

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

UNIMOT podejmuje działania w odpowiedzi na zmiany w otoczeniu społecznym, środowiskowym i regulacyjnym oraz odpowiedzialnie zarządza swoim wpływem.

Zrównoważony rozwój Grupy UNIMOT opiera się na zarządzaniu w obszarach ESG.

Ustanowiliśmy jasne cele i zasady ich mierzenia.

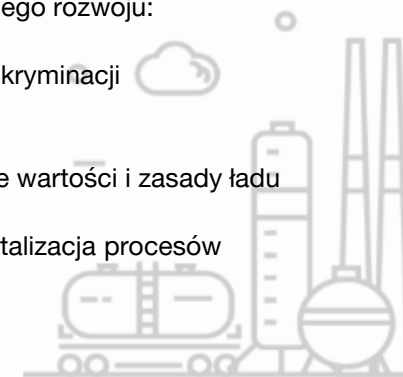


Zrównoważone inwestycje i nowe rozwiązania wspierające transformację energetyczną Grupy UNIMOT i jej interesariuszy

Człowiek w centrum uwagi

- Elastyczność w inwestowaniu i akwizycjach w odpowiedzi na zmiany rynkowe
- Budowa nowych zielonych mocy wytwórczych (np. farm wiatrowych, instalacji fotowoltaicznych, biometanowni, magazynów energii)
- Dywersyfikacja oferty skoncentrowana na zwiększaniu udziału zielonych produktów i usług (np. sprzedaż HVO, zwiększenie udziału biopaliw, zwiększenie udziału w rynku realizacji instalacji OZE oraz sprzedaży komponentów)
- Działalność badawczo-rozwojowa (w zakresie magazynowania energii, rynku ciepła, CCS)
- Techniczne przystosowanie baz paliw do jednoczesnego obrotu niskoemisyjnymi biokomponentami
- Dekarbonizacja transportu - eksploatacja niskoemisyjnych lokomotyw własnych, ładowarki EV na stacjach AVIA
- Usługi doradcze i ESCO oraz elektroinstalacyjne
- Rozwój działalności w obszarze energetyki obywatelskiej (spółdzielnie i klastry energetyczne)

- Wsparcie społeczeństwa w dążeniu do zrównoważonego rozwoju:
 - oferowanie produktów niskoemisyjnych
 - realizacja działań sprzyjających włączeniu i braku dyskryminacji
 - działania na rzecz społeczności lokalnych
- Transparentny dialog z otoczeniem
- Kultura organizacyjna budowana w oparciu o wspólne wartości i zasady ładu korporacyjnego
- Bezpieczeństwo danych, rozwój infrastruktury IT, digitalizacja procesów



ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

Zobowiązania ESG znajdują się w całej Strategii Grupy UNIMOT kompleksowo i spójnie regulując nasze podejście do zrównoważonego rozwoju, określając kierunki działań i cele dotyczące ochrony środowiska i klimatu, troski o społeczeństwo oraz dbałość o najwyższe standardy ładu korporacyjnego.

Środowisko (E)

Kierunki

ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura

ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego

Cele:

- Neutralność klimatyczna i adaptacja do zmian klimatu
- Wsparcie walki z niską emisją
- Transformacja obszaru paliw i transportu
- Zwiększenie aktywności na rynku OZE
- Inwestowanie i akwizycje w odpowiedzi na zmiany rynkowe
- Wsparcie bioróżnorodności i ekosystemów
- Osiągnięcie pozycji największego niezależnego sprzedawcy gazu ziemnego w Polsce
- Wzmocnienie gospodarki o obiegu zamkniętym

Społeczeństwo (S)

Kierunki

ESG #1 Pracownicy jako kluczowa wartość firmy

ESG #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe

ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi

Cele:

- Organizacja wolna od dyskryminacji, prowadząca działania z zakresu włączenia, różnorodności, etyki na rzecz pracowników, klientów i społeczności lokalnych
- Dążenie do wyeliminowania luki płacowej między kobietami a mężczyznami
- Kultura organizacyjna budowana w oparciu o wspólne wartości oraz work-life balance
- Bezpieczne i ergonomiczne środowisko pracy wspierające rozwój pracowników
- Wsparcie klientów w dążeniu do zrównoważonego rozwoju poprzez wprowadzanie produktów i usług nisko- i zeroemisyjnych w aspekcie GHG
- Zapewnienie transparentnych mechanizmów współpracy z partnerami i dostawcami
- Prowadzenie dialogu społecznego i polityki dobrego sąsiada

Ład korporacyjny (G)

Kierunki

ESG #1 Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy

ESG #2 Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej

ESG #3 Kultura etyczna i poszanowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości

Cele:

- Cele zarządcze powiązane z ESG
- Wiarygodne i transparentne relacje z akcjonariuszami
- Szczelny system ochrony danych, wzmocnienie odporności na zagrożenia płynące z cyberprzestrzeni
- Zapewnienie funkcjonowania systemów, w tym: zarządzania zgodnością, zarządzania ryzykiem, kontroli wewnętrznej, informowania o nadużyciach

NASZE AMBICJE

Mamy świadomość rosnącego zapotrzebowania na energię. Wykorzystując potencjał Grupy UNIMOT chcemy pracować nad zaspokojeniem popytu dziś oraz odgrywać znaczącą rolę w budowie systemu energetycznego przyszłości.

Jesteśmy w pełni świadomi zachodzących zmian. Bierzemy aktywny udział w transformacji energetycznej.

Podążamy za innowacjami. Inwestujemy i rozszerzamy naszą ofertę, ponieważ chcemy zapewnić naszym klientom dostęp do nowoczesnych niskoemisyjnych produktów energetycznych.

Chcemy kształtować rynek i wywierać pozytywny wpływ na środowisko, lokalne społeczności oraz naszych pracowników.

Naszą ambicją jest odpowiedzialny i zrównoważony rozwój i zwiększanie udziału w rynku, a w konsekwencji wzrost wartości Grupy dla wszystkich jej interesariuszy.

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – ZAŁOŻENIA

Grupa UNIMOT ma ambicję, aby aktywnie dekarbonizować swoją działalność i wspierać partnerów biznesowych w transformacji energetycznej. Grupa zakłada podejmowanie działań, które będą odpowiedzią na wyzwania związane z dynamicznie zmieniającym się otoczeniem rynkowym. Transformacja oparta będzie o stabilne fundamenty finansowe.

Strategia Grupy UNIMOT na lata 2024-2028 obejmuje działania dwutorowe:

- **Utrzymywanie efektywności działalności w obszarach** paliw, tradingu oraz logistyki wraz ze stopniowym poszerzaniem portfolio produktowego oraz dywersyfikacją portfela klientów w stronę paliw i energii o niższej emisyjności.
- **Realizację inwestycji w nowe kierunki rozwoju**, w tym w obszarach elektroenergetyki i ciepłownictwa, w celu dywersyfikacji źródeł przychodów.

Utrzymanie pozycji niezależnego lidera w zakresie importu oraz dystrybucji paliw płynnych pozwoli na finansowanie budowy zdywersyfikowanego portfela inwestycyjnego.

W horyzoncie strategii, UNIMOT zmniejszy swój ślad węglowy przez wykorzystanie energii z OZE, inwestycje w źródła oraz modernizację aktywów.

ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura

ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego

ESG #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe

ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi

ESG #1 Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy

ESG #2 Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA KIERUNKI INWESTYCYJNE

TERAZ

Główne obszary działalności



ON, BENZYNA

Wsparcie głównych obszarów działalności
(RED III, Fit for 55)



BIOPALIWA



LPG



GAZ ZIEMNY

W PRZYSZŁOŚCI

Odnawialne źródła energii



FOTOWOLTAIKA



ZIELONY PRĄD I CIEPŁO



BIOMETAN


TRANSFER ŚRODKÓW



TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – SCENARIUSZ ROZWOJU

Strategia transformacji energetycznej Grupy została przygotowana jako odrębny dokument wewnętrzny przy wsparciu firmy doradczej Deloitte.

Zwiększanie efektywności



Kluczowe obszary:

- Import i sprzedaż hurtowa paliw konwencjonalnych
- Integracja i rozwój aktywów magazynowych i logistycznych
- Rozwój sieci AVIA
- Rozwój produkcji asfaltów

Rozwój działalności



Transformacja obszaru paliw i transportu

- Rozwój działalności w obszarach biopaliw
- Zwiększanie elastyczności aktywów logistycznych
- Dodatkowo: budowa stacji ładowania EV



Rozwój obszaru obrotu energią

- Rozszerzenie portfolio produktów
- Rozwój działalności w obszarze klastrów energii
- Rozszerzenie portfolio usług bilansowania



Zwiększenie aktywności na rynku OZE

- Budowa/aktywizacja źródeł OZE
- Dodatkowo: prace B+R w obszarze magazynów energii

Poszukiwanie innowacji



Rozszerzenie łańcuchów wartości

- Usługi doradcze i ESCO
- Budowa oferty usług elektroinstalacyjnych



Przygotowanie do wejścia na rynek ciepła

- Kontynuacja projektu jednostki w Czechowicach-Dziedzicach
- Aktywne uczestnictwo w transformacji rynku ciepłowniczego.

Udział alokowanych środków:

30-40%

Udział alokowanych środków:

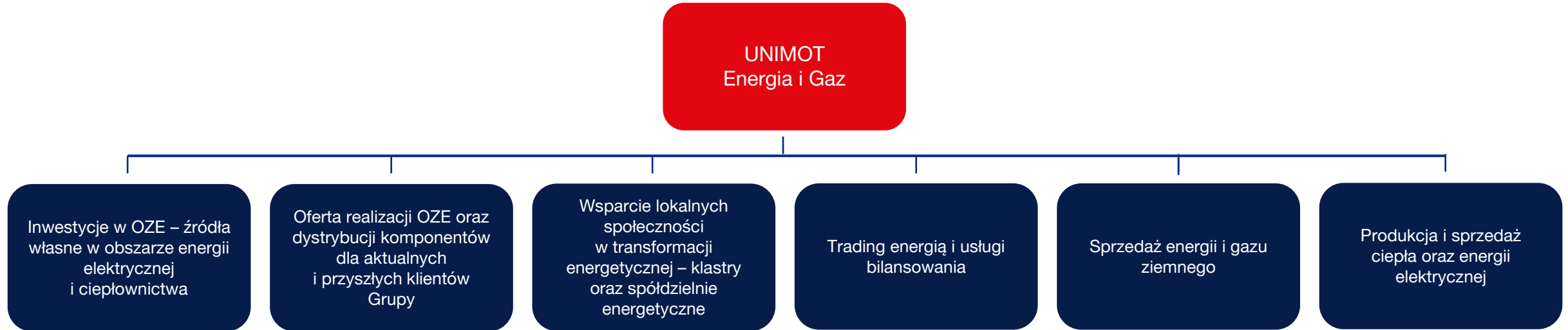
40-50%

Udział alokowanych środków:

10-20%

W celu optymalizacji efektów, wszystkie działania podejmowane przez podmioty z Grupy analizowane są pod kątem możliwości osiągnięcia synergii.

ZMIANY ORGANIZACYJNE



- Wyodrębnienie jednego podmiotu odpowiedzialnego za realizację celów w obszarze transformacji energetycznej.
- Zapewnienie przez Grupę odpowiedniego poziomu wsparcia na realizację zadań inwestycyjnych w obszarze transformacji.

