



**RAPORT
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU ACTION S.A.
ZA 2013 ROK**

Strona 1


Stron 32

Wydanie: I

Data wydania:
2014.01.30


**RAPORT
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU
ACTION S.A.**

*Raport został sporządzony w zgodzie ze standardem
Global Reporting Initiative*

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 2 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

SPIS TREŚCI

| | |
|---|-----------|
| 1. CEL RAPORTU..... | 3 |
| 2. HISTORIA I PROFIL DZIAŁALNOŚCI FIRMY ACTION S.A. | 4 |
| 2.1. Historia Firmy..... | 4 |
| 2.2. Profil Firmy..... | 5 |
| 2.3. Spółki zależne | 6 |
| 2.4. Nowoczesne rozwiązania logistyczne | 9 |
| 2.5. Certyfikowany System Zarządzania..... | 9 |
| 3. STRATEGIA ROZWOJU..... | 10 |
| 3.1. Misja..... | 10 |
| 3.2. Wizja | 10 |
| 3.3. Nasze wartości..... | 12 |
| 4. SPOŁECZNOŚCI LOKALNE | 13 |
| 4.1. ACTION S.A. wspiera lokalną społeczność..... | 13 |
| 4.2. Sponsoring..... | 16 |
| 4.3. Nagrody i Wyróżnienia | 19 |
| 5. IDEA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU..... | 23 |
| 5.1. Relacje firmy z klientami i partnerami biznesowymi | 23 |
| 5.2. Ochrona środowiska | 24 |
| 5.3. Współpraca z podwykonawcami i dostawcami..... | 25 |
| 6. CELE, REZULTATY I WSKAŹNIKI..... | 25 |
| 7. PODSUMOWANIE | 31 |

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 3 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

1. Cel raportu

Głównym celem niniejszego raportu jest przedstawienie założeń oraz wyników polityki realizowanej przez firmę w zakresie zrównoważonego rozwoju, pod kątem zagadnień związanych z wyborem produktów przyjaznych dla środowiska zgodnie ze standardami GRI.

Nasza koncepcja, to dobrowolne uwzględnienia interesów społecznych i ochrony środowiska w strategii i działaniach firmy.

Spółka dąży do ciągłego doskonalenia swoich produktów mających wpływ na środowisko jak również na wydajność. Dokładamy starań, aby nasze produkty komputerowe zawierały obniżony poziomu kadmu, ołowiu i rtęci w celu lepszej ochrony zdrowia ludzkiego i środowiska.

Mamy świadomość, iż takie produkty są bardziej energooszczędne, co oszczędza pieniądze i zmniejsza emisję gazów cieplarnianych, a co za tym idzie są również łatwiejsze w aktualizacji i recyklingu.

Nasza odpowiedzialność biznesowa to również inwestycja w zasoby ludzkie i w ochronę Środowiska, dobry kontakt z otoczeniem, w tym z interesariuszami.

Tworzenie raportu zrównoważonego rozwoju jest częścią szeregu procesów tworzenia strategii organizacji, naszych planów i oceny wyników. Raport przede wszystkim pozwala na zaangażowanie się naszych interesariuszy i pozyskiwanie od nich ich cennego wkładu w funkcjonowanie procesów organizacyjnych.

Prezes Zarządu


Piotr Bieliński

2. HISTORIA I PROFIL DZIAŁALNOŚCI FIRMY ACTION S.A.

2.1. Historia Firmy

Początki firmy ACTION sięgają przełomu lat 80-tych i 90-tych i warszawskiej giełdy komputerowej przy ulicy Batorego. Trzech znajomych, zajmujących się handlem komponentami i grami komputerowymi, założyło w 1991 r. spółkę ACTION (byli to Piotr Bieliński, Olgierd Matyka i Wojciech Wietrzykowski - do dziś menedżerowie firmy i jedni z jej głównych akcjonariuszy).

| Kroki milowe | |
|--------------|---|
| 1991 | Początek działalności firmy w Warszawie |
| 1996 | Pierwszy miliard PLN przychodów |
| 2000 | Włączenie do dystrybucji marek własnych |
| 2004 | Otwarcie centrum biurowo-dystrybucyjnego w Zamieniu |
| 2004 | Wdrożenie systemu zamówień on-line |
| 2006 | Debiut giełdowy |
| 2007 | Rozbudowa centrum dystrybucyjnego o kolejny Magazyn |
| 2009 | Rozwój projektów e-commerce |
| 2009 | Wdrożenie najnowocześniejszych rozwiązań logistycznych w Zamieniu |
| 2010 | Rozwój portalu Gram.pl i sieci sklepów Sferis |
| 2012 | Przekroczenie 1 mld USD przychodów ze sprzedaży |
| 2013 | Wejście na rynek niemiecki, zakup aktywów firmy Devil GmbH |


| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 5 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

2.2. Profil Firmy

Grupa Kapitałowa ACTION skupia firmy działające w obszarze handlu i produkcji urządzeń IT, RTV/AGD, sprzętu biurowego oraz materiałów eksploatacyjnych. W ostatnim czasie realizuje również projekty e-commerce. Powiązania biznesowe między spółkami w ramach Grupy Kapitałowej bazują na wspólnym rozwoju i wykorzystaniu know-how w zakresie logistyki i dystrybucji. ACTION prognozuje wyniki na 2014 rok na poziomie 4,8 mld zł przychodów. Wyniki te mają zostać osiągnięte dzięki dalszemu zwiększaniu aktywności w każdym z kanałów dystrybucji, realizacji planów sprzedaży oraz zachowaniu dyscypliny kosztowej.

Dominującą spółką w Grupie jest ACTION S.A. - jeden z największych dystrybutorów sprzętu IT i RTV/AGD. Spółka ta odpowiada za cały proces zakupu towarów od producentów. Do jej zadań należą również handel, produkcja pod markami własnymi, obsługa internetowego kanału sprzedaży, działalność marketingowa, public relations oraz całościowe zarządzanie Grupą.

Jako dystrybutor, ACTION S.A. od wielu lat współpracuje obecnie z ponad 300 producentami, oferując w ten sposób produkty najbardziej liczących się na świecie dostawców. Wśród partnerów firmy znajduje się większość wiodących marek, m.in. Acer, AMD, ASUS, Bosch, Candy, Canon, Gigabyte, Hewlett-Packard, Intel, JVC, LG, LIEBHERR, Microsoft, Nikon, Panasonic, Philips, Samsung, Sony, Sharp, Toshiba. W swojej ofercie posiada ona również nagradzane za wysoką jakość artykuły oferowane pod własnymi markami: Actina (m.in. komputery stacjonarne, serwery) i ActiveJet (m.in. zasilacze, materiały eksploatacyjne, alternatywne źródła energii - LED) . Spedycja zamówień realizowana jest za pośrednictwem zewnętrznych firm kurierskich (UPS). Centrala Spółki mieści się w Zamieniu pod Warszawą. Na sieć sprzedaży Action, składają się również trzy oddziały zlokalizowane w Katowicach, Krakowie i Wrocławiu, oraz sieć partnerów regionalnych i dealerów.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 6 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

ACTION jest Spółką notowaną na **GPW**. Gazeta giełdy „**Parkiet**” uznała jej debiut za jeden z najlepszych w 2006 roku. Jest ona jednocześnie jedną z najdynamiczniej rozwijających się i cieszących się zaufaniem inwestorów spółek w swojej branży notowanych na GPW. ACTION S.A. jest członkiem Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych i od początku stosuje zasady Ładu Korporacyjnego.

