

Raport zintegrowany

za **2022** rok





Spis treści

01

Wirtualna Polska Holding	5
O Grupie	6
Dane finansowe	12
Strategiczne tworzenie wartości	15
ESG w Grupie Wirtualna Polska	24
Badania, rozwój, innowacje	28
Pozostałe informacje o Grupie	29

02

Ład korporacyjny	31
Polityki i regulaminy	32
Etyka biznesu	33
Cyberbezpieczeństwo	36
Komunikowanie kwestii krytycznych	38
Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	39
Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem	40
Podatki i zarządzanie ryzykiem podatkowym	49

03

Zielona odpowiedzialność	50
Dążymy do zeroemisyjności	52
Edukujemy w zakresie zmian klimatycznych	55

04

Relacje społeczne	56
Ludzie najważniejszym kapitałem	57
Prawa pracownicze	63
Równa płaca	66
Różnorodność i równość szans	68
Prywatność danych	70
Zaangażowanie społeczne	72

05

Taksonomia	76
Zgodność prowadzonej przez Grupę Wirtualna Polska Holding działalności z systematyką	78

06

O raporcie	80
Dialog z interesariuszami	81
Proces określania istotnych zagadnień	82
Informacje o raporcie	83
Tabela zgodności z rekomendacjami TCFD	84
Indeks wskaźników GRI	85

List Prezesa Zarządu Wirtualna Polska Holding

GRI 2-22

Ostatnie trzy lata w branży internetowej przypominają jazdę rollercoasterem. Równie niespodziewane co pandemiczne przyspieszenie, było postcovidowe hamowanie.

Odwrót z online'u do offline'u wywołał w 2022 roku serię wstrząsów w cyfrowym świecie, które pośrednio dotknęły i nas. W problemy wpadli ci, którzy niedawno kupowali spółki internetowe po wysokiej cenie. Ci, którzy mieli skorodowane modele biznesowe. Ci, którzy przeinwestowali licząc na rychłe przebicie kolejnych poziomów ucyfrowienia. Oraz ci, którzy byli nierozważni w składaniu obietnic inwestorom. Do odwrotu Napoleona z Moskwy można porównać sytuację tych, którzy znaleźli się w grupie stanowiącej część wspólną tych zbiorów.

Co to oznaczało dla nas? Działalność reklamowa i subskrypcyjna urosła w 2022 roku w WP Holding o 14%. Wewnętrznie liczyliśmy

na więcej, ale problemy świata e-commerce nie są obojętne dla rynku reklamy. Nadrobiliśmy to segmentem turystycznym, który wzrósł aż o 90% przebijając wszelkie prognozy. EBITDA w całej grupie urosła, zgodnie z naszymi oczekiwaniami, o 21%. Warto podkreślić, że nasze całoroczne przychody po raz pierwszy w historii przekroczyły miliard złotych.

Czy to był wzrost zrównoważony? W 2022 roku dostaliśmy nagrodę „Liderzy ESG” Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Nas szczególnie cieszyły trzy nagrody Grand Press 2022 dla najlepszych dziennikarzy w Polsce, jakie przypadły redaktorom WP Media. Dostarczanie rzetelnych informacji to ważna funkcja społeczna, którą konsekwentnie wypełniamy. Podobnie jak inicjatywy wyrównywania szans kobiet w biznesie, które stanowią większość naszych pracowników i są silnie reprezentowane wśród kadry zarządzającej holdingu. Co ciekawe,

zeroemisyjność naszych serwerowni z działalności non-profit stała się niezamierzenie naszą tarczą przeciwko drastycznie rosnącym kosztom energii.

W WP Holding od wybuchu pandemii mieliśmy zamrożone zaciąganie istotnych zobowiązań finansowych. Staraliśmy się czas covidowego przyspieszenia i postcovidowego hamowania wykorzystać na obserwację i wyciąganie wniosków. Zaktualizowaliśmy naszą wizję przyszłości, destylując ją do dobrze już wszystkim u nas znanych czterech filarów — reklamy, subskrypcji, turystyki i finansów konsumenckich.

Ostatnie miesiące 2022 roku uznaliśmy za dobrą okazję do skorzystania z korekty oczekiwań wyceny spółek i zrealizowania inwestycji za prawie 600 mln złotych. W tym, pierwszych, istotnych akwizycji poza Polską.

Jacek Świderski
Prezes Zarządu, CEO



Jacek Świderski
Prezes Zarządu, CEO

Pokładamy duże nadzieje w projekcie budowy championa Europy Środkowo-Wschodniej w obszarze turystyki krajowej, gdyż nawet w pierwszym kwartale 2023 roku, mimo trudnej sytuacji makroekonomicznej, zespół Szallas osiągnął aż 23% wzrostu wartości rezerwacji. Jednocześnie dostrzegamy ograniczenia w możliwości ekspansji na rynku mediowym w Polsce.

Za nami pierwszy rok wojny na Ukrainie. Od interwencji w Zatoce Perskiej mieliśmy czas przywyknąć do oglądania transmisji z frontu na żywo w telewizji. Pokazanie matce śmierci własnego syna na ekranie wydawało się jednak granicą nie do przekroczenia. Obecnie, niemal każdy żołnierz ma przy sobie kamerę, a w powietrzu królują tam teraz drony, a nie jak kiedyś najcięższy w tej części globu ptak – drop wielki.

Rola i odpowiedzialność mediów stały się nieporównywalne z czymkolwiek, z czym mieliśmy dotąd do czynienia. Wojna nie

toczy się już tylko na froncie. To w dużej mierze od nas zależy sentyment społeczny dla tak potrzebnego wsparcia dla obrońców wolności Ukrainy. To media relacjonujące niemal na żywo okrucieństwa konfliktu zbrojnego przekonały opinię publiczną do wywarcia presji na przywódcach Europy Zachodniej do zwiększenia pomocy. Jako pierwsi podjęliśmy radykalne działania mające na celu ograniczenie możliwości manipulowania opinią publiczną w komentarzach pod artykułami. Stale monitorujemy pojawiające się próby i stosownie reagujemy. Chcemy, aby treści redakcyjne były bezpiecznym miejscem z wiarygodnymi informacjami. Jest to istotny element naszej strategii zrównoważonego rozwoju, bo robimy to kosztem wpływów reklamowych. Ta wojna jest też jaskrawym przykładem, do czego prowadzi odebranie pokojowo nastawionemu społeczeństwu wolnych mediów i jak ważną odgrywają one rolę w walce z wynaturzeniami władzy.

Co przed nami? Zarówno w marcu 2020 roku, jak i 2021, 2022, tak i w marcu 2023 roku znajdujemy się w sytuacji, w której znając już wyniki pierwszego kwartału, nie jest łatwo opisać nadchodzący rok. Nie martwimy się tym jednak nadmiernie. Siłą naszej grupy kapitałowej jest dywersyfikacja biznesowa i elastyczność zarządcza, która pozwalała nam, od czasu IPO, utrzymywać średnioroczne wzrosty EBITDA na poziomie 20%. Pierwszy kwartał 2023 pokazuje, że ubytki w realizacji celów na przychody reklamowe potrafimy uzupełniać segmentem turystycznym. Czy taki będzie cały 2023 rok?

W bazowym scenariuszu zakładamy, że widoczne już gołym okiem spowolnienie gospodarcze potrwa nie dłużej niż do końca pierwszego półrocza. Każdy żeglarz wie, że żagle najlepiej podnosi się, stojąc pod wiatr.

• **01**

**Wirtualna
Polska Holding**



O Grupie

GRI 2-1, 2-6

Grupa Wirtualna Polska jest holdingiem technologicznym. W jej skład wchodzi spółki z branży mediowej, turystycznej i finansów konsumenckich. Główna siedziba spółki Wirtualna Polska Holding S.A. mieści się w Warszawie, przy ulicy Żwirki i Wigury 16. Siedziby innych spółek z Grupy mieszczą się m.in. w Gdańsku, Wrocławiu, Lublinie, Chorzowie i Budapeszcie.

Działalność Grupy jest prowadzona głównie w Polsce, a od 2022 roku, po przejęciu Grupy Szallas i Audioteki, również w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej, m.in. w takich krajach jak: Węgry, Czechy, a także Rumunia,

Chorwacja, Niemcy i Litwa. Przychody Grupy w 2022 roku przekroczyły 1 mld zł. Uwzględniając spółki przejęte pod koniec 2022 roku, łącznie dla Grupy pracuje już prawie 3 tys. osób.

Przedmiot działalności firmy

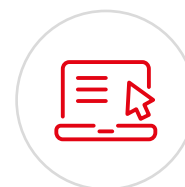
Grupa Wirtualna Polska jest holdingiem technologicznym. Prowadzi działalność mediową, reklamową, subskrypcyjną oraz e-commerce. Jest właścicielem Strony Głównej WP, posiada również specjalistyczne serwisy tematyczne oraz oferuje usługi subskrypcyjne w internecie (Audioteka, Pilot WP, Patronite, Poczta WP).

W usługach e-commerce Grupa działa głównie w branży turystycznej (m.in. Wakacje.pl, Grupa Szallas, Nocowanie.pl) i finansowej (Superauto.pl i Totalmoney.pl).

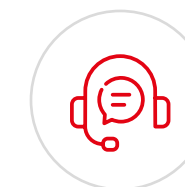




Nasze priorytety biznesowe to:



**Tworzenie i dystrybucja
w internecie jakościowych treści**



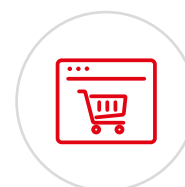
**Sprzedaż usług
reklamowych**



**Angażowanie użytkowników
korzystających z naszych
produktów subskrypcyjnych**



**Inspirowanie i wsparcie
użytkowników
w podejmowaniu
codziennych decyzji
zakupowych online**

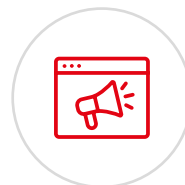


**Oferowanie usług e-commerce'owych
(finansowych i turystycznych)**

Usługi Grupy WP przygotowujemy w oparciu o innowacyjne rozwiązania, które pozwalają nam na poszerzanie grupy odbiorców oraz dostarczanie dopasowanych do potrzeb użytkowników i reklamodawców usług i reklam.

Jako grupa, która ma w portfolio przede wszystkim usługi elektroniczne oparte o własną infrastrukturę IT, nie posiadamy rozbudowanego łańcucha dostaw. Korzystamy z usług zaufanych partnerów.

Grupa prowadzi działalność w następujących obszarach:



Reklama i Subskrypcje

Grupa WP jest jedną z największych grup internetowych w Polsce, a jej serwisy i usługi przyciągają ponad 23 mln użytkowników miesięcznie. Zajmuje się tworzeniem treści, sprzedażą reklam na powierzchniach własnych i zewnętrznych, a także sprzedażą produktów subskrypcyjnych (dostęp do programów telewizyjnych za pośrednictwem usługi Pilot WP, audiobooków produkowanych i dystrybuowanych przez spółkę Audioteka, usług poczty elektronicznej).



Turystyka

Grupa zajmuje się zarówno zorganizowaną turystyką zagraniczną (Wakacje.pl), jak i lokalną, indywidualną (Grupa Szallas, Nocowanie.pl). Spółka Wakacje.pl – sprzedająca zorganizowane wycieczki zagraniczne w Polsce – funkcjonuje w modelu omnichannel, dostarcza najszerszą ofertę i utrzymuje długoterminowe relacje z biurami podróży. Grupa Szallas, przejęta w 2022 roku, jest wiodącą platformą oferującą usługi turystyki lokalnej w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.



