



**SPRAWOZDANIE ORLEN S.A.
ZE STOSOWANIA DOBRYCH PRAKTYK W ZAKRESIE
PROWADZENIA SPONSORINGU SPORTU PRZEZ SPÓŁKI
Z UDZIAŁEM SKARBU PAŃSTWA
ZA ROK 2025**

A.	WPROWADZENIE	3
B.	PLANOWANIE, STANDARDY, KOORDYNACJA	3
C.	IMPLEMENTACJA I STOSOWANIE DOBRYCH PRAKTYK	3
D.	OŚWIADCZENIE ZARZĄDU	6

A. WPROWADZENIE

Niniejsze Sprawozdanie ORLEN S.A. ze stosowania Dobrych praktyk z zakresie prowadzenia sponsoringu sportu przez Spółki z udziałem Skarbu Państwa za rok 2025 (dalej zwane: „Sprawozdaniem”), odnosi się do zaimplementowanych w ramach porządku prawnego i korporacyjnego Spółki zasad odzwierciedlających przyjęcie Dobrych praktyk w zakresie prowadzenia sponsoringu sportu przez Spółki z udziałem Skarbu Państwa (dalej zwanych: „Dobrymi Praktykami”), wprowadzonych mechanizmów kontrolnych ich prawidłowego stosowania oraz kierunków działań sponsoringowych zbieżnych z literą rekomendacji Prezesa Rady Ministrów.

Sprawozdanie zostało sporządzone na podstawie § 9 ust. 11 Statutu ORLEN S.A., zgodnie z którym Zarząd Spółki obowiązany jest sporządzić i przedstawić Walnemu Zgromadzeniu oraz Radzie Nadzorczej, wraz ze sprawozdaniem z działalności Spółki za ubiegły rok obrotowy, sprawozdanie ze stosowania dobrych praktyk, o których mowa w art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym, o ile będą miały zastosowanie do Spółki. Sprawozdania powinny być przygotowane z uwzględnieniem konieczności poszanowania tajemnic prawnie chronionych, a w szczególności wskazanych w art. 428 kodeksu spółek handlowych.

B. PLANOWANIE, STANDARDY, KOORDYNACJA

ORLEN S.A. sporządził Plan Roczny zawierający pełne zestawienie projektów sponsoringowych na 2025 rok wraz z planem budżetowym oraz uwzględniającym kierunki promowania sportów prezentowane przez ministra właściwego do spraw kultury fizycznej.

ORLEN S.A., sporządził Strategie Sponsoringową, której elementem był Plan Działań sponsoringowych wraz z planem budżetowym na rok 2025 zawierający zestawienie kluczowych projektów sponsoringowych celem przedstawienia Zarządowi i Radzie Nadzorczej ORLEN S.A..

Materiał informacyjny został przedstawiony na posiedzeniu Zarządu w dniu 22.10.2024r.

Działalność sponsoringowa podlega stałej analizie i monitorowaniu w zakresie okresowego przeglądu i ewaluacji przez Radę Nadzorczą Spółki [zgodnie z punktem III rekomendacji szczegółowych Dobrych Praktyk].

C. IMPLEMENTACJA I STOSOWANIE DOBRZYCH PRAKTYK

Celem implementacji rekomendacji zawartych w Dobrych Praktykach, ORLEN S.A. podjął następujące działania w zakresie poszczególnych wytycznych:

w zakresie rekomendacji ogólnych:

1. Neutralność polityczna:

ORLEN S.A. bezwzględnie przestrzega zasad neutralności politycznej poprzez wprowadzenie rozszerzonej weryfikacji kontrahentów oraz beneficjentów rzeczywistych; wprowadzono paragraf o neutralności politycznej do wszystkich umów, zakazując finansowania projektów powiązanych z partiami politycznymi i ich przedstawicielami.

