

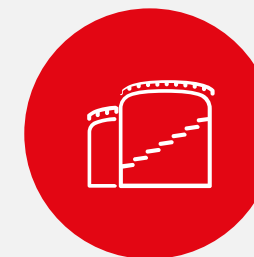


# Największa w Polsce

niezależna  
grupa paliwowo-energetyczna

**Strategia Grupy UNIMOT  
na lata 2024-2028**

Kwiecień 2024



# AGENDA

1. Misja i wizja Grupy UNIMOT
2. UNIMOT z perspektywy poprzedniej strategii
3. Aktualna struktura Grupy UNIMOT
4. Zrównoważony rozwój Grupy UNIMOT
5. Transformacja energetyczna
6. Plany rozwoju spółek z Grupy UNIMOT w perspektywie strategii
7. Cele strategiczne UNIMOT na 2028 r.

# Naszą misją jest dostarczanie czystej i taniej energii.

Sprawność organizacyjna, efektywność kosztowa, otwartość na zmiany i wychodzenie poza horyzont, pozwolą nam na wyprzedzanie konkurencji poprzez oferowanie najlepszych produktów i najwyższej jakości obsługi na rynku, tym samym zrównoważony rozwój zdywersyfikowanego biznesu.

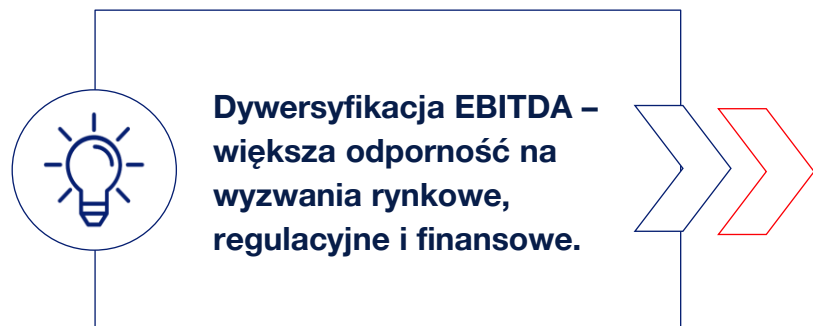
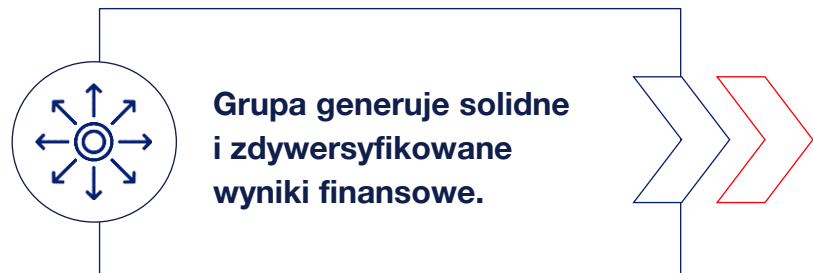


# CELE STRATEGICZNE NA 2023 R. – WYKONANIE

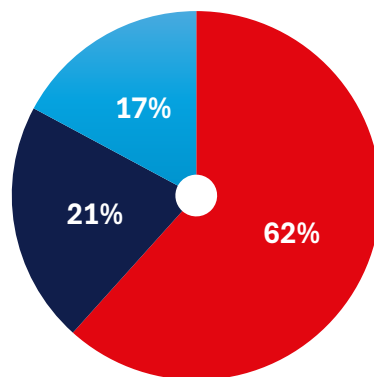


\* ROCE = EBITDA / aktywa trwale pomniejszone o kapitał pracujący \*\* Cel zweryfikowany w okresie obowiązywania strategii

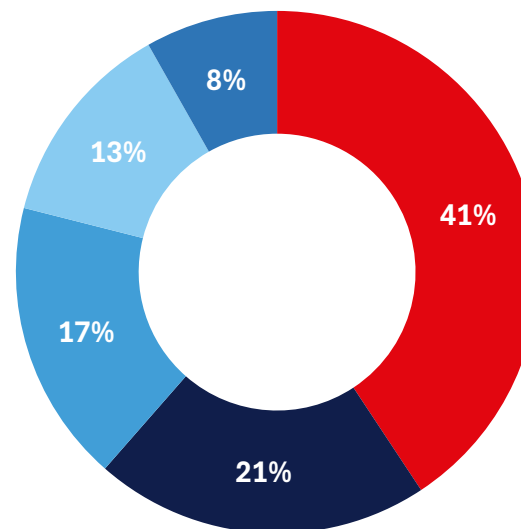
# GRUPA UNIMOT W LATACH 2018-2023



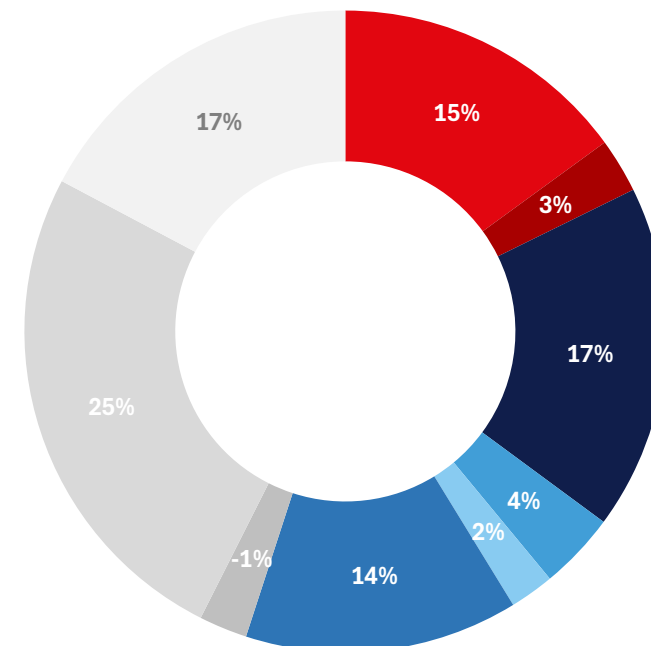
EBITDA 2018: 31,5 mln



Cel strategiczny 2023: 74,9 mln



Wykonanie 2023: 243,7 mln

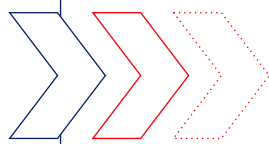


■ Paliwa  
 ■ Paliwa Stałe  
 ■ LPG  
 ■ EE  
 ■ AVIA  
 ■ GZ  
 ■ OZE  
 ■ Bitumeny  
 ■ Logistyka

