

wyciąg z protokołu nr 14/XI/2022  
z posiedzenia Zarządu Spółki  
pod firmą Grupa LOTOS S.A.  
z dnia 16 marca 2022 r.

„Uchwała nr 118/XI/2022  
Zarządu Grupy LOTOS S.A.  
z dnia 16 marca 2022 r.

w sprawie: przyjęcia Sprawozdania Zarządu Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem – za rok 2021

Zarząd Grupy LOTOS S.A., działając na podstawie § 16 ust. 6 pkt 3 Statutu Spółki, w trybie określonym w § 18 ust. 2 Regulaminu Zarządu, uchwała, co następuje:

§1.

1. Zarząd Grupy LOTOS S.A. przyjmuje Sprawozdanie Zarządu Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem – za rok 2021, które stanowi załącznik do niniejszej uchwały.
2. Zarząd Grupy LOTOS S.A. postanawia przedstawić Sprawozdanie, o którym mowa w ustępie 1, Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy Grupy LOTOS S.A.

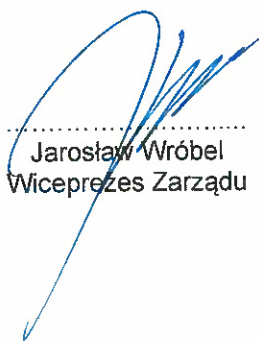
§2.

Zarząd Grupy LOTOS S.A., działając na podstawie §13 ust. 2 pkt 12 Statutu Spółki występuje z wnioskiem do Rady Nadzorczej o zaopiniowanie sprawozdania Zarządu Grupy LOTOS S.A., o którym mowa w §1 niniejszej uchwały.

§3.

Uchwała wchodzi w życie z chwilą jej podjęcia.”

- |  |          |                  |
|--|----------|------------------|
| 1. Za podjęciem uchwały głosowało:     | <u>5</u> | Członków Zarządu |
| 2. Przeciw podjęciu uchwały głosowało: | <u>0</u> | Członków Zarządu |
| 3. Wstrzymało się od głosu:            | <u>0</u> | Członków Zarządu |

  
Jarosław Wróbel  
Wiceprezes Zarządu

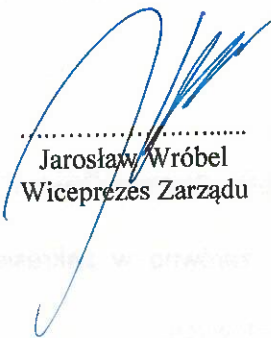
  
Krzysztof Nowicki  
Wiceprezes Zarządu

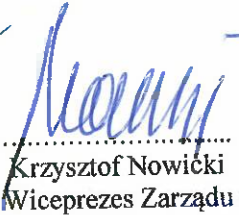
  
Jarosław Wittstok  
Wiceprezes Zarządu

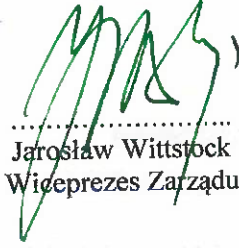
  
Piotr Walczak  
Wiceprezes Zarządu

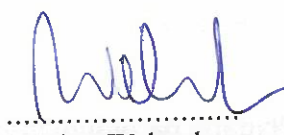
  
Zofia Paryła  
Prezes Zarządu


**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU GRUPY LOTOS S.A.  
O WYDATKACH REPREZENTACYJNYCH, WYDATKACH NA USŁUGI PRAWNE,  
USŁUGI MARKETINGOWE, USŁUGI W ZAKRESIE STOSUNKÓW MIĘDZYLUDZKICH  
(PUBLIC RELATIONS) I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ ORAZ USŁUGI DORADZTWA  
ZWIĄZANE Z ZARZĄDZANIEM  
– ZA ROK 2021.**

  
.....  
Jarosław Wróbel  
Wiceprezes Zarządu

  
.....  
Krzysztof Nowicki  
Wiceprezes Zarządu

  
.....  
Jarosław Wittstock  
Wiceprezes Zarządu

  
.....  
Piotr Walczak  
Wiceprezes Zarządu

  
.....  
Zofia Paryła  
Prezes Zarządu

Zarząd Grupy LOTOS S.A., działając na podstawie §16 ust. 6 pkt 3 Statutu Spółki, poniżej przedstawia informację o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa, związane z zarządzaniem – za rok 2021.