2. Wyłączenie wskazanych rodzajów działalności sponsoringowej:

ORLEN S.A. nie obejmuje działalnością sponsoringową:

- Projektów i Oferentów propagujących przemoc i agresję oraz quasi-sportowych wydarzeń komercyjnych (tj. wydarzeń, które mają cechy sportu np. ich celem jest rywalizacja, posiadają reguły gry, organizowane są zawody, ale aktywności prezentowane na nich nie są uznawane za pełnoprawne dyscypliny przez Międzynarodowy Komitet Olimpijski czy Polski Komitet Sportów Nieolimpijskich);*
- Projektów i Oferentów promujących lub wspierających partie polityczne lub jakichkolwiek czynnych polityków;*
- Projektów realizujących cele polityczne polegających na finansowym lub rzeczowym wspieraniu podmiotów politycznych, w tym poprzez wspieranie kampanii wyborczych i referendalnych, kandydatów na urzędy publiczne/ stanowiska polityczne, referendum lub wyborów oraz badań opinii związanych z nim;*
- Związku sportowego, ligi zawodowej, klubu sportowego lub sportowca indywidualnego jeżeli jego sponsorem lub partnerem jest już inna spółka z udziałem Skarbu Państwa bądź podmiot prowadzący działalność konkurencyjną dla ORLEN S.A., chyba że sytuacja taka nie wpływa negatywnie na stan rzeczywistych i wymiernych korzyści wynikających ze sponsorowania;*
- Zawodników karanych dyscyplinarnie za doping w sporcie dyskwalifikacją w wymiarze jednostkowym większym niż 24 miesiące lub więcej niż raz, bez względu na jej jednostkowy wymiar;*
- Projektów i Oferentów dyskryminujących w szczególności na podstawie rasy, koloru skóry, języka, pochodzenia etnicznego, wyznania, religii, bezwyznaniowości, płci, tożsamości płciowej lub jej ekspresji, narodowości, obywatelstwa, orientacji seksualnej, wieku, ciąży, niepełnosprawności lub przynależności politycznej;*
- Oferentów niereagujących na zachowania przemocowe motywowane uprzedzeniami lub dyskryminacyjne;*

- Projektów w czasie których nie przestrzega się zasad fair play;
- Projektów i Oferentów stojących w jakikolwiek sposób w sprzeczności z zasadami etyki i wartościami Grupy Kapitałowej ORLEN określonymi w Kodeksie Etyki Grupy Kapitałowej ORLEN opublikowanym na stronie internetowej ORLEN S.A.;
- Projektów oraz Oferentów o wysokim, negatywnym ryzyku reputacyjnym, narażonych na utratę zaufania społecznego w wyniku stosowania nieetycznych praktyk lub podejmowania innych działań wpływających niekorzystnie na ich postrzeganie;
- Oferentów będących partiami politycznymi, fundacjami lub stowarzyszeniami założonymi przez partie polityczne lub ich wybranych przedstawicieli bądź osoby ubiegające się o urząd publiczny / stanowisko polityczne;
- Oferentów objętych sankcjami nałożonymi przez przepisy obowiązujące w ORLEN S.A.;
- Oferentów, którzy w ramach wcześniej zawartej Umowy z ORLEN S.A. wykorzystali wynagrodzenie niezgodnie z przeznaczeniem lub odmówili poddania się kontroli zgodności wydatkowania wynagrodzenia z celem określonym w Umowie;
- Oferentów, którzy nie przedstawili zawioskowanych przez ORLEN S.A. dokumentów lub wyjaśnień w zakresie realizacji wcześniej zawartej z ORLEN S.A. Umowy;
- Oferentów, którzy przedłożyli dokumenty budzące zastrzeżenia co do ich autentyczności lub rzetelności, których nie wyeliminowali we wskazanym przez ORLEN S.A. terminie;
- Oferentów, którzy nie zrealizowali prawidłowo i terminowo Umowy wcześniej zawartej z ORLEN S.A.;
- Oferentów którzy otrzymali negatywny wynik weryfikacji Oferenta w Obszarze Kontroli i Bezpieczeństwa lub ostrzeżenie przed nawiązaniem współpracy. W szczególnie uzasadnionych przypadkach dopuszcza się możliwość przedstawienia przez Oferenta dodatkowych wyjaśnień. Jeżeli przekazane informacje i dokumenty w sposób jednoznaczny rozwiewają wątpliwości ORLEN S.A. będące podstawą wyniku weryfikacji, po ich analizie możliwe jest podjęcie decyzji biznesowej o nawiązaniu współpracy.

3. Strategia długofalowa:

Aktywność ORLEN S.A w obszarze sponsoringu opiera na podstawie przedstawianych i zatwierdzanych Strategii oraz Planów Rocznych.