Giełdowa Spółka Roku 2012


ACTION w gronie najlepszych ACTION jako jedyny spośród dystrybutorów IT notowanych na parkiecie głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie znalazł się w prestiżowym rankingu na Giełdową Spółkę Roku. Nad organizowanym od 14 lat przez dziennik Puls Biznesu konkursem, patronat honorowy objęło Ministerstwo Skarbu Państwa.



Ranking został opracowany na podstawie ankiety przeprowadzonej przez TNS Pentor wśród 184 specjalistów z rynku kapitałowego: analityków doradców i maklerów, którzy dokonali oceny w siedmiostopniowej skali. Ankietowani oceniali wszystkie spółki notowane na GPW w kategoriach: kompetencje zarządu, jakość produktów i usług, relacje inwestorskie i perspektywy rozwoju. ACTION znalazł się na liście jako jedyny spośród dystrybutorów IT zajmując jako zajął 30. miejsce z wynikiem 67,53 pkt.

2.3. Spółki zależne

W ramach Grupy funkcjonuje spółka Actina, produkująca pod swoją marką komputery i serwery. Produkty oferowane przez firmę trafiają do ogólnopolskiej sieci sprzedaży poprzez partnerów biznesowych firmy ACTION S.A. Komputery marki Actina zostały również docenione przez instytucje publiczne, do których dostarczono już tysiące komputerów tej marki, m.in.: Centrum Informatyczne Trójmiejskiej Akademickiej Sieci Komputerowej (TASK), Kancelaria Sejmu RP, Centrum Projektów Informatycznych MSWiA oraz Europejska Organizacja Badań Jądrowych w Genewie (CERN).

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 7 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

Wyróżnienie dla Actina Solar za najlepszy program partnerski

W listopadzie 2012 Actina Solar otrzymała wyróżnienie za najlepszy program partnerski w ósmej edycji konkursu organizowanego przez redakcję branżowego pisma ITReseller. Laureatów konkursu wybrano w oparciu o głosy Resellerów, którzy oceniali producentów i dystrybutorów pod względem warunków współpracy. Gala na której wręczono statuetki odbyła się na XXX piętrze Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie.





Do Grupy należy również sieć sklepów, Sferis, z ponad 130 punktami sprzedaży detalicznej. W najbliższym czasie planowana jest dalsza rozbudowa sieci franczyzowej. Od września 2011 Sferis wraz z wydawnictwem AxelSpringer (Forbes, Newsweek, Auto Świat, Komputer Świat) prowadzi sklep internetowy na domenie www.komputerswiat.pl. Całość sklepu, w tym obsługę zamówień, płatności, logistykę oraz infolinię prowadzi Sferis. Klienci mogą także odbierać zamówienia w placówkach sieci Sferis. W 2013 roku Sieć Salonów Sferis otrzymała po raz kolejny złoty laur klienta. Zdobywając złoto w kategorii „Sieci Salonów Komputerowych” Sferis udowodnił 4 raz z rzędu, że jest liderem w swojej klasie. O zwycięstwie marki w plebiscycie zdecydowało blisko 45 procent respondentów.



Sferis nagrodzony na targach IFA w Berlinie

Sieć salonów komputerowych SFERIS otrzymała statuetkę dla najlepszego nowego partnera firmy DELL, jednego z największych producentów sprzętu komputerowego na świecie. Wyróżnienie przyznano podczas Dell Partner Award Party, imprezy towarzyszącej Międzynarodowym Targom IFA.


| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 8 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

Drugim projektem e-commerce jest informacyjno - społecznościowy portal Gram.pl. Znaleźć tam można informacje o grach komputerowych, konsolach oraz sklep internetowy o tej samej nazwie. W maju 2009 roku ACTION S.A. objęła pakiet większościowy nad tym projektem. Obecnie portal posiada ponad 900 tys. unikatowych użytkowników. Nawiązał współpracę z takimi markami jak Canon, Microsoft, Kingston. Portal posiada  rozbudowaną sieć punktów odbioru w całej Polsce, obejmujących swoim zasięgiem wszystkie województwa. Obecnie około 30% zamówień jest kierowanych do punktów odbioru.

GRAM.PL został Członkiem Stowarzyszenia Producentów i Dystrybutorów Oprogramowania Rozrywkowego. GRAM.PL został także laureatem raportu „Zaufanie jako podstawa e-commerce” opublikowanym we współpracy portalu finansowego Bankier.pl i porównywarkę Ceneo.pl

SFK

Program **Solidna Firma Komputerowa (SFK)** działa od **2005 r.**, skierowany jest do solidnych i sprawdzonych partnerów handlowych ACTION S.A. W ramach inicjatywy SFK stworzona została ogólnopolska sieć detaliczna branży IT i RTV/AGD w oparciu o sklepy będące liderami na rynkach lokalnych. W **2009 r.** powstał projekt „**Sfera Komputera**” w celu optymalnej koordynacji działań marketingowych sklepów zrzeszonych w SFK. W 2010 r. wdrożony został nowatorski sklep internetowy www.sfk.pl działający na rzecz kilkudziesięciu niezależnych podmiotów gospodarczych. Sklep ten pozwala na sprawną obsługę Klienta w oparciu o ofertę i doświadczenia wypracowane przez dystrybutora.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 9 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

2.4. Nowoczesne rozwiązania logistyczne

ACTION dysponuje nowoczesnym zapleczem logistycznym, umożliwiającym realizację zamówienia od kontrahenta w ciągu 24 godzin. W 2009 roku w centralnym magazynie w Zamieniu został wdrożony innowacyjny system logistyczny. Przy zachowaniu tego samego poziomu zatrudnienia, maksymalna wydajność nowego magazynu Spółki zwiększyła się trzykrotnie - z obsługi 15 tysięcy do 45 tysięcy paczek dziennie. Obecnie Spółki z Grupy mają do dyspozycji ponad 30 000 m² powierzchni magazynowej.

2.5. Certyfikowany System Zarządzania.

ACTION S.A. stale doskonalili swój system zarządzania. Czynimy to m.in. przez poddawanie się regularnym audytom i potwierdzonych stosownymi certyfikatami:

ISO 9001:2008 - System Zarządzania Jakością

ISO 14001:2004 - System Zarządzania Środowiskiem

ISO 27001:2013 - System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji

ISO 28000:2007 - System Zarządzania Bezpieczeństwem Łańcucha Dostaw

Nasze certyfikaty są dostępne na firmowej stronie


<http://www.action.pl>

oraz na stronach jednostek certyfikujących:

<http://www.bsigroup.pl/>

<http://www.gi-polen.pl>



| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 10 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

3. STRATEGIA ROZWOJU

3.1. Misja

Naczelną zasadą, według której Spółka działa, opiera się na jakości usług i produktów oraz stałym budowaniu zaufania i trwałych relacji z Klientami i Kontrahentami.

3.2. Wizja


Grupa ACTION dzięki dynamicznemu rozwojowi i strategii stanie się wiodącym podmiotem na rynku dystrybucji. Liderem branży cenionym przez Inwestorów i Klientów za innowacyjność, profesjonalnie i rzetelnie świadczone usługi oraz efektywne pozyskiwanie nowych kanałów dotarcia do szerokiego spektrum odbiorców usług i produktów, poczynając od Klienta korporacyjnego, niezależnych sprzedawców, po klientów indywidualnych.

ACTION S.A. jest jednym z największych dystrybutorów oraz producentów sprzętu komputerowego w Polsce. Spółka - założona w 1991 roku - jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 2006 r. oraz jest członkiem Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych. Została uznana również przez dziennik "Parkiet" za jednego z najlepszych debiutantów giełdowych w 2006 roku.