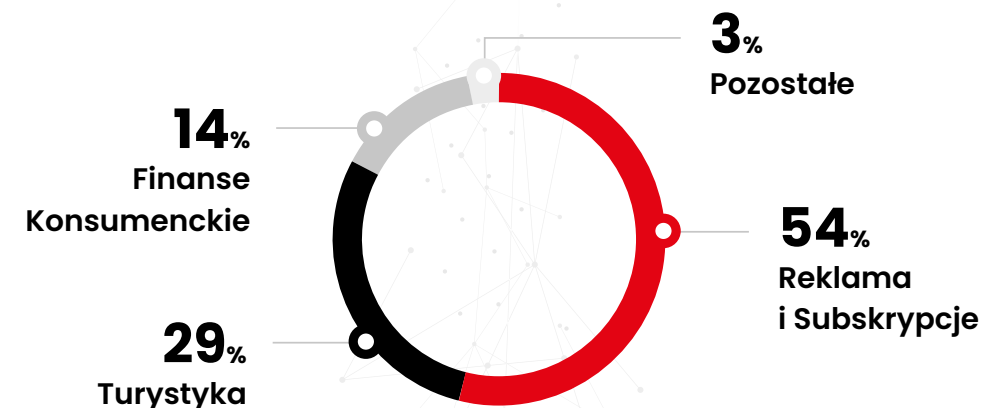
Finanse Konsumenckie

Superauto zajmuje się pośrednictwem w pozyskiwaniu finansowania (leasing, kredyt, ubezpieczenie) zakupu nowych samochodów przez Internet i jest największą spółką sprzedającą nowe samochody w polskim internecie. Totalmoney to wiodąca platforma do porównywania różnych produktów finansowych, m.in. kredytów gotówkowych. Obie spółki są istotnym kanałem pozyskiwania klientów dla instytucji finansowych.



Dodatkowo Grupa zajmuje się sprzedażą projektów domów za pośrednictwem spółki Extradom. Posiada „zielone aktywa” – farmy solarne pod marką WP Naturalnie, które produkują energię ze źródeł odnawialnych.

Przychody po segmentach



Skoryg. EBITDA po segmentach



Pragniemy być partnerem pierwszego wyboru, dostarczającym angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspirowanym w codziennych decyzjach. Serwisy Grupy WP przygotowujemy w oparciu o innowacyjne rozwiązania, które pozwalają nam na poszerzanie grupy odbiorców oraz precyzyjne dostarczanie usług i reklam.

W ramach prowadzonej działalności biznesowej, Grupa Wirtualna Polska posiada wiele silnych, rozpoznawalnych marek:

Reklama i Subskrypcje



Turystyka



Finanse konsumenckie



Inne



Struktura zarządcza Grupy WP

Grupa Wirtualna Polska jest zarządzana przez spółkę holdingową Wirtualna Polska Holding, której zarząd opracowuje i monitoruje wykonanie strategii biznesowej Grupy. W zespole zarządzającym Holdingu zasiadają

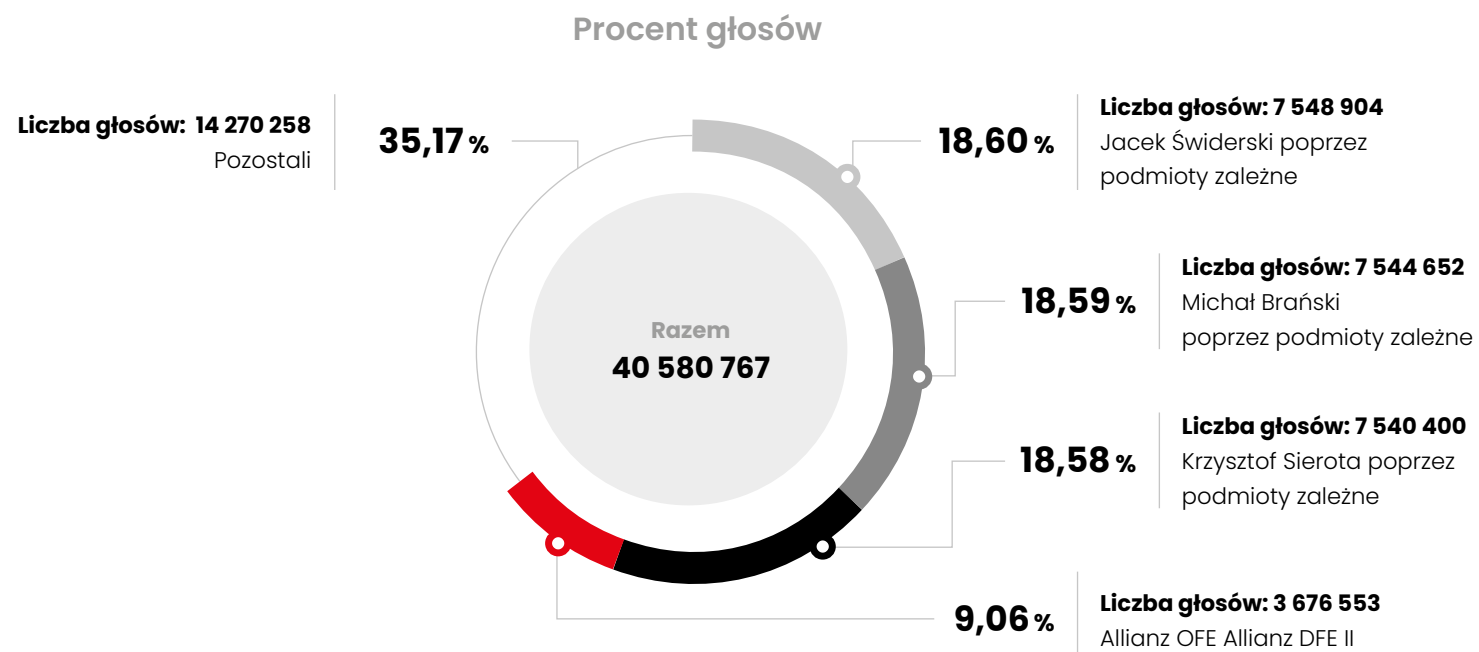
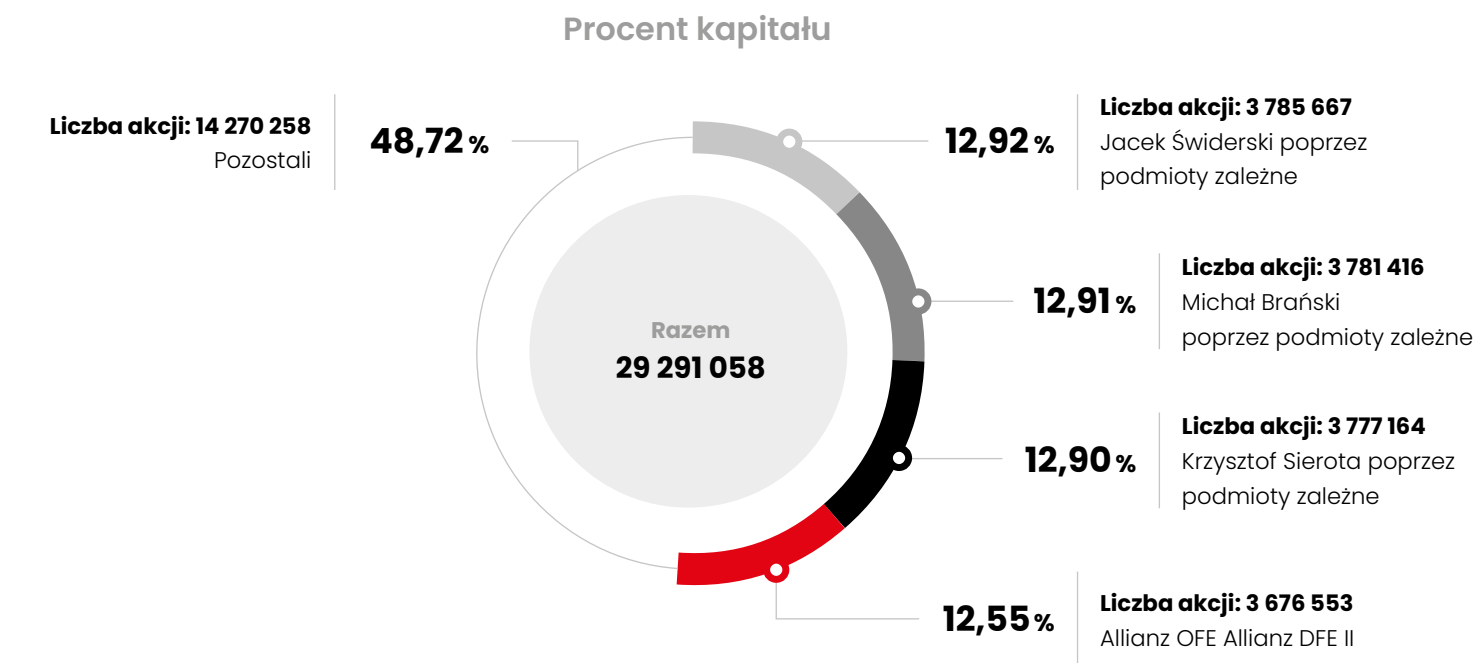
osoby odpowiedzialne za poszczególne piony biznesowe. Spółki w Grupie posiadają swoje zespoły zarządzające odpowiedzialne za działalność operacyjną oraz realizację przyjętych strategii.

Struktura właścicielska Grupy WP

Nazwa podmiotu zależnego	% posiadanych udziałów (na 31 grudnia 2022)
Reklama i Subskrypcje	
Wirtualna Polska Media S.A.	100%
Benchmark sp. z o.o.	100%
Mediapop sp. z o.o.	100%
Netwizor sp. z o.o.	100%
BusinessClick sp. z o.o.	100%
Open FM sp. z o.o.	100%
Stacja Służew sp. z o.o.*	100%
WEV Partners Limited	100%
Domodi.pl Sp. z o.o. (do 1 lipca 2022)	-
Homebook Sp. z o.o. (do 1 grudnia 2022)	-
Audioteka S.A. (Grupa)	61%
Turystyka	
Wakacje.pl S.A.	100%
Parklot sp. z o.o.	100%
Grupa Szallas	100%
Nocowanie.pl sp. z o.o.	100%
Camellia Investments Kft*	100%
Finanse konsumenckie	
Totalmoney sp. z o.o.	100%
Superauto24.com sp. z o.o.	51%
Pozostałe	
Extradom sp. z o.o.	100%
WP Naturalnie Solar 1 sp. z o.o.	100%
Casalan Investments sp. z o.o.	100%

* Spółka nie prowadzi działalności operacyjnej
Na datę publikacji niniejszego raportu spółki Benchmark Sp. z o.o., Mediapop Sp. z o.o., Parklot Sp. z o.o. nie funkcjonują już jako osobne spółki.

Akcjonariat



Zarząd i Rada Nadzorcza

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-14, 2-17, 2-18

Zarząd jest powoływany na okres trzyletniej, wspólnej kadencji. Działa na podstawie Regulaminu Zarządu i jest organem zarządzającym spółki Wirtualna Polska Holding S.A. Wszyscy członkowie Zarządu są zobowiązani i uprawnieni do wspólnego prowadzenia spraw spółki.

Prezesa Zarządu powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Pozostali członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą spółki, na wniosek

Prezesa Zarządu. Rada Nadzorcza podejmuje decyzję o liczbie członków zarządu. Członek Zarządu może być odwołany lub zawieszony w czynnościach uchwałą Walnego Zgromadzenia.

Rada Nadzorcza liczy od 3 do 9 członków, wybieranych przez Walne Zgromadzenie na okres wspólnej kadencji. Walne Zgromadzenie powołuje i odwołuje członków Rady Nadzorczej, którzy ze swojego grona wybierają Przewodniczącego.