#### **I. WYDATKI REPREZENTACYJNE, USŁUGI MARKETINGOWE ORAZ USŁUGI W ZAKRESIE STOSUNKÓW MIĘDZYLUDZKICH (PUBLIC RELATIONS) I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ.**

W 2021 roku wydatki reprezentacyjne, usługi marketingowe oraz usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej przedstawiały się następująco:

- sponsoring – kwota w wysokości **51 953 934 PLN**,
- usługi marketingowe – kwota w wysokości **24 784 061,46 PLN**,
- usługi public relations i komunikacji społecznej – kwota w wysokości **1 228 055,57 PLN**,
- stricte reprezentacyjne – kwota w wysokości **507 205,12 PLN**.

##### **Wydatki na sponsoring**

Działania sponsoringowe w Grupie Kapitałowej Grupy LOTOS S.A. wspierają realizację celów biznesowych i wizerunkowych firmy oraz są jednym z narzędzi wykorzystywanych do pośredniego wspierania sprzedaży produktów i budowania przewagi konkurencyjnej Grupy Kapitałowej LOTOS. Są spójne z komunikacją marketingową w kreowaniu pożądanego pozytywnego wizerunku marki LOTOS, rozpoznawalności lokalnej oraz o zasięgu ogólnokrajowym wśród obecnych i przyszłych Klientów.

W roku 2021 prowadzono działania sponsoringowe w niżej wymienionych obszarach:

- Sponsoring sportu (np. Główny Sponsor Reprezentacji Polski w Piłce Nożnej, Generalny Sponsor Polskiego Narciarstwa, Partner Strategiczny zespołu LOTOS Rally Team - Kajetan Kajetanowicz, Sponsor Strategiczny Polskiego Związku Tenisowego, Partner Główny Huberta Hurkacza, Główny Sponsor Akademickiego Związku Sportowego, Partner programu Piłkarska Przyszłość z LOTOSEM, Sponsor Polskiego Związku Koszykówki, Sponsor Tytułarny LOTOS Gdynia Aerobaltic Airshow, Oficjalny Sponsor 78. Tour de Pologne).
- Sponsoring kultury (np. Sponsor Tytułarny LOTOS Jazz Festiwal - Bielska Zadymka Jazzowa, Sponsor Tytułarny LOTOS Siesta Festiwal, Ladies Jazz Festiwal, Mecenas Opery Bałtyckiej, Mecenas Teatru Atelier, Mecenas Teatru Muzycznego w Gdyni, Mecenas Polskiej Opery Królewskiej, Sponsor Główny 46. Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni).
- Sponsoring programów społecznych i CSR (np. program Bezpieczeństwo w ruchu drogowym Mistrzowie w Drodze, Festiwal E(x)plory, Kierunek Bałtyk, Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej „LOTOS”, Moto Safty Day).

##### **Wydatki na usługi marketingowe**

Celem działań marketingowych w 2021 było wsparcie realizacji celów Strategii Grupy Kapitałowej LOTOS:

- maksymalizacja efektywności działań marketingowych, zarówno w zakresie efektów wizerunkowych, jak i sprzedażowych,
- pozytywny trend znajomości marki LOTOS i marek produktowych,
- pozytywny trend wskaźnika satysfakcji klientów (NPS).

Wskaźniki weryfikowane są w ramach ciągłego procesu monitorowania realizacji strategii GK LOTOS, z wykorzystaniem badań marketingowych, danych mediowych i analiz sprzedażowych.

Działania marketingowe zrealizowane w roku 2021 koncentrowały się głównie na budowie znajomości i wizerunku marki LOTOS w kontekście sponsoringu sportu oraz na wsparciu sprzedaży produktów GK LOTOS. W ramach tych działań szeroko wykorzystywano wizerunek sportowców, jako ambasadorów marki, w celu zbudowania atrakcyjnego dla odbiorców komunikatu reklamowego i maksymalizacji zwrotu z inwestycji w sponsoring.