Do dziś jest jedną z dynamicznie rozwijających się i cieszących się zaufaniem inwestorów spółek z branży IT notowanych na GPW. Spółka od początku stosuje zasady Ładu Korporacyjnego.

Strategia rozwoju Grupy ACTION skupia się na rynku polskim oraz rynku niemieckim. W roku 2013 powstała spółka ACTION EUROPE z siedzibą w Niemczech. Obecnie skupia się ona na dystrybucji sprzętu IT. Planowane jest stopniowe poszerzanie asortymentu.

W Polsce ACTION zamierza stać się liderem na rynku hurtowej dystrybucji sprzętu komputerowego.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 11 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |


Osiągnięcie tego celu ma być możliwe dzięki m.in.: stałemu poszerzaniu oferty produktowej - m.in. produkty o niskiej wrażliwości na sezonowość sprzedaży oraz rozwój marek własnych.

Rozwijaniu sieci dystrybucji i potencjału logistycznego - ACTION rozbudował magazyn główny do 11 500 m² w 2007 r. Równocześnie szybki rozwój firmy wymaga dalszego powiększania powierzchni magazynowej. Jedna z części magazynu została rozbudowana o kolejne piętro, co dało 6,5 tys. m² dodatkowej powierzchni. Rozbudowa części spedycyjnej magazynu, dała dodatkowe 2,5 tys. m² powierzchni.

Stalemu budowaniu i wzmacnianiu zaufania inwestorów. Spółka jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 2006 r. oraz jest członkiem Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych. Została uznana również przez dziennik "Parkiet" za jednego z najlepszych debiutantów giełdowych w 2006 roku. Do dziś jest jedną z dynamicznie rozwijających się i cieszących się zaufaniem inwestorów spółek z branży IT notowanych na GPW. ACTION od początku stosuje zasady Ładu Korporacyjnego Rozwojowi bazy klientów - obecnie 9.500 stałych, aktywnych klientów, jak również umacnianiu pozycji na rynku przetargów publicznych i zleceń korporacyjnych. Grupa ACTION S.A. - będąc jednym z rynkowych liderów w dystrybucji sprzętu IT - jest jednocześnie największym producentem i głównym dostawcą wysokowydajnych serwerów w Polsce.

Odbiorcami kompleksów serwerowych o potężnej mocy obliczeniowej są przede wszystkim środowisko naukowe - wyższe uczelnie techniczne oraz centra komputerowo-sieciowe. Oprócz tego klientami Grupy ACTION S.A. są sprzedawcy detaliczni oraz odbiorcy korporacyjni.

Spółka ma od lat wiodącą pozycję w dostawach komputerów do przetargów sektora publicznego.


| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 12 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

Rozwoju nowych kanałów dotarcia do klientów - jak np. za pomocą galerii internetowej **a.pl**, która prowadzi od końca 2007 roku sprzedaż wysyłkową produktów spożywczych, artykułów biurowych, zoologicznych, RTV, sprzętu elektronicznego oraz wina. W ofercie **a.pl** jest obecnie ponad 30 tysięcy produktów. Oprócz wkraczania na nowe rynki lokalne Emitent zamierza systematycznie powiększać swoją ofertę produktową, aby w coraz pełniejszy i doskonalszy sposób zaspokajać potrzeby swoich klientów oraz docierać do nowych odbiorców.



3.3. Nasze wartości

- 3.3.1. **Pracownicy** – którzy tworzą całą firmę. W firmie Action dbamy o to, aby każdy pracownik otrzymał bogactwo możliwości do pełnego wykorzystania swojego potencjału.
- 3.3.2. **Doskonałość** - Wszystkie nasze działania cechuje nieustępliwe dążenie do doskonałości i nieślabnący zapał w opracowywaniu najlepszych produktów i usług na rynku.
- 3.3.3. **Zmiana** - Dzisiejsza gospodarka, pędząca w zawrotnym tempie, nacechowana jest ciągłymi zmianami, zatem innowacja stanowi kluczowy czynnik przetrwania każdej firmy. Od ponad 20 lat patrzymy w przyszłość, przewidując potrzeby i zapotrzebowanie rynku, tak abyśmy mogli poprowadzić naszą firmę w kierunku trwałego sukcesu.
- 3.3.4. **Uczciwość** - Postępowanie zgodne z etyką jest podstawą naszych działań. Kierunek naszych działań wytycza kompas moralny, który zapewnia uczciwość, szacunek dla wszystkich udziałowców oraz całkowitą jawność.
- 3.3.5. **Dobra koniunktura** - Firma nie odniesie sukcesu, jeżeli nie tworzy dobrej koniunktury i możliwości dla innych. Firma Action pragnie być społecznie odpowiedzialnym, dbającym o środowisko obywatelem korporacyjnym każdej społeczności, w której prowadzi działalność.

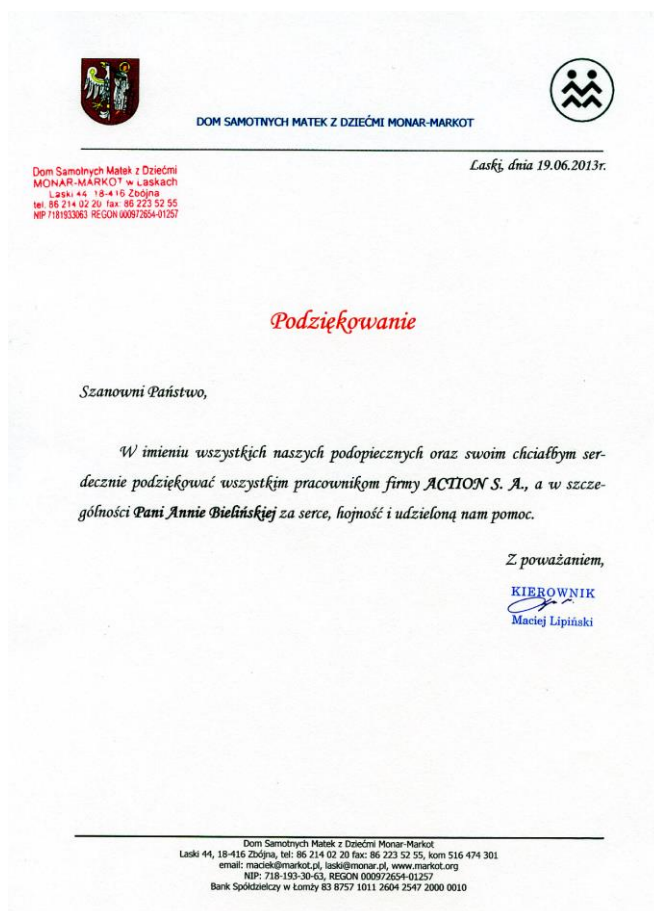
| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 13 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |


4. SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

4.1. ACTION S.A. wspiera lokalną społeczność

Action dla Stowarzyszenia Monar

Firma ACTION S.A. kolejny raz zaangażowała się w akcję niesienia pomocy lokalnym społecznościom. Tym razem spółka wspomogła Dom Samotnych Matek z Dziećmi Monar-Markot w Laskach przekazując wychowankom tej placówki sprzęt IT.



| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 14 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |


Iwona Lewandowska, zawodniczka LKS „Vectra-DGS” Włocławek. W 2010 zaczęła również startować w biegach ulicznych i od razu odniosła sukces. Jest trzykrotną zwyciężczynią (2010, 2011 i 2012) słynnej imprezy biegowej Biegnij Warszawo na 10 km. Dodatkowo, w 2012 zawodniczka poprawiła najstarszy z kobiecych ulicznych rekordów Polski o minutę na dystansie 20 km (1:07:20). Zdobyła też pierwsze Mistrzostwo Polski na 10 km w biegu ulicznym kobiet w Bielsko-Białej. W tym samym roku Iwona Lewandowska wypełniła minimum IAAF i PZLA na Mistrzostwa Świata w Lekkoatletyce (Moskwa 2013).