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – POTENCJALNE OBSZARY ROZWOJU



Rozwój działalności w obszarze produkcji biopaliw (wytwarzanie biokomponentów)



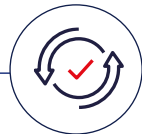
Produkcja biopaliw gazowych



Inwestycje w PV



Rozwój działalności w obszarze energetyki obywatelskiej



Rozszerzenie usług bilansowania – usługi DSR oraz VPP



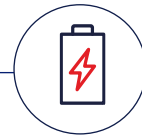
Inwestycje w farmy wiatrowe



CCS



Rozszerzenie portfolio produktów energetycznych



Magazyny energii

- Inwestycje w źródła własne wsparciem w rozwoju oferty oraz transformacji energetycznej Grupy UNIMOT.
- Wykorzystanie doświadczeń na rynku ciepłowniczym oraz społeczności energetycznych – RCEkoenergia i klaster energetyczny w Żywcu.
- Deklaracja inwestycji na minimalnym poziomie 50% zysku netto w transformację energetyczną na przestrzeni 5 lat, co przełoży się na inwestycje na poziomie 700 mln zł do 2028 r.
- Zeroemisyjność do 2050 r.

SEGMENTY



ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura
ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego
ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi
ESG #1 Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy
ESG #2 Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej



Paliwa i biopaliwa



Paliwa stałe



Marketing



Stacje paliw AVIA oraz AVIA Card



Gaz ziemny



HR



LPG



Energia elektryczna



IT/Finanse



Infrastruktura i logistyka



Fotowoltaika



Bitumeny



Ciepłownictwo

PALIWA I BIOPALIWA



ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura
ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego
ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi

CEL: Dalsza dywersyfikacja produktowa i wzrost udziału produktów wysokomarżowych

Rozszerzenie działalności w zakresie sprzedaży paliw bunkrowych lekkich i ciężkich

Rozwój działalności w zakresie oferowania paliw bunkrowych w oparciu o bazy własne w Gdańsku i Szczecinie.

Zaoferowanie pełnego serwisu bunkrowego dla statków wpływających do wszystkich polskich portów.

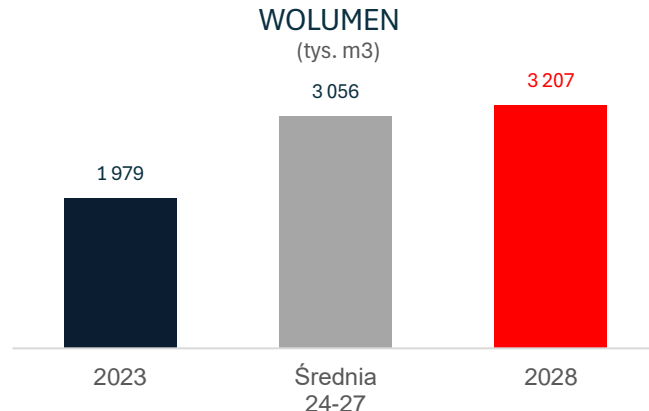
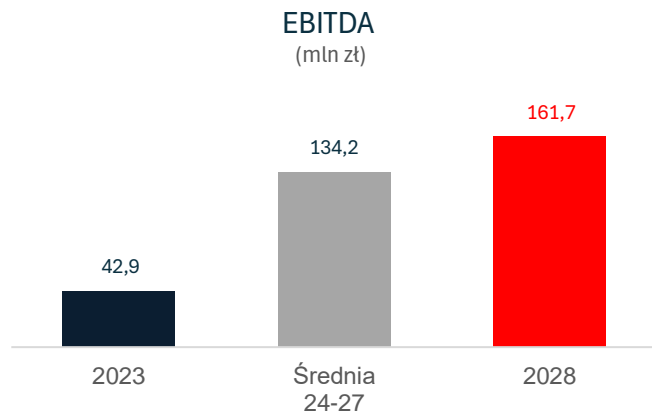
Obniżenie emisyjności prowadzonej działalności oraz stworzenie działu handlowego oferującego paliwa o obniżonej emisyjności

Zaoferowanie odbiorcom możliwości zakupu paliw o obniżonej emisyjności przy wsparciu wysoko wykwalifikowanego zespołu. Jednym z podstawowych zadań zespołu będzie doradztwo w zakresie obniżenia emisyjności prowadzonej działalności gospodarczej poprzez zastosowanie alternatywnych paliw.

Ekspansja sprzedaży i dostaw paliw na sąsiednie rynki

Zdywersyfikowanie sprzedaży paliw w oparciu o nowe kanały logistyczne umożliwiające sprzedaż w nowych kierunkach oraz wzmacnianie pozycję rynkową spółki w Polsce i w krajach sąsiadujących.

PALIWA I BIOPALIWA



Założenia strategii

- Utrzymujące się stabilne zapotrzebowanie na paliwa płynne
- Utrzymywanie się luki importowej – niedoboru produkcji krajowej w stosunku do konsumpcji

Szanse

- Spadek konsumpcji paliw w Niemczech
- Napływ konkurencyjnych cenowo paliw z tego kierunku, jak i z nowo otwartych rafinerii na Bliskim Wschodzie

Zagrożenia

- Polityka cenowa Orlen
- Spadek konsumpcji paliw
- Zawierania właścicielskie wokół Rafinerii Schwedt

Wprowadzenie serwisu bunkrowego w polskich portach i zagospodarowanie w ciągu 5-7 lat do 50% rynku paliw szacowanego na 1 mln ton rocznie.

Osiągnięcie w ciągu kolejnych 5 lat 30% wzrostu udziału paliw zawierających zaawansowane biopaliwa II i III generacji poprzez:

- stworzenie ukierunkowanego na paliwa niskoemisyjne profesjonalnego działu handlowego,
- zwiększenie udziału blendingu i zastosowanie biopaliw II generacji,
- zoptymalizowanie synergii Grupy poprzez stworzenie "pakietów niskoemisyjnych" obniżających emisje klientów Grupy.

Zwiększenie w ciągu 5 lat do 20% udziału sprzedaży paliw na rynkach sąsiadujących (poza Ukrainą) poprzez:

- ekspansję i dywersyfikację logistyczną na rynki sąsiadujące,
- obniżenie kosztów zakupu poprzez zwiększenie pojedynczych ładunków,
- wykorzystanie synergii w Grupie z Olavion i działem LPG - wspólna łączona oferta.



STACJE PALIW AVIA I AVIA CARD



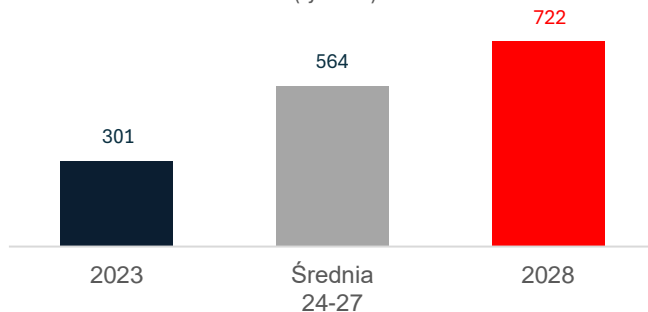
ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura
ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego
ESG #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe

CEL: Podwojenie wolumenu sprzedaży paliw oraz wyniku sprzedaży pozapaliwowej

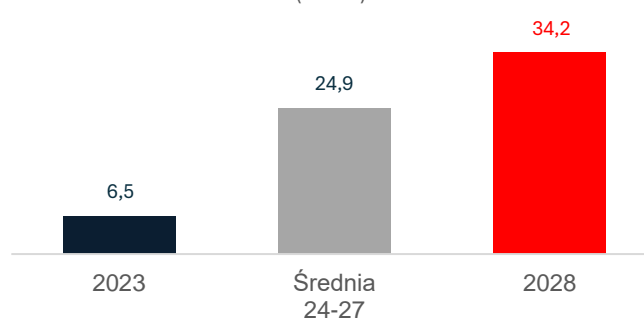
Rozwój sieci	Karta flotowa	Sprzedaż pozapaliwowa	Sieć własna
<p>AVIA Truck – koncept wysoko wolumenowych stacji na kluczowych węzłach komunikacyjnych w kraju.</p> <p>Wymiana systemu kasowego franczyzobiorców oraz nowa aplikacja dla klientów AVIA GO.</p>	<p>Poszerzenie oferty AVIA Truck.</p> <p>Wprowadzenie nowych funkcjonalności do karty AVIA: płatności przy dystrybutorze (Spark), karta debetowa, opłaty drogowe, parkingi, myjnie, zwrot VAT.</p> <p>Rozwój oferty międzynarodowej – akceptacja w innych wybranych krajach z siecią AVIA, uwzględnienie kluczowych hubów w Europie Zachodniej i Południowej.</p> <p>„Cross-akceptacja” z wybranymi małymi i dużymi partnerami w Polsce i za granicą (AVIA).</p>	<p>Poszerzenie oferty pozapaliwowej dla partnerów franczyzowych.</p> <p>Standaryzacja modelu supermarket + bistro, wdrożenie konceptu na stacjach CODO i DOFO.</p> <p>Kasy samoobsługowe w wybranych top obiektach.</p> <p>Oferty promocyjne w aplikacji AVIA GO.</p>	<p>Poprawa efektywności stacji własnych.</p> <p>Utrzymanie wysokich standardów operacyjnych.</p> <p>Dalsze ograniczanie kosztów zużycia energii – efektywność operacyjna, kontrakty z UNIMOT Energia i Gaz, inwestycje w fotowoltaikę oraz sieć stacji ładowania EV.</p> <p>Dostosowanie obiektów do potrzeb klientów wrażliwych.</p>

STACJE PALIW AVIA I AVIA CARD

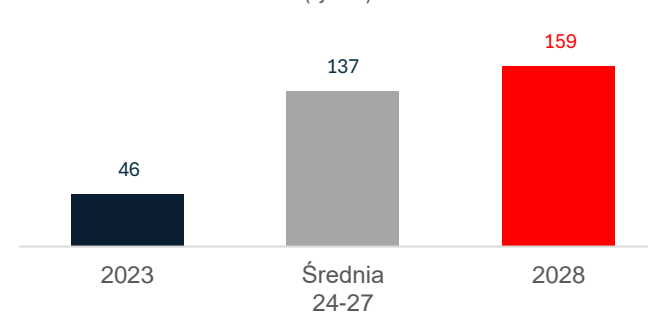
WOLUMEN - AVIA
(tys. m3)



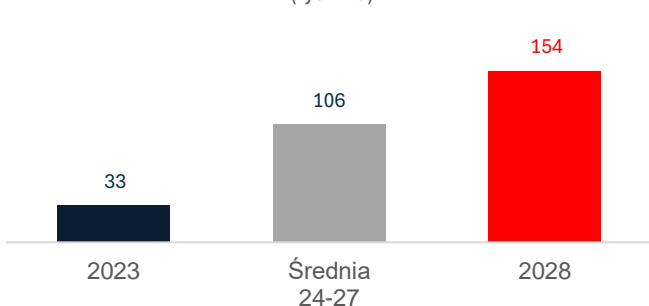
EBITDA - AVIA
(mln zł)



Dochodowość EBITDA na stację
(tys. zł)



WOLUMEN - AVIA Card
(tys. m3)



Wzrost EBITDA przez rozwój konceptu AVIA Truck oraz wzrost efektywności

Koncentracja na zwiększeniu wolumenów paliw przez rozwój bazy klientów i sieci zewnętrznych punktów akceptujących kartę flotową AVIA Card

Wzrost średniej dochodowości na stację poprzez:

- rozwój floty,
- wzrost dochodów pozapaliwowych,
- optymalizację kosztów prowadzenia stacji CODO,
- poszerzenie oferty DOFO.