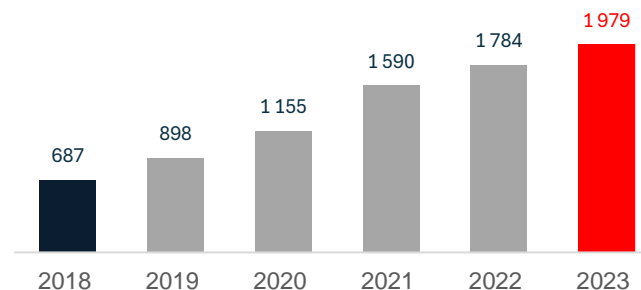
# GRUPA UNIMOT W LATACH 2018-2023



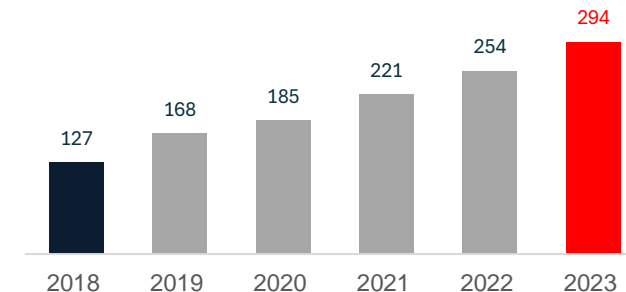
**Wzrost udziału w rynku poprzez zwiększenie wolumenów sprzedaży w większości biznesów: paliwa i biopaliwa, LPG, stacje paliw AVIA.**



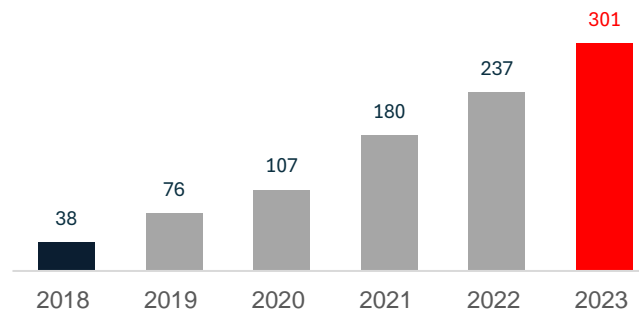
WOLUMEN – Paliwa i Biopaliwa  
(tys. m3)



WOLUMEN - LPG  
(tys. ton)



WOLUMEN - Avia  
(tys. m3)



# GRUPA UNIMOT – SEGMENTY



**ESG #1** Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura  
**ESG #1** Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy  
**ESG #2** Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej

## Główne obszary działalności



PALIWA



BIOPALIWA



GAZ LPG



PALIWA STAŁE

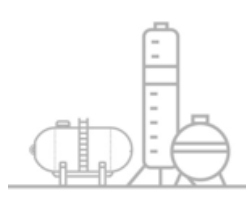


PALIWA LOTNICZE



BITUMENY

## Logistyka



TERMINALE  
PALIWOWE



STACJE PALIW



LOGISTYKA KOLEJOWA

## Segmenty przejściowe i transformacyjne



GAZ ZIEMNY



OZE



ENERGIA ELEKTRYCZNA  
I CIEPŁO



BIOPALIWA

Rozwijamy nasze segmenty biznesowe mając świadomość trendów globalnych i transformacji rynku – struktura Grupy UNIMOT jest rozwijana w celu efektywnego wykorzystania wielopłaszczyznowych synergii biznesowych.



# 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

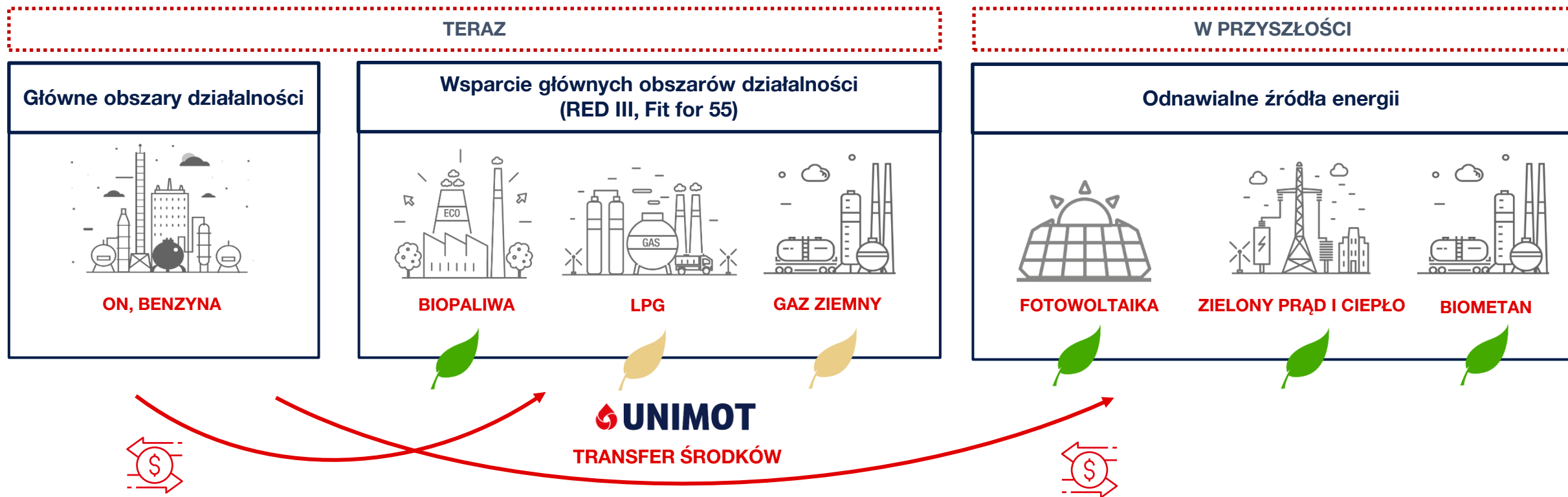
**ESG #3** Dostawcy i klienci biznesowi

**ESG #1** Ład korporacyjny jako podstawa funkcjonowania firmy

**ESG #2** Zarządzanie ryzykiem i system kontroli wewnętrznej

# TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – KIERUNKI INWESTYCYJNE

Podstawą transformacji energetycznej Grupy będzie efektywne wykorzystanie pozycji niezależnego lidera na rynku paliw płynnych i inwestowanie wypracowanych przez ten segment środków w rozwiązania nisko- i zeroemisyjne.



# TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – SCENARIUSZ ROZWOJU

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



# TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – ZMIANY ORGANIZACYJNE



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

UNIMOT  
Energia i Gaz

Inwestycje w OZE – źródła własne w obszarze energii elektrycznej i ciepłownictwa

Oferta realizacji OZE oraz dystrybucji komponentów dla aktualnych i przyszłych klientów Grupy

Wsparcie lokalnych społeczności w transformacji energetycznej – klastry oraz spółdzielnie energetyczne

Trading energią i usługi bilansowania

Sprzedaż energii i gazu ziemnego

Produkcja i sprzedaż ciepła oraz energii elektrycznej

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

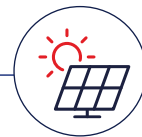
# TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA – POTENCJALNE OBSZARY ROZWOJU



**Rozwój działalności** w obszarze produkcji biopaliw (wytwarzanie biokomponentów)



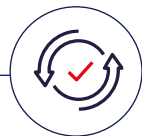
**Produkcja** biopaliw gazowych



**Inwestycje** w PV



**Rozwój** działalności w obszarze energetyki obywatelskiej



**Rozszerzenie** usług bilansowania – usługi DSR oraz VPP



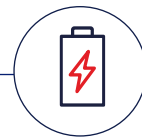
**Inwestycje** w farmy wiatrowe



**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.

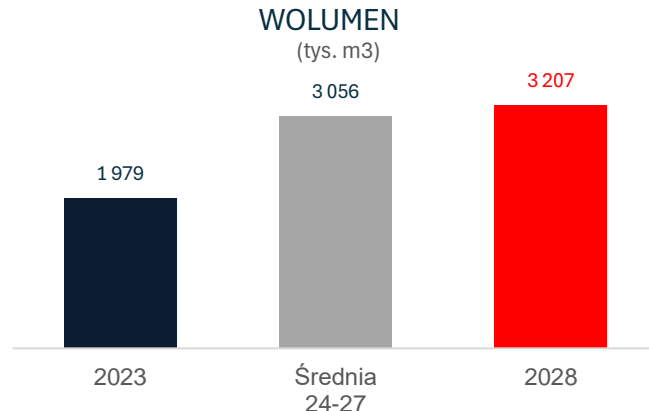
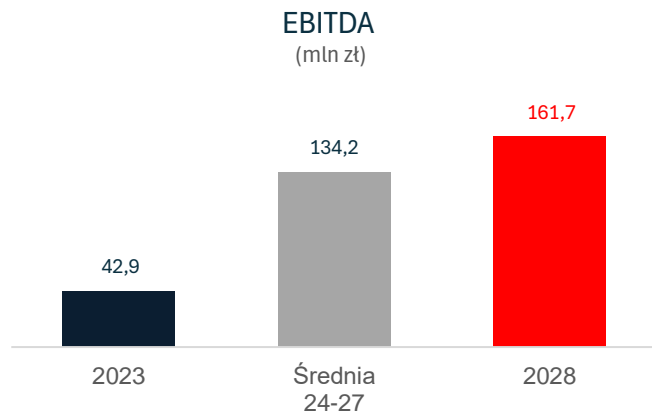
Obniżenie emisyjności prowadzonej  
działalności oraz  
stworzenie działu handlowego  
oferującego paliwa o obniżonej  
emisyjności

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 wzmacniające 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
- Zawirowania 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



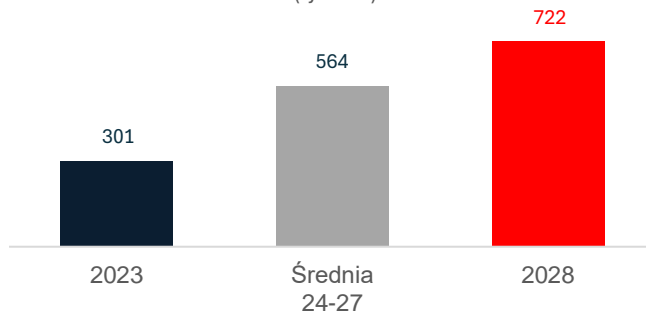
ESG #1 Przeciwdziałanie zmianom klimatu i zrównoważona infrastruktura  
ESG #2 Ochrona środowiska naturalnego  
ESG #2 Partnerstwo społeczno-biznesowe

**CEL:** Podwojenie wolumenu sprzedaży paliw oraz wyniku sprzedaży pozapaliwowej

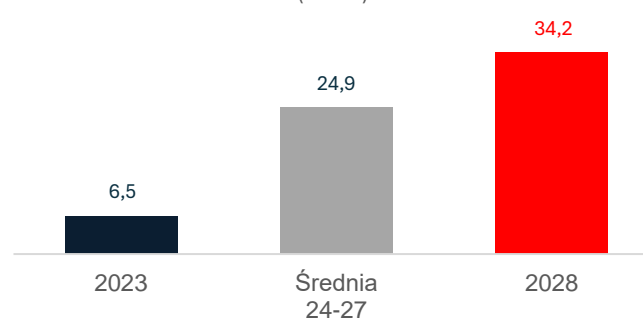
Rozwój sieci	Karta flotowa	Sprzedaż pozapaliwowa	Sieć własna
<p>AVIA Truck – koncept wysoko wolumenowych stacji na kluczowych węzłach komunikacyjnych w kraju.</p> <p>Wymiana systemu kasowego franczyzobiorców oraz nowa aplikacja dla klientów AVIA GO.</p>	<p>Poszerzenie oferty AVIA Truck.</p> <p>Wprowadzenie 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

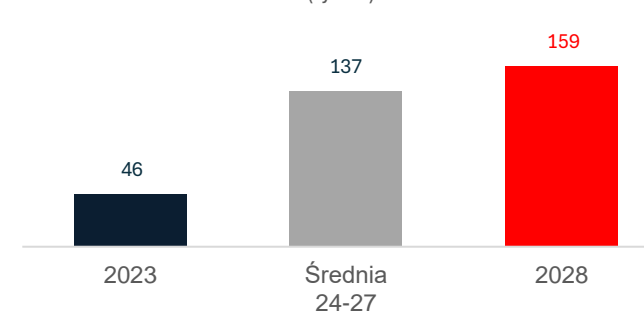
WOLUMEN - AVIA  
(tys. m3)



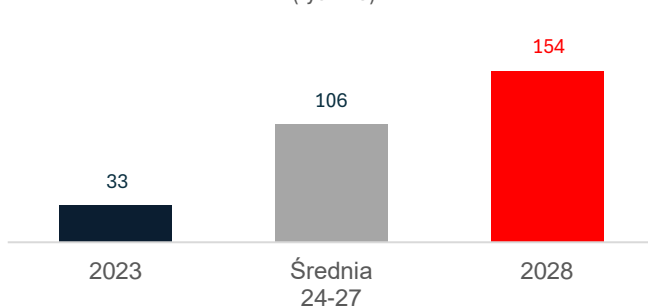
EBITDA - AVIA  
(mln zł)



