Sprawozdanie Zarządu TORPOL S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi public relations i komunikacji społecznej oraz na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem za 2025 r.

Wstęp

Niniejsze sprawozdanie zostało sporządzone na podstawie zapisu § 18 ust. III pkt 1 Statutu TORPOL S.A. („Spółka") w związku z przepisem art. 17 ust. 6 Ustawy o zasadach zarządzania mieniem państwowym z dnia 16 grudnia 2016 r. (Dz. U. 2024 poz. 125).

Ponadto, zgodnie z § 17 ust. XIII pkt 21-23 Statutu TORPOL S.A., Rada Nadzorcza Spółki wyraża zgodę na (1) zawarcie umowy o usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) oraz usługi doradztwa związanego z zarządzaniem, jeżeli wysokość wynagrodzenia przewidzianego za świadczone usługi łącznie w tej umowie lub innych umowach zawieranych z tym samym podmiotem przekracza 500.000 zł netto w stosunku rocznym, (2) na dokonanie zmiany ww. umowy podwyższającej wynagrodzenie powyżej kwoty, o której mowa powyżej, oraz (3) na zawarcie umowy o usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) oraz usługi doradztwa związanego z zarządzaniem, w której maksymalna wysokość wynagrodzenia nie jest przewidziana.

Wartości przedstawione w niniejszym sprawozdaniu nie uwzględniają wysokości podatku naliczonego, który dotyczył zakupu towarów, materiałów i usług związanych z przedmiotowymi wydatkami.

1. Wydatki reprezentacyjne

	Rok zakończony 31 grudnia 2025 roku
Wydatki reprezentacyjne	191.339,50 PLN

W roku 2025 Spółka przeznaczyła na wydatki związane z reprezentacją środki pieniężne w wysokości **191.339,50 PLN,** które w głównej mierze dotyczyły podtrzymywania dotychczasowych i budowania nowych relacji biznesowych.

2. Wydatki na usługi marketingowe, public relations i komunikacji społecznej

	Rok zakończony 31 grudnia 2025 roku
Wydatki na usługi marketingowe, public relations i komunikacji społecznej	1.426.645,75 PLN

W 2025 roku Spółka przeznaczyła łącznie **1.426.645,75 PLN** na wydatki z tytułu marketingu, public relations oraz komunikacji społecznej.

Działania, jakie spółka TORPOL S.A. podejmowała w 2025 roku w obszarze usług marketingowych miały na celu wzmocnienie pozycji oraz wizerunku Spółki na rynku, dzięki czemu Spółka może realizować założone cele oraz utrzymywać wiodącą pozycję rynkową. Wydatki na cele marketingowe obejmowały przede wszystkim wydatki na promocję w mediach, usługi reklamowe w zakresie projektowania i druku materiałów informacyjnych, udział w targach i konferencjach branżowych oraz na wykonanie dokumentacji fotograficznej i wideo z inwestycji realizowanych przez Spółkę.

Realizowane działania w zakresie public relations i komunikacji społecznej kształtowały pozytywny wizerunek TORPOL S.A. wśród poszczególnych grup interesariuszy. Wydatki związane były głównie z budowaniem i umacnianiem relacji z inwestorami, z obecnością na rynku giełdowym oraz mediami i dotyczyły np. organizacji monitoringu mediów, przygotowania komunikatów prasowych, utrzymania

płynności kursu akcji, współpracy bieżącej z analitykami domów maklerskich, dziennikarzami oraz utrzymywaniem relacji z inwestorami instytucjonalnymi.

W zakres działań marketingowych, public relations oraz komunikacji społecznej wpisują się również działania w obszarze sponsoringu, które polegają na finansowaniu przedsięwzięć, wydarzeń lub działalności podmiotów (organizacji) w celu promocji marki Spółki, jak również wsparcia działań z dziedziny społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). W tym celu Spółka przyjęła w 2020 r. dokument regulujący przedmiotowy obszar pn.: *„Zasady działań sponsoringowych oraz udzielania darowizn w TORPOL S.A.".* Zgodnie z przyjętymi zasadami, działania sponsoringowe mogą być podejmowane przez Spółkę wyłącznie, gdy w roku obrotowym poprzedzającym podjęcie takich działań Spółka odnotowała zysk operacyjny, a w dniu podpisania stosownych umów posiadała wolne środki na rachunku bieżącym. Co więcej, regulacja wskazuje, iż Spółka może prowadzić działania sponsoringowe wyłącznie samodzielnie, bez możliwości korzystania z usług podmiotów trzecich, tzn. Spółka zobowiązana jest do samodzielnego zawierania umów sponsoringu bezpośrednio z podmiotami sponsorowanymi, jak również przekazywania środków finansowych bezpośrednio na rachunek podmiotów sponsorowanych. Spółka nie angażuje się w projekty utożsamiane z inną konkurencyjną marką, o charakterze politycznym, służące jakiejkolwiek dyskryminacji, naruszające prawo oraz ogólnie przyjęte normy społeczne. Wszelkie decyzje w zakresie działań charytatywnych i sponsoringowych podejmowane są po indywidualnym rozpatrzeniu wniosków.