Założenia strategii

- Wzrost przychodów przez rozbudowę sieci stacji
- Wzrost efektywności sprzedaży na stacje

Szanse

- Utrzymująca się duża przestrzeń do konsolidacji rynku niezależnych stacji paliw

Zagrożenia

- Wejście nowego gracza, który skonsoliduje rynek stacji paliw
- Spadek marżowości przy jednoczesnym wzroście kosztów prowadzenia stacji



LPG



ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego
ESG #2 Zarządzanie ryzykiem i system
kontroli wewnętrznej

CEL: Zwiększenie udziału w rynku poprzez dywersyfikację logistyki, źródeł zakupu i rynków zbytu

Nowe kierunki dostaw LPG
i dywersyfikacja
infrastruktury logistycznej

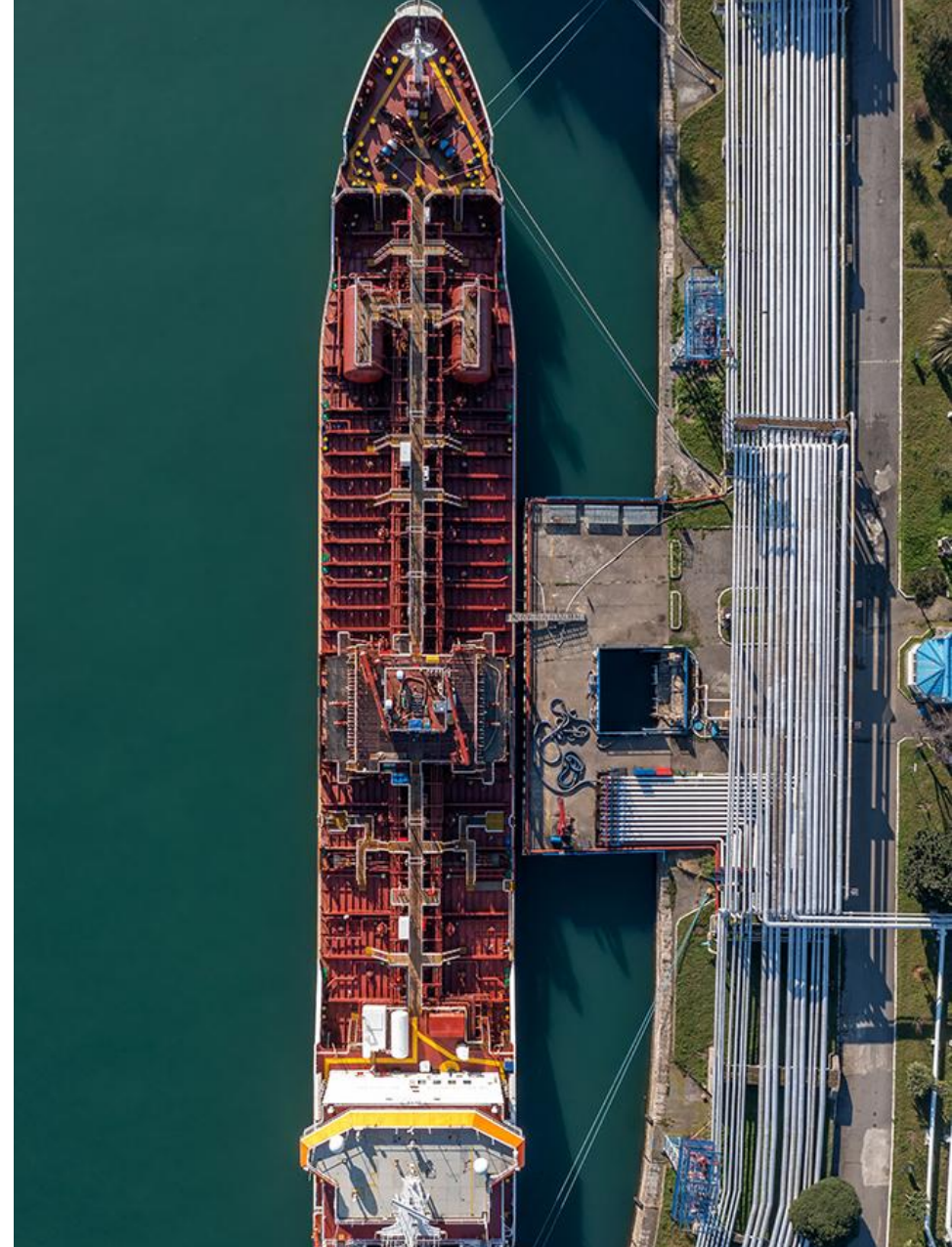
Otwarcie nowych rynków
zbytu i poszerzenie bazy
klientów

Dywersyfikacja EBITDA

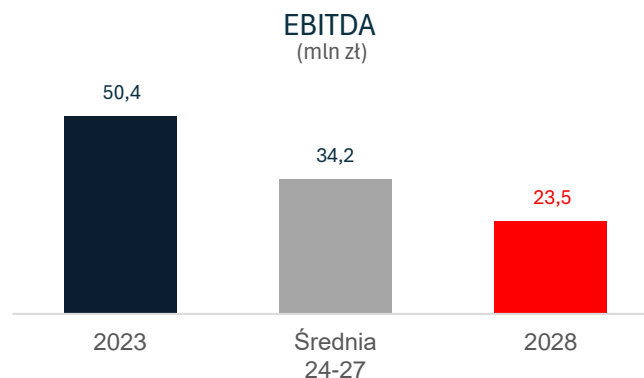
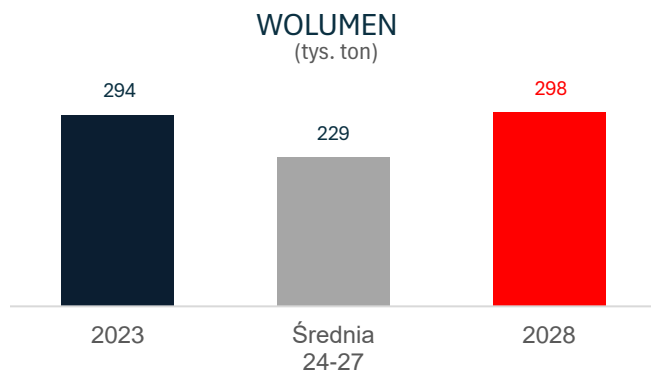
Zabezpieczenie dostaw
LPG, poprzez budowę
nowego kanału
logistycznego
umożliwiającego zakupy
LPG z alternatywnych
kierunków.

Wejście na sąsiadujące rynki
zbytu poprzez wykorzystanie
nowych kanałów
logistycznych oraz
pozyskanie nowych
klientów.

Wzrost wyniku EBITDA
generowanego na rynkach
sąsiadujących.



LPG



Założenia strategii

- Wprowadzenie sankcji na rosyjski LPG w grudniu 2024
- Utrzymanie się konsumpcji LPG na dotychczasowym poziomie

Szanse

- Pozyskanie alternatywnych kanałów logistycznych i uzyskanie dzięki nim znaczących przewag konkurencyjnych

Zagrożenia

- Spadek konsumpcji gazu spowodowany jego wysokimi cenami
- Ograniczenia logistyczne
- Wycofanie sankcji na LPG

W ciągu 5 lat EBITDA segmentu LPG w **20%** będzie uzyskiwana na rynkach sąsiadujących.

Rozpoczęcie sprzedaży LPG na sąsiadujących rynkach przy wykorzystaniu pozyskanej infrastruktury i logistyki.

Zbudowanie i zabezpieczenie alternatywnych kierunków dostaw gazu po wprowadzeniu sankcji na rosyjskie LPG.

Zabezpieczenie łańcucha logistycznego tj. terminali, pojemności magazynowych, wagonów i autocystern.



INFRASTRUKTURA I LOGISTYKA – TERMINALE

CEL: Otwarcie rynkowe – wzrost skali działalności



ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura
ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego
ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi

Poszerzenie oferty usługowej

Poszerzenie oferty o usługi wysokomarżowe i odpowiadające indywidualnym potrzebom klientów, takich jak blending szerokiej gamy biokomponentów oraz produkcja paliw z dodatkami specjalnymi, usługa biletowa.

Efektywność finansowa na poziomie EBITDA

Maksymalizacja wyniku EBITDA przy uwzględnieniu uwarunkowań zewnętrznych.

Wartość EBITDA w ostatnim roku prognozy na poziomie min. 38 mln zł

Zwiększenie obrotów poprzez wprowadzenie łączonej oferty

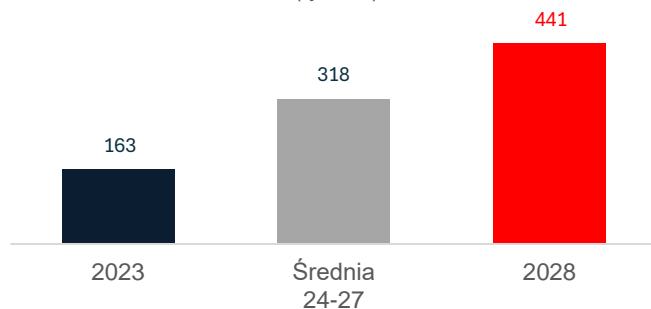
Wprowadzenie oferty łączonej z przewozem paliw, dzięki której możliwa będzie szybsza rotacja i zwiększenie przeładunków (Olavion).

Rozwój i dywersyfikacja usług

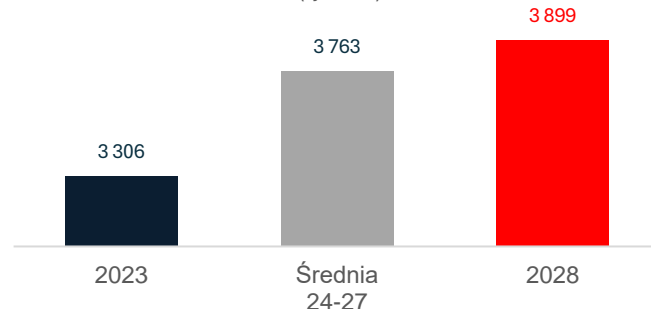
Budowa morskiego terminala przeładunkowego oferującego wyspecjalizowane przeładunki morskie produktów płynnych w Gdańsku.