ACTION S.A. patronuje “Biegnij Warszawo”


6 października amatorzy aktywnego trybu życia spotkali się na stołecznych ulicach by wystartować w kolejnej edycji “Biegnij Warszawo”, największej tego typu imprezie w Polsce. W maratonie wystartowała również Iwona Lewandowska, wielokrotna medalistka Mistrzostw Polski w biegach średnio- i długodystansowych.

Trasa 10-kilometrowego biegu przebiegała przez centrum miasta. Finał i meta była na stadionie Legii Warszawa przy ul. Łazienkowskiej 3, gdzie po zakończonym biegu uczestnicy mieli do dyspozycji całą murawę areny. Frekwencja tegorocznego maratonu była jeszcze większa od zeszłorocznej edycji, która zgromadziła

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 15 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

kilkanaście tysięcy amatorów biegania. Na stałe w dotychczasowej historii "Biegnij Warszawo" zapisała się bardziej rekreacyjna część imprezy - "maszeruje kibicuję", która jest idealną propozycją dla osób preferujących lżejszą formę wysiłku fizycznego. W marszu do przejścia jest 5 km, zaś limit czasu to dwie godziny. W "Biegnij Warszawo" mogą wziąć udział również osoby niepełnosprawne. Patronat ACTION nad "Biegnij Warszawo" to element strategii wizerunkowej Grupy Kapitałowej ACTION S.A., zakładającej sponsoring sportowy, na który składa się m. in. wspieranie czołowych polskich lekkoatletów. ACTION S.A. jest również Sponsorem Głównym Klubu Piłkarskiego Legia Warszawa.


- Biegnij Warszawo jest dla mnie, z jednej strony świetną okazją sprawdzenia aktualnej dyspozycji w doborowej obsadzie, z drugiej to również miły sposób spędzenia wolnego czasu i doskonała sposobność do spotkania z fanami. Z radością obserwuję fakt, że bieganie jest coraz popularniejszym sportem. ACTION patronuje "Biegnij Warszawo", sponsoruje również moją karierę sportową. To bardzo duże wsparcie, które pozwala mi doskonalić formę i zwyciężać – powiedziała Iwona Lewandowska, wielokrotna medalistka Mistrzostw Polski w biegach średnio- i długodystansowych.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 16 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

4.2. Sponsoring



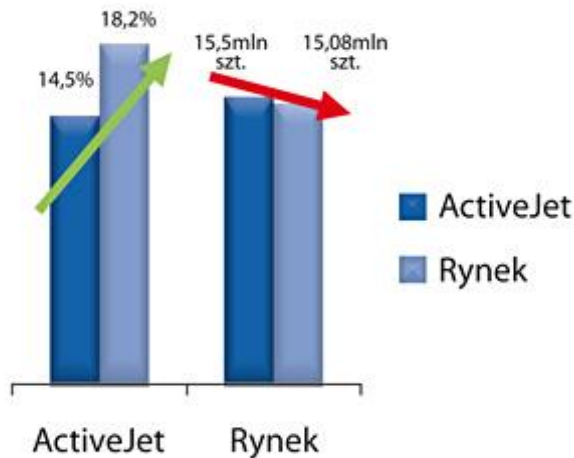
ActiveJet jest sponsorem głównym Legii Warszawa od listopada 2011 roku. Przez ten czas marka, produkująca m. in. tusze i tonery do drukarek, oświetlenie, w tym LED i urządzenia zasilające UPS, nie tylko umocniła się na pozycji lidera branży, ale również zwiększyła swój udział w rynku. Co istotne, stało się to w czasie, gdy popyt na alternatywne materiały do drukowania istotnie osłabł. Decyzja o sponsorowaniu czołowej drużyny piłkarskiej w Polsce z pewnością pomogła w osiągnięciu tak dobrego wyniku. Według badań Pentagon Research łączna wartość mediowa sponsoringu sportowego w 2012 roku w Polsce osiągnęła 2,5 mld zł i względem 2001 roku wzrosła ponad 12-krotnie. Czołowe miejsce w rankingu dyscyplin zajmuje piłka nożna, której wartość mediową w 2012 r. oszacowano na 1 160 mld zł. Z badań wynika również, że marketing sportowy jest coraz bardziej popularnym i skutecznym sposobem promocji wizerunkowej i dotarcia do klienta. ActiveJet dobrze wykorzystał "efekt **EURO 2012**", decydując się sponsorować czołową drużynę w Polsce w czasie, gdy zainteresowanie opinii publicznej piłką nożną notuje rekordowy poziom.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 17 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

- Przez wiele lat byłem zawodnikiem sekcji lekkoatletycznej Legii Warszawa. Właściwie mogę powiedzieć, że wychowywałem się wraz z tym klubem. Biznes i sport mają ze sobą bardzo wiele wspólnego i mogą się wzajemnie uzupełniać. Tę synergę osiągamy m.in. w marketingu sportowym Legii, ponieważ kibice to również nasza grupa docelowa. Już teraz widzimy, że finanse zainwestowane w sponsoring Legii zwróciły się nam z nawiązką. Sprzedaż marki rośnie pomimo spadającego rynku, a po jednym tylko meczu wartość zdjęć piłkarzy z widocznym logo i to tylko w prasie drukowanej wyniosła ponad 0,7 mln zł. Pokazuje to jaką wartość dla ActiveJet wypracowują na boisku piłkarze Legii – komentuje Piotr Bieliński, Prezes Zarządu ACTION S.A.

- Sponsorując Legię Warszawa udaje się nam osiągać bardzo dobre wyniki sprzedażowe. Zainteresowanie klubem jest ogromne. Według badań Legia ma w Polsce ponad 2 mln zagorzałych fanów. Mało tego, częstotliwość z jaką piłkarze w koszulkach z logotypami ActiveJet pojawiają się w telewizji, prasie i Internecie sprawiło, że marka ActiveJet stała się bardzo dobrze rozpoznawalna. Przełożyło się to również na łatwość w nawiązywaniu nowych umów dystrybucyjnych np. z siecią Metro Group. Sponsorując Legię Warszawa zdecydowaliśmy się również na optymalizację tradycyjnych reklam. Analizując różne scenariusze doszliśmy do wniosku, że występując w roli Sponsora Głównego Legii Warszawa wesprzemy naszych Partnerów, sprzedających produkty ActiveJet klientom końcowym. Jako pierwsi w tej branży na świecie zdecydowaliśmy się na sponsoring w takiej skali i zauważamy bardzo zadawalające efekty biznesowe tej współpracy - powiedział Rafał Ornowski, Pełnomocnik Zarządu ds. Marki w ACTION S.A.


