

Sprawozdanie ORLEN S.A.

dotyczące wydatków reprezentacyjnych,
wydatków na usługi prawne, marketingowe, usługi w zakresie
stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji
społecznej oraz na usługi doradztwa związanego
z zarządzaniem za rok 2023



**20
23**

SPIS TREŚCI

A.	WPROWADZENIE	3
B.	WYDATKI NA USŁUGI MARKETINGOWE	3
C.	WYDATKI NA USŁUGI PUBLIC RELATIONS I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ	4
D.	WYDATKI NA USŁUGI DORADZTWA ZWIĄZANEGO Z ZARZĄDZANIEM	4
E.	WYDATKI NA USŁUGI PRAWNE	4
F.	WYDATKI REPREZENTACYJNE.....	4
G.	PODSUMOWANIE	5
	OŚWIADCZENIE ZARZĄDU.....	6

A. WPROWADZENIE

Sprawozdanie dotyczące wydatków reprezentacyjnych, wydatków na usługi prawne, marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem ("sprawozdanie z wydatków") zostało sporządzone na podstawie par. 9 ust. 11 Statutu Spółki w związku z art.17 ust. 6 Ustawy z dnia 16 grudnia 2016 roku o zasadach zarządzania mieniem państwowym (Dz.U. z 2016 r. poz.2259 z późn. zmianami).

Niniejsze sprawozdanie z wydatków zostało sporządzone zgodnie z zasadą memoriału, w wartościach netto (bez podatku VAT). Wszystkie wartości zostały podane w tysiącach PLN.

Wyższe koszty wydatków marketingowych w 2023 roku, to głównie efekt ujęcia kosztów byłej Grupy Lotos i PGNIG z całego roku 2023 (w 2022 roku uwzględniono koszty od momentu połączenia).

B. WYDATKI NA USŁUGI MARKETINGOWE

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki na usługi marketingowe	578 778	410 833	0,231%	0,200%

Realizowane działania w zakresie usług marketingowych wspierały obszary sprzedażowe w realizacji ich rocznych planów operacyjnych oraz utrzymaniu wiodącej pozycji rynkowej firmy, miały na celu budowanie i utrzymywanie wysokiego poziomu rozpoznawalności i promowanie pożądanego atrybutów marki ORLEN oraz wiodących marek produktowych i linii biznesowych. Przekaz marketingowy w 2023 roku wspierał realizację strategii w obszarach:

- wsparcia sprzedaży detalicznej;
- lojalizacji aktualnych Klientów ORLEN oraz pozyskaniu nowych;
- komunikacji ORLEN jako koncernu multienerygetycznego, lidera transformacji energetycznej w regionie;
- budowy i wzmacniania międzynarodowej marki ORLEN;
- procesów fuzyjnych oraz rebrandingu;
- odpowiedzialności społecznej koncernu.

Wydatki obejmowały przede wszystkim:

- produkcję materiałów reklamowych (komunikacja ATL i BTL);
- zakup powierzchni reklamowej w mediach;
- działania dla programów lojalnościowych, szczególnie w zakresie e-commerce i aplikacji mobilnej;
- tzw. projekty eventowe, program lojalnościowy VITAY dla klientów;
- badania marketingowe;

Działania CSR prowadzone były w oparciu o Strategię Biznesową Koncernu do 2030 roku, Strategię Zrównoważonego Rozwoju Grupy ORLEN 2021-2023, Kodeks Etyki Grupy ORLEN oraz Agendę 2030. W 2023 roku położony został nacisk na realizację projektów związanych ze wsparciem i rozwojem społecznym, promocją i ochroną zdrowia, upowszechnianiem bezpieczeństwa w szerokim ujęciu, a także ochroną środowiska naturalnego.

Wydatki na usługi marketingowe nie uwzględniają przekazanych darowizn, które zostały zaprezentowane w Jednostkowym Sprawozdaniu Finansowym ORLEN za 2023 rok w nocy 12.10. w pozycji: nieodpłatne świadczenia.

W TYM**B.1. USŁUGI SPONSORINGOWE**

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki na usługi sponsoringowe	386 220	266 758	0,154%	0,130%

Realizowane działania w zakresie usług sponsoringowych miały na celu wspieranie budowy międzynarodowej rozpoznawalności marki ORLEN, lojalizację klientów, a także budowanie trwałych relacji ze społecznościami lokalnymi. Najważniejszym projektem w 2023 roku była współpraca z zespołem Formuły 1 – Scuderią AlphaTauri oraz kontynuacja wsparcia Roberta Kubicy – Ambasadora marki ORLEN. Sponsoring zespołu F1 stanowił istotną platformę marketingową i komunikacyjną na rynku czeskim i niemieckim, gdzie wspierał proces rebrandingu stacji Benzina i Star oraz na Słowacji i Węgrzech, gdzie wspierał uruchamianie nowych obiektów. Tym samym znacząco przyczynił się do realizacji Strategii ORLEN2030 zakładającej ekspansję i dynamiczny rozwój segmentu detalicznego, opartej o rozbudowę sieci sprzedaży i znaczące poszerzenie oferty. W 2023 roku Grupa ORLEN sponsorowała kilkudziesięciu indywidualnych zawodników i zawodniczek, w tym sportowców niepełnosprawnych, ponad 70 klubów, 13 związków sportowych oraz 2 komitety – Polski Komitet Olimpijski i Polski Komitet Paraliimpijski. Wsparciem objęte zostały również akademie i programy sportowe, w których trenowało blisko 500 tysięcy dzieci i młodzieży. W 2023 roku rozwijany był program ORLEN dla Płocka, w ramach którego zrealizowano 38 projektów z zakresu sportu, kultury oraz inicjatyw społecznych. Program ten jest wyrazem przywiązania koncernu do spraw miasta i regionu oraz realizuje założenia Strategii Zrównoważonego Rozwoju. W ramach społecznej odpowiedzialności biznesu, ORLEN wspiera instytucje i wydarzenia promujące polskie dziedzictwo kulturowe.