INFRASTRUKTURA I LOGISTYKA – TERMINALE

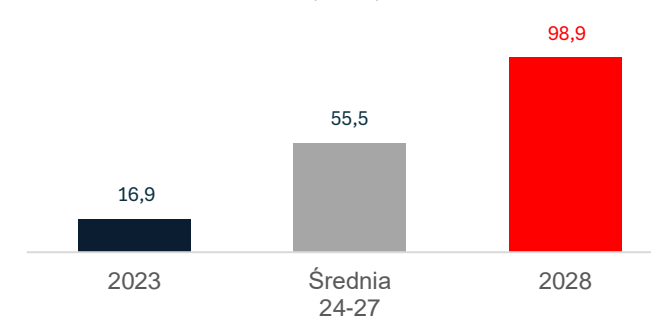
WOLUMEN – magazynowanie
(tys. m³)



WOLUMEN - przeladunek
(tys. m³)



EBITDA
(mln zł)



Osiągnięcie w ciągu kolejnych 5 lat **20%** wzrostu udziału przeladunku paliw zawierających zaawansowane biopaliwa II i III generacji poprzez:

- techniczne dostosowanie zbiorników do obsługi różnych rodzajów biokomponentów,
- dywersyfikację portfela klientów,
- ukierunkowanie oferty na paliwa niskoemisyjne.

Założenia strategii

- Utrzymujący się wzrost konsumpcji paliw generujący potrzeby magazynowe zarówno obrotowe, jak i pod magazynowanie zapasu obowiązkowego

Wzrost EBITDA w ciągu 3 lat do poziomu **48 mln zł** poprzez:

- optymalizację kosztową związaną z poprawą efektywności oraz wzrostem skali działalności
- wprowadzenie nowych produktów i poszerzenie oferty usług.

Szanse

- Wzrost zapotrzebowania na usługi blendowania i magazynowania
- Możliwość rozwoju i dywersyfikacji przeladunku produktów płynnych w oparciu o nowe inwestycje w Gdańsku

Zagrożenia

- Spadek konsumpcji paliw spowodowany ich wysoką ceną



INFRASTRUKTURA I LOGISTYKA – KOLEJ

CEL: Wzrost skali działalności – podwojenie przewożonego wolumenu w stosunku do roku 2023



ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura

ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego

Zabezpieczenie przewozów Grupy i dalsza dywersyfikacja działalności

Zabezpieczenie potrzeb przewozowych i dalsza dywersyfikacja klientów – minimalny udział klientów spoza Grupy UNIMOT na poziomie 50% wolumenu.

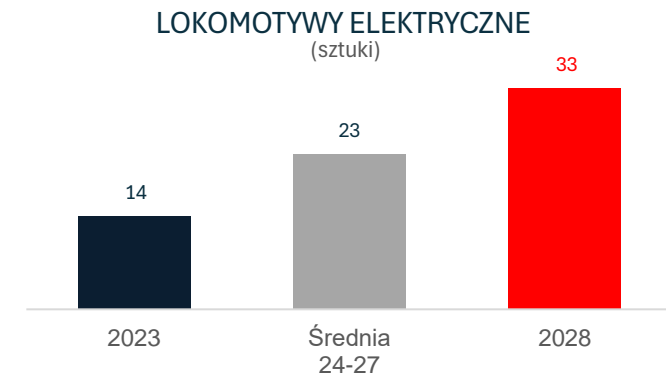
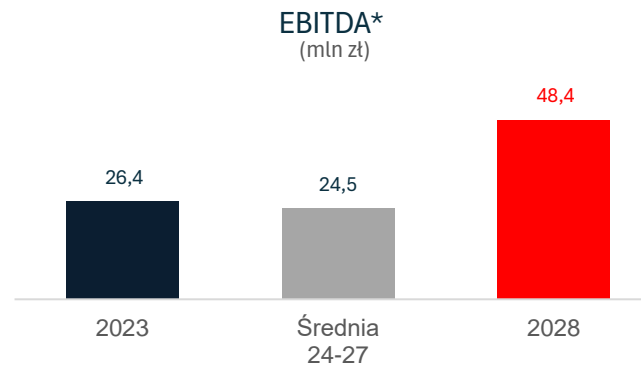
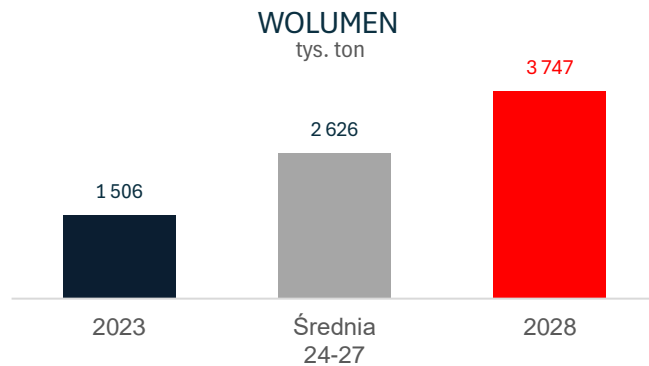
Efektywność finansowa na poziomie EBITDA

Maksymalizacja wyniku EBITDA przy uwzględnieniu uwarunkowań rynkowych. Wartość EBITDA w ostatnim roku prognozy na poziomie 48 mln zł.

Eksploatacja nowoczesnych, niskoemisyjnych lokomotyw

Inwestycje we własny, nowoczesny tabor – docelowo eksploatacja nowoczesnych lokomotyw, w tym 20 lokomotyw własnych.

INFRASTRUKTURA I LOGISTYKA – KOLEJ



Wzrost wielkości przewożonych towarów -> **3,7 mln ton**, w tym min. **1,8 mln ton** dla klientów zewnętrznych

Wzrost EBITDA do poziomu **48 mln zł**.

Założenia strategii

- Stabilne ceny energii
- Utrzymanie tendencji wzrostowej rynku przewozów
- Pozyskanie zakupionych lokomotyw

Szanse

- Wejście na rynek przewozów CO2
- Zmniejszanie udziału liderów rynku
- Możliwość wejścia na rynki zagraniczne

Inwestycje w nowoczesny, niskoemisyjny i własny park taborowy – zwiększenie liczby lokomotyw elektrycznych (**33 lokomotywy elektryczne**, w tym **20 własnych**).

Zagrożenia

- Niekontrolowany wzrost cen energii, który może przełożyć się na kondycję branży i spadek konkurencyjności względem przewozów drogowych

* Wg Ustawy o Rachunkowości



BITUMENY

CEL: Zwiększenie wolumenów i maksymalizacja zysku

Realizacja umowy BSA
w pełnym gwarantowanym
zakresie

Dywersyfikacja
źródeł dostaw

Zwiększenie udziału
tradingu

Zwiększenie możliwości
produkcyjno-
magazynowych w celu
powiększenia udziału
w rynku

Otwarcie nowych rynków
zbytu i poszerzenie bazy
klientów

Planowanie odbiorów
i maksymalizacja
sprzedaży.

Umowy z klientami (stałe
ceny, umowy ramowe,
sprzedaż SPOT).

Dostępność cystern
kolejowych.

Optymalizacja procesu
sprzedaży w oparciu
o współpracę z wieloma
dostawcami.

Podpisane kontrakty
zakupowe (zakup produktu
oraz surowca).

Pozyskanie klientów
akceptujących dostawy
produktu z tradingu.

Optymalizacja receptur
w zakresie produkcji.

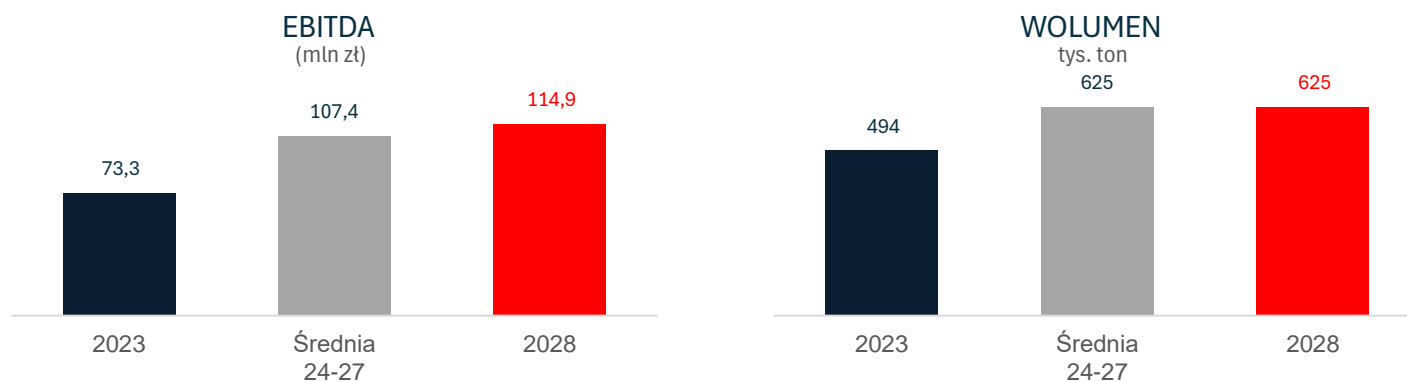
Efektywne wykorzystanie
dotychczasowych
pojemności
magazynowych.

Inwestycje – rozbudowa
bazy magazynowej.

Analiza możliwości
zwiększenia sprzedaży.

Monitorowanie rynku
ukraińskiego i działań
konkurencji – współpraca
z klientami (pośrednikami)
oraz wykorzystanie szans
rynkowych.

BITUMENY



Założenia strategii

- Utrzymujący się wysoki poziom konsumpcji bitumenów
- Realizacja założonych planów budowy dróg w kolejnych latach

Szanse

- Możliwość zwiększenia marżowości poprzez zakupy z importu, optymalizację kosztów transportów oraz „swapy” produktowe
- Zakończenie wojny w Ukrainie

Zagrożenia

- Spadek konsumpcji bitumenów, kryzys finansowy

Odbiory BSA na poziomie min. 95%/rok.

100% realizacji kontraktów z dostawcami zewnętrznymi.

Kontynuacja współpracy z Shell i MOL w ramach zawartych umów (min. 20 kt/rok).

Minimum 5% udziału importu w zaopatrzeniu spółki.

Rozbudowa bazy magazynowej i kolektorów rozładunkowych (możliwości rozładunku wszystkich typów cystern klejowych w zakładach południowych).

Wzrost udziału sprzedaży asfaltów przemysłowych do 75% (z obecnych 60%).

Wykorzystanie szans sprzedażowych w Ukrainie.

Pozyskanie nowych surowców do produkcji asfaltów w Jaśle (udział w zakupie na poziomie 5%).

Optymalizacja wykorzystania pojemności magazynowych.

20% udział kontraktów w formule cen stałych w całkowitym portfolio sprzedaży.



CEL: Dalszy rozwój obecnego biznesu oraz dywersyfikacja portfela produktowego

Rozwój działalności

Rozwój sprzedaży miałów węglowych w pakiecie z uprawnieniami CO2.

Rozwój sprzedaży produktów z dostawą do klienta.

Budowa przewagi konkurencyjnej poprzez import gotowych węgla opałowych (tzw. „groszków”) na zasadach wyłączności z portów ARA.

Podpisanie umów długoterminowych z dużymi polskimi odbiorcami na współpracę w zakresie dostaw miałów i wspólnej odsprzedaży węgla opałowego na rynku.

