



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

W 10. edycji *Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek* wartość marki LOTOS wyceniono na 1107 mln złotych.

Od 1. edycji rankingu w 2004 roku marka zwiększyła swoją wartość pięciokrotnie.

Grupa LOTOS, jako Generalny Sponsor Polskiego Narciarstwa, od 10 lat wspiera młodych skoczków w ramach Narodowego Programu Rozwoju Skoków Narciarskich „Szukamy Następców Mistrza”.

Ambasadorem programu jest mistrz olimpijski i mistrz świata – Kamil Stoch. Aż czterech z pięciu skoczków-olimpijczyków, którzy wystąpili w Soczi, wywodzi się z tego projektu.



Grupa LOTOS jest jednym z najnowocześniejszych i najdynamiczniej rozwijających się koncernów naftowych w Europie Środkowo-Wschodniej. To także jedna z najcenniejszych polskich marek. Posiadany potencjał poszukiwawczo-wydobywczy, produkcyjny i handlowy, mocna pozycja marki LOTOS oraz solidne podstawy finansowe gwarantują sukces realizacji strategii rozwoju Grupy Kapitałowej LOTOS.

Kontekst rynkowy

Priorytetem w strategii rozwoju Grupy Kapitałowej LOTOS do 2015 roku jest koncentracja na działalności podstawowej: poszukiwaniu i wydobywaniu węglowodorów, pogłębionym przerobie surowca oraz handlu produktami naftowymi. Zakończona sukcesem w 2011 roku realizacja Programu 10+ zwiększyła konkurencyjność gdańskiej rafinerii, a inwestycje związane z jej rozbudową stworzyły nowe możliwości. Grupa LOTOS konsekwentnie realizuje plany inwestycyjne i rozwojowe. W lipcu 2013 roku ogłosiła nowy strategiczny program *Efektywność i Rozwój 2013-2015*, którego celem jest zapewnienie stabilnego wzrostu wartości spółki dla akcjonariuszy oraz wsparcie realizacji strategii. Wdrożenie programu to kolejny etap rozwoju oraz gwarancja jeszcze większej skuteczności i sprawności działań, skupiających się na kluczowych kompetencjach grupy kapitałowej, upraszczaniu jej struktury i uwalnianiu środków do realizacji założonych celów.

Program *Efektywność i Rozwój* zakłada zwiększenie własnego wydobywania węglowodorów. Koncentracja na pozyskaniu nowych źródeł wydobywania oraz podnoszenie wydajności już działających gwarantuje Grupie LOTOS przewagę konkurencyjną. Trwają prace związane z uruchomieniem wydobywania ze złoża B8 na Morzu Bałtyckim oraz zagospodarowaniem gazowych złóż B4 i B6. Grupa LOTOS rozpoczęła współpracę ze spółką Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo w poszukiwaniu i wydobywaniu gazu ziemnego oraz ropy naftowej z konwencjonalnych i niekonwencjonalnych złóż lądowych.

Wzrostowi wydobywania towarzyszy dynamiczny rozwój sieci stacji paliw, zwłaszcza w segmencie ekonomicznym. Do 2015 roku sieć LOTOS Optima będzie dysponować ponad 260 stacjami, a sieć autostradowych Miejsc Obsługi Podróżnych zostanie powiększona do 18 stacji LOTOS. Tak dynamiczny rozwój sieci sprzedaży pozwoli na osiągnięcie zapisanego w strategii 10-procentowego udziału w krajowym rynku detalicznym.

Grupa LOTOS stawia sobie ambitne cele w dążeniu do doskonałości operacyjnej. Jednym z nich jest osiągnięcie najlepszych standardów produkcyjnych oraz utrzymanie konkurencyjności wśród rafinerii europejskich poprzez optymalne wykorzystanie aktywów, zwiększenie stopnia konwersji i pogłębienie przerobu surowca. Priorytetem jest troska o bezpieczeństwo i stabilną pracę instalacji, związana nie tylko z utrzymaniem efektywności biznesu, lecz także z bezpieczeństwem pracowników. W segmencie rafineryjnym kluczowym jest, tworzony z Grupą Azoty, projekt petrochemiczny o wartości dwukrotnie wyższej od zrealizowanego w latach 2007-2011 Programu 10+. To kolejny krok na drodze rozwoju Grupy LOTOS. Jego realizacja pozwoli na obniżenie deficytu Polski w handlu chemikaliami, zapewni 5-7 tys. miejsc pracy w okresie budowy i ok. 2 tys. po oddaniu instalacji do eksploatacji.