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

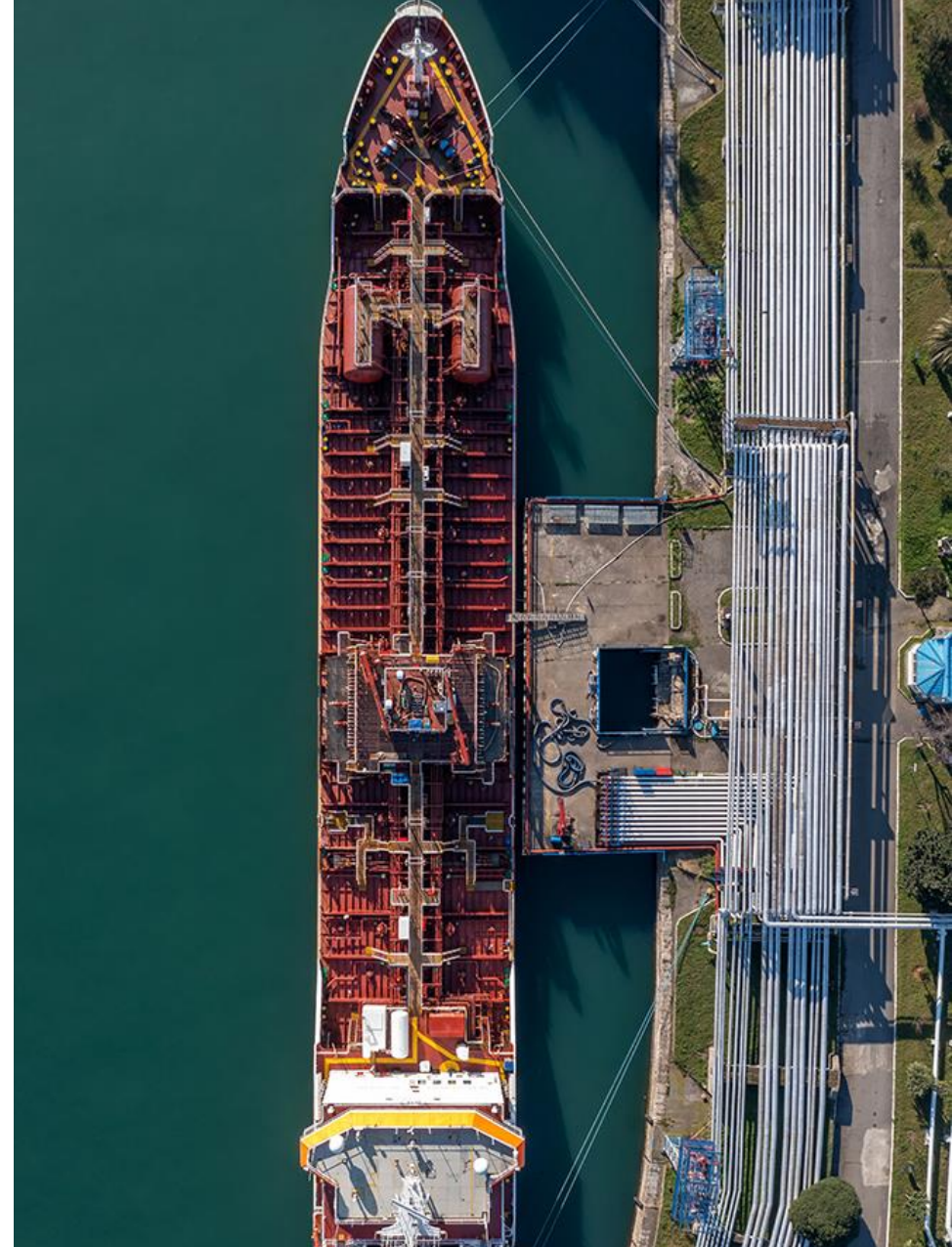
Otwarcie nowych rynków  
zbytu i poszerzenie bazy  
klientów

Dywersyfikacja EBITDA

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

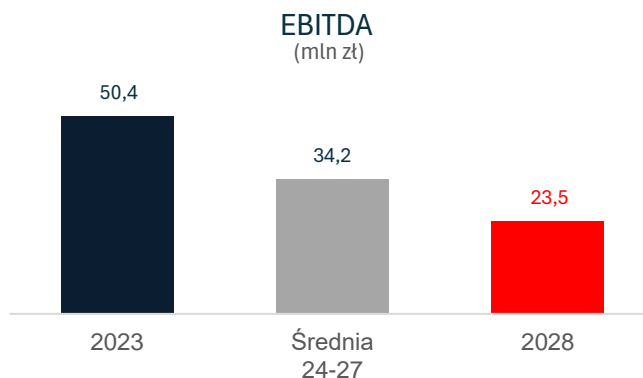
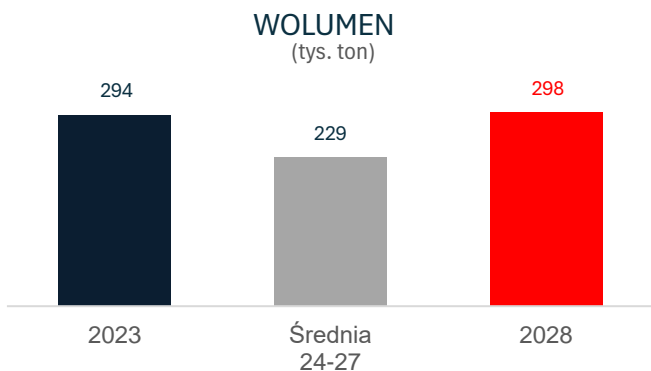
Wejście na sąsiadujące rynki  
zbytu poprzez wykorzystanie  
nowych kanałów  
logistycznych oraz  
pozyskanie nowych  
klientów.

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

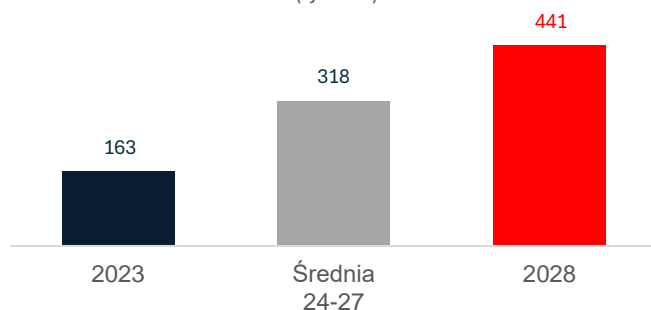
Wprowadzenie oferty łączonej z przewozem paliw, dzięki której możliwa będzie szybsza rotacja i zwiększenie przeładunków (Olavion).

## Rozwój i dywersyfikacja usług

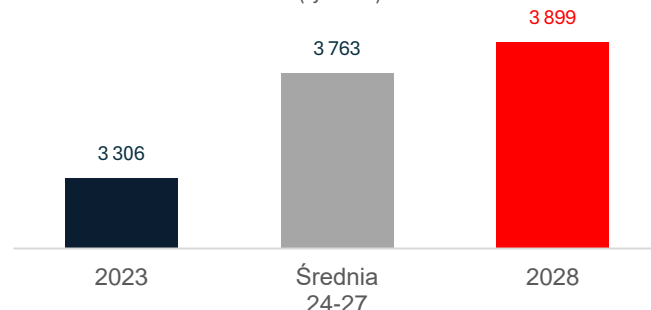
Budowa morskiego terminala przeładunkowego oferującego wyspecjalizowane przeładunki morskie produktów płynnych w Gdańsku.