Skład Zarządu w 2022 roku:



Jacek Świderski

Prezes Zarządu,
CEO



Elżbieta Bujniewicz-Belka

Członek Zarządu ds. finansowych
/CFO, odpowiedzialna
za obszar ESG



Michał Brański

Członek Zarządu,
VP Strategia



Krzysztof Sierota

Członek Zarządu,
VP Engineering

Skład Rady Nadzorczej w 2022 roku:



Piotr Walter

Przewodniczący Rady Nadzorczej,
Członek Rady Nadzorczej spełniający
kryterium niezależności



**Beata Barwińska
Piotrowska**

Członek Komitetu
ds. ESG



Aleksander Wilewski

Przewodniczący Komitetu Audytu,
Członek Rady Nadzorczej
spełniający kryterium niezależności



Katarzyna Beuch

Członek Komitetu Audytu,
Członek Rady Nadzorczej
spełniający kryterium
niezależności



Grzegorz Konieczny

Przewodniczący Komitetu
ds. ESG, Członek Rady Nad-
zorczej spełniający kryterium
niezależności



Witold Woźniak

Członek Rady
Nadzorczej



Mariusz Jarzębowski

Członek Komitetu ds. ESG, Członek
Komitetu Audytu, Członek Rady
Nadzorczej spełniający kryterium
niezależności

Kandydatów do Rady Nadzorczej mają prawo zgłosić akcjonariusze, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa (w szczególności Kodeksu spółek handlowych).

Prezes Zarządu spółki Wirtualna Polska Holding S.A. pełni jednocześnie funkcję członka rad nadzorczych spółek zależnych, poza tym nie pełni on innych funkcji kierowniczych w organizacji. Przewodniczący Rady Nadzorczej nie pełni żadnych funkcji kierowniczych w ramach organizacji i spełnia kryterium niezależności.

Członek Zarządu ds. finansowych jest odpowiedzialny za obszar ESG w Grupie. Obecnie tę funkcję pełni Elżbieta Bujniewicz-Belka, a menadżerowie koordynujący prace nad obszarem zrównoważonego rozwoju (Dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej i Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich) raportują bezpośrednio do niej.

W ramach Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding funkcjonuje Komitet Audytu, jako organ sprawujący nadzór nad procesem raportowania finansowego w Grupie. W jego skład wchodzi trzech członków, w tym co najmniej dwóch członków (w tym Przewodniczący Komitetu) spełnia warunki niezależności.

W ramach Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding został powołany również Komitet ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju. Jest on stałym organem doradczym i opiniotwórczym Rady Nadzorczej, a w jego skład wchodzi co najmniej trzech jej członków. Nie rzadziej niż raz w roku składa on Radzie Nadzorczej sprawozdanie ze swojej działalności.

Wiedza członków Zarządu i Rady Nadzorczej na temat zrównoważonego rozwoju jest na bieżąco aktualizowana, np. przez zaangażowanie w różne inicjatywy organizacji społecznych i branżowych, w tym m.in. 30% Club Poland czy Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych. Brali oni też czynny udział w pracach nad Strategią Zrównoważonego Rozwoju.

Działania Zarządu i jego skuteczność w nadzorowaniu zarządzania ekonomicznym, środowiskowym i społecznym wpływem organizacji są oceniane i nadzorowane przez Radę Nadzorczą spółki. Natomiast działania Zarządu oraz Rady Nadzorczej w tym obszarze ocenia Walne Zgromadzenie – m.in. w ramach corocznego procesu udzielania absolutorium członkom tych organów. Sprawozdania finansowe i raporty spółki są poddawane corocznemu badaniu przez niezależnego audytora (biegłego rewidenta).

Dane finansowe

W 2022 roku przychody Grupy wyniosły 1,08 mld zł, wzrastając o 24% r/r. Część wzrostu była związana z akwizycjami spółek, dokonanymi w 2022 roku (Grupa Szallas, Audioteka, Benchmark, MediaPop). Bez uwzględniania akwizycji, przychody wzrosły organicznie o 18% r/r.

Skoryg. EBITDA zwiększyła się o 21% r/r, do 371,4 mln zł. Wyłączając wpływ przejęć, wzrost ten wyniósł 19% r/r.

Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 170,5mln zł, w porównaniu do 182,7 mln PLN w 2021 r. Pozytywnie na zysk netto wpływała poprawa wyników biznesowych we wszystkich segmentach Grupy. Na zysk netto wpływały negatywnie wyższe koszty transakcyjne, koszty finansowe i amortyzacja związane z akwizycjami przeprowadzanymi w 2022 roku. Dodatkowo w 2021 roku na zysk netto pozytywny wpływ miały zdarzenia o charakterze jednorazowym (tj. umorzenie pożyczki od PFR, przeszacowanie należności związanej ze sprzedażą pakietu akcji eSky). Zysk netto przypadający na akcjo-

nariuszy jednostki dominującej, skorygowany o wpływ zdarzeń jednorazowych wyniósł 164,0 mln zł, w porównaniu z 158,8 mln zł w 2021 roku.

Przychody największego segmentu Grupy, Reklama i Subskrypcje, wzrosły o 14% r/r, a skoryg. EBITDA o 12% r/r. Po raz pierwszy ujęte zostały wyniki spółek przejętych w trakcie 2022 roku, które zostały skonsolidowane w trzecim i czwartym kwartale 2022 roku (Audioteka, Benchmark, MediaPop). W segmencie tym obserwowano pozytywny wpływ wzrostu rynku reklamy online, jednak dynamika wzrostu obniżyła się w porównaniu z rokiem 2021, co było związane z wysoką bazą oraz wyzwaniem geopolityczno-ekonomicznymi. Według danych sieciowej agencji mediowej Publicis Groupe rynek reklamy online w 2022 roku wzrósł o 7% r/r, w porównaniu z 22% r/r zanotowanymi w 2021 roku. Pozytywnie na przychody segmentu wpływał także dalszy dynamiczny wzrost obszaru subskrypcji (Pilot WP), z kolei negatywnie spadek w serwisie odzieżowym Domodi.

Podsumowanie wyników finansowych

mln PLN	2021	2022	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	872,2	1 077,7	+24%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	847,5	1 048,2	+24%
Skorygowana EBITDA	307,8	371,4	+21%
EBITDA	310,1	340,1	+10%
Zysk na działalności operacyjnej	227,6	239,6	+5%
Zysk netto	187,8	178,3	-5%
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	182,7	170,5	-7%
Dług netto	161,7	551,3	-
Dług netto / skoryg. EBITDA pro forma*	0,6x	1,3x	
Przepływy netto z działalności operacyjnej	244,7	265,8	+9%
Przepływy netto z działalności inwestycyjnej	-114,3	-576,4	-
Wolne przepływy pieniężne (FCF)**	147,3	132,9	-10%

* EBITDA pro forma uwzględnia wyniki spółek przejętych w trakcie 2022 r., tak jakby były konsolidowane od początku roku

** środki wygenerowane z działalności operacyjnej pomniejszone o nakłady inwestycyjne oraz koszty odsetek i leasingów

W 2022 roku zdecydowanie najszybciej rosnącym segmentem Grupy była Turystyka, której przychody wzrosły o 90% r/r, a skoryg. EBITDA o 121% r/r. Wyłączając wpływ akwizycji Grupy Szallas, wzrost ten wyniósł odpowiednio 77% i 119%. Dynamiczny wzrost tego obszaru był spowodowany bardzo dużym zainteresowaniem turystów zarówno turystyką zagraniczną, jak i krajową (lokalną), a także ogólnym wzrostem cen usług turystycznych na rynku.

W segmencie Finanse Konsumenckie odnotowano wzrost przychodów o 30% r/r i skoryg. EBITDA o 20% r/r. Głównym napędem wzrostu segmentu była spółka Superauto, która zajmuje się pośrednictwem w pozyskiwaniu finansowania zakupu nowych samochodów przez Internet i odnotowała dynamiczny wzrost wyników pomimo niesprzyjającej obecnie sytuacji na rynku samochodów osobowych.

W 2022 roku Grupa wygenerowała silne przepływy z działalności operacyjnej, na poziomie 266 mln zł, o 9% więcej niż w 2021 roku. Nakłady inwestycyjne wyniosły 97 mln zł. W 2022 roku Grupa wydała na akwizycje 496 mln zł (pomniejszone o przejęte środki pieniężne).

Wolne przepływy pieniężne (FCF), liczone jako środki wygenerowane z działalności operacyjnej pomniejszone o nakłady inwestycyjne oraz koszty odsetek i leasingów, w 2022 roku wyniosły 133 mln zł.

Aktywna działalność w obszarze M&A, zgodnie ze strategią spółki, została sfinansowana z kredytu bankowego. Dług netto do skoryg. EBITDA pro forma na koniec 2022 roku wyniósł 1,3x, co jest bezpiecznym poziomem, zapewniającym Grupie dalsze możliwości rozwoju.

Zarząd Grupy zarekomendował wypłatę dywidendy z zysków za 2022 rok w wysokości 2,5 zł na akcję. Rekomendacja jest zgodna z polityką dywidendową Grupy.

Uwzględniając wpływ spółek przejętych w 2022 roku, przychody pro forma w 2022 roku to 1,27 mld zł, a skoryg. EBITDA 427,9 mln zł.

Podsumowanie wyników segmentów i wyników pro forma

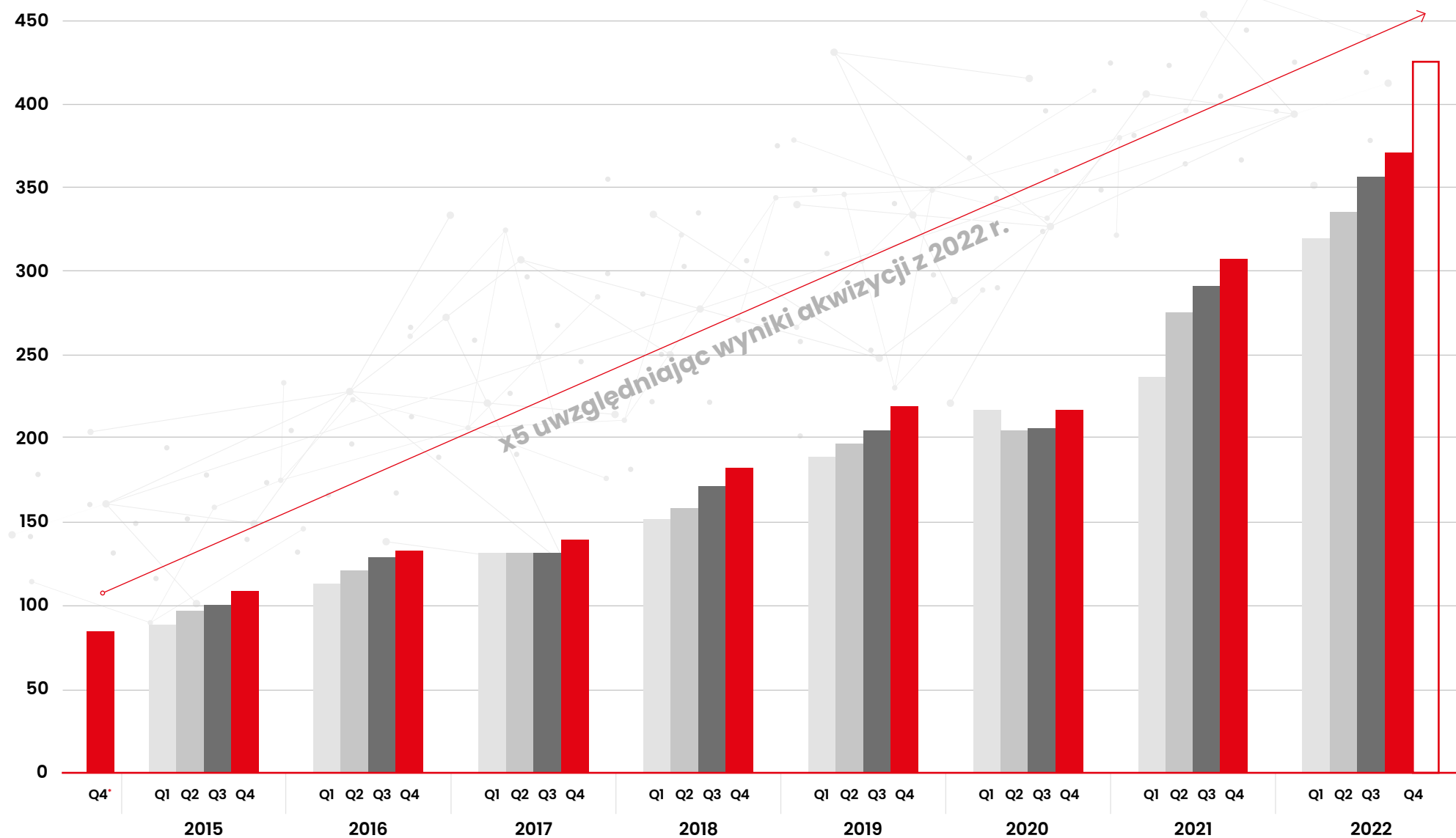
mln PLN	2021	2022	r/r	2022 pro forma*
GRUPA				
Przychody ze sprzedaży	872,2	1 077,7	+24%	1 271,6
Skorygowana EBITDA**	307,8	371,4	+21%	427,9
Marża skoryg. EBITDA	35%	34%		34%
Reklama i Subskrypcje				
Przychody ze sprzedaży	546,1	624,6	+14%	708,5
Skorygowana EBITDA**	251,2	282,3	+12%	299,9
Marża skoryg. EBITDA	48%	45%		44%
Turystyka				
Przychody ze sprzedaży	127,8	242,8	+90%	363,0
Skorygowana EBITDA**	27,7	61,2	+121%	95,8
Marża skoryg. EBITDA	24%	25%		26%
Finanse Konsumenckie				
Przychody ze sprzedaży	131,8	171,0	+30%	171,0
Skorygowana EBITDA**	25,0	30,0	+20%	30,4
Marża skoryg. EBITDA	19%	18%		18%