Efekt Legii Warszawa



ActiveJet korzysta z marketingowego "efektu Legii" na kilka sposobów. Logotypy ActiveJet znajdują się m. in. na koszulkach piłkarzy i w różnych częściach stadionu. Dzięki temu są zauważalne nie tylko przez tysiące kibiców na stadionie (średnio na meczu jest ich 21 tys.), ale także przez setki tysięcy fanów piłki nożnej oglądających transmisję w telewizji. Legia Warszawa wydała również najwięcej kart kibica spośród drużyn piłkarskich w lidze – ponad 210 tys. Rozpoznawalność marki buduje obecność w mediach drukowanych i w Internecie. Z wyliczeń przeprowadzonych dla prasy papierowej wynika, że współczynnik dotarcia AVE dla publikacji tylko po meczu z Lechem Poznań, 18 maja, rozstrzygającym o Mistrzostwie Polski wyniósł ponad 0,7 mln zł, a tekst z widocznym dużym logotypem ActiveJet znalazł się w głównych dziennikach m. in.: Gazecie Wyborczej, Rzeczpospolitej, Faktie i Super Expresie. W całym sezonie 2011/2012 częstotliwość występowania w prasie oraz Internecie wzmianek dotyczących Legii Warszawa osiągnęła 25 224 i była najwyższa w ekstraklasie.

Najbardziej medialna drużyna Ekstraklasy

Legia Warszawa zdobyła pierwsze miejsce w rankingu Ekstraklasa piłkarskiego biznesu 2012, przygotowanego przez międzynarodową firmę consultingową – Ernst & Young, plasując się również na pierwszej pozycji w dwóch podkategoriach: medialność i efektywność. O sukcesie Klubu Legia Warszawa zdecydowały z jednej

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 19 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

strony wyniki sportowe, z drugiej sukces komercyjny. Legia zawdzięcza najwyższą pozycję w kategorii **"medialność"** bardzo dobremu występowi w Lidze Europejskiej, zdobyciu Pucharu Polski oraz trzeciemu miejscu w Ekstraklasie. Przełożyło się to również na najwyższą w lidze wartość koszulki klubowej Legii Warszawa (ekwiwalent reklamowy), która przekroczyła 15 mln zł. Świadczy to z jednej strony o zainteresowaniu, z drugiej o wartości marketingowej klubu z Łazienkowskiej.

4.3. Nagrody i Wyróżnienia


ACTION został Dystrybutorem Roku według branżowego miesięcznika Mobbile Reseller

Branżowy miesięcznik Mobbile Reseller nagrodził ACTION statuetką "Złotego Bella" w kategorii "Najlepszy Dystrybutor IT 2012 roku".



Przyznanie nagrody dla Najlepszego Dystrybutora dla ACTION jest dobrym podsumowaniem 2012 roku. Spółka osiągnęła nie tylko bardzo dobre wyniki finansowe, ale również znacząco rozszerzyła ofertę dystrybucyjną. Szczególnie dbamy o relacje z reseller rami, którzy stanowią blisko 50% odbiorców naszego sprzętu – powiedział Piotr Bieliński, Prezes Zarządu ACTION S.A.

Jury nagrody stanowili doświadczeni dziennikarze na co dzień zajmujący się branżą IT. Organizatorem Gali Mobility Trends jest MIT MEDIA Group, wydawca wiodącego magazynu mobilnych technologii „Mobility”. Podczas uroczystości wręczane są nagrody „Złoty BELL” za najlepsze produkty i usługi, przyznawane na cześć Alexandra Grahama Bella, wynalazcy telefonu i kilkudziesięciu innych wynalazków telekomunikacyjnych. Nagrody otrzymają także osoby związane z branżą

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 20 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

telekomunikacyjną oraz nowoczesnych technologii. Gala Mobility Trends jest jednym z najbardziej prestiżowych i największych spotkań branży IT w Polsce. Na Galę Mobility Trends zaproszonych zostaje około 500 osób z branż związanych z nowoczesnymi technologiami, m.in. producenci urządzeń, operatorzy, resellerzy, pracownicy agencji marketingowych, Public Relations, ludzie polityki, biznesu i showbiznesu oraz media.

Wśród laureatów znalazły się takie firmy jak HTC, T-Mobile, Samsung i Philips. Wręczenie nagród odbyło się 23 stycznia w Teatrze Capitol w Warszawie.


ACTION S.A. „Złotym Asem IT”

W pierwszej edycji konkursu zorganizowanego przez pismo Reseller News, ACTION S.A. dostał nagrodę za konsekwentne budowanie świadomości marki ActiveJet. Laureaci zostali ogłoszeni podczas uroczystej gali „wieczór Asów IT”, która odbyła się 6 czerwca 2013 r. w warszawskiej restauracji Endorfina Foksal.



Miesięcznik branżowy Reseller News uhonorował tytułem Złotego Asa IT firmy, które najlepiej radzą sobie na obecnym, bardzo wymagającym rynku. Według oficjalnych danych ekonomicznych sektor informatyczny należy do jednych z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki. Rośnie również bardzo konkurencyjność w branży. Dlatego magazyn Reseller News postanowił nagrodzić tytułem Złotego Asa IT spółki, które znalazły swój sposób na efektywne prowadzenie biznesu w zmiennym otoczeniu rynkowym.

- Nagroda Złoty As IT jest kolejnym potwierdzeniem na to, że obrany kurs strategii marketingowej i polityki sprzedaży produktów marki ActiveJet jest słuszny. Wyeksponowanie biało-czerwonego logotypu naszej marki w mediach przerosło

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 21 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

*nasze oczekiwania. Logo ActiveJet setki razy pojawiało się w najlepszym czasie antenowym w kraju. Ma to przełożenie na zwiększenie popularności marki i wzrost sprzedaży jej produktów, co doceniła kapituła konkursu – komentuje **Sławomir Harazin, wiceprezes ACTION S.A.***


W imprezie wzięło udział 140 osób, w tym: prezesi, dyrektorzy i przedstawiciele kadry zarządzającej największych firm IT w Polsce, ściśle współpracujących z kanałem partnerskim. Patronat nad imprezą objęły Gazeta Bankowa, portal wGospodarce i firma analityczna IDC.

Wyróżnienie Top Marka po raz trzeci dla produktów z portfolio ActiveJet



Materiały eksploatacyjne ActiveJet do urządzeń drukujących już trzeci rok z rzędu zostały laureatem konkursu Laur Klienta. Wyróżnienie to jest przyznawane w ramach ogólnopolskiego programu konsumenckiego - Laur Konsumenta, a o jego przyznaniu decyduje przede wszystkim pozycja marki na rynku wraz z jej rozpoznawalnością oraz dynamika rozwoju marki wśród konkurencyjnych brandów.

- Kolejne, już trzecie wyróżnienie Top Marka jest najlepszym wyznacznikiem dużej, niesłabnącej popularności jaką cieszą się produkty z logo ActiveJet. Wyniki konkursu dedykowanego ostatecznym klientom są dla nas bardzo ważne. Kolejny raz udowadniają, że nasza oferta całkowicie wpisuje się w oczekiwania rynku, który poszukuje produktów w najwyższej jakości, a jednocześnie bardzo atrakcyjnych cenowo. Bez zaufanych klientów nie byłoby tego sukcesu. Dlatego bardzo dziękuję osobom za wzięcie udziału w konkursie i zagłosowanie na nasz brand - mówi Rafał Ornowski, Pełnomocnik Zarządu ds. Marki w ACTION S.A., będącej właścicielem marki ActiveJet.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 22 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

Odznaczenie Laur Klienta - Top Marka przyznawane jest produktom i usługom, które zdobyły minimum trzy lata z rzędu największą sympatię konsumentów biorących udział w plebiscycie Laur Klienta. Wyniki opracowano na podstawie rezultatów głosowania w poszczególnych latach trwania plebiscytu. Głosowanie przeprowadzone było nie tylko podczas sondowania telefonicznego ale także za pośrednictwem witryny internetowej www.laur-konsumenta.pl oraz poprzez zamieszczenie sondy na portalach branżowych oraz serwisach tematycznych jednej z największych spółek medialnych w Polsce.