W 2025 roku działalność sponsoringowa Spółki obejmowała głównie kontynuację wsparcia pracowników w ramach firmowej drużyny sportowej TORPOL RUNNING TEAM oraz w ramach firmowych projektów wolontariackich. Sponsoring inicjatyw sportowych pracowników obejmował przede wszystkim pokrycie kosztów udziału w wydarzeniach, w tym o charakterze charytatywnym, oraz zakup strojów sportowych z logo firmy TORPOL. W zakresie wolontariatu, w 2025 r. pracownicy TORPOL S.A. zrealizowali dwa projekty w ramach funkcjonującego w Spółce od roku 2022 Programu Wolontariatu Pracowniczego „Wspólnym Torem". Program ten jest elementem strategii społecznej odpowiedzialności biznesu TORPOL S.A., który powstał w wyniku przekonania Zarządu oraz pracowników Spółki, iż inicjatywy i działania na rzecz społeczności lokalnych są jedną z podstawowych powinności firmy odpowiedzialnej społecznie. Podobnie jak w latach poprzednich, tak też w 2025 roku pracownicy Spółki wzięli czynny udział w przygotowaniach taboru Średzkiej Kolei Powiatowej do sezonu letniego w ramach projektu pod nazwą „KOLEJ na sprzątanie, więc uTORuj przedział i POCIAGnij pędzlem dla Średzkiej Ciufci z Klasą" realizowanego na rzecz Towarzystwa Przyjaciół Kolejki Średzkiej „BANA". Prace obejmowały przegląd taboru i infrastruktury torowej, malowanie krawędzi peronów, a także czyszczenie wagonów i strefy pasażerskiej oraz uzupełnienie płynów eksploatacyjnych. Drugi z projektów pn. „Otwarcie nowej siedziby Fundacji PROGREDI" obejmował wsparcie przy uroczystości otwarcia oraz wyposażenie kącika sensorycznego dla dzieci z autyzmem w Słupsku.

W roku 2025 Spółka realizowała również umowę sponsoringową z Fundacją Rozwoju Inżynierii Lądowej przy Politechnice Gdańskiej zawartą w 2024 roku - umowa dotyczyła wsparcia działalności Koła Naukowego Młodych Mostowców Politechniki Gdańskiej "MOST WANTED".

Ponadto, realizując cele strategii społecznej odpowiedzialności biznesu spółka TORPOL S.A. udzieliła wsparcia rzeczowego i pieniężnego w łącznej kwocie 168.062,89 PLN, na które składało się przede wszystkim wsparcie pieniężne na rzecz Wielkopolskiego Muzeum Niepodległości w Poznaniu w kwocie

150.000 PLN z przeznaczeniem na cele działalności statutowej ze szczególnym uwzględnieniem budowy i promowania nowego Muzeum Powstania Wielkopolskiego 1918–1919 roku.

3. Wydatki na usługi prawne

	Rok zakończony 31 grudnia 2025 roku
Wydatki na usługi prawne	633.449,62 PLN

Wydatki z tytułu usług prawnych w 2025 roku wyniosły **633.449,62 PLN** i związane były w szczególności ze świadczeniem na rzecz Spółki stałych i doraźnych usług zewnętrznej obsługi prawnej, obejmującej m.in. przygotowywanie opinii prawnych, obsługę roszczeń i sporów, reprezentację w postępowaniach i sporach sądowych, prowadzenie postępowań mediacyjnych, a także doradztwo prawne podczas obrad Walnego Zgromadzenia Spółki oraz wsparcie prawne na rzecz Rady Nadzorczej TORPOL S.A. i Komitetu Audytu.

4. Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem

	Rok zakończony 31 grudnia 2025 roku
Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem	1.202.893,60 PLN

Wydatki z tytułu doradztwa związanego z zarządzaniem w 2025 roku zdeterminowane były w głównej mierze przez koszty usługi analizy otoczenia rynkowego, a także doradztwa związanego ze sporządzeniem raportu zrównoważonego rozwoju GK TORPOL. Na pozostałą część przedmiotowych wydatków składały się m.in. koszty bieżącego doradztwa podatkowego.

Podsumowując, łączne wydatki reprezentacyjne, na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi public relations i komunikacji społecznej oraz na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem za 2025 r. wyniosły **3.454.328,47 PLN** i są wyższe niż wydatki poniesione przez Spółkę w 2024 r. w kwocie 3.208.328,87 PLN.

Konrad Miterski
p.o. Prezesa Zarządu

Marcin Zachariasz
Wiceprezes Zarządu

Krzysztof Drzewiecki
Wiceprezes Zarządu

Jacek Poniewierski
Wiceprezes Zarządu