# INFRASTRUKTURA I LOGISTYKA – TERMINALE

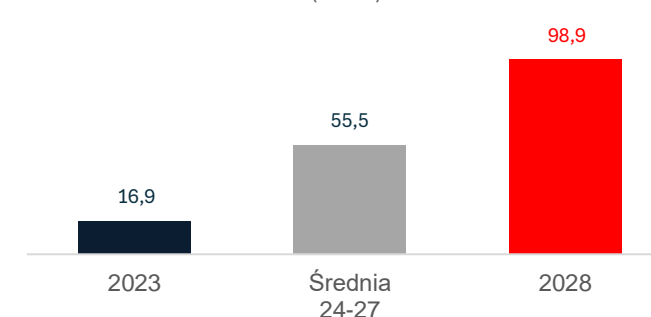
WOLUMEN – magazynowanie  
(tys. m<sup>3</sup>)



WOLUMEN - przeladunek  
(tys. m<sup>3</sup>)



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.

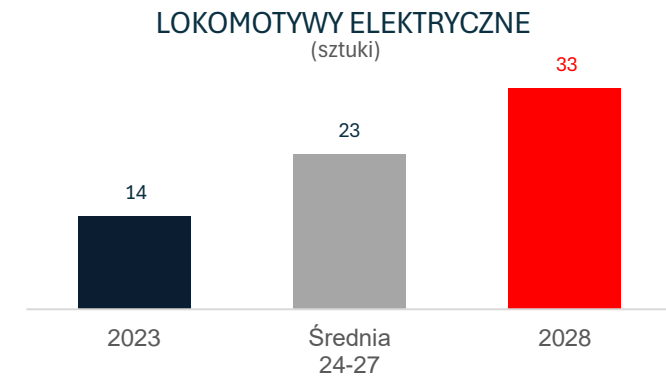
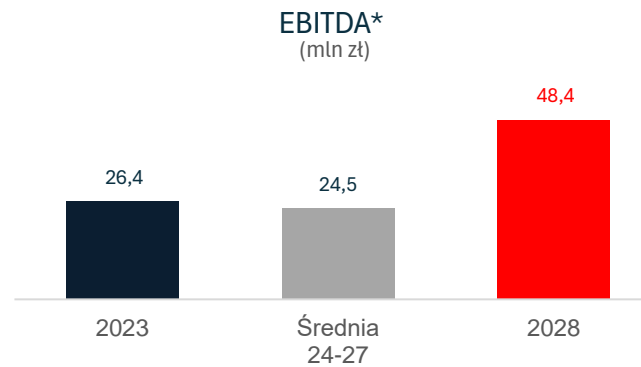
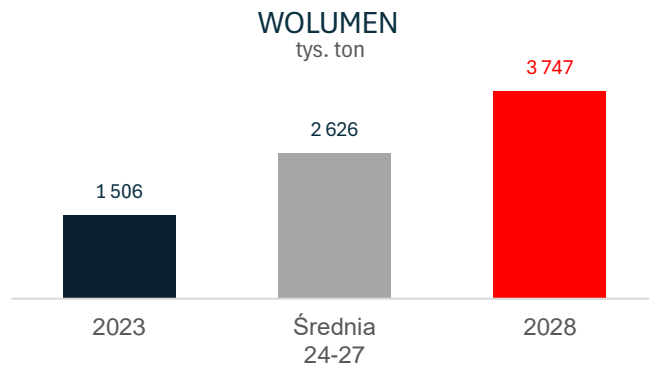
Efektywność finansowa na poziomie EBITDA

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.

Optymalizacja procesu  
sprzedaży w oparciu  
o współpracę z wieloma  
dostawcami.

Pozyskanie klientów  
akceptujących dostawy  
produktu z tradingu.

Optymalizacja receptur  
w zakresie produkcji.

Analiza możliwości  
zwiększenia sprzedaży.

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

Podpisane kontrakty  
zakupowe (zakup produktu  
oraz surowca).

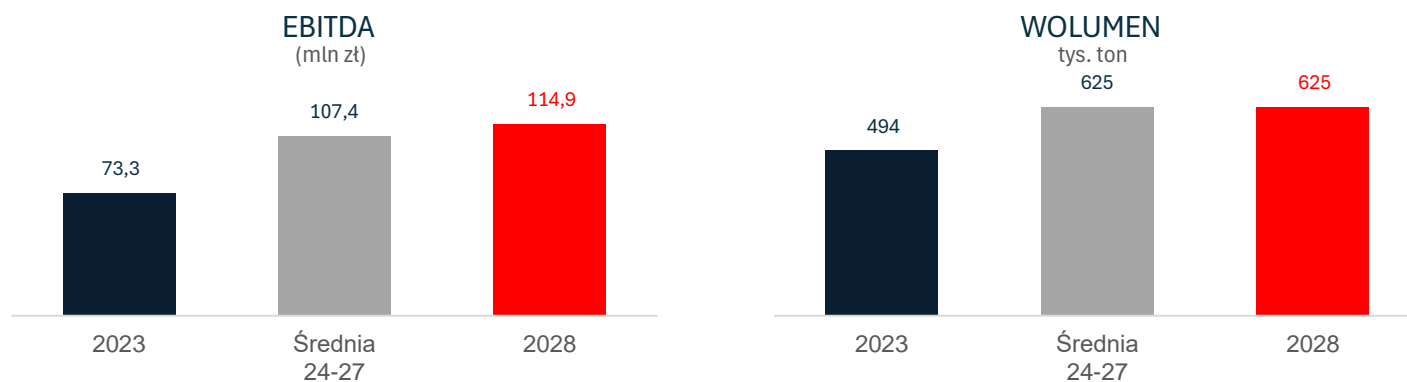
Efektywne wykorzystanie  
dotychczasowych  
pojemności  
magazynowych.

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

Dostępność cystern  
kolejowych.

Inwestycje – rozbudowa  
bazy magazynowej.

# 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

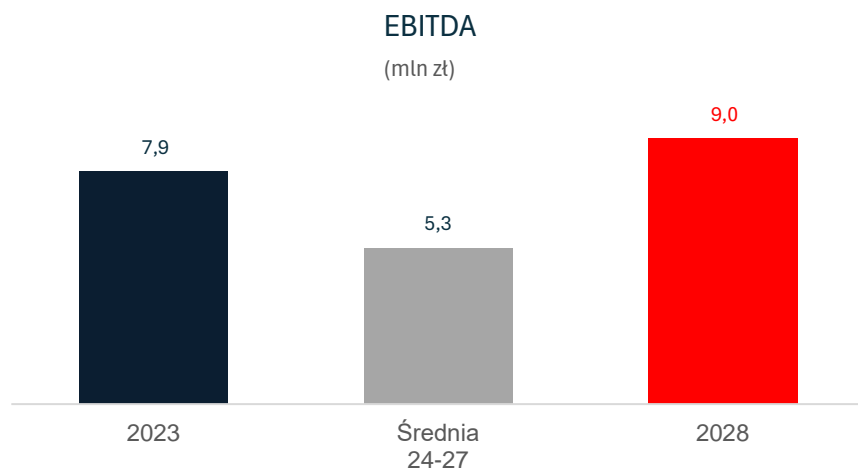
Pozyskanie stabilnych źródeł dostaw.

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.