ActiveJet po raz kolejny zdobył "Złoty Laur Klienta"



ActiveJet zwyciężył w największym programie konsumenckim w kraju w kategorii materiały eksploatacyjne do drukarek. Ogólnopolski sondaż daje odpowiedź na pytanie, które produkty są liderami popularności w swojej grupie. W ankiecie przeprowadzonej przez organizatorów marka ActiveJet zdobyła 44% głosów - ponad dwukrotnie więcej niż zajmujący drugie miejsce Black Point.

- Laur Klienta to dla nas wyjątkowo ważny konkurs, ze względu na to, że jest to najbardziej miarodajne badanie konsumenckie w Polsce. Laur Klienta corocznie analizuje zadowolenie klientów z produktów i usług. Wynik badania jest dla nas istotną informacją, gdyż daje odpowiedź na pytanie czy nasze produkty spotykają się z pozytywną opinią rynku. Zwycięstwo marki ActiveJet pokazuje, że niezmiennie od lat, klienci cenią nasze produkty i sięgają najczęściej właśnie po nie – komentuje Rafał Ornowski, Pełnomocnik Zarządu ds. Marki w ACTION S.A., będącej właścicielem marki ActiveJet

Głosy w badaniu zebrano wykorzystując cztery sposoby pozyskiwania opinii: ogólnopolski sondaż telefoniczny, głosowanie czytelników Rzeczy o Biznesie

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 23 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

w Rzeczpospolitej na stronie internetowej: http://www.kprom.pl/laur_glosowanie.html, sondaż internetowy przeprowadzony przez firmę Agora S.A. oraz sondaż internetowy prowadzony za pośrednictwem portali firmy Media Regionalne Sp. z o.o., takich jak np. Gazeta Lubuska, Gazeta Pomorska, Echo Dnia, Głos Pomorza.

5. IDEA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

5.1. Relacje firmy z klientami i partnerami biznesowymi

Pragniemy zaoferować naszym klientom szeroki wachlarz produktów w najlepszej jakości.

System zarządzania w naszej organizacji zgodny z normami ISO 9001, 14000, 27001, ISO 28000 oraz uzyskany statusu AEO (*Authorised Economic Operator*), pozwalają na utrzymywanie podejścia procesowego na jak najwyższym poziomie.


Staramy się, aby we wszystkim co robimy było zaangażowanie i szacunek dla klientów, dostawców, pracowników oraz środowiska naturalnego.

Bardzo ważne dla nas jest długoterminowy udany kontakt z klientami i dostawcami.

Jesteśmy świadomi, iż dla naszych klientów bardzo ważne są następujące elementy współpracy:

- wysoka jakość usług,
- dbałość o klienta,
- atrakcyjna cena usług,
- oferta produktowa,
- renomowana marka,
- terminowość dostaw.

Aby sprostać nawet najwyższym wymaganiom klientów dotyczącym jakości i bezpieczeństwa usług, narzuciliśmy sobie surowe wymogi dotyczące standardów pracy poprzez wdrożenie wielu norm ISO.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 24 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

5.2. Ochrona środowiska

Ze względu na profil działalności, firma ACTION S.A ma nie wielki wpływ na środowisko naturalne. Podejmujemy jednak wszelkie działania, które mogą przyczynić się do poprawy warunków ochrony środowiska.

Głównym naszym kierunkiem działań w procesie ochrony środowiska jest wdrożona norma ISO 14001: 2004 SYSTEM ZARZĄDZANIA ŚRODOWISKIEM. Podejście procesowe, którym się kierujemy w zarządzaniu ochroną Środowiska przedstawiamy w aspektach Środowiskowych, jak również w ustanowionych mierzalnych celach.

Cele nasze posiadają mierniki i są na bieżąco monitorowane. Wiele z nich jest wspólnych z minimalizacją kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa w takich obszarach jak zużycie mediów energetycznych i wody.

Nasza firma ustanowiła i stosuje Politykę Środowiskową, która deklaruje spełnienie wymagań interesariuszy jak również przestrzeganie wymagań prawnych oraz doskonalenie całego Systemu Zarządzania.


Staramy się, aby całość dokumentacji była utrzymywana w formie elektronicznej, co pozwala na zmniejszenie ilości wykorzystywanego papieru.

Action posiada również Księgę Systemu Zarządzania, w której umieszczone są wszystkie procedury pozwalające na funkcjonowanie zgodnie z normami europejskimi jak również wymaganiami prawnymi i interesariuszy.

W procesach identyfikacji aspektów środowiskowych firma uwzględnia planowane zmiany i inwestycje wraz z określeniem przewidywanych ekologicznych i ekonomicznych wskaźników poprawy.

Zapewniamy zasoby niezbędne do funkcjonowania systemów Zarządzania zarówno, jeżeli chodzi o komponenty, personel, infrastrukturę, podstawowy sprzęt jak również odpowiednio monitorowanie procesów.

Dokonywane są okresowe oceny zgodności z wymaganiami prawnymi i innymi oraz wyprzedzające śledzenie trendów i zmian prawnych wśród kreowanej przez organy administracji polityki środowiskowej.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 25 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

5.3. Współpraca z podwykonawcami i dostawcami

Firma ACTION. również przy wyborze swoich dostawców oraz podwykonawców kieruje się szeroko rozumianymi zasadami zrównoważonego rozwoju.

Zwracamy przede wszystkim uwagę na to, czy firmy, z którymi współpracujemy spełniają wymagania, jakie zostały nałożone poprzez wdrożone Normy ISO.

Spółka wkłada duże zaangażowanie w Systemy Zarządzania poprzez zidentyfikowanie wymagań klientów, przepisów prawa w zakresie działalności organizacji i przekazanie ich w organizacji.

Staramy się utrzymywać odpowiednią politykę jakości, cele i zadania, procesy, zasoby, środowisko oraz ciągle ich doskonalenie.

Firma zdaje sobie sprawę, iż w tych czasach zarządzanie łańcuchem dostaw jest jednym z kluczowych elementów promowania wzorcowych importerów.

Dlatego też w roku 2010 Action wdrożyła oraz certyfikowała System Bezpieczeństwa Łańcucha Dostaw wg ISO 28000: 2007 jak również uzyskała status AEO.

6. CELE, REZULTATY I WSKAŹNIKI

Action SA jest firmą dynamicznie rozwijającą się. Podstawowe obszary działalności to:

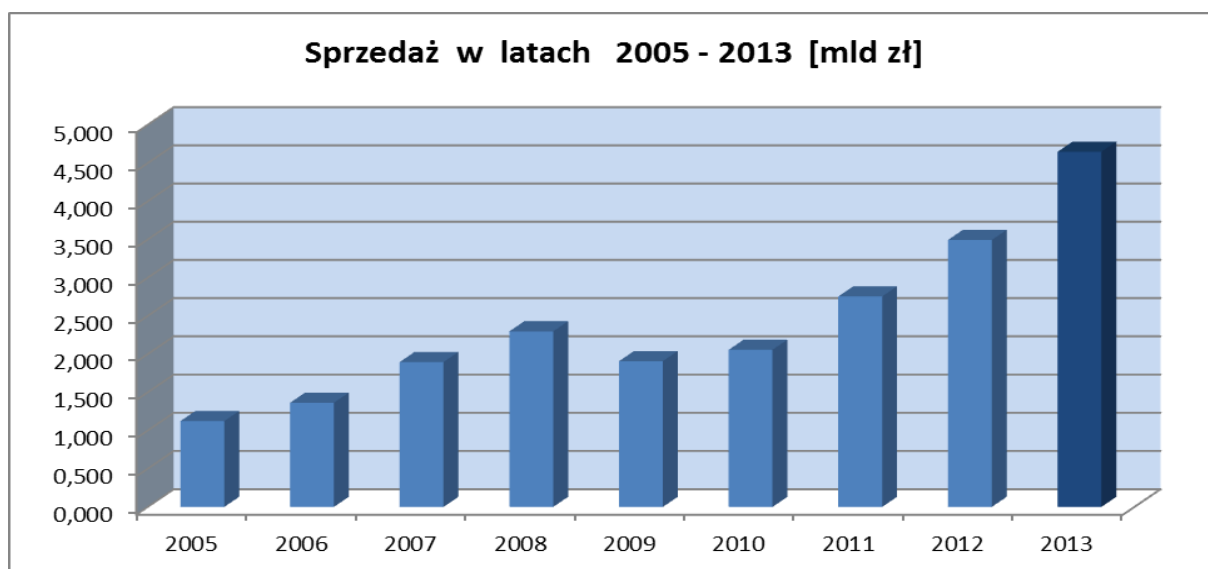
- dystrybucja sprzętu IT, RTV, AGD, telekomunikacja
- produkcja i dystrybucja materiałów eksploatacyjnych do urządzeń drukujących
- produkcja i dystrybucja komputerów (PC, serwery).


Sprzedaż rosła każdego roku, aż do połowy 2008r. W roku 2009 z powodu tzw. kryzysu, nastąpił spadek obrotów. Rok 2010 był czasem redukcji kosztów, przeorganizowania firmy.

Efekty tych działań widać w roku 2011, kiedy Spółka osiągnęła rekordowy wzrost wyników. Rok 2012 zakończył się wzrostem na poziomie ok. 26,83%.

Ostateczny wynik finansowy za rok 2013, to sprzedaż na poziomie 4,649 mld zł przy wzroście „rok do roku” o 33,05%.

| Rok | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------|-------|--------|--------|--------|-------------|-------|--------|--------|--------|
| Sprzedaż [mld zł] | 1,124 | 1,363 | 1,897 | 2,298 | 1,908 | 2,056 | 2,755 | 3,494 | 4,649 |
| Wzrost [%] | - | 21,34% | 39,14% | 21,14% | - 16,98% | 7,79% | 33,96% | 26,83% | 33,05% |



| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 27 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

Od roku 2007 stosujemy analizy odnoszące się do sprzedaży wyrażane w jednostkach zużycia na tysiiąc lub milion złotych sprzedaży.

Dodatkowo należy podkreślić wpływ cen naszych produktów na obrót.

Rok 2008 był rokiem wyjątkowym, ze względu na zawirowania na rynkach finansowych.

W pierwszej połowie roku utrzymywała się tendencja wzrostu sprzedaży przy spadku kursu dolara (podstawowa waluta rozliczeniowa z dostawcami).

Druga połowa przyniosła gwałtowny wzrost kursu dolara, wzrost cen, a w konsekwencji załamanie rynku.

Prognozy na rok 2009 zakładające niewielki wzrost sprzedaży, odbiegający od dotychczasowej dynamiki okazały się nierealne. Spółka znacznie zredukowała koszty.

Jednocześnie trwały inwestycje w obszarze logistyki (dodatkowe powierzchnie, nowe linie technologiczne).

Wyniki sprzedaży, poczynając od roku 2010, wskazują na słuszność przyjętych strategii rozwoju.

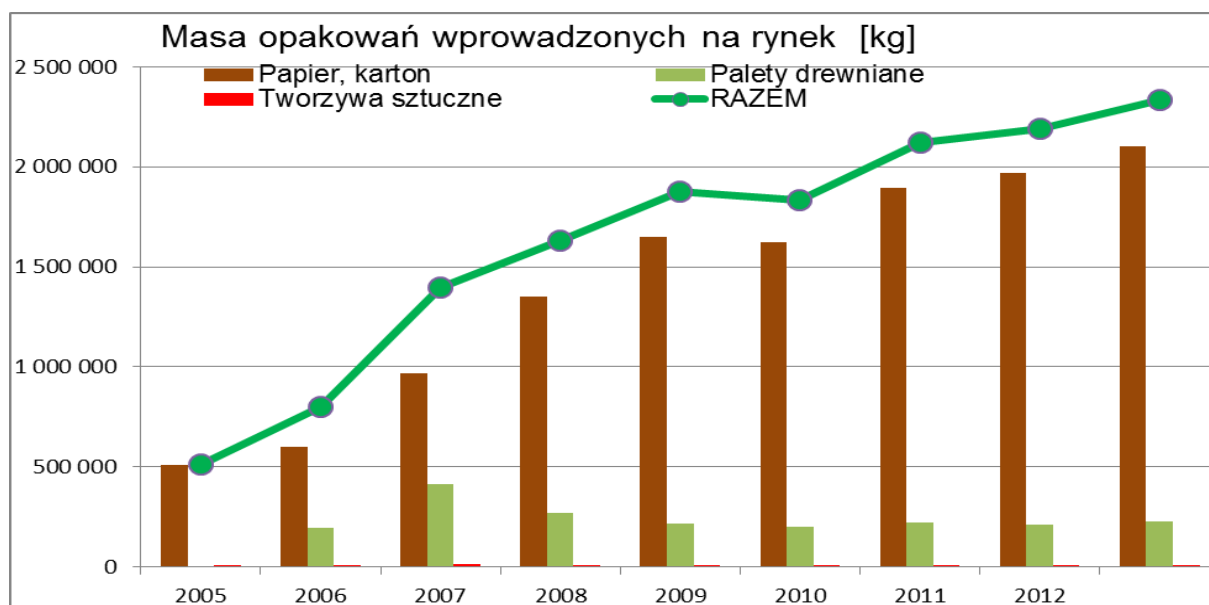
Od dnia 27 sierpnia 2010 w Spółce obowiązuje dokument Zarządu **„Polityka oszczędności energii w ACTION S.A.”** precyzujący działania podejmowane w celu zmniejszenia zużycia energii.

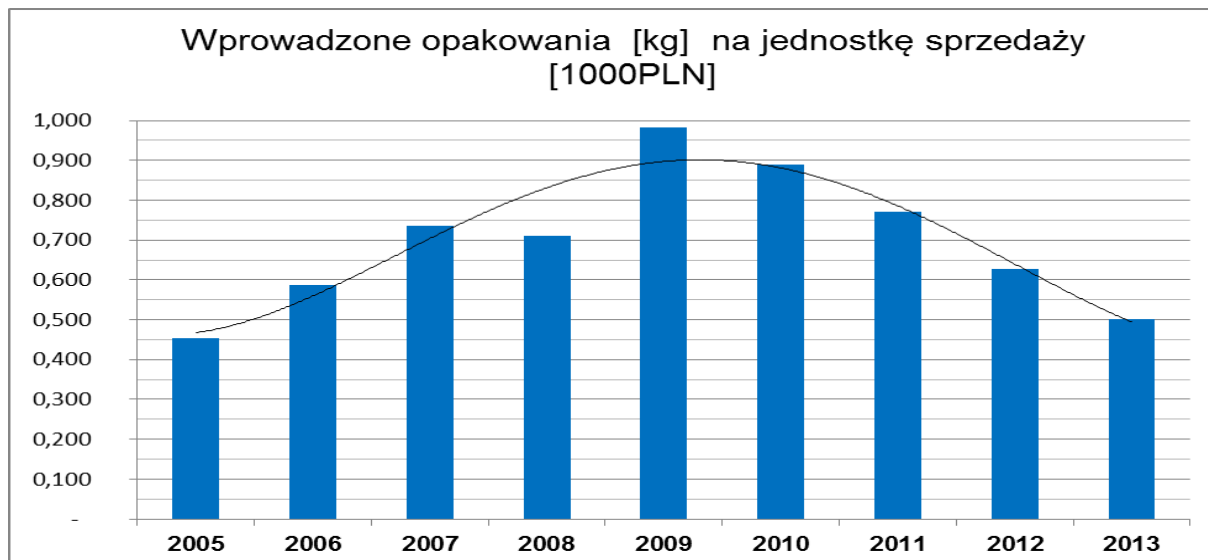
Dokument został rozpowszechniony drogą elektroniczną przez wysłanie go do wszystkich pracowników (Centrala oraz oddziały) posiadających konta mailowe.

