



## Akcja TIM Mikołajów 2021 zakończona spektakularnym sukcesem

**Okres Bożego Narodzenia to magiczny czas, kiedy warto rozejrzeć się wokół i pomóc tym, którym świętowanie uniemożliwiają przeciwności losu czy brak zdrowia. Pamiętaj o tym TIM S.A. Firma wraz ze swoimi klientami już drugi rok z rzędu pomogła najbardziej potrzebującym w ramach akcji TIM Mikołajów. Wsparcie finansowe trafiło do 18 fundacji i innych instytucji z całej Polski.**

TIM S.A., prowadząc platformę internetową TIM.pl, stał się ogólnopolskim liderem dystrybucji i pionierem e-commerce B2B w branży elektrotechnicznej. Historia firmy sięga końca lat 80. ubiegłego wieku. Centrala spółki znajduje się we Wrocławiu, jednak jej biura handlowe ulokowane są w siedemnastu miastach w całej Polsce – i to właśnie w tych 17 regionach zostali wybrani beneficjenci akcji.

### **TIM Mikołajów – przekazmy wspólnie MOC!**

– Już po raz drugi z rzędu przeprowadziliśmy akcję świąteczną, w ramach której zrezygnowaliśmy z zakupu prezentów świątecznych dla klientów, a w zamian przekazaliśmy przeznaczone na ten cel środki lokalnym fundacjom i instytucjom – mówi Krzysztof Folta, Prezes Zarządu TIM S.A. – Jesteśmy liderem, więc naszym obowiązkiem jest wspieranie lokalnych społeczności, w których działamy, a także wyznaczanie trendów w branży w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Obie te przesłanki zawarte są w naszej strategii odpowiedzialnego biznesu TIM pro – tłumaczy Folta.

W efekcie pula środków o łącznej wartości ponad 350 000 złotych trafiła do lokalnych instytucji i fundacji. Na każdy z siedemnastu regionów przypadła darowizna w kwocie 21 000 zł, podczas gdy w ubiegłym roku było to 13 000 zł. Tak duża kwota jest efektem dołączenia do akcji 35 producentów produktów, które TIM ma w swojej ofercie. W wyborze beneficjentów aktywnie uczestniczyli klienci TIM.pl, którzy w ankiecie online z dużym zaangażowaniem wskazywali ich zdaniem najbardziej potrzebujące instytucje ze swojej okolicy.

### **Beneficjenci TIM-u Mikołajów 2021**

Pomimo tego, że TIM działa w 17 regionach, w drugiej edycji akcji wybrano 18 beneficjentów. Firmę zaskoczyli klienci Biura Handlowego z Radomia, którzy równą liczbę wskazań oddali w ankiecie na dwa podmioty. W związku z tym TIM postanowił podzielić przypadającą na ten region kwotę i wesprzeć oba podmioty.

Pośród wybranych beneficjentów znajdują się instytucje o różnym przedmiocie działalności. Są to zarówno domy dziecka, hospicja, fundacje pomocowe czy nawet klub sportowy. Pełna lista obdarowanych podmiotów obejmuje:

- Stowarzyszenie „Bezpieczeństwo Dziecka” – Bydgoszcz,
- Stowarzyszenie Opieki Hospicyjnej Ziemi Częstochowskiej – Częstochowa,
- Fundację Hospicjum Pomorze Dzieciom – Gdańsk,
- Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży „Dom Aniołów Stróżów” – Katowice,
- Stowarzyszenie „Kolory” – Leszno,

- Lubelskie Hospicjum dla Dzieci im. Małego Księcia – Lublin,
- Fundację Pomocy Dzieciom „Kolorowy Świat” – Łódź,
- Fundację Dom Rodzinnej Rehabilitacji Dzieci z Porażeniem Mózgowym – Opole,
- Placówkę Opiekuńczo-Wychowawczą „Nasz Dom” – Poznań,
- Stowarzyszenie Klub „Amazonki” w Pionkach – Radom,
- Fundację z Uśmiechem – Radom,
- Szczeciński Klub Sportowy „Husaria” – Szczecin,
- Stowarzyszenie Opieki Nad Dziećmi Opuszczonymi – Toruń,
- Zespół Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych w Świdnicy – Wałbrzych,
- Fundację Warszawskie Hospicjum dla Dzieci – Warszawa,
- Stowarzyszenie Pomocy „Akson” – WOK,
- Hospicjum dla Dzieci Dolnego Śląska „Formuła Dobra” – Wrocław,
- Fundację „Spoko Tato” – Zielona Góra.

TIM SA jest największym hurtowym dystrybutorem artykułów elektrotechnicznych w Polsce (według miesięcznika „Elektrosystemy”, nr 5/2020). Spółka powstała w 1987 roku we Wrocławiu, od 1998 r. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. TIM stawia na omnichannel - sprzedaż prowadzona jest na [TIM.pl](http://TIM.pl), w aplikacji mobilnej [mTIM](http://mTIM), telefonicznie oraz poprzez ogólnopolską sieć biur i przedstawicieli handlowych.

Przez ćwierć wieku TIM sprzedawał wyłącznie za pośrednictwem ogólnopolskiej sieci hurtowni elektrycznych. W 2013 r. firma zmieniła model biznesowy, stawiając na e-commerce i sprzedaż poprzez [TIM.pl](http://TIM.pl). To najprawdopodobniej największa taka transformacja cyfrowa w polskim handlu B2B.

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](http://www.timsa.pl).

#### **Kontakt dla prasy:**

Katarzyna Lewicka, specjalista ds. komunikacji korporacyjnej, TIM SA – tel. 502 572 022, e-mail: [k.lewicka@tim.pl](mailto:k.lewicka@tim.pl)

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](mailto:m.kostrowicki@tim.pl)