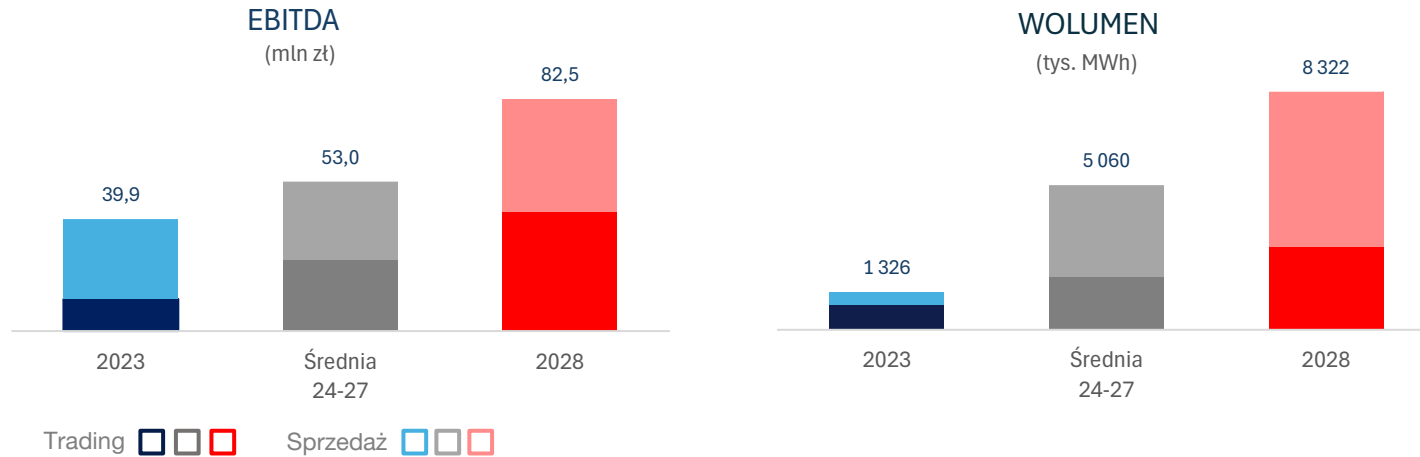
## Rozbudowa działu importu

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.

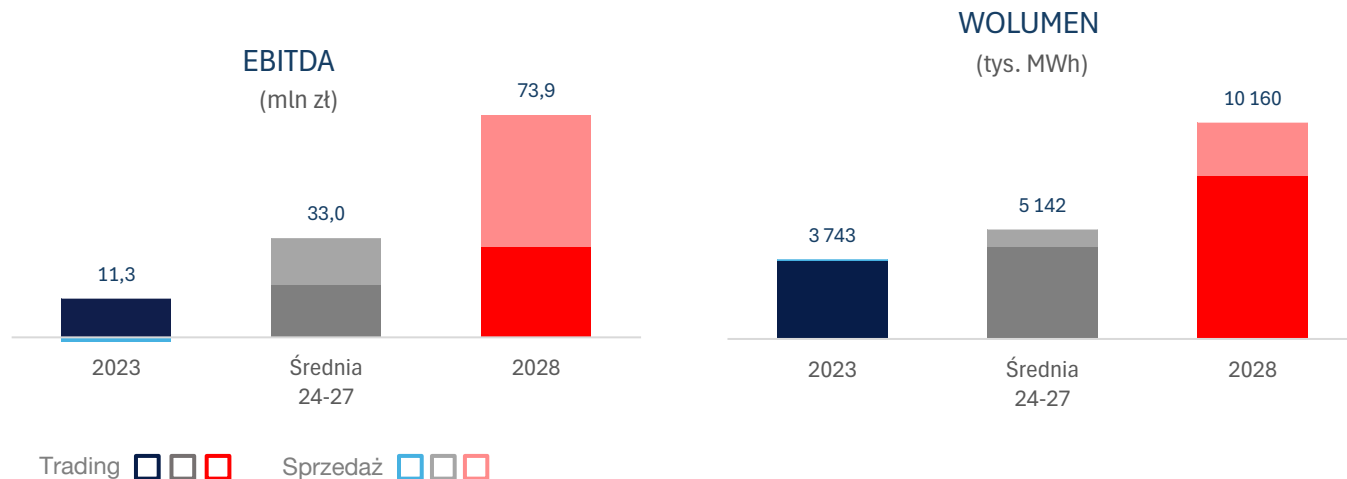
Wybór najkorzystniejszego wariantu mixu OZE.

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.

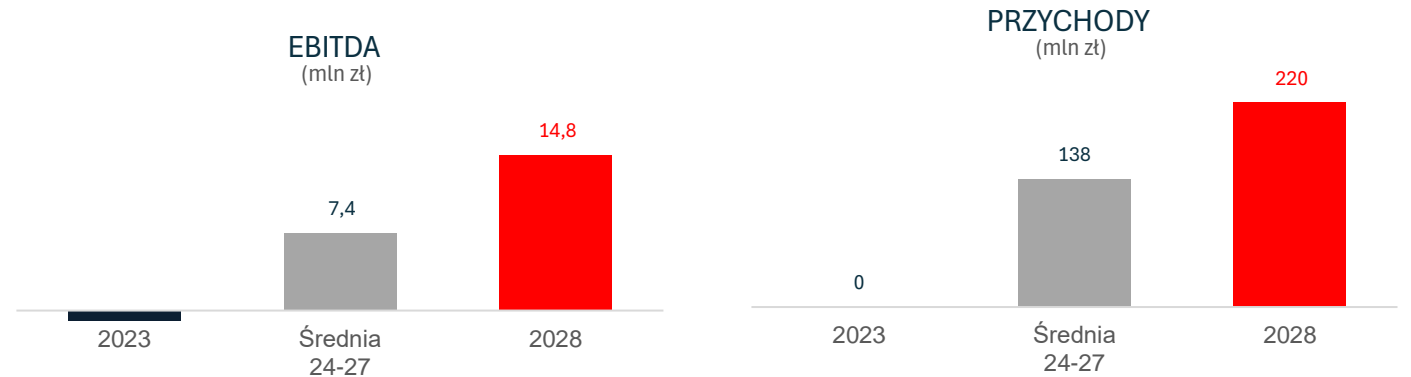
Komplementarne podejście do magazynów energii

- 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.

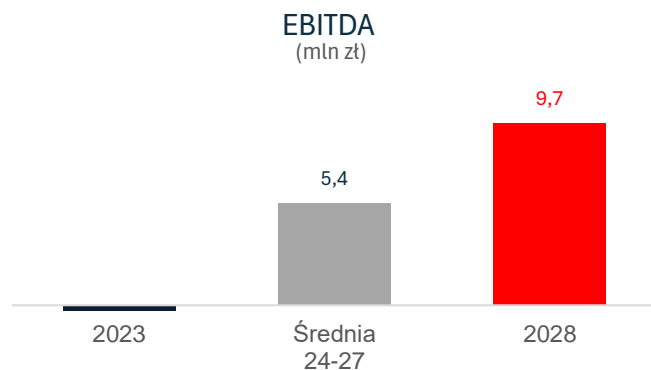
Zaangażowanie w procesy legislacyjne.

