



Wrocław, 04.11.2021 r.

TIM Mikołajów 2021 – przekazujemy MOC już po raz drugi

W tym roku, podobnie jak i w zeszłym, TIM zrezygnował z zakupu prezentów świątecznych oraz kalendarzy książkowych dla swoich klientów. W zamian organizuje świąteczną akcję charytatywną TIM Mikołajów, w ramach której przekaze darowizny pieniężne 17 instytucjom z całego kraju. W tym roku do beneficjentów akcji trafi wsparcie o łącznej wartości ponad 300 000 zł.

TIM Mikołajów 2021 jest już drugą edycją charytatywnej akcji świątecznej TIM-u. Tak jak przed rokiem, decyzja o tym, kto otrzyma wsparcie finansowe, należy do klientów platformy TIM.pl. Każdy z nich przypisany jest do jednego z 17 biur handlowych, które swoim zasięgiem pokrywają całą Polskę. Klienci każdego z biur mogą wybierać spośród trzech instytucji (fundacji i innych organizacji) ze swojej okolicy. Finalnie w każdym z 17 regionów zostanie wyłoniony jeden beneficjent.

Instytucje, które do akcji zostały wytypowane przez załogi poszczególnych Biur Handlowych, to podmioty o różnym zakresie działalności. Znajdują się wśród nich zarówno hospicja czy fundacje dbające o chore dzieci, jak i schroniska dla zwierząt, kluby sportowe czy nawet teatr. Wybór beneficjentów odbywa się poprzez przygotowaną w tym celu ankietę dostępną pod adresem <https://www.tim.pl/timmikolajow2021> i potrwa do końca listopada 2021 r.

TIM zachęca do dołączenia do TIM-u Mikołajów również producentów, których produkty są dostępne na TIM.pl. Tym razem w akcję zaangażowało się aż 35 z nich – to dokładnie pięć razy więcej niż rok temu. Dzięki temu pula środków, która zostanie przekazana beneficjentom, wyniesie ponad 300 000 zł. TIM Mikołajów tworzą w tym roku: Aniro, Bitner, BBC Cellpack, Damir, Eaton, Elektrokabel, Elektromet, Elko-Bis, Eltrim, EM Group, Emos, Ergom, ETI, F&F, finder, Hager, Kanlux, Kontakt Simon, Kopus Elektro, Legrand, Lider-Hurt, Marmat, NKT, Ospel, PCE, Philips, Phoenix Contact, Relpol, Schneider Electric, Siemens, Simet, Sonel, TELE-FONIKA Kable, Grupa Topex oraz TT Plast.

– W zeszłym roku, po raz pierwszy przeprowadzając akcję TIM Mikołajów, ustanowiliśmy w TIM-ie nowy zwyczaj – mówi Krzysztof Folta, prezes Zarządu TIM S.A. – Działając razem z naszymi partnerami biznesowymi oraz klientami pod hasłem „Przeznaczmy wspólnie MOC”, pomagamy najbardziej potrzebującym instytucjom z całego kraju. Mamy nadzieję, że w niedalekiej przyszłości obserwować będziemy kolejne firmy, które podejmą podobne inicjatywy – dodaje.

Wspieranie lokalnych społeczności, a w szczególności inicjatyw o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym czy pomocowym, jest częścią strategii odpowiedzialnego biznesu TIM-u na lata 2019-2021 „TIM pro”. TIM Mikołajów jest tylko jedną spośród wielu akcji organizowanych przez firmę w ramach realizacji tej strategii. W tym roku miała m.in. miejsce pierwsza edycja projektu „[#DreamTIM dla Dzieciaków](#)”, który opierał się na charytatywnej sprzedaży koszułek, z których całkowity przychód został przekazany 17 domom dziecka z całej Polski.

TIM SA jest największym hurtowym dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych w Polsce (według magazynu „Elektrosystemy”, nr 5/2020, oraz <https://www.rynekelektryczny.pl/najwieksze-hurtownie-elektrotechniczne/>). Spółka powstała w 1987 roku we Wrocławiu, od 1998 r. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Na podstawie wyboru 100 analityków giełdowych, doradców inwestycyjnych i zarządzających, reprezentujących domy i biura maklerskie, fundusze emerytalne i inwestycyjne, TIM znalazł się na 2. miejscu głównego zestawienia rankingu Giełdowa Spółka Roku 2020, organizowanego przez redakcję „Pulsu Biznesu”.

Przez ćwierć wieku TIM sprzedawał wyłącznie za pośrednictwem ogólnopolskiej sieci hurtowni elektrycznych. W 2013 r. firma zmieniła model biznesowy, stawiając na e-commerce. To najprawdopodobniej największa taka transformacja cyfrowa w polskim handlu B2B. TIM stawia na omnichannel - sprzedaż prowadzona jest na [TIM.pl](https://www.tim.pl), w aplikacji mobilnej [mTIM](#), telefonicznie oraz poprzez ogólnopolską sieć biur i przedstawicieli handlowych.

Strategia TIM-u jest oparta na połączeniu wieloletniej wiedzy o rynku, którą posiadają przedstawiciele handlowi, z technologiami e-commerce (tzw. hybrydowy model sprzedaży). W 2020 r. 70% obrotów spółki (tj. 650 z 935 mln zł) pochodziło ze sprzedaży online.

Centrala TIM SA znajduje się we Wrocławiu. Spółka tworzy Grupę Kapitałową TIM wraz z 3LP SA - operatorem centrum logistycznego w podwrocławskich Siechnicach. Obiekt specjalizuje się w obsłudze podmiotów (także spoza Grupy TIM) działających w sektorze e-commerce.

Więcej o TIM SA i Grupie Kapitałowej TIM na www.timsa.pl.

Kontakt dla prasy:

Michał Kostrowicki, menadżer ds. komunikacji korporacyjnej, TIM SA – tel. 71 37 61 739, 726 004 981, fax 71 37 61 660, e-mail: m.kostrowicki@tim.pl