Oferta

W segmencie poszukiwań i wydobywania Grupa LOTOS obecna jest w Polsce, Norwegii oraz na Litwie, pozyskując ropę naftową i gaz ziemny ze złóż morskich i lądowych. Szeroka oferta produktów marki LOTOS dostępna jest w Polsce i za granicą. Grupa LOTOS jest liderem rynku olejów silnikowych, które dostępne są w 45 krajach. Spółka ma czołową pozycję na krajowym rynku asfaltów drogowych. Pod koniec 2013 roku w sieci stacji paliw LOTOS działało 439 stacji, w tym 151 stacji w segmencie ekonomicznym LOTOS Optima oraz 14 autostradowych Miejsc Obsługi Podróżnych.





Dzięki optymalnemu wykorzystaniu zasobów, innowacyjnym rozwiązaniom technologicznym oraz inwestycjom w kapitał intelektualny, klienci marki LOTOS otrzymują produkty najwyższej jakości oraz niezmiennie wysoki poziom obsługi.

Osiągnięcia

Grupa LOTOS jest drugą pod względem przychodu ze sprzedaży firmą w Polsce (www.lista500.polityka.pl). W 10. edycji *Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek* wartość marki LOTOS wyceniono na 1107 mln złotych, plasując ją w pierwszej dziesiątce najcenniejszych marek w Polsce.

Ekonomiczna sieć stacji paliw LOTOS Optima w ciągu dwóch lat potroiła liczbę placówek. Rozwój sieci objął również segment *premium* oraz Miejsca Obsługi Podróżnych, budowane przy autostradach i drogach ekspresowych. LOTOS pozostaje najszybciej rozwijającą się siecią stacji paliw w Polsce. Od 2006 roku działa program LOTOS Biznes skierowany do firm i instytucji. Karta paliwowa LOTOS Biznes, nowoczesny produkt gwarantujący bezpieczeństwo transakcji i zapewniający sprawne zarządzanie indywidualnymi potrzebami użytkowników, została w 2013 roku wyróżniona w konkursie *Najlepsze Produkty dla Biznesu*. W odpowiedzi na potrzeby klientów wprowadzono zmiany w zasadach punktowania oraz nowe atrakcyjne nagrody w programie premiovym LOTOS Navigator.

Marka olejowa LOTOS otrzymała tytuł *TOP MARKA 2013* w kategorii Oleje Silnikowe, co potwierdza jej wysoką jakość i wartość dla polskich odbiorców. Olej TRANSMIL XSP, pierwszy na światowym rynku olej mineralny, który spełnił rygorystyczne wymagania SIEMENS/FLENDER Rev.13, został nagrodzony złotym Godłem – *Najwyższa Jakość, Quality International 2013*. Olej TURDUS Powertec 3000 10W-40 otrzymał tytuł *Dobra Marka 2013 – Jakość, Zaufanie, Renoma* przyznawany najlepszym, najbardziej dynamicznym i najlepiej rozpoznawanym markom na rynku polskim. Przyznane nagrody potwierdzają najwyższą jakość produktów i zaufanie konsumentów, a także status spółki LOTOS Oil jako lidera w branży.

Spółka LOTOS Kolej od rozpoczęcia działalności w 2003 roku przewiozła 50 milionów ton produktów i według Urzędu Transportu Kolejowego umocniła się na pozycji wicelidera rynku przewozów towarowych. Spółka LOTOS Asphalt, jako pierwsza w Polsce, uruchomiła produkcję asfaltu modyfikowanego z dodatkiem gumy. Innowacyjność produktu i jego wysokie walory użytkowe zostały docenione i nagrodzone podczas IX Targów Autostrada-Polska. Spółka LOTOS Air BP Polska, po nawiązaniu współpracy z największymi lotniskami w kraju, skutecznie wpływa na rozwój konkurencji w dostawach paliwa lotniczego.

Grupa LOTOS jest obecna w wielu dyscyplinach sportowych, wspierając sport kwalifikowany, amatorski oraz cykliczne wydarzenia sportowe. Realizuje i wspiera programy społeczno-sportowe ukierunkowane na rozwój dzieci i młodzieży. Współpraca ma przede wszystkim wymiar lokalny: poprzez sponsoring klubów i zespołów z otoczenia, w którym spółka funkcjonuje. Grupa LOTOS wspiera również znaczące wydarzenia kulturalne oraz edukację i rozwój talentów tych, którym warunki społeczno-ekonomiczne nie zawsze na taki rozwój pozwalają.