Główne działania marketingowe zrealizowane w 2021 roku to:

#### 1. Wsparcie marki korporacyjnej LOTOS:

- a. działania mediowe wspierające sponsoring PZPN, gł. wizerunkowa kampania 360° (TV, outdoor, digital, prasa) pod hasłem „Trzeba patrzeć szerzej, by widzieć więcej” z wykorzystaniem wizerunków reprezentacji Polski w piłce nożnej w okresie Mistrzostw EURO, aktywizacje dla kibiców, sponsoring meczów piłki nożnej w TV (ME i eliminacje MŚ) oraz programów TV kontekstowo związanych z piłką nożną;
- b. działania mediowe wspierające sponsoring PZN, np. sponsoring programów sportowych w TV, działania digital, aktywizacje dla kibiców;
- c. działania mediowe wspierające sponsoring Kajetana Kajetanowicza i LOTOS Rally Team – promocja sukcesów zespołu w WRC3 w mediach digital i prasie sportowej;
- d. działania mediowe wspierające sponsoring PZT i Huberta Hurkacza – konkursy dla kibiców we współpracy z mediami, reklamy gratulacyjne;
- e. działania mediowe wspierające sponsoring Tour de Pologne – sponsoring transmisji w TV;
- f. działania mediowe wspierające inne obszary sponsoringu, m.in. tenis, koszykówka, Nadzieje Medalowe (IO), FEN;
- g. działania mediowe wspierające programy społeczno-sportowe: Szukamy Następców Mistrza, Piłkarska Przyszłość z LOTOSEM, Rakiety LOTOSU – programy TV, digital, prasa;
- h. działania mediowe związane z promocją GL jako mecenasa kultury i partnerstwa z instytucjami kultury;
- i. działania mediowe wspierające projekty CSR z zakresu ekologii, nauki, bezpieczeństwa w ruchu drogowym, zdrowia, w tym promocja szczepień;
- j. działania promujące GK LOTOS w kontekście konferencji, wydarzeń gospodarczych i branżowych, m.in. Europejski Kongres Gospodarczy, Forum Wizja Rozwoju, Kongres 590, konferencje poświęcone inwestycjom w branży;
- k. wsparcie bieżącej komunikacji działalności GK LOTOS w mediach we współpracy z Biurem Komunikacji Grupy LOTOS, w tym działania komunikujące Proces fuzji z PKN Orlen.

#### 2. Wsparcie wizerunkowe marek produktowych Grupy Kapitałowej LOTOS:

- a. działania wspierające paliwa zimowe i arktyczne Dynamic – szeroko zasięgowa kampania (radio, digital) w okresie zimowym z wykorzystaniem wizerunków skoczków narciarskich;
- b. działania wspierające marki produktowe w kontekście Mistrzostw EURO (m.in. paliwa Dynamic, Cafe Punkt) – szeroko zasięgowa kampania „Trzeba patrzeć szerzej, by widzieć więcej” z wykorzystaniem wizerunku reprezentacji Polski w piłce nożnej;



- c. działania wspierające markę Cafe Punkt i ofertę gastronomiczną (kawa i napoje, słodkie przekąski, hot dogi i kanapki) – działania digital z wykorzystaniem wizerunku sportowców, konkursy w ogólnopolskich mediach z nagrodami;
  - a. działania wspierające program lojalnościowy Navigator – promocja nowych nagród i funkcjonalności programu;
  - d. działania wspierające usługi na stacji paliw (m.in. myjnia, Pay&Go);
  - e. działania wspierające oleje silnikowe i in. produkty LOTOS Oil – programy branżowe w ogólnopolskiej TV, prasa, digital;
  - f. komunikacja w mediach szeroko zasięgowych związana z Tarczą Antyinflacyjną w odniesieniu do kategorii paliw (radio, digital, prasa).
3. Wsparcie sprzedaży produktów na stacjach LOTOS poprzez działania mediowe:
- b. kontynuacja szeroko zasięgowej kampanii dla „Błyskawicznej Loterii” (promocja sprzedaży z nagrodami wznowiona po okresie lockdownu);
  - c. szeroko zasięgowa kampania „Już czas wyjść na boisko” (TV, radio, outdoor i digital) wspierająca promocję „Piłka po Twojej stronie” prowadzoną na stacjach paliw w okresie Mistrzostw EURO;
  - d. szeroko zasięgowa kampania radio i digital wspierająca promocję rabatową „Tankuj Taniej” w okresie wzrostu cen paliw;
  - e. bieżące wsparcie mediowe ogólnopolskich promocji dla paliw i kategorii poza paliwowych (kawa, napoje, gastronomia, myjnia).