* Wyniki pro forma uwzględniają wyniki spółek przejętych w trakcie 2022 r., tak jakby były konsolidowane od początku roku

** Skorygowana EBITDA Grupy obliczana jest jako zysk operacyjny powiększony o amortyzację (z wyłączeniem amortyzacji zakupionych aktywów programowych), korygowany o zdarzenia obejmujące między innymi: koszty transakcyjne związane akwizycjami oraz restrukturyzacją, wynik na transakcjach barterowych, aktualizację wartości aktywów trwałych oraz koszty programu opcji menadżerskich.

Od czwartego kwartału 2014 roku EBITDA Grupy Wirtualna Polska rosła dynamicznie, utrzymując średnioroczne tempo wzrostu na poziomie ponad 20%.

Grupa Wirtualna Polska – LTM skoryg. EBITDA (mln PLN)

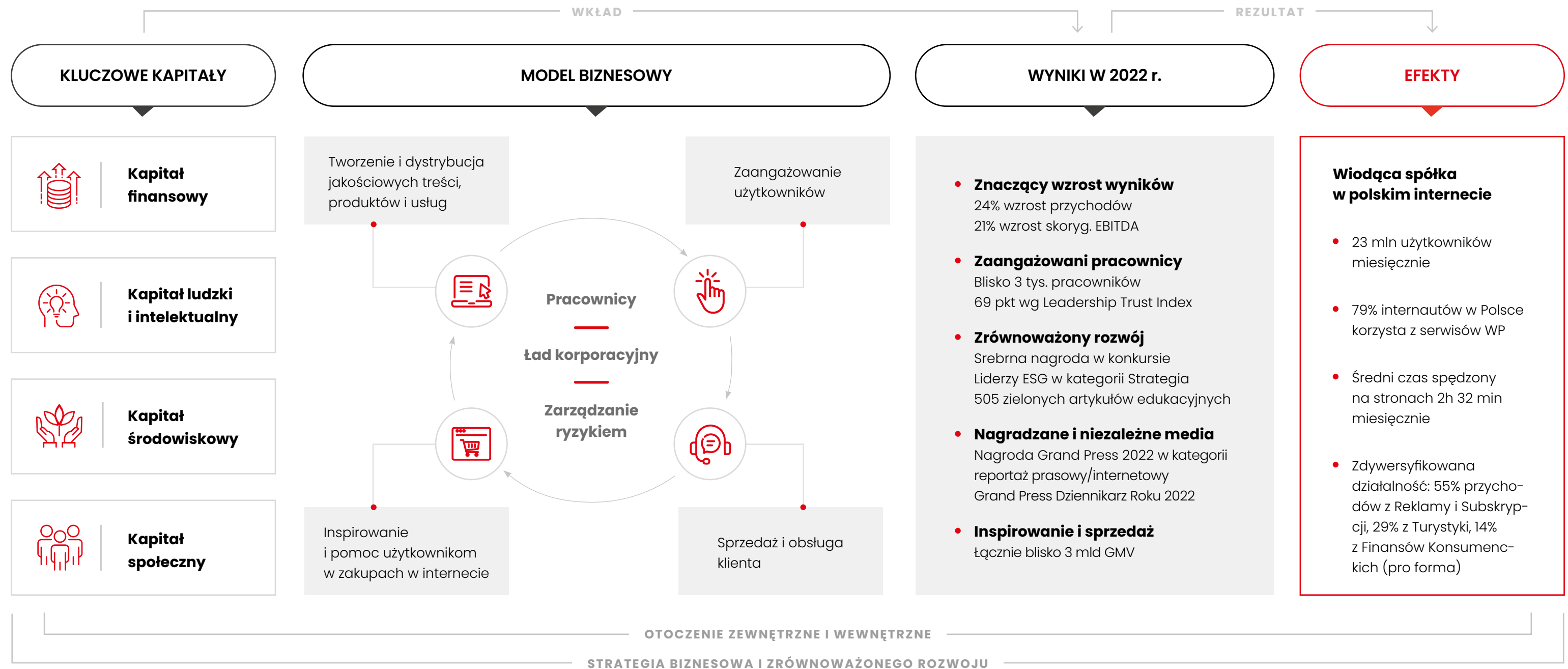


□ pro forma skoryg. EBITDA, uwzględniająca wyniki spółek przejętych w trakcie 2022 r. tak, jakby były konsolidowane od początku roku



Strategiczne tworzenie wartości

Model tworzenia wartości



Kapitały

W Grupie Wirtualna Polska wyróżniamy cztery rodzaje kapitałów, które angażujemy do tworzenia wartości:



Kapitał ludzki i intelektualny

Zbudowaliśmy zespół specjalistów, którzy z odwagą realizują stawiane im ambitne cele. To oni swoją codzienną pracę z zaangażowaniem budują atmosferę, rozpoznawalność i wyniki naszej firmy.

Jak zarządzamy tym kapitałem?

Tworzymy przyjazne środowisko pracy, wolne od uprzedzeń, sprzyjające rozwojowi osób o różnych poglądach i doświadczeniach. Promujemy awanse wewnętrzne. Dbamy o dobrostan pracowników, przyczyniając się do ich rozwoju m.in. poprzez cykle szkoleniowe – realizujemy projekt „WP Akademia online” (webinary: „Akcja komunikacja”, „Jak współpracować, aby wygrywać –

win-win”, „Zdrowie psychiczne zaczyna się w głowie, czyli profilaktyka zdrowia psychicznego”) oraz przeznaczone dla menadżerów („Skuteczny Lider WP. Przywództwo przyszłości”). Ponadto zapewniamy hybrydowy model pracy, szkolenia z zakresu wellbeing i liczne propozycje udziału w akcjach charytatywnych.

Jak ten kapitał wpływa na inne kapitały?

- wpływ na kapitał finansowy poprzez ponoszenie kosztów wynagrodzeń oraz przychody wygenerowane dzięki pracy pracowników
- wpływ na kapitał środowiskowy poprzez akcje z zakresu środowiska (Lasy na Zawsze WP, Zielona Szafa WP)
- wpływ na kapitał społeczny poprzez akcje charytatywne (WspieraMY z WP)



Dane

3 tys.

pracowników i współpracowników uwzględniając przejęcia

37,5 %

stanowisk kierowniczych zajmują kobiety

33

spotkania w ramach „WP Akademii”



Kapitał środowiskowy

Wiemy, jaki wpływ wywieramy na otoczenie, a także jaki ono wywiera na nas. Na najbliższe lata postawiliśmy sobie ambitne cele dotyczące udziału zielonej energii w zasilaniu naszych serwerowni oraz redukcji emisji gazów cieplarnianych. Realizacja tych założeń sprawi, że prowadzenie naszej działalności będzie w całości „zielone”.

Jak zarządzamy tym kapitałem?

Oferujemy zrównoważone produkty i usługi. Całość energii kupowanej przez Grupę ma gwarancje pochodzenia ze źródeł odnawialnych. Dodatkowo Grupa Wirtualna Polska posiada farmy fotowoltaiczne, które rocznie generują ilość energii odpowiadającą 80% zapotrzebowania na energię własnych serwerowni. Naszym celem jest osiągnięcie zeroemisyjności i neutralności klimatycznej. W Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualnej Polski Holding zawarliśmy cel podniesienia poziomu efektywności energetycznej naszych serwerowni i budynków.

Chcemy wypełnić wymagania niezbędne do certyfikacji ISO 50001, którą zaplanowaliśmy do roku 2025. Ponadto prowadzimy akcje zachęcające naszych pracowników i użytkowników do ochrony i sadzenia lasów. 1 ha Lasu na Zawsze Wirtualnej Polski rośnie w Olędach na Mazowszu, a ponad 1,5 ha dojrzałego lasu mamy pod ochroną w Bochojnie na Lubelszczyźnie. Stawiamy również na edukację użytkowników serwisów Wirtualnej Polski w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Jak ten kapitał wpływa na inne kapitały?

- wpływ na kapitał finansowy przez Sustainability Linked Loan – marża uzależniona od realizacji celów ESG
- wpływ na kapitał ludzki poprzez realizację celów środowiskowych, które wpływają na zaangażowanie pracowników i ich lojalność
- wpływ na kapitał intelektualny poprzez dystrybucję tekstów o tematyce ekologicznej tworzonych przez naszych dziennikarzy

44%

udziału własnej produkcji zielonej energii w całkowitym zużyciu energii elektrycznej

Dane

505

tekstów edukujących z zakresu ekologii i zmian klimatu w naszych serwisach



Kapitał społeczny

Jako firma działająca w obszarze mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni za etyczne działanie, współtworzenie, promowanie i wspieranie wysokich standardów. Naszym zadaniem jest dostarczanie milionom użytkowników rzetelnych informacji oraz zrównoważonych usług i produktów internetowych. Wartość prowadzonych przez nas projektów społecznych oraz sponsoringowych opiera się na wzajemnych relacjach z pracownikami, użytkownikami, klientami, inwestorami, którzy dzięki temu mogą osiągać więcej korzyści.

Jak zarządzamy tym kapitałem?

Dbamy o relacje z interesariuszami. Prowadzimy akcje charytatywne. Wspieramy inicjatywy pracownicze i wolontariat pracowniczy.

Organizujemy wydarzenia, które wpływają na społeczność (pracowników, użytkowników) – m.in.: #wszechmocne, KobiECE Perspektywy, WspieraMY z WP, artykuły w serwisach Wirtualnej Polski.

Jak ten kapitał wpływa na inne kapitały?

- wpływ na kapitał środowiskowy poprzez wewnętrzne i zewnętrzne inicjatywy zwiększające świadomość ekologiczną
- wpływ na kapitał ludzki poprzez budowanie zaangażowania, lojalności wśród pracowników, m.in. dzięki możliwości działalności charytatywnej

Dane

50

pracowników aktywnie wsparło inicjatywę „Las na Zawsze”

1000

osób zaangażowanych w pomoc Ukrainie

190

godzin konsultacji psychologicznych

2

spotkania w ramach inicjatywy dla kobiet „KobiECE Perspektywy”





Kapitał finansowy

Kapitał finansowy to dla nas kapitał własny, środki pieniężne generowane przez naszą Grupę oraz finansowanie dłużne (powiązane z celami ESG).

Jak zarządzamy tym kapitałem?