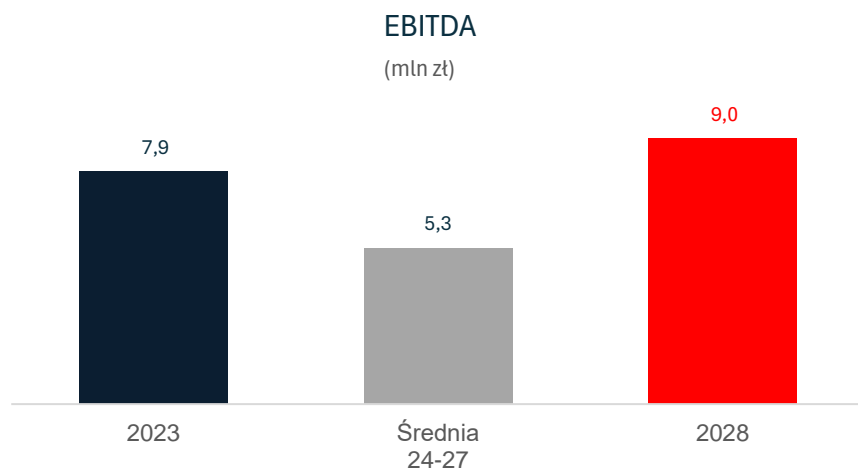
Rozszerzenie oferty produktowej o biomasę

Pozyskanie stabilnych źródeł dostaw.

Rozwój sprzedaży przy wykorzystaniu istniejącego potencjału portfela odbiorców.

Odpowiedź na oczekiwane zmiany w obszarze środowiskowym/ESG.

PALIWA STAŁE



EBITDA w 2028 r. na poziomie **9 mln zł**.

Zwiększenie poziomu sprzedaży do **0,5 mln ton**.

Założenia strategii

- Utrzymująca się konsumpcja i sankcje na węgiel z Rosji
- Stabilna cena węgla

Szanse

- Przedłużające się odejście polskiej gospodarki od uzależnienia od węgla
- Możliwość rozwoju sprzedaży biomasy

Zagrożenia

- Rosnące obciążenia finansowo-podatkowe dla gospodarki i przemysłu opartego o węgiel wprowadzane regulacjami europejskimi



GAZ ZIEMNY



ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego
ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi

CEL: Budowa pozycji największego niezależnego sprzedawcy gazu ziemnego w Polsce

Rozwój sieci sprzedaży

Rozbudowa sieci sprzedaży.
Segmentacja i dostosowanie sieci sprzedaży oraz narzędzi komunikacji z klientem do wielkości i charakterystyki danego segmentu.

Wzrost efektywności

Budowa i rozwój systemów informatycznych w celu optymalizacji operacyjnej.
Inwestycja w rozbudowę systemów bilingowych oraz back office.

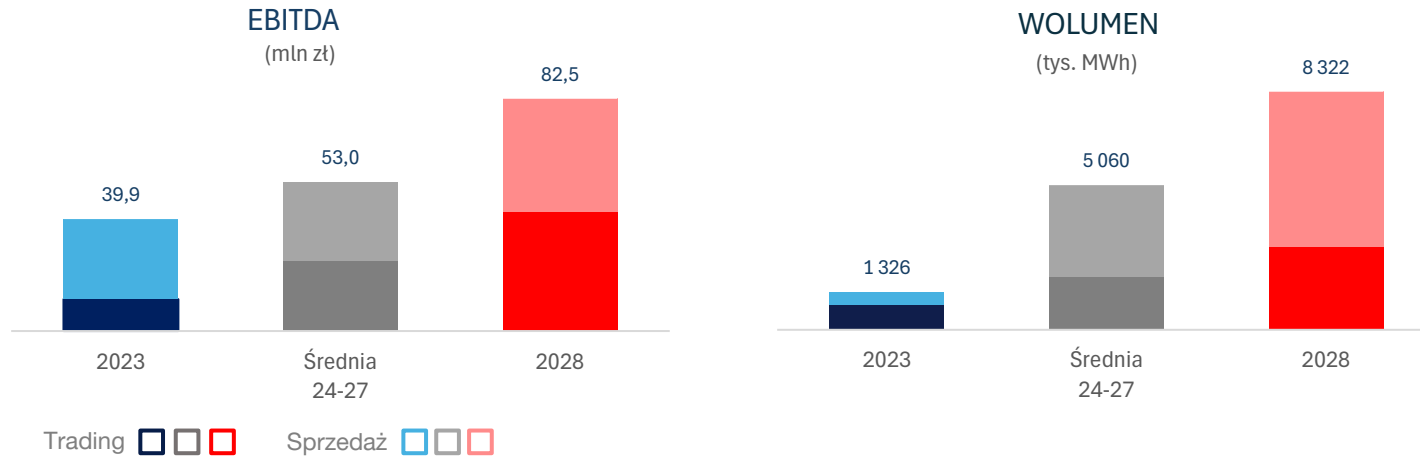
Rozbudowa działu importu

Wykorzystanie infrastruktury importowej w poszczególnych krajach sąsiadujących z Polską lub połączonych systemem przesyłowym.
Wykorzystanie infrastruktury magazynowej – polskiej i zagranicznej.

Inwestycje własne w projekty gazowe

Poszerzenie oferty produktowej, dywersyfikacja źródeł oraz optymalizacja wyniku Grupy poprzez realizację transformacyjnych projektów gazowych (biogaz).

GAZ ZIEMNY



Wzrost udziału w rynku gazu ziemnego wysokometanowego w Polsce przez rozbudowę bazy odbiorców B2B.

Wdrożenie zintegrowanego systemu pozwalającego na obsługę klienta od momentu pierwszego kontaktu.

Budowa portalu do efektywnej komunikacji z klientami.

Wykorzystanie magazynów poza granicami Polski.

Rozwój działalności tradingowej.

Założenia strategii

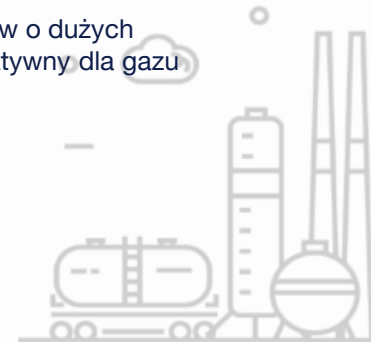
- Spadek marż w perspektywie obowiązywania strategii
- Wzrost udziału w rynku w związku z rozwojem struktur oraz automatyzacją procesów
- Stabilizacja popytu na gaz ziemny w najbliższych 5 latach

Szanse

- Stabilizacja cen gazu ziemnego na relatywnie niskim poziomie cenowym
- Przejściowy wzrost popytu na gaz ziemny w wyniku działań dekarbonizacyjnych

Zagrożenia

- Szybka dekarbonizacja segmentów o dużych poborach węgla w sposób alternatywny dla gazu ziemnego



ENERGIA ELEKTRYCZNA



ESG #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe
ESG #3 Dostawcy i klienci biznesowi
ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura

CEL: Wzrost wolumenów sprzedaży oraz zwiększenie udziału zielonej energii w ofercie

Rozwój sieci sprzedaży

Rozwój modeli współpracy łączenia wytwórców OZE z odbiorcami – cPPA

Obsługa klastrów energii

Oferowanie usług optymalizacji dla wytwórców OZE związanych z transformacją rynku energii

Analiza technologii wytwarzania i rozwój własnych źródeł OZE

Pośrednictwo w obrocie gwarancjami pochodzenia

Rozbudowa sieci sprzedaży.

Segmentacja i dostosowanie sieci sprzedaży oraz narzędzi komunikacji z klientem do wielkości i charakterystyki danego segmentu.

Aktywne poszukiwanie odbiorców zainteresowanych zakupem energii elektrycznej.

Pozyskanie wytwórców /odbiorców zlokalizowanych w klastrach energii.

Wdrażanie narzędzi teleinformatycznych do obsługi i optymalizacji.

Aktywne pozyskiwanie wytwórców OZE.

Wdrażanie narzędzi teleinformatycznych do obsługi i optymalizacji wytwarzania energii elektrycznej.

Budowa i rozwój systemów do algorytmicznego handlu energią elektryczną z wykorzystaniem rynku Intra – Day.

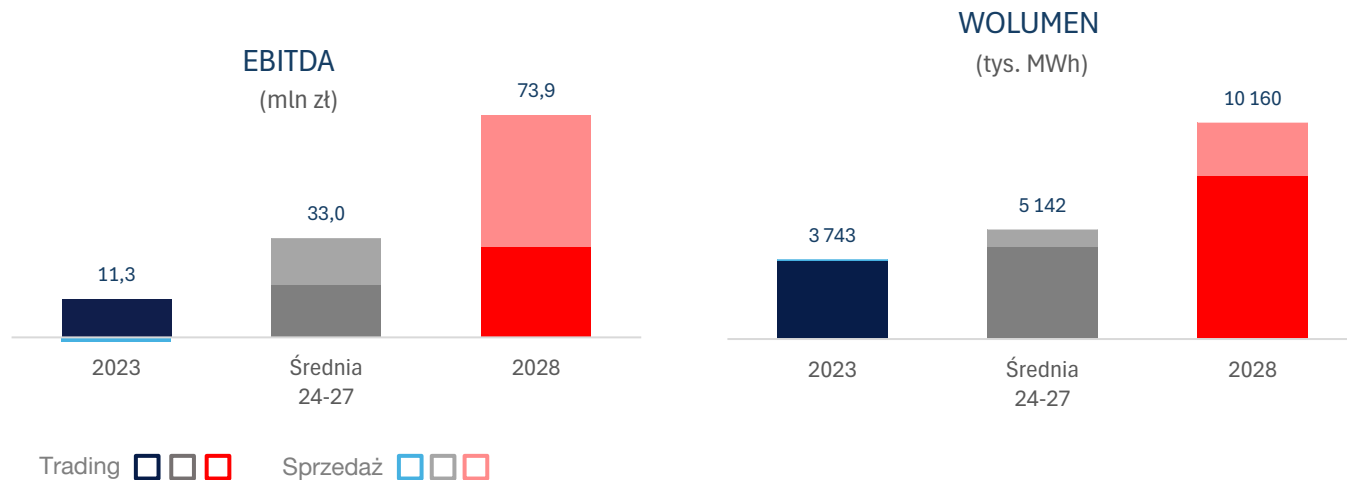
Wybór najkorzystniejszego wariantu mixu OZE.

Zabezpieczenie przychodów poprzez uczestnictwo w rynku mocy oraz usługach systemowych.

Wdrażanie narzędzi teleinformatycznych do obsługi i optymalizacji wytwarzania energii elektrycznej.

Wzrost udziału obrotu gwarancjami pochodzenia przez zwiększenie liczby podpisywanych umów z aktualnymi klientami oraz aktywne poszukiwanie nowych klientów.

ENERGIA ELEKTRYCZNA



EBITDA w 2028 r. na poziomie 73,9 mln zł.

Wolumen sprzedaży zielonej energii do klientów końcowych (zabezpieczony gwarancjami pochodzenia na poziomie min. **25%** w 2028 roku).

Założenia strategii

- Powolny spadek marż elektroenergetyki
- Automatyzacja procesów sprzedażowych/obsługowych – optymalizacja liczby etatów przypadających na określoną liczbę klientów

Szanse

- Stabilizacja cen energii elektrycznej
- Wzrost zapotrzebowania na energię elektryczną w latach 2024-2028

Zagrożenia

- Sterowanie cenami energii za pomocą legislacji

Rozwój modeli współpracy jako podmiot pośredniczący pomiędzy wytwórcami a odbiorcami końcowymi energii elektrycznej (cPPA).