Wśród najważniejszych projektów z zakresu kultury było sponsorowanie: Teatru Wielkiego – Opery Narodowej, Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina, Zamku Królewskiego w Warszawie czy Muzeów Narodowych w Warszawie i Poznaniu. Dzięki swoim działaniom w

zakresie sponsoringu i komunikacji realizowanych projektów, ORLEN umocnił się na pozycji lidera wśród najbardziej znanych sponsorów w Polsce.

Wydatki w zakresie usług sponsoringowych obejmowały przede wszystkim usługi związane z realizacją umów sponsoringowych, komunikację projektów sponsoringowych oraz projekty eventowe.

C. WYDATKI NA USŁUGI PUBLIC RELATIONS I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej	51 863	25 965	0,021%	0,013%

Wydatki na Public Relations obejmowały działania z zakresu komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

W zakresie komunikacji zewnętrznej poniesione koszty obejmowały komunikację Strategii2030 oraz kluczowych inwestycji m.in. poprzez współpracę redakcyjną z mediami, rozwój oraz tworzenie materiałów (infografiki, animacje, filmy) na potrzeby mediów społecznościowych, badanie opinii publicznej (CCS, SMR). Wydatki związane były również z organizacją wydarzeń z udziałem przedstawicieli Zarządu ORLEN S.A., wyjazdów studyjnych, briefingów prasowych w związku z komunikacją nowych projektów biznesowych, szeroką komunikacją projektów związanych z rozwojem paliw alternatywnych w ramach Grupy ORLEN, strategii wodorowej, Akademii H2. Równolegle prowadzona była na bieżąco komunikacja wsparcia dla społeczności lokalnych, w tym Gdańska i Płocka.

W zakresie komunikacji wewnętrznej, wydatki obejmowały utrzymanie i rozwój kanałów komunikacji z pracownikami takich jak: wewnętrzna TV Studio GO!, magazyn drukowany dla pracowników MGO!, intranet oraz jeden intranet dla Grupy, produkcję materiałów foto video na potrzeby komunikacji korporacyjnej, a także komunikację procesów akwizycyjnych i realizację projektów skierowanych do pracowników ORLEN.

D. WYDATKI NA USŁUGI DORADZTWA ZWIĄZANEGO Z ZARZĄDANIEM

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem	73 189	68 578	0,029%	0,033%

Usługi doradztwa związanego z zarządzaniem obejmowały głównie projekty M&A, projekty w zakresie realizacji Strategii Grupy ORLEN, koszty przedprojektowe w całym łańcuchu wartości ORLEN oraz doradztwo w zakresie zagadnień regulacyjnych.

E. WYDATKI NA USŁUGI PRAWNE

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki na usługi prawne	55 006	54 761	0,022%	0,027%

Wydatki na usługi prawne obejmowały usługi i doradztwo prawne związane ze świadczeniem na rzecz ORLEN S.A. bieżącego doradztwa prawnego oraz prowadzeniem postępowań przed sądami i innymi organami. W szczególności z usług doradców korzystano przy przygotowywaniu i negocjowaniu umów o dużej wartości, w kwestiach prawno-regulacyjnych oraz w sprawach, w których wymagana była znajomość obcych porządków prawnych. Istotną część tych wydatków dotyczyła obsługi prawnej związanej z dużym zapotrzebowaniem zgłaszanym przez Obszary Biznesowe w związku z prowadzonymi przez nich pracami.

F. WYDATKI REPREZENTACYJNE

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki reprezentacyjne	6 646	2 934	0,003%	0,001%

Wydatki reprezentacyjne związane były głównie z organizacją aktywności biznesowych przedstawicieli spółki ORLEN podczas wydarzeń branżowych w Polsce i zagranicą, służących komunikacji zaktualizowanej na początku 2023 roku Strategii2030, prezentacji stanowiska firmy w zakresie wyzwań związanych z transformacją i bezpieczeństwem energetycznym w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a także realizacji projektów inwestycyjnych, podtrzymaniu dotychczasowych i budowaniu nowych relacji biznesowych.

G. PODSUMOWANIE

	2023	2022	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2023	2022
Wydatki na usługi marketingowe	578 778	410 833	0,231%	0,200%
<i>w tym Sponsoring sportu, kultury i mediów</i>	386 220	266 758	0,154%	0,130%
Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej	51 863	25 965	0,021%	0,013%
Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem	73 189	68 578	0,029%	0,033%
Wydatki na usługi prawne	55 006	54 761	0,022%	0,027%
Wydatki reprezentacyjne	6 646	2 934	0,003%	0,001%
RAZEM	765 482	563 071	0,305%	0,274%



Niniejsze sprawozdanie zostało podpisane przez Zarząd ORLEN S.A. w dniu 24 kwietnia 2024 roku.

.....
Ireneusz Fąfara
Prezes Zarządu

.....
Witold Literacki
Wiceprezes Zarządu

.....
Kazimierz Mordaszewski
Członek Rady Nadzorczej
delegowany do czasowego wykonywania
czynności Członka Zarządu

.....
Józef Węgrecki
Członek Zarządu

.....
Tomasz Zieliński
Członek Rady Nadzorczej
delegowany do czasowego wykonywania
czynności Członka Zarządu