Zarządzamy kapitałem finansowym tak, aby maksymalizować efektywność jego wykorzystania, przy akceptowalnym dla nas poziomie ryzyka (rozumianym głównie jako zadłużenie netto do EBITDA i koszty obsługi długu w relacji do generowanych środków pieniężnych).

Jak ten kapitał wpływa na inne kapitały?

- wpływ na kapitał ludzki – EBITDA i generowane środki pieniężne wpływają na poziom wynagrodzeń i budżety na działania w obszarze rozwoju pracowników
- wpływ na kapitał środowiskowy i społeczny – finansowanie powiązane z celami ESG pozytywnie wpływa na rozwój kapitałów środowiskowych (zielona energia) i społecznych (różnorodność)

Dane

428 mln PLN

skoryg. EBITDA pro forma

1,2 PLN na akcję

dywidenda wypłacona w 2022 r.

266 mln PLN

środki pieniężne
z działalności operacyjnej

1,3x

dług netto / EBITDA pro forma

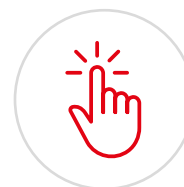


Strategia biznesowa

Grupa Wirtualna Polska jest holdingiem technologicznym działającym na rynku mediów, reklamy i e-commerce. Najważniejsze filary jej działalności to:



**Niezależność i wiarygodność
mediów**



**Dostarczenie wysokiej jakości
produktów i usług angażujących
użytkowników**



**Inspirowanie i pomaganie
w codziennych decyzjach
zakupowych**



Strategia biznesowa Grupy Wirtualna Polska opiera się na trzech najważniejszych obszarach rozwoju:



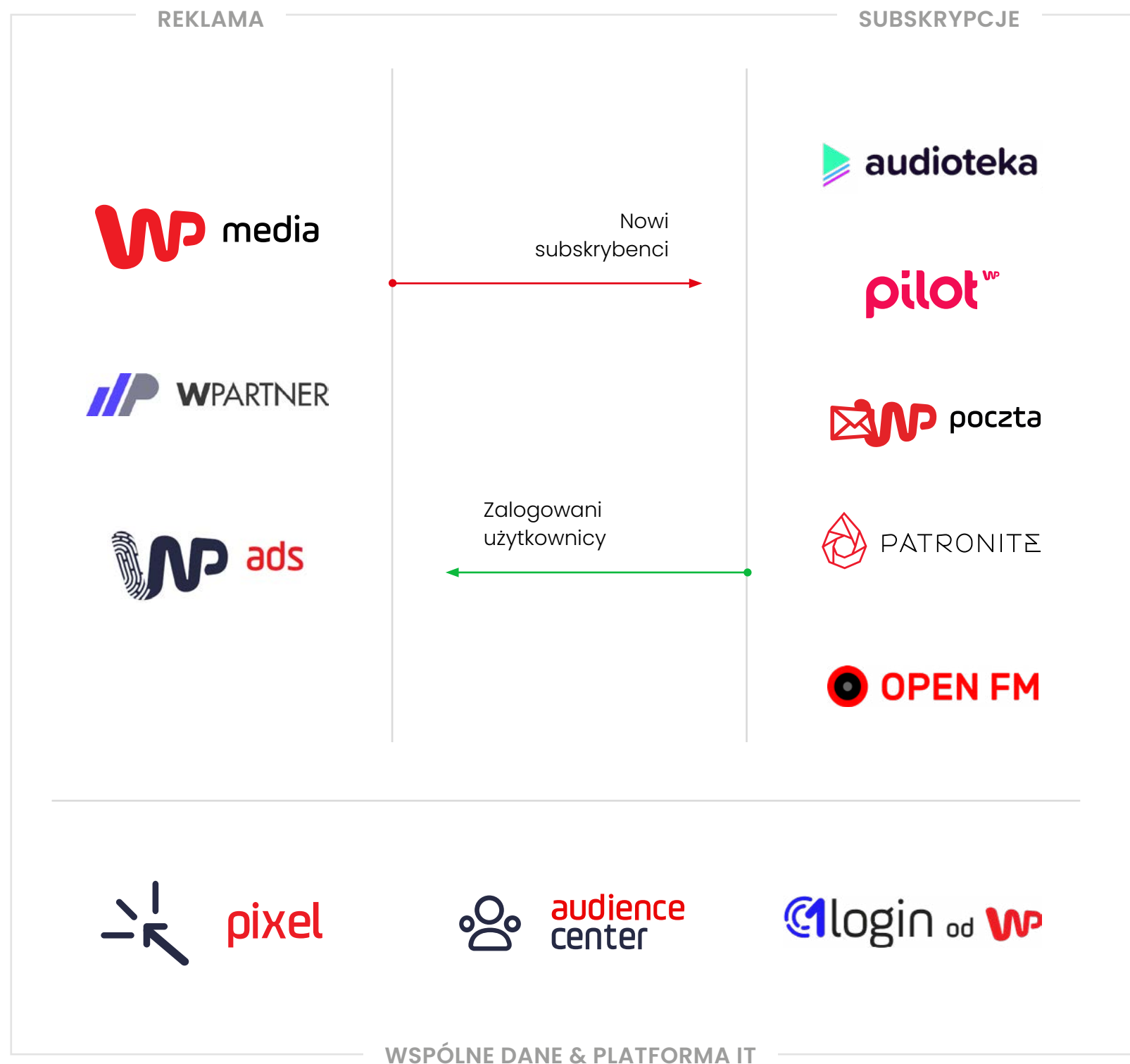
Reklama i Subskrypcje

W tym obszarze koncentrujemy się na wzroście sprzedaży reklamy internetowej, na powierzchniach własnych oraz na powierzchniach zewnętrznych – pośredniczymy w sprzedaży powierzchni reklamowej innych wydawców, w ramach projektu WPartner.

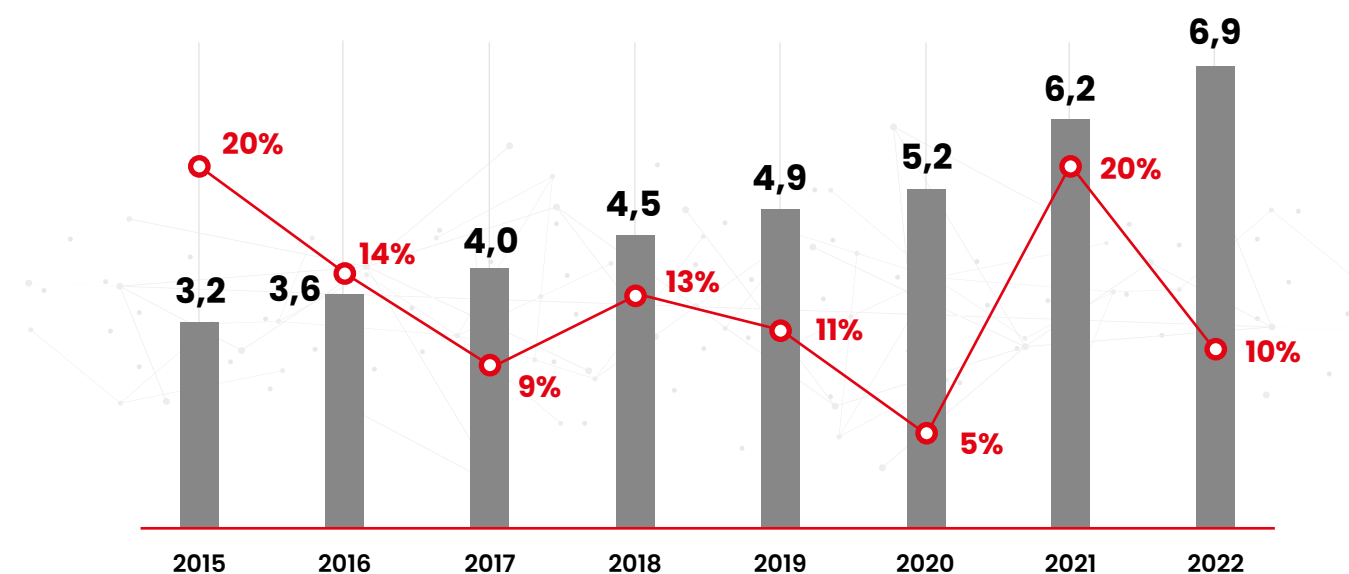
Oprócz tego, równolegle do reklamy, rozwijamy obszar subskrypcyjny, na bazie Pilot WP (programy telewizyjne dostępne online) oraz Audioteki (zakup pakietu kontrolnego we wrześniu 2022 roku). Zamierzamy rozwijać inne nasze płatne usługi, m.in. płatną pocztę WP i radio internetowe Open FM. W 2022 roku z naszych produktów subskrypcyjnych korzystało około 600 tys. użytkowników. Ponadto współpracujemy ze spółką Patronite, której jesteśmy mniejszościowym udziałowcem.

Będziemy kontynuować tworzenie atrakcyjnych i unikatowych treści, maksymalizując ich zasięgi. Dzięki temu będziemy w stanie przyciągać reklamodawców i zainteresować nowych subskrybentów naszymi treściami (audiobooki, telewizja online). Celem strategicznym dla obszaru Reklama i Subskrypcje jest ciągła praca nad technologią pozwalająca na utrzymywanie przewagi konkurencyjnej na rynku reklamowym i dostarczania treści.





Rynek reklamy online w Polsce

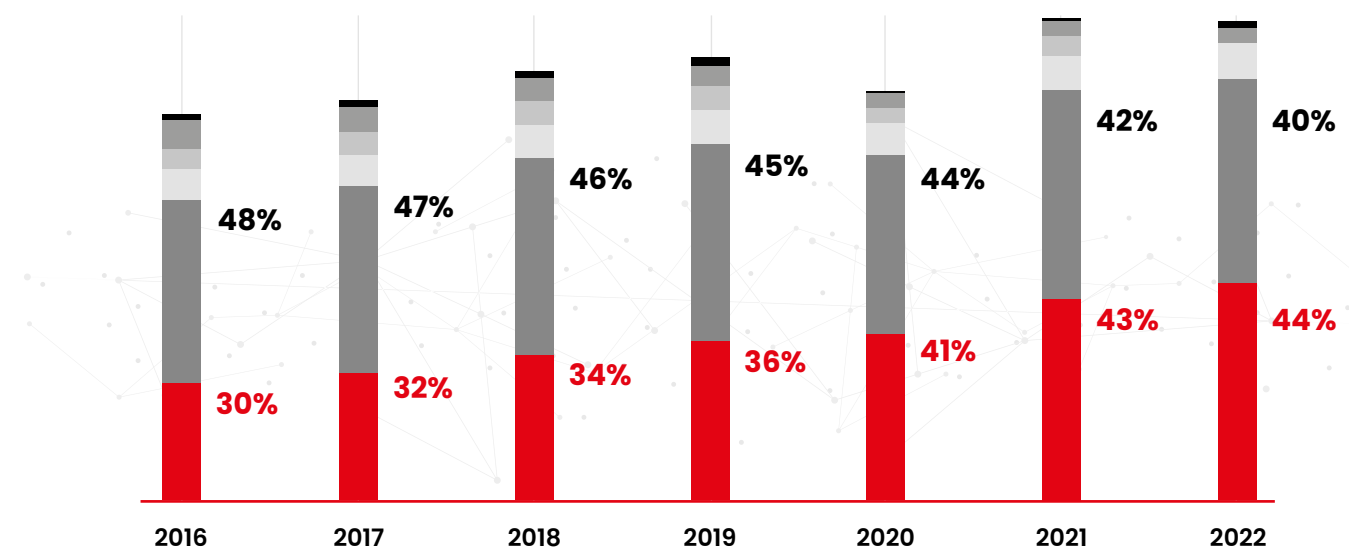


Źródło: IAB Polska / PWC Adex

■ Wartość rynku reklamy online (mld PLN)

■ Dynamika wzrostu r/r

Struktura rynku reklamy w podziale na media (mld zł)



Źródło: Publicis Group

■ Internet ■ TV ■ Radio ■ Outdoor ■ Prasa ■ Kina



Turystyka

Rozwijamy działalność agenta turystyki zagranicznej (spółka Wakacje.pl) i turystyki krajowej (spółki Grupy Szallas, Nocowanie.pl).