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



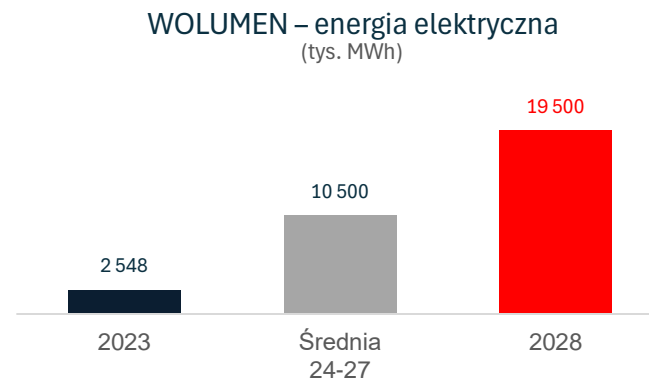
EBITDA w 2028 r. na poziomie **9,7 mln zł**.

**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

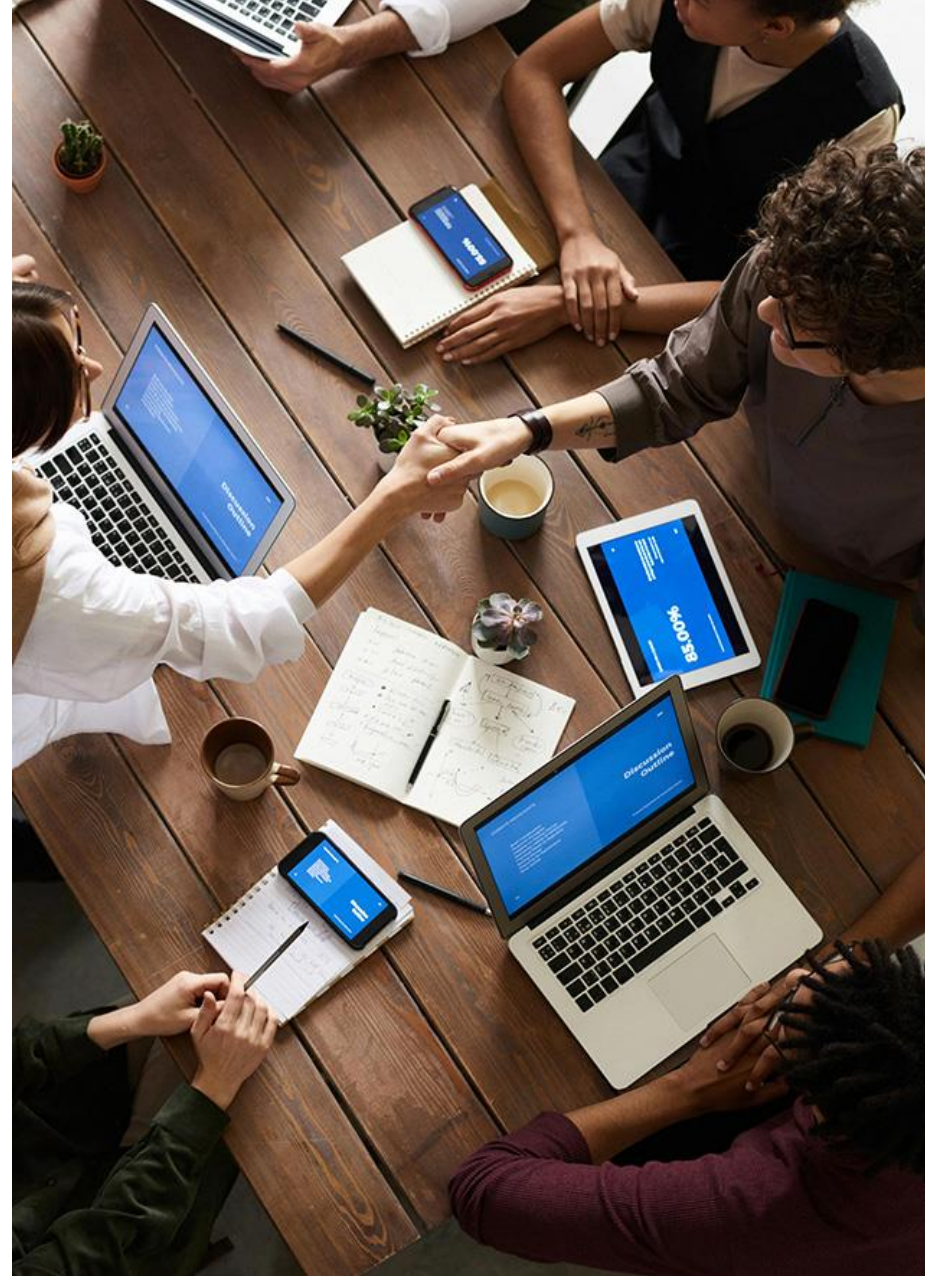


Wykorzystanie **innowacyjnych** rozwiązań



**Rozwój** kompetencji zaangażowanego zespołu

**Efektywne kosztowo i procesowo usługi wychodzące naprzeciw rozwojowi Grupy.**





# CENTRUM USŁUG WSPÓLNYCH – OBSZARY



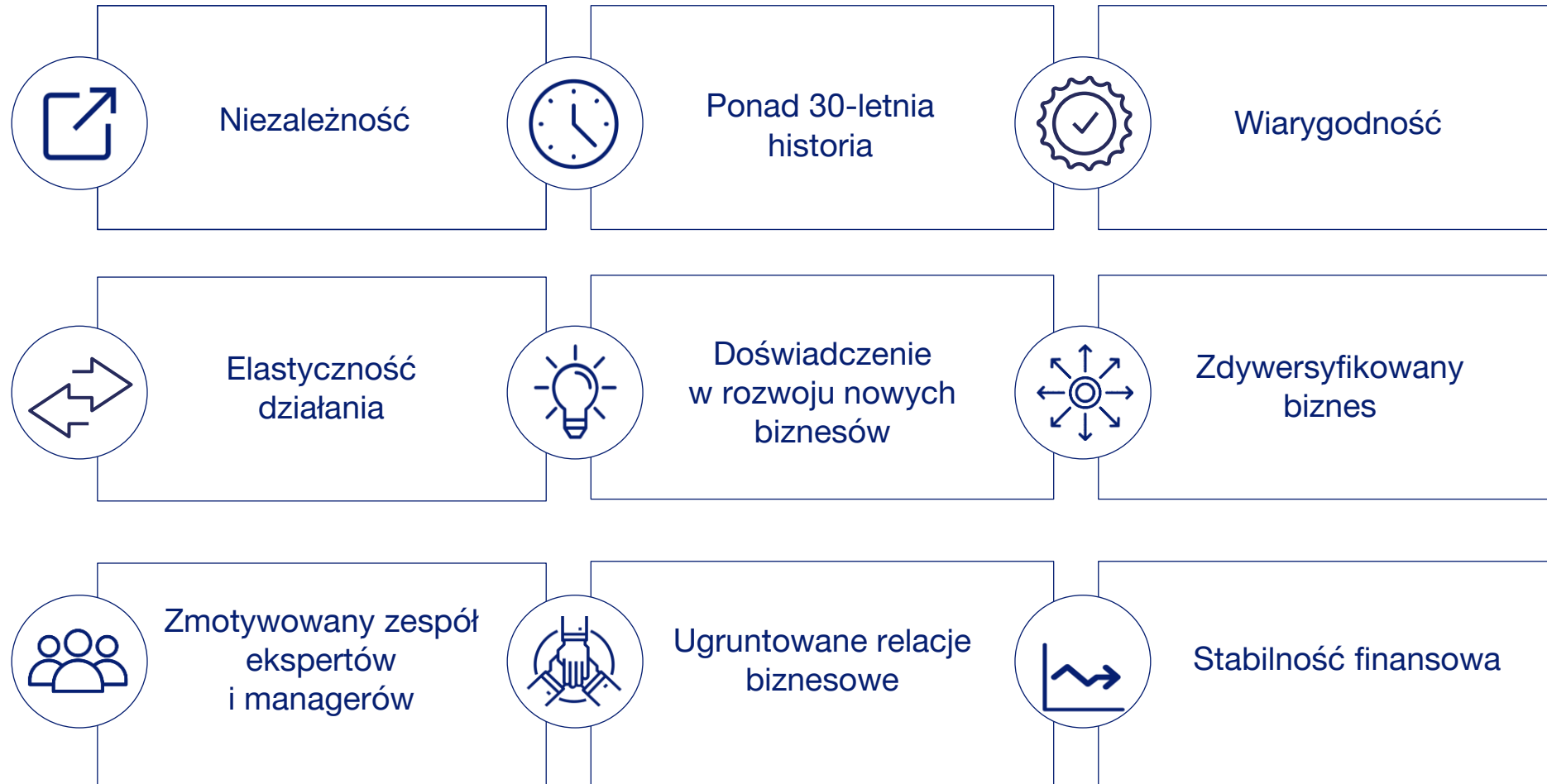


# CELE STRATEGICZNE NA 2028 R.



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

# PRZEWAGI KONKURENCYJNE GRUPY UNIMOT



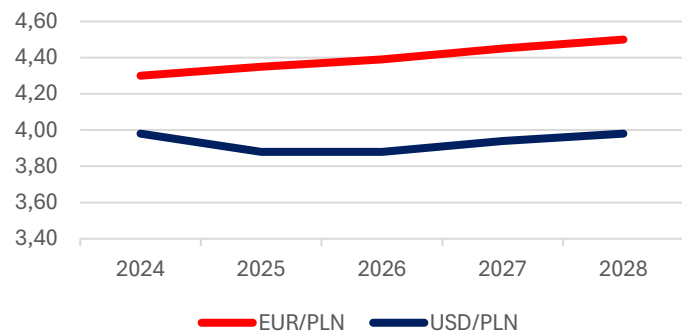
# Dziękujemy za uwagę

Niniejsza prezentacja została przygotowana przez UNIMOT S.A. („Spółka”) na potrzeby jej akcjonariuszy, analityków oraz innych kontrahentów. Niniejsza prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży, ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów. Niniejsza prezentacja nie stanowi rekomendacji inwestycyjnej ani oferty świadczenia jakiegokolwiek usługi. Dane