

# Produkt, klient. W trosce o jakość i bezpieczeństwo

W Grupie Kapitałowej LOTOS kierujemy się zasadą, że troska o wysoką jakość powinna zaczynać się u dostawcy i być priorytetem w ramach całego łańcucha dostaw aż do momentu dostarczenia produktu klientowi. Dlatego tak dużą wagę przykładamy do zapewnienia najwyższych standardów produkcji i świadczonych usług. Robimy to z myślą o budowaniu naszej wartości oraz zwiększaniu pozytywnego wpływu na otoczenie, w którym działamy.

Za sprawą szeregu inicjatyw, w tym wdrażania kluczowych dla nas innowacyjnych technologii i rozwiązań, jesteśmy w stanie zwiększać efektywność produkcji oraz obniżyć koszty naszej działalności. Stajemy się również coraz bardziej wiarygodnym i bezpiecznym partnerem dla naszych kontrahentów biznesowych. Stymulujemy lokalny biznes.

Efektom podejmowanych przez nas działań są również rosnące udziały rynkowe, poprawa wizerunku oraz wzrost wartości marki LOTOS.

## Nasze kluczowe osiągnięcia w zakresie budowania pozycji rynkowej w 2015 roku:

- Na koniec okresu raportowania osiągnęliśmy założony cel 10% udziałów w detalicznym rynku paliw płynnych w Polsce. Ponadto skutecznie prowadzone działania optymalizacyjne wpłynęły na znaczną poprawę wyników finansowych sieci LOTOS. Oczyszczony z wpływów zewnętrznych wynik EBITDA wyniósł w 2015 roku 112 mln zł, co jest poziomem rekordowym w historii naszych stacji.
- Dysponując kompetencjami w zakresie wieloletniego sponsoringu klubów i projektów sportowych z pełną odpowiedzialnością w 2015 roku podjęliśmy się roli Sponsora Głównego narodowej reprezentacji w piłce nożnej. To dla nas wielkie, ambitne i ważne emocjonalnie przedsięwzięcie. Wiemy bowiem, że nasza reprezentacja, jej postawa i sukcesy angażują wszystkich Polaków i przynoszą chlubę także marce LOTOS.
- Marka LOTOS jest jedną z najsilniejszych i najlepiej rozpoznawalnych marek na polskim rynku. W XII Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek dziennika „Rzeczpospolita” zajęła 8. miejsce pod względem wartości, awansując w ciągu roku o jedną pozycję. Od 2010 roku wartość marki LOTOS wzrosła ponad dwukrotnie.

## W jaki sposób tworzymy wartość dla inwestorów i klientów?

Kluczowe wskaźniki finansowe	Kluczowe wskaźniki niefinansowe
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Udział w krajowym rynku paliw - <b>31,2%</b></li><li>■ <b>10,5%</b> udział w detalicznym rynku paliw płynnych w Polsce oraz 3. miejsce na krajowym rynku detalicznym wg POPIHN</li><li>■ Wartość marki LOTOS - <b>1,4 mld zł</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Satysfakcja klienta: wskaźnik relacji i lojalności klientów Grupy Kapitałowej LOTOS wynosi <b>76</b> punktów według metodologii TRI*M</li><li>■ Zwiększenie dostępności stacji dla klientów - liczba stacji paliw w 2014⇒ 441, w 2015⇒ <b>476</b></li><li>■ Obecność na <b>82</b> rynkach</li></ul>

Kluczowe są dla nas również kwestie bezpieczeństwa, zarówno na etapie pozyskiwania surowców, ich przerobu, jak i wprowadzania gotowych produktów na rynek. Produkty Grupy Kapitałowej LOTOS spełniają odpowiednie normy jakościowe, czego dowodem są posiadane normy oraz certyfikaty wymagane i honorowane zarówno na rynku lokalnym, jak i międzynarodowym.