Turystyka zagraniczna (zorganizowana): spółka Wakacje.pl jest największym multiagentem w Polsce (stronę Wakacje.pl odwiedzano w 2022 roku prawie 49 milionów razy, co oznacza 28,66% udziału w grupie największych biur podróży i agentów w Polsce), z najszerszą na rynku ofertą zorganizowanych wyjazdów zagranicznych (w ofercie ma pakiety turystyczne i wycieczki od największych biur podróży). Celem strategicznym dla Wakacje.pl jest kontynuowanie strategii omnichannel (klienci mogą kupić pakiety turystyczne w pełni online, w call center lub też w sieci stacjonarnej) – jednocześnie spółka zamierza zwiększać udział kanału full online. Ważnym celem jest również dalsze zwiększanie udziału w rynku zagranicznej turystyki zorganizowanej, a także lojalizowanie użytkowników. W średnim terminie spółka będzie koncentrować się również na rozwoju oferty w celu zwiększenia niezależności produktowej.

Turystyka lokalna (indywidualna) Grupa Szallas ma silną pozycję na rynku węgierskim. Prowadzi też operacje w Czechach, Chorwacji, Rumunii. Spółka Nocowanie.pl specjalizuje się w turystyce krajowej (lokalnej) na terenie Polski. Cele strategiczne

w obszarze turystyki lokalnej to zwiększenie udziału w rynku w regionie Europy Środkowo-Wschodniej i zbudowanie silnej pozycji w regionie; transformacja modelu Nocowanie.pl do modelu rezerwacyjnego i połączenie oferty wszystkich spółek we wszystkich krajach.



Finanse konsumenckie

Superauto zajmuje się pośrednictwem w pozyskiwaniu finansowania zakupu nowych samochodów przez Internet. Natomiast Totalmoney działa w modelu porównywarki produktów finansowych. Obie spółki blisko współpracują z instytucjami finansowymi, a na ich wyniki w dużym stopniu wpływa sprzedaż produktów finansowych.

Dla Superauto celem strategicznym jest dalszy rozwój w oparciu o wzrost udziału e-commerce samochodów w całym rynku (według GUS obecnie tylko ok. 2% samochodów nowych jest sprzedawanych przez internet), wprowadzenie usług dodatkowych (jak ubezpieczenia itp.), a także rozwój oferty leasingowej.

Dla Totalmoney głównym celem strategicznym jest pogłębienie modelu w kierunku bliższej współpracy z instytucjami finansowymi.

ESG w Grupie Wirtualna Polska

Wpływ na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo

W 2022 roku Komitet ESG Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding zlecił przeprowadzenie badania istotnych tematów wśród interesariuszy spółki (inwestorów zagranicznych i krajowych, analityków giełdowych, dziennikarzy biznesowych), w celu diagnozy ich potrzeb i oczekiwań dotyczących oddziaływania na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo.

Dzięki wynikom badania określiliśmy nasz wpływ w tym zakresie.

Nasz wpływ na gospodarkę

- Jesteśmy polską firmą tworzącą miejsca pracy i przyczyniającą się do wzrostu PKB
- Rozwijamy innowacyjne usługi i produkty

Nasz wpływ na środowisko

- Wybieramy rzetelnych dostawców sprzętu IT, którzy korzystają również ze zrównoważonych źródeł energii lub surowców.
- Edukujemy użytkowników poprzez publikacje wspierające ekologię i bioróżnorodność.
- W serwerowniach wykorzystujemy wyłącznie ekologiczną energię elektryczną z gwarancjami pochodzenia.

Nasz wpływ na społeczeństwo

- Udostępniamy rzetelne, niezależne informacje.
- Edukujemy społeczeństwo poprzez różnego rodzaju akcje informacyjno-społeczne i artykuły.

Strategia i cele ESG

GRI 2-13

Chcąc postawić kolejny krok na drodze do zrównoważonego rozwoju, w 2022 roku stworzyliśmy i przyjęliśmy dla całej Grupy Wirtualna Polska Strategię Zrównoważonego Rozwoju na lata 2022–2025 z kierunkami rozwoju do 2030 roku.

Wdrażana strategia pokazuje nasz główny cel rozwojowy – generowanie wyłącznie pozytywnego wpływu w każdym z obszarów zrównoważonego rozwoju. W Grupie Wirtualna Polska prowadzimy zrównoważoną transformację w sposób uporządkowany i transparentny.

Odpowiedzialność za realizację poszczególnych procesów w ramach wdrażania Strategii Zrównoważonego Rozwoju przypisano menadżerom wyższego szczebla:

- **obszar ESG:** Dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej, Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich;
- **obszar środowiskowy:** Kierownik Projektów Środowiskowych / IT Manager;
- **obszar ładu korporacyjnego:** Dyrektor Biura Prawnego i Kierownik Audytu Wewnętrznego.

Wskaźniki określone w Strategii Zrównoważonego Rozwoju są na bieżąco monitorowane. Dyrektorzy ds. Relacji Inwestorskich oraz Komunikacji Korpo-

racyjnej zbierają informacje na temat postępu prac i prezentują je Zarządowi i Radzie Nadzorczej co najmniej raz na kwartał.

Strategia Zrównoważonego Rozwoju
opiera się na trzech obszarach.



Klimat



Dbamy o bioróżnorodności
przeciwdziałamy ubóstwu
energetycznemu

Oddziaływanie
zewnętrzne

Oddziaływanie
wewnętrzne



Przechodzimy
na „zieloną energię”



Zapewniamy naszym pracownikom
możliwości rozwoju i środowisko pracy
szanujące różnorodność



Mamy wysokie standardy etyki w naszej
organizacji i edukujemy w zakresie cyberbezpieczeństwa



Społeczeństwo



Dbamy o etykę mediów
i o bezpieczeństwo
naszych użytkowników



Otwartość i współpraca



Utrzymujemy dobre relacje z interesariuszami
i sprawnie zarządzamy ryzykiem

Strategię ESG oparliśmy na Celach Zrównoważonego Rozwoju, które uznaliśmy za kluczowe dla naszego funkcjonowania i w ich ramach wyznaczyliśmy swoje zobowiązania:



Dobra jakość edukacji

- Będziemy walczyć z wykluczeniem cyfrowym.



Równość płci

- Zapewnimy środowisko pracy szanujące równość i różnorodność.
- Utrzymamy dobre relacje z instytucjami finansowymi.



Czysta i dostępna energia

- Będziemy korzystać wyłącznie z energii z zero- i niskoemisyjnych źródeł energii.



Wzrost gospodarczy i godna praca

- Zadbamy o dobrostan pracowników.
- Zapewnimy konkurencyjne i rozwojowe warunki pracy.



Mniej nierówności

- Zadbamy o niewykluczający język przekazu w naszych serwisach.
- Będziemy bezpiecznym miejscem w sieci.



Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja

- Zwiększymy poziom odzysku sprzętu IT wycofanego z użycia.
- Podniesiemy świadomość konsumentów, publikując w serwisach treści informacyjne dotyczące zmiany klimatu.
- Ułatwimy klientom dostęp do usług i produktów zrównoważonych.



Działania w dziedzinie klimatu

- Zredukujemy emisje gazów cieplarnianych.
- Podniesiemy poziom efektywności energetycznej data centers i budynków.
- Będziemy korzystali wyłącznie z energii z zero- i niskoemisyjnych źródeł energii.



Życie na lądzie

- Przeprowadzimy działania, których efektem będzie wywarcie pozytywnego wpływu na bioróżnorodność.



Pokój, sprawiedliwość i silne instytucje

- Zadbamy o zapewnienie najwyższych standardów rzetelności informacji.

Powyższe zobowiązania przekładają się na cele strategiczne, które wyznaczyliśmy do 2025 roku, oraz ambicje określone w perspektywie 2030 roku:

- **Redukujemy emisje gazów cieplarnianych**
min. 80-procentowy udział energii zero-emisyjnej w miksie energii elektrycznej
90-procentowy udział energii zeroemisyjnej miksie energii cieplnej Grupy Wirtualna Polska
- **Przeciwdziałamy ubóstwu energetycznemu**
rozpoczęcie programu przekazywania energii elektrycznej z własnych instalacji OZE (bądź zakup takiej energii) dla organizacji pożytku publicznego
- **Wdrożymy zasady gospodarki obiegu zamkniętego**
rozpoczęcie programu zwiększenia poziomu odzysku sprzętu IT wycofanego z użycia
- **Edukujemy na temat kryzysu klimatycznego i odpowiedzialności środowiskowej**
publikacja ponad 500 materiałów redakcyjnych na temat środowiska i zmian klimatu
- **Wspieramy klientów w dokonywaniu odpowiedzialnych wyborów**
ułatwienie klientom dostępu do usług i produktów zrównoważonych przez wdrożenie filtrowania treści w 100% serwisów e-commerce Grupy i odpowiedniego oznakowania 30% ofert na wszystkich portalach e-commerce w Grupie
- **Wspieramy bioróżnorodność**
ochrona lub posadzenie 5 ha lasu; rozpoczęcie współpracy z organizacją/organizacjami pożytku publicznego w zakresie bioróżnorodności
- **Dbamy o etykę mediów**
stworzenie, wdrożenie i regularne szkolenie 100% dziennikarzy z wytycznych na temat stosowania języka niewykluczającego
- **Dbamy o użytkowników**
m.in. stała realizacja programu Stop hejt; uruchomienie i realizacja działań edukacyjnych dotyczących hejtu w sieci; promocja komentarzy tworzonych przez załogowanych i wiarygodnych użytkowników; wdrażanie narzędzi poprawiających jakość komentarzy
- **Dbamy o pracowników**
m.in. zredukowanie wskaźnika gender pay gap do 10%, podniesienie wskaźnika różnorodności w organach nadzorczych (procentowy udział kobiet w radach nadzorczych i zarządach) – min. 30%
- **Zarządzamy etyką**
m.in. opracowanie Kodeksu Etyki i oświadczenia o zgodności z Kodeksem: 80% partnerów biznesowych
- **Cyberbezpieczeństwo**
opracowanie manualu cyberbezpieczeństwa; 100% pracowników co roku obejmowanych szkoleniami
- **Compliance i ład korporacyjny**
wdrożenie i stosowanie polityki różnorodności; wyodrębnienie funkcji Compliance; uporządkowanie systemu zarządzania ryzykiem; poszerzenie funkcji Audytu Wewnętrznego



**W grudniu 2022 roku
nasza Strategia Zrównoważonego Rozwoju
została nagrodzona
w konkursie „Liderzy ESG”.**



Pełna treść naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju wraz z rozpisаныmi celami i ambicjami do 2030 roku jest dostępna online na stronie Zrównoważony Rozwój (wp.pl).

OTWÓRZ

Finansowanie ESG

Grupa Wirtualna Polska, jako pierwsza polska firma działająca w obszarze mediów i technologii, podpisała umowę finansowania powiązaną z celami ESG. Są one zgodne ze Strategią Zrównoważonego Rozwoju Grupy Wirtualna Polska.

Zapisy celów ESG zostały dodane do obowiązującej już umowy z konsorcjum banków. Środki pozyskane w ten sposób będą przeznaczone m.in. na finansowanie akwizycji i wydatków inwestycyjnych. Niezmienna pozostaje dostępna wysokość łącznego finansowania, które wynosi blisko miliard złotych.

W skład konsorcjum banków udzielających tzw. finansowania Sustainability Linked Loan (SLL) wchodzi: mBank, PKO Bank Polski, Bank Pekao S.A., BNP Paribas Bank Polska, ING Bank Śląski. Wszystkie te banki wyraziły zgodę na powiązanie marży z celami ESG. Realizacja celów zapisanych w umowie z konsorcjum banków będzie rokrocznie podlegała zewnętrznej weryfikacji.