#### **Wydatki na usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej**

Efektywna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna wymagają celowych, trwałych i systematycznych działań oraz wsparcia wyspecjalizowanych podmiotów. W 2021 roku usługi, wspomagające realizację strategii Grupy LOTOS w obszarze szeroko rozumianej komunikacji, podyktowane są m. in.:

- potrzebą i chęcią rozpoznawalności i wzmocnienia marki Grupy LOTOS na rynku polskim i na arenie międzynarodowej zgodnie z założeniami Strategii Spółki na lata 2017-2022,
- potrzebą informowania interesariuszy o planowanym procesie przejęcia kapitałowego Grupy LOTOS przez PKN Orlen i projekcie budowy koncernu multienergetycznego,
- promocją realizowanych oraz planowanych inwestycji, w tym m. in.: postępu remontowego rafinerii, instalacji filtracyjnego oczyszczania UCOPure, projektu Hydrokrakingowego Bloku Olejowego (HBO), projektu wodorowego – VETNI, uruchomienia wydobycia ze złoża YME,
- wsparciem działalności Grupy LOTOS na rynkach w Norwegii, Wielkiej Brytanii, a także w państwach basenu Morza Bałtyckiego,
- efektywnym wykorzystaniem potencjału zawartych przez Spółkę umów sponsoringowych,
- potrzebą i chęcią promocji inicjatyw podejmowanych przez Fundację LOTOS,
- wsparciem polskiego systemu opieki zdrowotnej w walce z epidemią COVID-19,
- potrzebą monitoringu mediów, koordynacji działań oraz dystrybucji informacji w potencjalnych sytuacjach kryzysowych.

W 2021 roku utrzymano obsługę dotychczasowych kanałów komunikacji (zarówno wewnętrznej jak i zewnętrznej) oraz kontynuowano rozwój aktywności Grupy LOTOS w mediach

społecznościowych. Przekazy wzmocniano licznymi materiałami wideo oraz współpracą medialną z wybranymi redakcjami.

## **II. WYDATKI NA USŁUGI PRAWNE ORAZ WYDATKI NA USŁUGI DORADZTWA ZWIĄZANE Z ZARZĄDZANIEM.**

### **Wydatki na usługi prawne**

W odniesieniu do usług doradztwa prawnego, w 2021 r. Zarząd Grupy LOTOS S.A. kontynuował kierunek działania mający na celu centralizację usług doradztwa prawnego, m.in. poprzez zawarcie umowy o koordynację obsługi prawnej z Fundacją LOTOS.

Biuro Prawne poza zapewnieniem bieżącej obsługi prawnej wybranych spółek Grupy Kapitałowej Grupy LOTOS S.A., zapewniało wsparcie prawne przy realizacji istotnych projektów rozwojowych, jak np. w projekcie związanym z budową nowego źródła CCGT, przy analizie scenariuszy realizacji projektu zagospodarowania złóż B4 i B6 oraz przy pracach związanych z przystąpieniem do realizacji projektu budowy Hydrokrakingowego Bloku Olejowego. Biuro Prawne wspierało również organizację w trakcie Projektu M.9014 oraz zapewniło nieprzerwane wsparcie prawne po przeniesieniu Zorganizowanej Części Przedsiębiorstwa związanej z działalnością rafineryjną z Grupy LOTOS S.A. do LOTOS Asphalt Sp. z o.o.

Nieprzerwane wsparcie prawne zapewniane przez Biuro Prawne dotyczyło również postępowań sądowych toczących się z udziałem spółki, w tym m.in. w ramach sporu zainicjowanego przez SACE w przedmiocie zwrotu prowizji z tytułu kredytu udzielonego GL SA na realizację Programu 10+.

Wydatki na usługi doradztwa prawnego w 2021 roku wyniosły **8 611 022,76 PLN**.

### **Wydatki na usługi doradztwa związane z zarządzaniem**

Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem obejmują doradztwo dla Spółki, realizowane przez profesjonalne podmioty zewnętrzne świadczące usługi doradcze, wspierające realizację określonych inicjatyw oraz konkretnych projektów strategicznych, w tym usługi w zakresie wykonywania analiz biznesowych, finansowych i podobnych.

Wydatki za usługi doradztwa związane z zarządzaniem wyniosły w 2021 r. **12 960 099,13 PLN**.