W 2013 roku Grupa LOTOS została uhonorowana prestiżowym tytułem *Firmy Dobrze Widzianej* w konkursie Business Centre Club. Jest laureatem XIV edycji Konkursu *Lider Zarządzania Zasobami Ludzkimi* za wybitne osiągnięcia we wszystkich obszarach zarządzania zasobami ludzkimi. Otrzymała tytuł *Najlepszego Pracodawcy roku 2013* w kategorii dużych przedsiębiorstw w konkursie AON Hewitt. Zintegrowany raport roczny Grupy LOTOS w konkursie Instytutu Rachunkowości i Podatków *The Best Annual Report 2012* otrzymał I miejsce w kategorii *Przedsiębiorstwa* i został wyróżniony jako najlepszy raport roczny opublikowany w internecie. Grupa LOTOS, po raz siódmy z rzędu, została uwzględniona w notowaniach RESPECT Index – indeksu społecznie odpowiedzialnych spółek Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Promocja Marki

Promocja kierowana do klientów marki LOTOS związana jest m.in. ze wspieraniem sportu. Z inicjatywy Grupy LOTOS i Polskiego Związku Narciarskiego od 2004 roku prowadzony jest Narodowy Program Rozwoju Skoków Narciarskich „Szukamy Następców Mistrza”. To największe sportowo-społeczne przedsięwzięcie w historii polskiego narciarstwa, którego celem jest promocja i rozwój skoków narciarskich wśród dzieci i młodzieży. Wychowankowie programu godnie reprezentują Polskę na najważniejszych międzynarodowych zawodach. Kamil Stoch jest dwukrotnym złotym medalistą Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Soczi 2014 oraz mistrzem świata w skokach narciarskich z Predazzo 2013, gdzie polscy skoczkowie – wychowankowie programu „Szukamy Następców Mistrza” – zdobyli brązowy medal w drużynowym konkursie skoków. Mistrzem świata juniorów w 2014 roku został Jakub Wolny, a polska drużyna wywalczyła złoty medal. Zapoczątkowany przed 10 laty program sprawił, że Polska stała się światową potęgą w skokach narciarskich.

Grupa LOTOS od wielu lat współpracuje z najlepszymi polskimi kierowcami rajdowymi. W 2013 roku została oficjalnym partnerem Roberta Kubicy, aktualnego mistrza świata w kategorii WRC-2 i osobowości roku w plebiscycie Międzynarodowej Federacji Samochodowej. Od lat wspiera Kajetana Kajetanowicza, czterokrotnego mistrza Polski w klasyfikacji generalnej Rajdowych Samochodowych Mistrzostw Polski w latach 2010-2013, który w sezonie 2014 rozpoczął rywalizację w Rajdowych Mistrzostwach Europy. Kontynuacją wysoko ocenianego i popularnego pucharu Kia LOTOS Cup jest Kia LOTOS Race. To seria zawodów, która ożywiła polską scenę wyścigów samochodowych i dała szansę wielu młodym zawodnikom na rozpoczęcie przygody z tą dyscypliną.

Wartości Marki

W system wartości Grupy LOTOS na trwałe wpisane są zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Działalność zgodna z oczekiwaniami otoczenia biznesowego i społecznego oraz ze środowiskiem to priorytet dla wszystkich spółek Grupy Kapitałowej LOTOS. Społeczna odpowiedzialność jest integralną częścią zarządzania, ukierunkowanego na rozwiązania korzystne dla firmy i jej interesariuszy. Jest traktowana jako sposób prowadzenia działalności, uwzględniającej interes społeczny i długofalowe konsekwencje podejmowanych działań. Znajduje to odzwierciedlenie w kluczowych wartościach marki LOTOS, którymi są: nowoczesność, rozwój i partnerstwo.

www.lotos.pl

HISTORIA MARKI

1972: Rozpoczęcie budowy rafinerii o mocy przerobowej 3 mln ton.

1975: Wyprodukowanie oleju opałowego – pierwszego produktu o właściwościach handlowych.

1978: Uruchomienie produkcji paliwa lotniczego oraz asfaltów.

1991: Przekształcenie Gdańskich Zakładów Rafineryjnych w Rafinerię Gdańską – spółkę akcyjną Skarbu Państwa.

1990: Wprowadzenie na rynek rodziny olejów samochodowych LOTOS.

2003: Zmiana nazwy z Rafineria Gdańska na Grupa LOTOS.

2005: Debiut na GPW w Warszawie; zwiększenie mocy przerobowych do 6 mln ton.

2008: Tytuł najlepszej rafinerii w Europie Środkowo-Wschodniej.

2009: Wprowadzenie na rynek syntetycznych olejów silnikowych LOTOS Quazar.

2011: Zakończenie realizacji Programu 10+; wzrost potencjału przerobu do 10,5 mln ton; uruchomienie pierwszych 50 stacji LOTOS Optima.

2012: Przejście rafinerii na zasilanie gazem ziemnym.

2013: Inauguracja programu *Efektywność i Rozwój 2013-2015*; 439 stacji paliw w sieci LOTOS; powstanie spółki LOTOS Air BP Polska.