Wysokość marży finansowania jest uzależniona od realizacji celów zdefiniowanych w umowie, zgodnych ze strategią ESG, które będą realizowane stopniowo do 2026 roku:

zwiększenie udziału odnawialnych źródeł energii w zużywanej energii elektrycznej do

90%

zwiększenie liczby opublikowanych artykułów o tematyce środowiskowej i klimatycznej do ponad

800

zwiększenie udziału kobiet w kadrze menadżerskiej do

41%

Badania, rozwój, innowacje

Działalność badawczo-rozwojowa (B+R) jest podstawą strategii rozwojowej Grupy Wirtualna Polska na dynamicznie zmieniającym się rynku mediów i usług elektronicznych. Realizujemy ją w celu zwiększenia poziomu wiedzy niezbędnej do przygotowania narzędzi i produktów, które wpisują się w najnowsze światowe trendy technologiczne.

Posiadamy wyspecjalizowaną jednostkę zajmującą się koordynacją działań B+R na poziomie holdingu. W 2022 roku nawiązaliśmy współpracę z ośrodkami naukowo-badawczymi (Politechniką Wrocławską i Politechniką Bydgoską), budując tym samym zaplecze naukowe dla prowadzonych projektów. Podjęliśmy też współpracę z wydawcami z innych krajów europejskich.

W ubiegłym roku przygotowaliśmy i złożyliśmy wnioski o przyznanie dotacji w konsorcjach międzynarodowych dla projektów B+R w obszarze big data, cyberbezpieczeństwa oraz współpracy redakcyjnej. Przygotowywane są kolejne projekty w ramach największego w historii Unii Europejskiej programu badań naukowych i innowacji – Horyzont Europa, dotującego projekty badawcze o zasięgu europejskim.

Obecnie prace w obszarze B+R koncentrują się m.in. na:

- poprawie docieralności i efektywności reklam;
- rozwoju narzędzi z obszaru sztucznej inteligencji, mających na celu wsparcie pracy redakcji i ułatwienie tworzenia treści;
- automatyzacji procesów;
- rozwoju UX, czyli ciągłej poprawie doświadczeń użytkowników naszych produktów i usług.

Pozostałe informacje o Grupie

GRI 2-28

Członkostwo w organizacjach

Organizacje związane ze zrównoważonym rozwojem, do których należymy:



- **United Nations Global Compact**

Od 2021 roku należymy do United Nations Global Compact Network Poland, największej światowej inicjatywy skupiającej zrównoważony biznes. Poprzez członkostwo aktywnie uczestniczymy w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, ustanowionych przez ONZ w ramach Agendy 2030. Dołączając do UN Global Compact, zobowiązaliśmy się do przestrzegania Dziesięciu Zasad UN Global Compact dotyczących praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji.



- **Karta różnorodności**

W czerwcu 2022 roku Grupa Wirtualna Polska podpisała Kartę Różnorodności, mającą na celu rozpowszechnianie oraz promowanie równego traktowania w miejscu pracy. Karta Różnorodności to międzynarodowa inicjatywa pod patronatem Komisji Europejskiej, w Polsce koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jej podpisanie jest równoznaczne z brakiem zgody na dyskryminację ze względu na płeć, orientację psychoseksualną, pochodzenie, rasę, wiek oraz wiele innych czynników. Idea przyświecająca Karcie Różnorodności to pielęgnacja różnic.



- **30% Club Poland**

W 2021 roku dołączyliśmy do 30% Club Poland – globalnej inicjatywy promującej różnorodność w biznesie. Celem inicjatywy jest zwiększenie reprezentacji kobiet na poziomie zarządu i rady nadzorczej w największych polskich spółkach giełdowych do 2030 roku. Kampania ma też na celu ustalenie progu 30% udziału kobiet we władzach spółek notowanych na giełdzie.

Pozostałe organizacje i inicjatywy, do których należymy:

- **IAB Polska**

Wirtualna Polska ma status członka zarządzającego Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska. Misją tej organizacji jest wspieranie komunikacji interaktywnej oraz popularyzacja internetu jako efektywnego medium m.in. poprzez edukację i działania badawcze. Przewodniczącą Rady Nadzorczej IAB Polska jest Joanna Pawlak – prezes Wirtualna Polska Media S.A.

- **Polskie Badania Internetu**

Grupa Wirtualna Polska wraz z innymi największymi wydawcami mediowymi w Polsce – jako współnik – wspiera Polskie Badania Internetu (PBI). Najważniejszy efekt tej współpracy to badanie Mediapanel, które od ponad 15 lat jest standardem pomiaru widowni internetowej w Polsce.

- **Polska Izba Turystyki**

Spółka Wakacje.pl od 2004 roku jest członkiem Polskiej Izby Turystyki, największej w Polsce organi-

zacji skupiającej podmioty branży turystycznej. Jej celem jest między innymi wspieranie rozwoju turystyki, promowanie podnoszenia jakości usług turystycznych i reprezentowanie interesów branży w rozmowach z przedstawicielami władz czy organizacji w kraju i za granicą.

- **IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy**

Grupa Wirtualna Polska należy do IAA Polska od września 2022 roku. Misją organizacji jest kształtowanie zrównoważonego rozwoju rynku komunikacji marketingowej.

- **Międzynarodowe Zrzeszenie Przewoźników Powietrznych (IATA)**

Od 2011 roku Wakacje.pl są również licencjonowanym agentem Międzynarodowego Zrzeszenia Przewoźników Powietrznych (IATA). To stowarzyszenie branżowe światowych linii lotniczych, reprezentujące około 300 linii lotniczych, które obsługują 83% ruchu lotniczego na świecie.

Inne organizacje, które wspieramy



Nagrody i wyróżnienia

• Grand Press

Dziennikarz śledczy Wirtualnej Polski Szymon Jadczyk zdobył tytuł Dziennikarza Roku 2022 w najbardziej prestiżowym konkursie branżowym organizowanym przez magazyn „Press”. Do nagrody nominowano go m.in. za: „niebywałą zdolność do wyciągania na światło dzienne brudów władzy” i „trzy najbardziej dyskutowane w 2022 roku śledztwa dziennikarskie”; pisano, że „jest czołowym dziennikarzem śledczym w kraju, cechuje go odwaga i bezkompromisowość. Drąży tam, gdzie inni nawet nie próbują szukać”. Swoją nagrodę zadedykował ofiarom mobbingu i molestowania w branży mediowej. W konkursie nagrody Grand Press zdobyli również dwaj inni dziennikarze WP: Paweł Kapusta i Dariusz Faron.

• Architekt Zrównoważonego Rozwoju

Szymon Jadczyk, dziennikarz Wirtualnej Polski, został wyróżniony nagrodą UN Global Compact Network Poland za walkę z korupcją. Nasz reporter otrzymał statuetkę Architekta Zrównoważonego Rozwoju 2022. Statuetki Architektki i Architekta Zrównoważonego Rozwoju otrzymują osoby zaangażowane w realne zmienianie otaczającej nas rzeczywistości na bardziej włączającą i zrównoważoną oraz wrażliwe na wszelkie przejawy dyskryminacji i nietolerancji.

• Lider ESG

W 2022 roku Wirtualna Polska zdobyła tytuł Srebrnego Lidera ESG, w drugiej edycji konkursu organizowanego przez PwC Polska, Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie oraz NN Investment Partners TFI. Nagrodę otrzymaliśmy za zieloną transformację, czyli przechodzenie na odnawialne źródła energii oraz zamieszczanie w swoich serwisach tekstów o tematyce ekologicznej. Kapituła złożona z ekspertów rynków finansowych, nauki i biznesu doceniła także cele dotyczące odzysku sprzętu IT wycofanego z użytku oraz ambicję posadzenia lub ochrony lasów.





• 02

Ład korporacyjny



Najwyższe standardy zarządzania i nadzoru to jeden z trzech głównych filarów Strategii Zrównoważonego Rozwoju przyjętej przez Grupę Wirtualna Polska na lata 2022–2030. Kluczowymi tematami w obszarze ładu korporacyjnego są: etyka, w tym etyka dziennikarska i rzetelność informacji, zapobieganie korupcji i przejrzystość relacji, cyberbezpieczeństwo, kwestie podatkowe i związane z zarządzaniem ryzykiem, a także komunikowanie kwestii krytycznych.

Polityki i regulaminy

GRI 2-23, 2-24, 2-26, 2-27

Wartości, zasady oraz normy zachowania w Grupie Wirtualna Polska są regulowane przez polityki, regulaminy oraz kodeksy. Nasze wewnętrzne polityki są ze sobą spójne i zostały zatwierdzone na poziomie Zarządu i Rady Nadzorczej Grupy.

Za realizację polityk w organizacji odpowiada Zarząd, w szczególności CFO. Konkretnymi zadaniami zajmują się odpowiednie merytorycznie jednostki, zgodnie ze schematem organizacyjnym Grupy Wirtualna Polska.

Wirtualna Polska Holding przyjęła m.in. Politykę Różnorodności, Strategię ESG oraz Kompas Etyki. W ramach tych dokumentów określiliśmy m.in. nasze zobowiązania z zakresu odpowiedzialnego prowadzenia biznesu. Dokumenty te odnoszą się m.in. do takich inicjatyw jak:

- Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (Agenda 2030);

- członkostwo w 30% Club Poland, który działa na rzecz zwiększenia reprezentacji kobiet w zarządach i radach nadzorczych spółek giełdowych;
- Karta Różnorodności, koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, pod patronatem Komisji Europejskiej.

W tych dokumentach uwzględniliśmy międzynarodowo uznane prawa człowieka, takie jak prawo do równego traktowania czy prawo do pracy i godziwego wynagrodzenia.

Komunikacja polityk

Zależy nam, żeby wszyscy pracownicy byli poinformowani o wprowadzanych politykach. Dlatego komunikujemy je wewnątrz organizacji, zamieszczając je w wewnętrznych systemach oraz wysyłając informację do pracowników. Strategię Zrównoważonego Rozwoju Grupy Wirtualna Polska opublikowaliśmy na naszej stronie korporacyjnej. Pozostałe polityki jako dokumenty wewnętrzne, komunikujemy wyłącznie pracownikom.



W przypadku wątpliwości i konieczności wyjaśnień pracownicy mają możliwość kierowania pytań do bezpośrednich przełożonych oraz zespołów odpowiedzialnych za dany obszar.

Polityki a dostawcy i partnerzy biznesowi

Zależy nam, aby nasi partnerzy biznesowi i dostawcy kierowali się podobnymi wartościami jak nasza Grupa. Dlatego zobowiązania, które określiliśmy w politykach, wdrażamy również w procedurach dotyczących wyboru firm, z którymi współpracujemy. Szczególnie dotyczy to zasad zawartych w dokumentach Kompas Etyki oraz Strategia Zrównoważonego Rozwoju. Wybieramy partnerów biznesowych, którzy spełniają wysokie standardy poszanowania środowiska naturalnego i etyki w biznesie.

Zgłaszanie nieprawidłowości

Pracownicy Grupy Wirtualna Polska mają możliwość zgłaszania nieprawidłowości poprzez procedurę „Sygnalista”, dostępną w firmowym intranecie.

Po otrzymaniu zgłoszenia w ciągu 2 dni powołujemy Komisję ds. zachowań niepożądanych, która rozpoczyna pracę w ciągu 7 dni od momentu powołania.

Audyty wewnętrzne

Warto podkreślić, że na bieżąco weryfikujemy, czy zobowiązania określone w dokumentach wewnętrznych są realizowane. Jedną z kluczowych praktyk w tym obszarze są audyty wewnętrzne. Dzięki nim jesteśmy w stanie obiektywnie

potwierdzić efektywność i skuteczność zasad ładu organizacyjnego, zarządzania ryzykiem oraz systemu kontroli wewnętrznej.