4. Komplementarność wobec działań realizowanych na rzecz polskiego sportu przez ministra właściwego do spraw kultury fizycznej:

Działalność sponsoringowa ORLEN S.A. wpisuje się w działania realizowane na rzecz polskiego sportu przez Ministerstwo Sportu i Turystyki. Ma to miejsce poprzez wsparcie udzielane najważniejszym związkom sportowym działającym w kraju jak również poprzez udział w ministerialnych projektach promujących sport dzieci i młodzieży (np. Program „Aktywna Szkoła”), autorskich działaniach ORLEN S.A. (Program „Sportowy ORLEN”), czy też wsparciu udzielanemu organizatorom przedsięwzięć adresowanych do grupy najmłodszych beneficjentów („Piłkarska Przyszłość z ORLENEM”, „Legia Soccer Schools”, „Futbol Plus”).

5. Zgodność działalności sponsoringowej z celami wskazanymi w Dobrych Praktykach:

Aby odzwierciedlić rekomendacje zawarte w Dobrych Praktykach, w swoich działaniach w roku 2025 oraz w Planie na rok 2026, Spółka dostosowała kierunki działań sponsoringowych realizując lub planując między innymi projekty z zakresu:

- **Rozwoju sportu profesjonalnego:**

Zapewniono sponsoring dla 6 największych związków sportowych w Polsce: PZPN, PZPS, PZLA, PZN, PZKosz, ZPRP, podejmowane są współprace z uznanymi sportowcami wspierające realizację celów biznesowych firmy, np. Aleksandra Mirostław, Bartosz Zmarzlik, Anita Włodarczyk, Miko Marczyk, Kajetan Kajetanowicz, Ewa Pajor.

- **Popularyzacji sportu powszechnego i kultury fizycznej:**

ORLEN S.A. uruchomił dedykowany program kierowany do lokalnych, amatorskich klubów sportowych z całej Polski, aktywizujący dzieci i młodzież tj. „Sportowy ORLEN”, w którym w 2025 r. udział wzięło 185 instytucji i niemal 26 tys. dzieci z całego kraju. Ponadto ORLEN S.A. realizuje współprace sponsoringowe z innymi podmiotami, których przedmiot działalności dotyczy bezpośrednio szkolenia i rozwoju sportu powszechnego (np. projekt wspierania młodych talentów piłkarskich „Piłkarska Przyszłość z ORLENEM”, Program „Aktywna Szkoła”) oraz sportu osób z niepełnosprawnościami (np. Polski Komitet Paraolimpijski, Stowarzyszenie Amp Futbol Polska, w tym sponsoring drużyn seniorskich oraz niepełnosprawnych dzieci w ramach projektu „Futbol Plus”).

Działaniom sponsoringowym towarzyszy dedykowana, szeroko zasięgowa komunikacja za pośrednictwem kanałów ORLEN Team w mediach społecznościowych, a także jak w przypadku Programu „Sportowy ORLEN” dedykowana kampania „Sport to szkoła życia”, promująca sport powszechny jako ważny i niezbędny element codziennego życia dzieci i młodzieży.

- **Wyszukiwania talentów i współtworzenia strategii rozwoju zawodników:**

W 2025 roku podpisano umowy z zawodnikami z dyscyplin olimpijskich, nadziejami na udany występ na zimowych igrzyskach olimpijskich w Mediolanie / Alpach Francuskich (Aleksandra Król Walas) i letnich w Los Angeles / Brisbane (Adrianna Sulek, Pia Skrzyszowska, Maksymilian Szwed, Jakub Szymański)

Ww. projekty wpisywały się w zasadę niepromowania podmiotów i działań określonych w Dobrych praktykach (niepromowanie związku sportowego, ligi zawodowej, klubu sportowego, sportowca indywidualnego, jeżeli jego sponsorem lub partnerem jest inna spółka z udziałem

Skarbu Państwa bądź podmiot prowadzący działalność konkurencyjną, chyba że sytuacja taka nie wpływa negatywnie na stan rzeczywistych i wymiernych korzyści wynikających ze sponsorowania).

w zakresie rekomendacji szczegółowych:

1. Wymierny i mierzalny efekt biznesowy działań sponsoringowych (punkt V rekomendacji szczegółowych Dobrych praktyk).

Spółka realizuje działalność sponsoringową z uwzględnieniem specyfiki swojej działalności, proporcjonalności do osiągniętych zysków, efektów marketingowych i wizerunkowych analizowanych i mierzonych oddzielnie dla poszczególnych projektów. W zdecydowanej większości umów sponsoringowych, w zależności od jej wartości, wprowadzono obowiązek definiowania KPI, powiązanych z efektami biznesowymi i marketingowymi, w tym w umowach ze związkami sportowymi oraz sportowcami indywidualnymi. Na bieżąco monitorowana jest wartość ekwiwalentu mediowego wybranych projektów;