Zwiększenie zakresu potencjalnych usług dla wytwórców i odbiorców energii elektrycznej związanych z planowanymi zmianami na Rynku Bilansującym CSiRE.

Wzrost usług dla wytwórców związanych z cenami ujemnymi – rozwój narzędzi wspierających zarządzanie źródłami.

Świadczenie usług bilansowania dla mocy wytwórczych zlokalizowanych w Grupie UNIMOT.

Wejście na nowe rynki – Intra Day 24 w Polsce.

Możliwość ekspansji na rynki zagraniczne.





CEL: Zwiększenie udziału w rynku realizacji instalacji OZE oraz sprzedaży komponentów

Osiągnięcie wolumenu realizacji na poziomie 150 MW rocznie do 2028 r.

Możliwość wykonywania wszystkich zakresów projektowych wewnątrz spółki, bez udziału kontrahentów zewnętrznych – zwiększenie kompetencji wewnętrznych.

Rozwój posiadanej sieci sprzedażowej z jednoczesnym podniesieniem kwalifikacji doradczych.

Podpisanie umowy o współpracy z zewnętrznym podmiotem finansującym – wprowadzenie modelu Photo as a Service.

Wdrożenie oferty zarządzania produkcją, monitoringu oraz utrzymania wielkoskalowych źródeł wytwórczych.

Wejście do pierwszej trójki podmiotów zajmujących się sprzedażą i dystrybucją komponentów OZE

Konsekwentne zwiększanie udziału produktów własnych (w tym OEM) w portfolio produktowym.

Rozwój posiadanej sieci sprzedażowej.

Uruchomienie marketplace'u.

Współpraca z małymi i średnimi instalatorami w celu zwiększenia wolumenu sprzedaży komponentów.

Rozszerzenie oferty komponentów – posiadanie komplementarnej i całościowej oferty dla instalatora.

Sprzedaż komponentów – ekspansja na rynki ościenne w celu zwiększenia potencjału wynikowego

Rozwój sprzedaży na rynkach zagranicznych.

Budowa wolumenów sprzedaży przez wyspecjalizowanych przedstawicieli wspieranych działaniami marketingowymi (głównie online).

Rozwój projektów produkcyjnych

Optymalizacja kosztów produkcyjnych.

Poszerzenie asortymentu w zakresie:

- modułów,
- rozdzielnic,
- mikroinwerterów,
- małych zestawów bateryjnych.

FOTOWOLTAIKA

Wejście w segment produkcji modułów BIPV poprzez rekonfigurację linii.

Rozwój rozpoznawalności marki oraz rozwój projektu strategicznego – **marketplace** jako platforma wymiany informacji oraz platforma sprzedaży.

Współpraca z jednostkami dofinansowującymi:

- PARP
- PFR
- Innowacyjna Gospodarka
- UE Fundusz Rozwoju Regionalnego

Poszerzenie oferty produktowej uwzględniającej rozwiązanie **Cable Pooling** oraz wykorzystanie linii bezpośrednio.

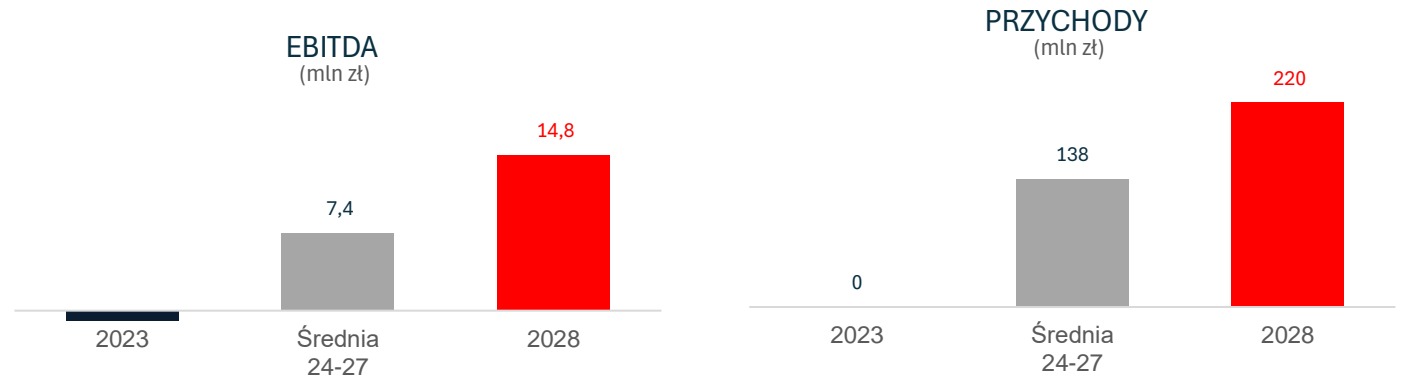
Komplementarne podejście do magazynów energii

- Oferta produktowa dla wszystkich segmentów
- Projektowanie
- Dostawa i montaż
- Konfiguracja oraz współdziałanie z siecią

Opracowanie nowych modeli sprzedaży/produktów

- PV as a Service
- Leasing instalacji
- Udział zewnętrznego podmiotu finansującego (fundusz)

Ekspansja na rynki zagraniczne.



Założenia strategii

- Wzrost udziału w rynku poprzez poszerzenie oferty, zwiększenie sprzedaży komponentu oraz usług realizacji inwestycji w OZE i transformację energetyczną (B2B)
- Utrzymanie marż ze sprzedaży na stabilnym poziomie
- Wzrost stanów magazynowych i kosztów zapasów wynikający z rozszerzenia działalności/asortymentu komponentów

Szanse

- Rozwój programów wspierających inwestycje w OZE oraz termomodernizację – „Program Czyste Powietrze”, „FENIKS”
- Uruchomienie środków z KPO
- Polska w grupie krajów o najwyższym potencjale rozwoju fotowoltaiki

Zagrożenia

- Ograniczona dostępność oraz wysoka zmienność cen komponentów
- Bezpośrednie wejście na rynek producentów komponentów
- Spadek marż





CEL: Zwiększenie produkcji energii elektrycznej i ciepłej w zmodernizowanym źródle dostosowanym do wymogów środowiskowych oraz aktywne uczestnictwo w transformacji rynku ciepłowniczego

Uruchomienie nowej jednostki kogeneracyjnej, zwiększenie produkcji energii elektrycznej i ciepła

Wdrożenie koncepcji modernizacji elektrociepłowni.

Uruchomienie i realizacja procesu inwestycyjnego.

Optymalizacja kosztów działalności spółki.

Zapewnienie bezpieczeństwa dostaw energii elektrycznej, ciepła i gazu do odbiorców.

Budowa magazynów energii.

Budowa nowych zielonych mocy wytwórczych i udział w Rynku Mocy.

Uruchomienie nowych instalacji poprawiających efektywność spółki przy spełnianiu wymogów i dyrektyw UE, prawa polskiego i podnoszonych norm środowiskowych.

Uczestniczenie w transformacji rynku energetycznego i ciepłowniczego w Polsce

Rozszerzenie profilu działalności spółki o nowe produkty i rynki.

Aktywny udział w organizacjach branżowych.

Zaangażowanie w procesy przekształceniowe/modernizacyjne/odtworzeniowe spółek branżowych na rynku.

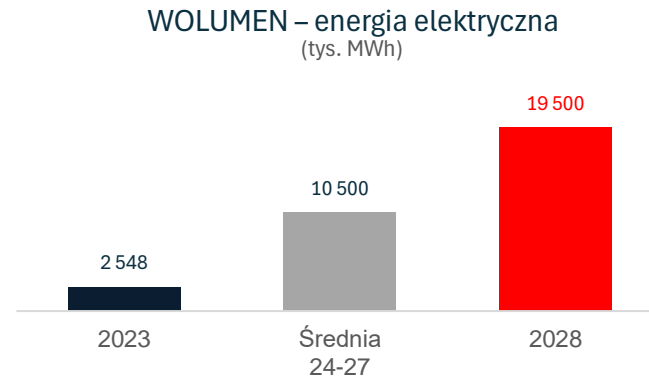
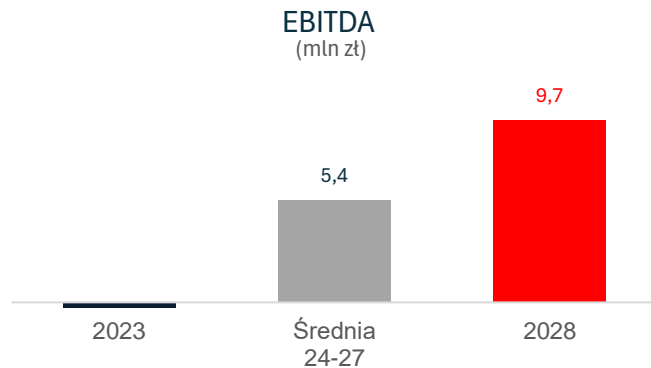
Zaangażowanie w procesy legislacyjne.

Budowa pozycji marki RCEkoenergia na rynku ciepłowniczym

Rozwój marki na rynku lokalnym i ogólnopolskim.

Wspieranie aktywności społecznych oraz zaangażowanie w lokalne i ogólnopolskie inicjatywy branżowe, ekologiczne i społeczne.

RCEKOENERGIA



EBITDA w 2028 r. na poziomie 9,7 mln zł.

Uruchomienie procesu inwestycyjnego modernizacji źródła dla spełnienia wymogów środowiskowych w 2025 r., a w kolejnym etapie wymogów na lata 2028-2035:

- wejście w proces dekarbonizacji źródła do 2030 r.,
- przebudowa źródła na jednostkę spełniającą założenia dostawcy dla systemów efektywnych (z perspektywą do 2040 r.).

Inwestycja w nowoczesne technologie:

- magazyny energii,
- rozwinięcie projektu układów pyrolitycznych,
- ogłoszenie w 2024 r. nowych jednostek wytwórczych do Rynku Mocy.

Aktywne badanie rynku w celu rozszerzenia profilu działalności spółki o nowe produkty i rynki:

- pozyskanie terenów inwestycyjnych,
- nawiązanie współpracy ze spółkami z branży wytwarzania energii elektrycznej, pary i energii cieplnej w zakresie procesów inwestycyjnych.

Współpraca z organizacjami branżowymi np. IGCP w zakresie zmian i przygotowania odpowiedzi na wyzwania dekarbonizowanego rynku energii i ciepła.

Zaangażowanie w budowanie świadomości marki RCEkoenergia w Czechowicach-Dziedzicach jako lokalnego dostawcy energii elektrycznej i ciepła – wsparcie lokalnych inicjatyw, budowanie wizerunku firmy działającej w oparciu o wartości zrównoważonego rozwoju.

