wybrane benefity oferowane pracownikom TIM S.A. i 3LP S.A.* .....	109			
Tabela.31.	Liczba wypadków w TIM S.A. oraz 3LP S.A. ....	110			
Tabela.32.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na staż pracy* .....	113			
Tabela.33.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale na wiek zatrudnionych .....	114			
Tabela.34.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na strukturę zatrudnienia w całej Grupie Kapitałowej TIM .....	114			
Tabela.35.	Zatrudnienie kobiet i mężczyzn na umowę o pracę w podziale ze względu na strukturę zatrudnienia w TIM S.A. ....	114			
Tabela.36.	Przypadki dyskryminacji .....	115			
Tabela.37.	Zużycie energii przez spółki Grupy Kapitałowej TIM .....	120			
Tabela.38.	Ilość odpadów wygenerowanych w 2020 roku [tony] .....	121			





# Podpisy

**Krzysztof Folta**  
Prezes Zarządu

**Piotr Nosal**  
Członek Zarządu

**Piotr Tokarczuk**  
Członek Zarządu



# Słownik terminów

**Aparatura elektryczna** – produkty używane do rozdziału, sterowania i zabezpieczania urządzeń w instalacji elektrycznej.

**Artykuły (materiały) elektrotechniczne** – produkty używane do wytwarzania, przetwarzania (przekształcania), przesyłania, rozdziału, magazynowania i użytkowania energii elektrycznej.

**Centrum logistyczne** – strategicznie zlokalizowana struktura gospodarcza specjalizująca się w magazynowaniu i przepływie towarów.

**Ceny transferowe** – ceny nakładane przez spółkę na dobra, usługi i własności niematerialne i prawne dla spółek zależnych lub innych podmiotów powiązanych.

**E-commerce** – handel elektroniczny wykorzystujący nowoczesne technologie, odbywający się za pośrednictwem sieci Internet (sklepy internetowe); obejmuje zarówno handel detaliczny, jak i hurtowy.

**Hybrydowy model sprzedaży (wg Grupy Kapitałowej TIM)** – łączy kompetencje handlowców z wygodą i dostępnością platform internetowych. Daje dostęp do fachowych porad oraz informacji o produktach na niespotykaną w modelu tradycyjnym skalę.

**Instalator** – podmiot/osoba, która wykonuje instalacje elektryczne.

**Interesariusz (inaczej: grupy interesu; ang. stakeholders)** – grupy bądź osoby zainteresowane działalnością przedsiębiorstwa i wysuwające wobec niego żądania. Pojęcie obejmuje zarówno podmioty dostarczające przedsiębiorstwu zasobów tej firmy, podmioty ponoszące ryzyko, jak i wpływające na poziom tego ryzyka, podmioty pozostające w przymusowym lub dobrowolnym związku z przedsiębiorstwem itp. (za Forum Odpowiedzialnego Biznesu).

**Kabel (elektryczny)** – zespół (wyrób) składający się z jednej lub kilku żył mających (lub nie) indywidualne pokrycie (izolacje, ekrany), z warstwy ochronnej (lub nie) na skręconych żyłach (izolacja rdzeniowa) oraz (lub nie) z osłon ochronnych. Pojęcie to według polskiej terminologii obejmuje wszystkie rodzaje kabli oraz przewodów izolowanych i nieizolowanych. W elektroenergetyce przyjmuje się, że kabel jest przewodem do zastosowań zewnętrznych (np. kabel ziemny, napowietrzny) i często posiada czarną powłokę (YKY), w odróżnieniu od białej powłoki przewodów wewnętrznych (np. YDY); Do wykonania instalacji elektrycznych wewnątrz budynków stosuje się przewody izolowane do układania na stałe, zwane przewodami instalacyjnymi. Te najpowszechniej stosowane są produkowane na napięcia znamionowe 300/300 V, 300/500 V, 450/750 V, 600/1000 V i mają żyły miedziane lub aluminiowe o przekrojach w zakresie 0,5-300 mm<sup>2</sup>.

**Klient kluczowy (wg Grupy Kapitałowej TIM)** – klient, który w co najmniej jednym miesiącu w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy dokonał zakupów za co najmniej 1 500 zł.

**Klient lojalny (wg Grupy Kapitałowej TIM)** – klient, który dokonał zakupów w co najmniej sześciu z dwunastu ostatnich miesięcy.

**Marketplace** – platforma e-commerce udostępniająca wielu przedsiębiorcom/markom pełną infrastrukturę do prowadzenia sprzedaży, zaś klientom umożliwiającą w jednym miejscu dostęp do produktów sprzedawanych przez wielu przedsiębiorców.

**Mój Prąd** – organizowany przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej program wspierający rozwój segmentu mikroinstalacji fotowoltaicznych (PV). Celem programu jest zwiększenie produkcji energii elektrycznej z mikroinstalacji fotowoltaicznych na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Beneficjentami są osoby fizyczne wytwarzające energię elektryczną na własne potrzeby, które mają zawartą umowę kompleksową regulującą kwestie związane z wprowadzeniem do sieci energii elektrycznej wytworzonej w mikroinstalacji. Dofinansowanie w formie dotacji może wynieść do 50% kosztów kwalifikowanych mikroinstalacji wchodzącej w skład przedsięwzięcia, jednak nie więcej niż 5 000 zł na jedno przedsięwzięcie. Budżet programu ma wynieść do 1,1 mld zł.

**Omnichannel** – podejście do sprzedaży multikanałowej, polegające na zapewnieniu spójnego doświadczenia zakupowego klientowi bez względu na to, w którym kanale lub kanałach wchodzi w interakcję ze sprzedawcą.