przedstawione w prezentacji zostały zaprezentowane z należytą starannością, jednak należy zwrócić uwagę, iż niektóre dane pochodzą ze źródeł zewnętrznych i nie były niezależnie weryfikowane. W odniesieniu do wyczerpującego charakteru lub rzetelności informacji przedstawionych w niniejszej Prezentacji nie mogą być udzielone żadne zapewnienia ani oświadczenia. Spółka nie ponosi żadnej odpowiedzialności za jakiegokolwiek decyzje podjęte w oparciu o informacje i opinie zawarte w niniejszej prezentacji. UNIMOT S.A. informuje, że w celu uzyskania informacji dotyczących Spółki należy zapoznać się z raportami okresowymi lub bieżącymi, które są publikowane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa polskiego.

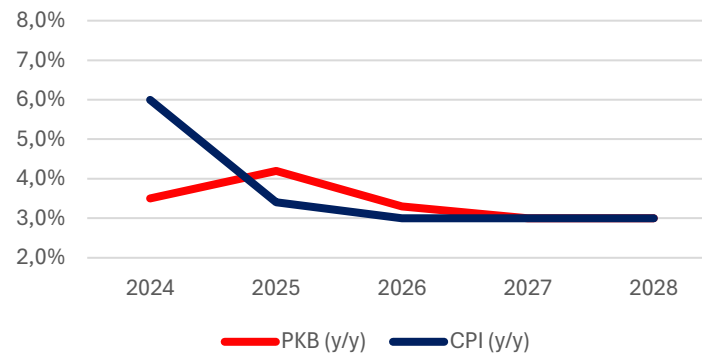


# DANE RYNKOWE

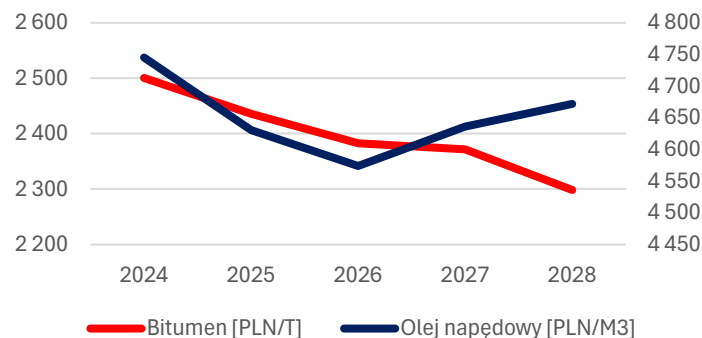
## Waluty



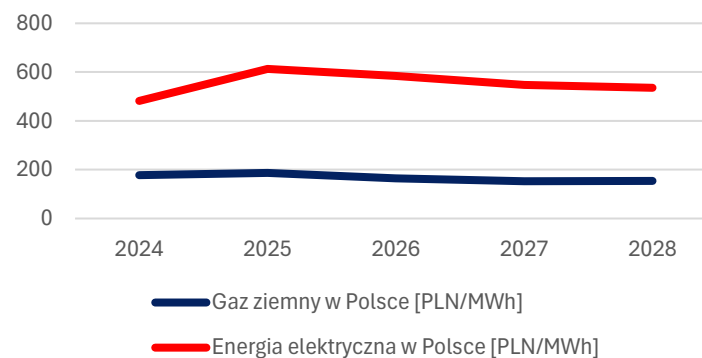
## Wzrost gospodarczy oraz inflacja



## Notowania produktów



## Energia elektryczna i gaz



# 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 emisje 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