Założenia strategii

- Projekcja w strategii uwzględnia modernizację źródła.
- Wzrost sprzedaży głównie w obszarze energii elektrycznej
Poszerzenie wolumenów sprzedawanego ciepła od 2027 roku
- Utrzymanie stabilnej bazy kosztowej

Szanse

- Rozszerzenie dystrybucji ciepła i energii elektrycznej na rynku lokalnym
- Zwiększenie udziału w rynku mocy oraz OZE
- Aktywny udział w modernizacji ciepłownictwa
- Wzmocnienie RCEkoenergia w obszarach środowiskowych i zrównoważonego rozwoju

Zagrożenia

- Konkurencja na rynku lokalnym
- Zmienność cen paliw
- Podlegający ciągłym zmianom obszar legislacji sektorów energetyki i ciepłownictwa





STRATEGIA MARKETINGU

W ramach strategii Grupy UNIMOT,
Marketing będzie prowadził działania ukierunkowane na:



Budowanie i utrzymanie silnej i pozytywnej percepcji marki UNIMOT oraz AVIA



Rozwijanie i utrzymanie pozytywnych relacji z obecnymi i potencjalnymi Partnerami Biznesowymi



Digital Marketing



Sponsoring



Wsparcie w realizacji strategii ESG



Opracowywanie i wdrażanie działań mających wspierać osiągnięcie celów Grupy

W działaniach tych Zespół Marketingu będzie odgrywał rolę strategicznego partnera dla biznesu w transformacji Grupy.

OBSZARY DZIAŁAŃ MARKETINGU



ESG #1 Pracownicy jako kluczowa wartość firmy
 ESG #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe
 ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura
 ESG #3 Kultura etyczna i poszanowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości

Percepcja marki	Spójna komunikacja marketingowa	Optymalizacja/ ujednolicenie stron internetowych w Grupie	Aktywne uczestnictwo w mediach społecznościowych	Wsparcie w dystrybucji eksperckiej wiedzy produktowej oraz rynkowej	Komunikacja multienergetycznej oferty Grupy
Relacje z Klientami	Uczestnictwo w targach oraz konferencjach branżowych	Eventy dla obecnych klientów Grupy	Produkcja materiałów marketingowych dla pracowników oraz klientów	VOC oraz badania rynkowe (ankiety satysfakcji, raporty branżowe)	
Digital Marketing	Optymalizacja i spójność Digital Marketing stron, SEO	Budowa i prowadzenie aplikacji dla klientów AVIA	Wsparcie w dystrybucji komponentów do instalacji OZE – budowa sklepu internetowego	Rozwój profili w mediach społecznościowych	Reklamy w portalach internetowych i mediach społecznościowych
Sponsoring	Wsparcie lokalnych społeczności	Mecenat sportowy – siatkówka, rajdy samochodowe, klub kolarski	Wsparcie osób wchodzących na rynek pracy (targi pracy, Poland 2.0)	Obecność w przedsięwzięciach promujących wymianę doświadczeń biznesowych oraz wiedzy eksperckiej	
Wsparcie w realizacji strategii ESG	Komunikacja działań ESG Grupy	Uczestnictwo w konferencjach tematycznych	Wsparcie lokalnych społeczności	Optymalizacja procesów marketingowych	
Strategia wspierająca realizację celów	Planowanie i uczestnictwo w targach	Indywidualna strategia marketingowa dla spółek z Grupy	Reklamy i materiały w mediach tradycyjnych oraz social mediach	Materiały marketingowe (prezentacje, katalogi produktów)	Budowanie pozycji eksperta w danym obszarze produktowym

STRATEGIA HR GRUPY UNIMOT

W ramach strategii Grupy UNIMOT, HR będzie prowadził działania ukierunkowane na:



Budowanie pozycji pracodawcy pierwszego wyboru na lokalnych rynkach



Zapewnienie i rozwój kluczowych kompetencji



Aktywne kształtowanie spójnej kultury organizacyjnej Grupy UNIMOT wspierającej skuteczne zespoły



Dialog z Partnerem Społecznym i budowanie efektywnego środowiska pracy



Zwiększanie efektywności Grupy poprzez optymalizację procesów, automatyzację i wdrażanie nowych rozwiązań

W działaniach tych Zespół HR będzie odgrywał rolę strategicznego partnera dla biznesu w ciągłej transformacji Grupy.



GŁÓWNE OBSZARY DZIAŁAŃ HR



ESG #1 Pracownicy jako kluczowa wartość firmy
ESG #1 Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy
ESG #3 Kultura etyczna i poszanowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości

Budowanie pozycji pracodawcy pierwszego wyboru na lokalnych rynkach

Prowadzimy działania zwiększające atrakcyjność Grupy jako pracodawcy

Monitorujemy rynek pracy i kreujemy adekwatną politykę wynagradzania, dążąc do wyeliminowania luki płacowej

Chcemy być pracodawcą, który buduje środowisko pracy w oparciu o zasady różnorodności, inkluzywności i równości

Zapewnienie i rozwój kluczowych kompetencji

Identyfikujemy kluczowe kompetencje i dostosowujemy rozwiązania do potrzeb biznesu

Budujemy organizację uczącą się i rozwijamy naszych pracowników zgodnie z kierunkami działania

Rozumiemy potrzeby organizacji i wspólnie z biznesem pozyskujemy najlepszych kandydatów

Budujemy przywództwo skoncentrowane na efektywności Grupy i trosce o pracowników

Budowanie spójnej kultury organizacyjnej

Budujemy kulturę otwartej komunikacji sprzyjającą zaangażowaniu i osiąganiu celów w oparciu o wypracowane wartości Grupy

Dbamy o wellbeing pracowników i wolne od dyskryminacji, bezpieczne środowisko pracy

Regularnie komunikujemy pracownikom wyniki finansowe oraz wyzwania Grupy

Utrzymywanie relacji z partnerem Społecznym i zapewnienie spokoju społecznego

Prowadzimy dialog z Partnerem Społecznym skoncentrowany na budowaniu przyjaznego środowiska pracy w Grupie

Integracja procesów i wypracowywanie wspólnych standardów

Dostarczamy serwis HR najwyższej jakości zgodny z oczekiwaniami biznesu i optymalny kosztowo

Budujemy kompetencje HR Biznes Partnera w Grupie

Tworzymy płaszczyznę do wymiany najlepszych praktyk w zespole HR w spółkach

Dbamy o standaryzację i ujednolicenie procesów biznesowych w celu poprawy efektywności

CENTRUM USŁUG WSPÓLNYCH

W ramach strategii Grupy UNIMOT ujednoczone zostaną obszary wsparcia:



Standaryzacja i ujednoczenie procesów i systemów



Efektywność kosztowa



Elastyczność i skalowalność dostarczanych usług



Wykorzystanie **innowacyjnych** rozwiązań



Rozwój kompetencji zaangażowanego zespołu

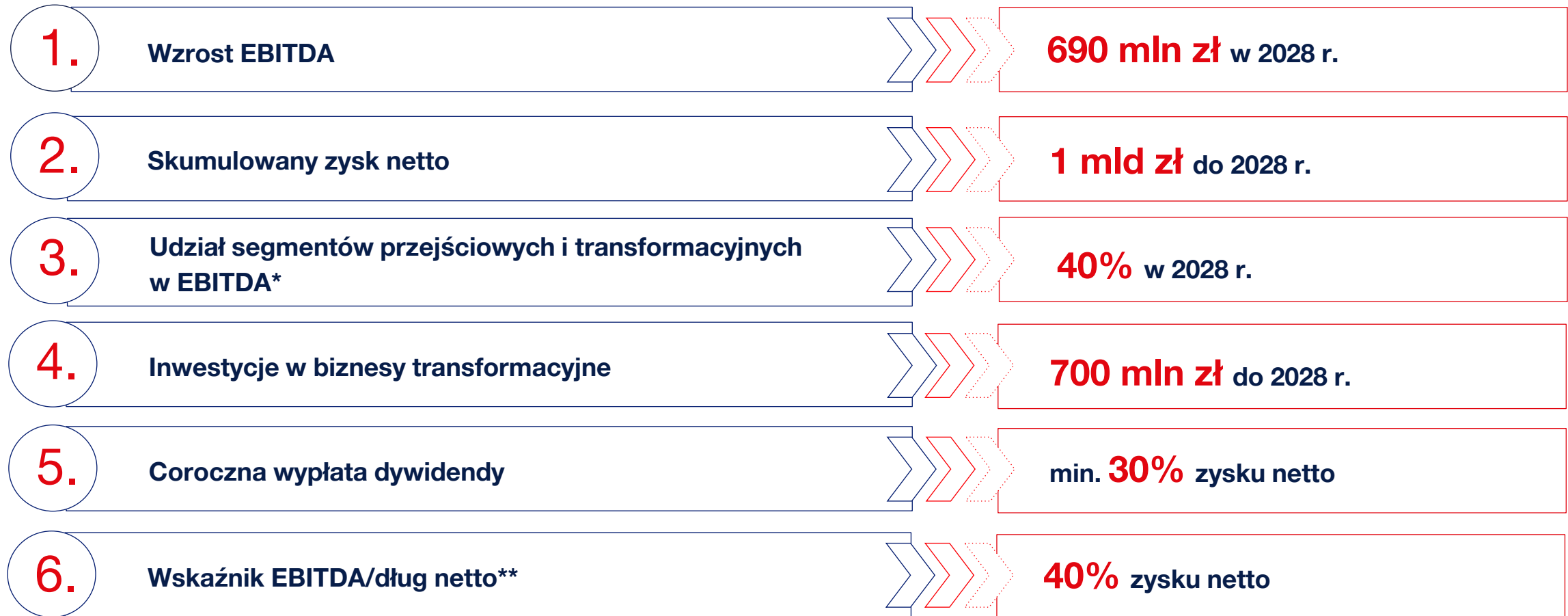
Efektywne kosztowo i procesowo usługi wychodzące naprzeciw rozwojowi Grupy.



CENTRUM USŁUG WSPÓLNYCH – OBSZARY



CELE STRATEGICZNE NA 2028 R.