Analiza aspektów środowiskowych wskazuje, że dominującym aspektem nadal pozostają opakowania. Poniższa tabela przedstawia ilości opakowań wprowadzonych w latach 2007 - 2013.

| MATERIAŁ OPAKOWA NIOWY | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 prognoza | 2013 realizacja |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| Papier, karton | 968 531 | 1 353 202 | 1 652 010 | 1 623 064 | 1 892 738 | 1 971 479 | 1 960 000 | 2 101 907 |
| Tworzywa sztuczne | 13 633 | 8 967 | 7 211 | 6 709 | 7 404 | 7 085 | 7 600 | 7 498 |
| Palety drewniane | 412 440 | 271 186 | 216 270 | 201 240 | 222 030 | 212 445 | 240 000 | 224 820 |
| RAZEM | 1 394 604 | 1 633 355 | 1 875 491 | 1 831 013 | 2 114 768 | 2 191 009 | 2 207 600 | 2 334 225 |

Prognoza na rok 2013 przewidująca ok. 1% wzrost ilości opakowań w stosunku do roku ubiegłego okazała się nierealna. Ostateczny wzrost wprowadzenia opakowań wynosi 6,5% przy wzroście sprzedaży o 33,05% .





PROGRAM ZMIANY ILOŚCI OPAKOWAŃ PRODUKTÓW WPROWADZANYCH

Wskaźnik = wprowadzone opakowania [kg] na jednostkę sprzedaży [1000 PLN]

Utrzymanie wskaźnika na poziomie nie niższym jak w roku 2012 ;

Wskaźnik = 0,627 [kg/1000 PLN]

Osiągnięta wartość :Wskaźnik = 0,502 [kg/1000 PLN]

Cel osiągnięty, wskaźnik jest niższy niż w roku 2012 (był 0,627 kg/1000 PLN) .

PROGRAM OSZCZĘDNOŚCI ENERGII ELEKTRYCZNEJ


Wskaźnik = zużycie energii elektrycznej [kWh] na jednostkę sprzedaży [1000 PLN]

Utrzymanie wskaźnika na poziomie zbliżonym do roku 2012 ;

Wskaźnik = 0,813 [kWh/1000 PLN]

Osiągnięta wartość Wskaźnik = 0,592 [kWh/1000 PLN]

Cel osiągnięty;

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 30 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

PROGRAM OSZCZĘDNOŚCI ENERGII CIEPLNEJ

Wskaźnik = zużycie gazu [m3] na jednostkę sprzedaży [milion PLN]

CEL: osiągnięcie wskaźnika na poziomie = 60,00 [m3/mln PLN] (wyższy jak w roku 2012 ; Wzrost wynika ze zwiększenia powierzchni użytkowej - rozbudowa budynku biurowego)

Osiągnięta wartość Wskaźnik = 34,85 [m3/mln PLN]

Cel osiągnięty ;

Na osiągnięcie znacznie lepszego wskaźnika niż planowany składa się m.in.:

- zakończenie rozbudowy nowych pomieszczeń magazynowych (wieliminowanie strat ciepła),
- większa niż zakładana sprzedaż w roku 2013
- łagodniejsza zima w stosunku do ubiegłego roku

PROGRAM SEGREGACJI ORAZ RECYKLINGU ODPADÓW PRODUKCYJNYCH I OPAKOWANIOWYCH


W magazynie, dziale produkcji, dziale serwisu są przewidziane odpowiednie miejsca do składowania materiałów z tworzyw sztucznych i papieru z możliwością segregacji. Odpady metalowe występują w śladowych ilościach. Nadmiarowa ilość śrub i listew montażowych w dziale produkcji jest gromadzona do późniejszego wykorzystania. Zużyte kartony, resztki folii, styropianu są używane jako wypełniacz do paczek; resztą zajmuje się wyznaczona firma recyklingowa

PROGRAM GOSPODAROWANIA ZUŻYTYM SPRZĘTEM ELEKTRYCZNYM I ELEKTRONICZNYM, ŚWIETLÓWKAMI, AKUMULATORAMI ORAZ MATERIAŁAMI POMOCNICZYMI

Spółka podpisała stosowne umowy z:

- Elektro System SA Organizacja Odzysku – zużyty sprzęt EiE
- Remondis Sp. z o.o. – zużyte baterie i akumulatory

Umowy obowiązują od 1 stycznia 2013r.

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 31 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

PROGRAM OCHRONY ATMOSFERY

Pracownicy Sekcji Przyjęć magazynu przypominają kierowcom o gaszeniu silników w samochodach.

PROGRAM OCHRONY GLEBY I WÓD GRUNTOWYCH

Stan separatorów jest kontrolowany na bieżąco przez konserwatora.

Mamy karty zdania odpadów.

Ponadto pracownicy działu transportu w celu ochrony gleby i wód wszystkie naprawy oraz mycie samochodów dokonują poza terenem firmy w wyznaczonych do tego celu miejscach. Również kierowcy dostarczający nam towar informowani są o zakazie jakichkolwiek napraw bądź innych czynności mogących spowodować wycieki substancji ropopochodnych.

7. Podsumowanie


ACTION S.A. kładzie ogromny nacisk na to, aby wszelkie prowadzone działania przebiegały zgodnie ze strategią zrównoważonego rozwoju.

Uważamy, iż zrównoważony rozwoju firmy to słuszna idea, która powinna być propagowana wśród wszystkich przedsiębiorstw.

Dążymy do jak najwyższej jakości firmy pod kątem jakości jak również ochrony środowiska.

Ciągłe doskonalenie powoduje ciągłe wyznaczanie sobie celów takich jak:

- monitorowanie spełnienia oczekiwań i wymagań naszych Klientów
- motywowanie pracowników do identyfikowania się z firmą oraz rzetelnego wykonywania obowiązków służbowych

| | | |
|---|--|-----------------------------|
|  | RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ACTION S.A. ZA 2013 ROK | Strona 32 |
| | | Stron 32 |
| | | Wydanie: I |
| | | Data wydania: 2014.01.30 |

- prowadzenie auditów wewnętrznych i przeglądów zarządzania w celu potwierdzenia prawidłowego funkcjonowania oraz doskonalenia zintegrowanego systemu zarządzania
- wprowadzanie nowych rozwiązań i działań marketingowych
- stałe dążenie do optymalizacji procesu produkcji i racjonalne wykorzystanie surowców
- ciągłe prace na rzecz zapobiegania zanieczyszczeniom.

Liczymy na to, że nasza praca będzie pokazywała rezultaty, które dadzą satysfakcję interesariuszom, władzom firmy a przede wszystkim naszym klientom.