**Osprzęt elektroinstalacyjny** – zestaw elementów o różnej konstrukcji przeznaczony do mocowania, łączenia i ochrony (osłony) przewodów instalacji elektrycznej. W szerszym rozumieniu także elementy, które pozwalają na wykonywanie połączeń odbiorników małej mocy, np. gniazda wtykowe, gniazda antenowe, wtyczki, panele sterujące, czujniki (ruchu, czadu, dymu), regulatory oświetlenia czy przyciski dzwonek, łączniki światła.

**Osprzęt odgromowy** – zespół elementów (produktów) służący do zamontowania na budynku i wykorzystywanych do redukcji szkód fizycznych powodowanych wyładowaniami piorunowymi w obiekt.

**Osprzęt siłowy** – elementy instalacji 3-fazowej o różnej konstrukcji, zależnej od sposobu układania przewodów instalacji elektrycznej, przeznaczony do mocowania, łączenia i ochrony (osłony) tych przewodów.

**Produkcja budowlano-montażowa** – roboty budowlano-montażowe obejmujące działalność polegającą na wznoszeniu budynków i budowli wraz z robotami montażowymi, instalacyjnymi i wykończeniowymi.

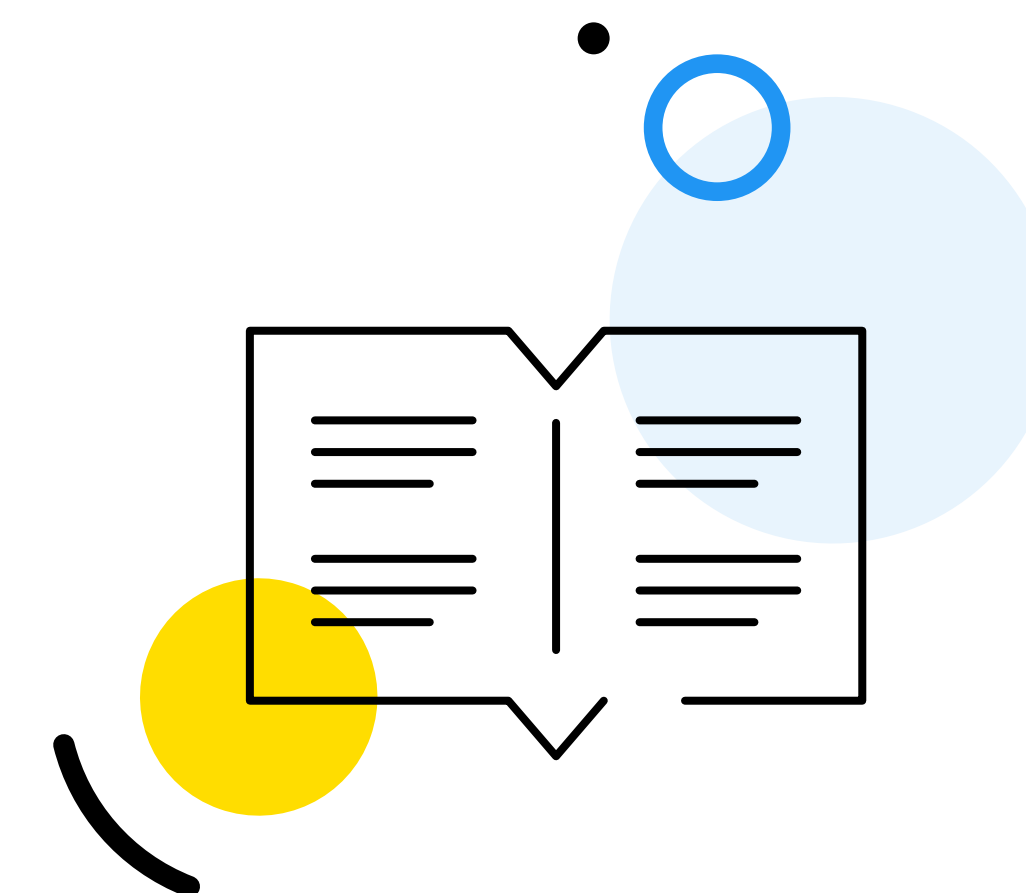
**Przewód (elektryczny)** – patrz: kabel (elektryczny).

**Reseller** – pośrednik w sprzedaży, podmiot dokonujący zakupu towarów w celu ich dalszej odsprzedaży.

**Sprzedaż multikanalowa** – współistnienie więcej niż jednego kanału sprzedaży. W przypadku Grupy Kapitałowej TIM funkcjonują dwa kanały: e-commerce (sklepy internetowe, w tym platforma TIM.pl) oraz tradycyjny (biura handlowe, oddział, agenci sprzedaży).

**Unikalny indeks magazynowy** – kod magazynowy przypisany do grupy identycznych towarów.

**Zautomatyzowany outsourcing logistyki** – świadczenie usług w zakresie nowoczesnych rozwiązań logistycznych. Umożliwia klientom automatyzację procesu magazynowania towarów.





**TIM SA**

ul. Jaworska 13  
53-612 Wrocław  
tel. 801 500 700, 71 73 28 600  
[www.tim.pl](http://www.tim.pl) →  
[www.timsa.pl](http://www.timsa.pl) →

**Komunikacja korporacyjna i CSR**

[odpowiedzialny.biznes@tim.pl](mailto:odpowiedzialny.biznes@tim.pl)

**Relacje inwestorskie**

[ri@tim.pl](mailto:ri@tim.pl)  
[www.timsa.pl/relacje-inwestorskie](http://www.timsa.pl/relacje-inwestorskie) →