* bez terminali, logistyki i stacji paliw ** bez zadłużenia z tytułu zapasu obowiązkowego

ESG W STRATEGII GRUPY UNIMOT

E ŚRODOWISKO

S SPOŁECZEŃSTWO

G ŁAD KORPORACYJNY

Strategiczne cele w obszarze ESG są:

- mierzalne i umożliwiają monitorowanie realizacji zobowiązań,
 - poparte działaniami, inicjatywami i projektami, dzięki którym możliwa jest ich realizacja
- oraz
- zgodne z wytycznymi strategii Europejskiego Zielonego Ładu, założeniami „Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju” ONZ oraz zasadami United Nations Global Compact.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŚRODOWISKO

Kierunki

#1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura

#2 Ochrona środowiska naturalnego

Cele:

- Neutralność klimatyczna i adaptacja do zmian klimatu
- Wsparcie walki z niską emisją
- Transformacja obszaru paliw i transportu
- Zwiększenie aktywności na rynku OZE
- Inwestowanie i akwizycje w odpowiedzi na zmiany rynkowe
- Wsparcie bioróżnorodności i ekosystemów
- Osiągnięcie pozycji największego niezależnego sprzedawcy gazu ziemnego w Polsce
- Wzmocnienie gospodarki o obiegu zamkniętym

Nasze zobowiązania:

- Łagodzenie i adaptacja do zmian klimatu
- Ochrona środowiska i zasobów naturalnych
- Zielona transformacja działalności

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŚRODOWISKO

Kierunek #1

Przeciwdziałanie zmianom klimatu
i zrównoważona infrastruktura

Cele:

- Osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2050 r.
- Wsparcie walki z niską emisją
- Transformacja obszaru paliw i transportu
- Zwiększenie aktywności na rynku OZE
- Inwestowanie i akwizycje w odpowiedzi na zmiany rynkowe

KPI:

- W ciągu 5 lat osiągnięcie 30% udziału paliw zawierających zaawansowane biopaliwa II i III generacji
- Wolumen sprzedaży zielonej energii do klientów końcowych na poziomie 25% w 2028 r.
- Fotowoltaika - osiągnięcie wolumenu realizacji na poziomie 150 MW rocznie do 2028 r.
- Systematyczny wzrost udziału OZE w produktach i zużywanej energii
- Wzrost udziału EBITDA generowanej przez produkty nisko- i zeroemisyjne
- Konsekwentne zwiększanie nakładów inwestycyjnych na rozwój produktów nisko- i zeroemisyjnych
- Wzrost efektywności energetycznej na przychody netto i optymalizacja zużycia energii
- Zwiększenie liczby lokomotyw elektrycznych do 33, w tym 20 własnych

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŚRODOWISKO

Kierunek #2

Ochrona środowiska naturalnego

Cele:

- Wsparcie bioróżnorodności i ekosystemów
- Rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym
- Osiągnięcie pozycji największego niezależnego sprzedawcy gazu ziemnego w Polsce

KPI:

- Udział procentowy zagospodarowanych odpadów w ramach cyklu życia produktu
- Opracowanie planu działania na rzecz ochrony bioróżnorodności – Biodiversity Action Plan (BAP) dla Grupy UNIMOT i włączenie ochrony różnorodności biologicznej do wewnętrznych procesów decyzyjnych
- Uruchomienie programu ograniczenia marnowania żywności w sieci sprzedaży detalicznej
- Wzrost udziału przewozów kolejowych realizowanych przez Grupę
- Opracowanie i wdrażanie planów zamknięcia obiegu wody, w tym retencji wody deszczowej
- Liczba inicjatyw mających na celu wsparcie bioróżnorodności na terenach działania Grupy
- Realizacja transformacyjnych projektów gazowych-biogaz

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

SPOŁECZEŃSTWO

Kierunki

- #1 Pracownicy jako kluczowa wartość firmy
- #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe
- #3 Dostawcy i klienci biznesowi

Cele:

- Organizacja wolna od dyskryminacji, prowadząca działania z zakresu włączenia, różnorodności, etyki na rzecz pracowników, klientów i społeczności lokalnych
- Dążenie do wyeliminowania luki płacowej między kobietami a mężczyznami
- Kultura organizacyjna firmy budowana w oparciu o wspólne wartości oraz work-life balance
- Bezpieczne i ergonomiczne środowisko pracy wspierające rozwój pracowników
- Wsparcie klientów w dążeniu do zrównoważonego rozwoju poprzez wprowadzanie produktów i usług nisko i zeroemisyjnych w aspekcie GHG
- Zapewnienie transparentnych mechanizmów współpracy z partnerami i dostawcami
- Prowadzenie dialogu społecznego i polityki dobrego sąsiada

Nasze zobowiązania:

- Rozwój pracowników w bezpiecznym i różnorodnym środowisku pracy
- Zrównoważony rozwój z perspektywy klienta, dostawcy i partnera biznesowego
- Edukacja w zakresie ochrony środowiska naturalnego i klimatu
- Transparentny i aktywny dialog społeczny

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

SPOŁECZEŃSTWO

Kierunek #1

Pracownicy jako kluczowa wartość firmy

Cele:

- Organizacja wolna od dyskryminacji, prowadząca działania z zakresu włączenia, różnorodności, etyki na rzecz pracowników
- Dążenie do wyeliminowania luki płacowej między kobietami a mężczyznami
- Kultura organizacyjna firmy budowana w oparciu o wspólne wartości oraz work-life balance
- Bezpieczne i ergonomiczne środowisko pracy wspierające rozwój pracowników
- Zaangażowanie pracowników w procesy decyzyjne Grupy

KPI:

- Liczba zgłoszonych przypadków naruszeń z zakresu etyki, poszanowania praw człowieka, mobbingu w miejscu pracy
- Liczba inicjatyw z zakresu przeciwdziałania mobbingowi, poszanowania praw człowieka, różnorodności i włączenia, równych szans
- Udział procentowy pracowników zaznajomionych i utożsamiających się z wartościami firmy w zakresie etyki, włączenia, poszanowania praw człowieka
- Liczba projektów zrealizowanych w celu promocji work-life balance
- Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na pracownika nie niższa niż średnia liczba godzin w roku poprzedzającym
- Wskaźnik równości wynagrodzeń (kobiet i mężczyzn)
- Wskaźnik retencji po urlopie macierzyńskim oraz odsetek powrotów do pracy po urlopie rodzicielskim
- Udział procentowy kobiet na stanowiskach menadżerskich w Zarządzie i Radzie Nadzorczej
- Spadek wskaźnika wypadkowości w stosunku do roku poprzedzającego
- Liczba spotkań i konsultacji Zarządu z przedstawicielami pracowników

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

SPOŁECZEŃSTWO

Kierunek #2

Partnerstwo społeczno-biznesowe

Cele:

- Włączenie, różnorodność, etyka – organizacja wolna od dyskryminacji, prowadząca działania na rzecz klientów i społeczności lokalnych
- Prowadzenie dialogu społecznego i polityki dobrego sąsiada

KPI:

- Wdrożenie we wszystkich stacjach własnych udogodnień i zlikwidowanie barier dla osób z niepełnosprawnościami oraz dla klientów wrażliwych
- Liczba akcji informacyjnych wspierających wzrost świadomości klientów w zakresie troski o klimat i środowisko naturalne
- Liczba inicjatyw wsparcia społeczności lokalnych w zakresie projektów sponsoringowych i partnerskich
- Dostępność cyfrowa - zapewnienie standardu WCAG 2.1 na poziomie AA dla strony internetowej
- Brak sporów sądowych z interesariuszami lokalnymi dotyczących prowadzonej działalności i jej wpływu na mieszkańców
- Liczba zgłoszonych problemów przez społeczności lokalne dotknięte działalnością firmy

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

SPOŁECZEŃSTWO

Kierunek #3

Dostawcy i klienci biznesowi

Cele:

- Zapewnienie transparentnych mechanizmów współpracy dostawcami i klientami biznesowymi
- Wsparcie klientów w dążeniu do zrównoważonego rozwoju poprzez wprowadzanie produktów i usług nisko- i zeroemisyjnych w aspekcie GHG

KPI:

- Stworzenie pierwszego w Polsce działu handlowego oferującego paliwa o obniżonej emisyjności
- Stworzenie specjalnych pakietów niskoemisyjnych obniżających emisję klientów
- Wdrożenie kalkulatora emisyjności wraz z indywidualnie dopasowanymi rozwiązaniami
- 100% dostawców zapoznanych z Kodeksem Postępowania Partnerów Biznesowych Grupy UNIMOT
- Liczba zgłoszonych przypadków naruszeń Kodeksu Postępowania Partnerów Biznesowych Grupy UNIMOT
- Liczba kampanii informacyjnych skierowanych do dostawców i klientów biznesowych
- Wzrost zaangażowania w klastry energii oraz rozwój energetyki rozproszonej

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŁAD KORPORACYJNY

Kierunki

- #1 Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy
- #2 Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej
- #3 Kultura etyczna i poszanowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości

Cele:

- Cele zarządcze powiązane z ESG
- Wiarygodne i transparentne relacje z akcjonariuszami
- Szczelny system ochrony danych, wzmocnienie odporności na zagrożenia płynące z cyberprzestrzeni
- Zapewnienie funkcjonowania systemów, w tym: zarządzania zgodnością, zarządzania ryzykiem, kontroli wewnętrznej, informowania o nadużyciach

Nasze zobowiązania:

- Kształtujemy kulturę etyczną stosując Kodeks Odpowiedzialności Grupy UNIMOT, Kodeks Etyki oraz Politykę Poszanowania Praw Człowieka
- Prowadzimy jasną i transparentną komunikację z akcjonariuszami i inwestorami
- Działamy zgodnie z modelem biznesowym w oparciu o przyjęte polityki, określając ryzyka i systemy zapobiegania ich wystąpieniu

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŁAD KORPORACYJNY

Kierunek #1

Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy

Cele:

- Zarządzanie organizacją przy zachowaniu ładu korporacyjnego, cele zarządcze powiązane z ESG
- Wypełnianie obowiązków informacyjnych, budowanie pozytywnych relacji z akcjonariuszami
- Szczelny system ochrony danych, wzmocnienie odporności na zagrożenia płynące z cyberprzestrzeni
- Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu

KPI:

- Liczba przekazanych przypadków niestosowania szczegółowych zasad Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW
- Uwzględnienie celów ESG w celach zarządczych
- Różnorodność i niezależność w Zarządzie i Radzie Nadzorczej
- Liczba przypadków zgłoszenia naruszeń zgodnie z systemem Whistle Blower Procedure
- Raportowanie danych finansowych oraz zrównoważonego rozwoju w sposób transparentny i umożliwiający wiarygodną ocenę działań
- Brak kar administracyjnych nałożonych przez Komisję Nadzoru Finansowego na UNIMOT z tytułu nieprawidłowego wypełniania obowiązków informacyjnych
- Udzielanie odpowiedzi na pytania inwestorów/akcjonariuszy dotyczące Grupy UNIMOT nie później niż w terminie 3 dni
- Liczba incydentów bezpieczeństwa
- Udział procentowy pracowników przeszkolonych w ramach zagadnienia korupcji i łapownictwa

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŁAD KORPORACYJNY

Kierunek #2

Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej

Cel:

Działalność zgodna z modelem biznesowym w oparciu o przyjęte polityki, określające ryzyka i systemy zapobiegania ich wystąpieniu

KPI:

- Liczba przeprowadzonych audytów i kontroli wewnętrznych
- Udział procentowy pracowników i kontrahentów zaznajomionych z obowiązującymi w UNIMOT zasadami dot. przeciwdziałania nieprawidłowościom, w tym korupcji i konfliktowi interesów
- Zapewnienie funkcjonowania systemu kanałów zgłaszania nieprawidłowości wraz z systemem ochrony sygnalistów
- Zapewnienie niezależności funkcji podejmowania ryzyka od jego kontroli i monitoringu

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY UNIMOT

ŁAD KORPORACYJNY

Kierunek #3

Kultura etyczna i poszanowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości

Cel:

Kształtujemy kulturę etyczną stosując Kodeks Odpowiedzialności Grupy UNIMOT, Kodeks Etyki oraz Politykę Poszanowania Praw Człowieka w całym łańcuchu wartości

KPI:

- Udział procentowy pracowników zaznajomionych z Kodeksem Odpowiedzialności UNIMOT
- Liczba skarg pracowników związanych z naruszeniami w obszarze etyki i praw człowieka
- Liczba skarg podmiotów zewnętrznych dotyczących naruszeń w obszarze etyki i praw człowieka
- Odpowiedzialne praktyki marketingowe – brak skarg dotyczących naruszeń