2. Zawieranie umów o sponsoring sportowy ze związkami sportowymi, klubami i ligami zawodowymi z uwzględnieniem informacji dotyczących promowanych sportów i zapotrzebowania w zakresie pozyskania sponsora prezentowanego przez ministra właściwego do spraw kultury fizycznej (punkt VI rekomendacji szczegółowych Dobrych praktyk):

Zgodnie z pkt VI rekomendacji szczegółowych Dobrych Praktyk ORLEN wspiera Sporty Priorytetowe poprzez np. współpracę z Polskim Związkiem Piłki Nożnej, Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, Polskim Związkiem Koszykówki, Polskim Związkiem Lekkiej Atletyki, Związkiem Piłki Ręcznej w Polsce, czy też z Polskim Związkiem Narciarskim. ORLEN bierze udział również w promocji sportu powszechnego oraz aktywności fizycznej – uczestnicząc w ministerialnym Programie „Aktywna Szkoła” oraz realizując współpracę z organizatorami projektów takich jak „Piłkarska Przyszłość z ORLENEM”, „Legia Soccer Schools” oraz „Futbol Plus”, mających za zadanie promocję sportu wśród najmłodszych.

3. Zasady zawierania umów o sponsoring sportowy i wymagane postanowienia oraz publikacja na stronach internetowych informacji o nowych umowach sponsoringu sportowego.

Spółka stosuje zasady określone w punktach od VII-XI rekomendacji szczegółowych Dobrych praktyk, dotyczące zasad zawierania umów o sponsoring, wymaganych postanowień, obowiązków publikacji:

ORLEN na bieżąco publikuje i aktualizuje listę zawartych umów sponsoringowych, która jest dostępna pod adresem: <https://www.orlen.pl/pl/o-firmie/wspieramy/sponsoring/wykazy-umow>. Publikowana jest również „Księga Projektów Sponsoringowych” (dostępna pod adresem: <https://www.orlen.pl/pl/o-firmie/wspieramy/sponsoring/Ksiega-projektow-sponsoringowych>) prezentująca pełne spektrum aktywności sponsoringowych ORLEN. (Zgodnie z pkt X Dobrych Praktyk).

Zgodnie z wytycznymi zawartymi w Dobrych Praktykach Spółka stosuje poniższe:

- negocjacje warunków współpracy prowadzone są bez udziału osób trzecich (Zgodnie z pkt VII Dobrych Praktyk).
- umowy nie są zawierane na czas dłuższy niż 4 lata (Zgodnie z pkt VII Dobrych Praktyk).
- zapisy zawieranych Umów przewidują bezpośredni nadzór nad realizacją zobowiązań i sposób wydatkowania przekazywanych środków oraz szczegółowe zapisy dotyczące raportowania sposobu realizacji Umowy. Przy dłuższych umowach wprowadzane są zapisy dzielące w czasie realizację zobowiązań – warunkujące kolejne płatności od realizacji wcześniejszych zobowiązań. (Zgodnie z pkt VII Dobrych Praktyk).
- w zawieranych umowach zawarty jest szczegółowy katalog wydatków/zakres świadczeń, na które środki otrzymane od sponsora będą przeznaczone. Ponadto znajdują się w nich zapisy dotyczące kwestii konieczności dochowania zasad etycznych przez sportowców i sponsorowane podmioty (naruszenie wspomnianych zasad daje prawo do wcześniejszego rozwiązania współpracy. (Zgodnie z pkt VIII Dobrych Praktyk).
- Umowy są podpisywane przy uwzględnieniu kondycji finansowej Sponsora i zawierają klauzule umożliwiające wcześniejsze rozwiązanie Umowy w przypadkach określonych w „Dobrych Praktykach”. (Zgodnie z pkt IX Dobrych Praktyk).
- Tam gdzie jest to możliwe Umowy przewidują przekazanie części Wynagrodzenia na cele związane ze szkoleniem dzieci i młodzieży. (Zgodnie z pkt XI Dobrych Praktyk).



D. OŚWIADCZENIE ZARZĄDU

Niniejsze sprawozdanie zostało sporządzone za rok 2025 roku i obejmuje 6 stron.

Niniejsze sprawozdanie zostało zatwierdzone przez Zarząd ORLEN S.A. w dniu 24 marca 2026 roku.