W ramach audytów wewnętrznych dokonujemy:

- przeglądu ustanowionych mechanizmów kontroli zarządczej, jak również wiarygodności i rzetelności informacji operacyjnych, zarządczych i finansowych;
- oceny procedur i praktyki sporządzania, klasyfikowania i przedstawiania informacji finansowej;
- oceny przestrzegania przepisów prawa, regulacji wewnętrznych jednostki oraz programów, strategii i standardów ustanowionych przez właściwe organy;
- oceny zabezpieczenia mienia jednostki i jednostek podległych;
- oceny efektywności i gospodarności wykorzystania zasobów jednostki i jednostek podległych;
- przeglądu prowadzonych projektów w celu ustalenia zgodności działań jednostki i jednostek podległych z planowanymi wynikami i celami;
- oceny dostosowania działań jednostki i jednostek podległych do zaleceń audytów lub kontroli wewnętrznych i zewnętrznych.

W 2022 roku zrealizowaliśmy Plan Audytu, który został przyjęty przez Komitet Audytu powołany w ramach Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A. Powyższy plan obejmował różne elementy działalności spółek wchodzących w skład Grupy, zgodnie z mapą ryzyka.

GRI 2-27

W 2022 w Grupie Wirtualna Polska nie odnotowano żadnych przypadków niezgodności z prawem i przepisami.

Etyka biznesu

GRI 3-3 (206)

W Grupie Wirtualna Polska promujemy zachowania etyczne i stanowczo sprzeciwiamy się wszelkim formom korupcji. Nie tylko przestrzegamy obowiązującego prawa, ale też monitorujemy ewentualne wytyczne, wskazania i orzecznictwo wydane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Na bieżąco sprawdzamy przestrzeganie zasad wewnętrznego Kompas Etyki.

Aktywności, które podjęliśmy w celu przeciwdziałania zachowaniom niepożądanym i dyskryminacji:

- obowiązkowe szkolenie dla każdego pracownika w ramach wdrożenia (onboardingu): Sygnalista „reaguj i zgłaszaj”
- Miesiące Różnorodności, w ramach których pracownicy mieli możliwość uczestniczenia w szkoleniach online na ten temat (w 2022 roku łączna frekwencja na 3 webinarach wyniosła 695 osób)
- wprowadzenie zasad przeciwdziałania i zapobiegania zachowaniom niepożądanym
- szkolenia menadżerów z zakresu prawa pracy, komunikacji i zachowań antymobbingowych
- podniesienie poziomu wiedzy menadżerów w zakresie różnorodności i równouprawnienia
- wdrożenie procedury zgłaszania nieprawidłowości, edukacja menadżerów – szkolenie z rekrutacji z uwzględnieniem kwestii dotyczących przeciwdziałaniu dyskryminacji



Kodeksy etyczne

Podstawowymi dokumentami zawierającymi zobowiązania Grupy Wirtualna Polska w obszarze etyki biznesu są: Kompas Etyki, Kodeks Etyki Dziennikarskiej oraz Strategia Zrównoważonego Rozwoju. Wszystkie te dokumenty konsultowaliśmy aktywnie z naszymi interesariuszami. W proces wdrażania zaangażowali się przedstawiciele najwyższych organów Grupy Wirtualna Polska. Oznacza to, że uczestnicy projektów otrzymali ich wsparcie w opracowaniu działań, które mają służyć osiągnięciu założonych celów. Wyniki będziemy raportowali w cyklu rocznym, gdy wskaźniki zostaną obliczone i zwalidowane.

O Kompasie Etyki

Kompas Etyki określa priorytety w działalności Grupy Wirtualna Polska, wokół których koncentrujemy swoją aktywność. Są to: edukacja, zdrowie, ochrona środowiska oraz bezpieczeństwo. W dokumencie wskazujemy też kluczowe wartości firmy, do których należą: odwaga, szczerowość i otwartość, energia i zaangażowanie, kreatywność, skuteczność działania oraz team work. W Kompasie Etyki spisaliśmy również zasady polityki zatrudniania i wynagradzania oraz bez-

pieczeństwa i jakości warunków pracy. Opisa-
liśmy tam też takie obszary jak poszanowanie
prywatności oraz przeciwdziałanie nadużyciom.

Kompas Etyki wprowadza również najważniejsze
zobowiązania etyczne dla każdego pracownika
Grupy Wirtualna Polska. Podkreślamy w nich
rolę dbania o dobre imię Grupy, zachowania
bezpieczeństwa, dbania o powierzone mie-
nie, lojalności i szacunku wobec innych, prze-
strzegania prawa, stosowania zasady ochrony
informacji poufnych i osobowych oraz zakazu
podejmowania działalności konkurencyjnej.

Ważnym elementem Kompas Etyki są też
regulacje w obszarze relacji zewnętrznych.
Dotyczą one świadczenia usług na rzecz użyt-
kowników, współpracy z klientami, partnerami,
dostawcami, relacji z konkurencją, inwestorami,
rynkiem publicznym i przedstawicielami władz.

Naruszenia Kompas Etyki pracownicy zgła-
szać mogą mailowo, telefonicznie lub osobiście
do Rzecznika Etyki, do bezpośredniego przełożo-
nego lub osób wyznaczonych w tym celu przez
zarządy spółek Grupy.

O Kodeksie Etyki Dziennikarskiej

Jako Grupa działająca w obszarze mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni za etyczne działanie, współtworzenie, promowanie i wspieranie wysokich standardów dziennikarskich. Uznajemy, że naszymi zadaniami są dostarczanie milionom użytkowników rzetelnych informacji oraz walka z dezinformacją i jej negatywnymi skutkami.

Mamy świadomość, że nasi dziennikarze codziennie wpływają na czytelników, kształtują ich opinie, nierzadko inspirują ich do podejmowania określonych decyzji. Zasady zebrane w kodeksie, które obowiązują wszystkich dziennikarzy, mają zagwarantować rzetelność i niezależność przygotowywanych materiałów.

Podkreślamy m.in., że nasi dziennikarze są wolni od nacisków zewnętrznych i wewnętrznych, muszą poszukiwać prawdy, oddzielać informacje od swoich interpretacji i opinii, a przygotowywane przez nich materiały powinny uwzględniać stanowisko wszystkich zainteresowanych stron.

Dziennikarze znają prawo prasowe i się do niego stosują, bez wyjątków chronią poufne źródła informacji, jak również nie wykorzystują do własnych interesów informacji zgromadzonych podczas wykonywania obowiązków służbowych.

GRI 206-1

W grudniu 2022 roku wszczęte zostało postępowanie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez niewłaściwe oznaczanie lub nieoznaczanie materiałów reklamowych

w serwisach internetowych spółki Wirtualna Polska Media S.A. Do dnia publikacji raportu nie jest znane rozstrzygnięcie postępowania.

W czerwcu 2022 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie dotyczące różnic w cenie ofert wyświetlanych na pierwszym listingu serwisu Wakacje.pl, a ceną na kolejnym widoku. Należy zaznaczyć, że Wakacje.pl prezentują ofertę biur podróży i nie mają wpływu na informację o wysokości cen. Rozbieżności, na które zwraca uwagę urząd wynikają ze sposobu udostępniania danych przez biura podróży do jedynego integratora rynku turystycznego.

Wakacje.pl dbając o interes konsumenta:

- aktualizują swoje zbiorcze listingi po każdej zmianie cen integratora rynku
- wyraźnie informują użytkowników, że prezentowana pierwsza cena na zbiorczym listingu może nie być ostateczną
- prezentują ostateczną aktualną cenę od razu w kolejnym widoku, po odpytaniu biura podróży o konkretną jednostkową ofertę w czasie rzeczywistym

Ten problem, to jest różnice w prezentowanych cenach dotyczy całej branży, nie tylko agentów on i off-line-owych, ale również samych biur podróży w ramach ich pozostałych kanałów sprzedaży. Do dnia publikacji raportu nie jest znane rozstrzygnięcie postępowania.

Zapobieganie korupcji

GRI 3-3 (205), 205-2, 205-3, 2-15

Kwestie zapobiegania korupcji w Grupie Wirtualna Polska uregulowane są w Kompasie Etyki. Ponadto stosujemy Zasady Dobrych Praktyk Spółek Giełdowych w zakresie zarządzania konfliktami interesów i przeciwdziałania korupcji. Na bieżąco monitorujemy ewentualne wytyczne, wskazania lub orzecznictwo wydane przez UOKiK.

W 2022 roku w Grupie Wirtualna Polska nie wystąpiły żadne potwierdzone przypadki korupcji, co oznacza, że nie było też konieczności podejmowania kroków prawnych w tym zakresie.

Każdy nowy pracownik jest zobowiązany, w ramach onboardingu, do zapoznania się z Kompasem Etyki. Podkreślamy w nim, że nie tolerujemy zachowań sprzecznych z prawem, w tym korupcyjnych.

W Grupie Wirtualna Polska na bieżąco podejmujemy działania komunikacyjne, których celem jest zapoznanie pracowników z politykami i procedurami antykorupcyjnymi oraz pogłębianie i ugruntowanie wiedzy w tym obszarze. W 2022 roku wszyscy członkowie organów zarządzających zostali poinformowani o polityce antykorupcyjnej i procedurach antykorupcyjnych, nie były natomiast realizowane szkolenia z tego zakresu. Grupa pracuje nad usprawnieniem komunikacji i działań szkoleniowych w obszarze przeciwdziałania korupcji, w tym skierowanych do partnerów biznesowych.

Cyberbezpieczeństwo

WSKAŹNIK WŁASNY GRI 3-3

W związku z tym, że działalność Grupy Wirtualna Polska odbywa się głównie w internecie, temat cyberbezpieczeństwa jest dla nas szczególnie ważny. Mamy osobny zespół wyspecjalizowany w obszarze cyberbezpieczeństwa i wdrożone procedury, których skuteczność sprawdzamy na bieżąco, wyznaczamy cele oraz wskaźniki.

By zapobiegać potencjalnym negatywnym skutkom działań z obszaru cyberbezpieczeństwa, w ramach naszych struktur wyodrębniliśmy zespół Security Operations Center (SOC), który:

- monitoruje systemy pod kątem bezpieczeństwa;
- wykonuje testy i audyty;
- tworzy narzędzia i systemy do automatycznego wykrywania prób włamań;
- reaguje na incydenty;
- na bieżąco współpracuje z innymi podmiotami zajmującymi się bezpieczeństwem (np. CERT Polska).

W przypadku zagrożenia uruchamiane są procedury, których celem jest zapobieganie potencjalnym negatywnym skutkom danego incydentu. Są to:

- procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi, której celem jest zidentyfikowanie, jak istotny jest dany incydent;

- procedura powiadamiania, której celem jest zkomunikowanie incydentu zdefiniowanej wcześniej grupie osób;
- procedura utworzenia WarRoomu, której celem jest jak najszybsze usunięcie negatywnych skutków incydentu;
- procedura RFO, które służą do opisania powyższego incydentu czy awarii po ich zakończeniu lub usunięciu. Celem tego opisu jest wyciągnięcie wniosków na przyszłość.

Aktywne zarządzanie cyberbezpieczeństwem poprawia ogólną kondycję systemów usług utrzymywanych w ramach Grupy. Wprowadzone procedury audytu kodu pozwalają uniknąć nieplanowanych przerw w działaniu.

Skuteczność pracy zespołu SOC mierzymy liczbą zarejestrowanych, wykrytych i przeprocesowanych incydentów.

Odbývają się również cykliczne testy penetracyjne systemów oraz audyty, które wykazują iteracyjny wzrost świadomości deweloperów/pracowników na temat aspektów związanych z bezpieczeństwem.



Cele, zadania, wskaźniki



Network & system security to:

- analizy logów;
- tworzenie reguł filtrowania;
- korelacja zdarzeń;
- identyfikacja, zapobieganie, odtwarzanie, analizy, bieżący monitoring.

Pentesting to przeprowadzanie testów penetracyjnych w oparciu o framework OSSTMM/OWASP. W celu jak najlepszej symulacji realnego zagrożenia zespół pentesterów nie otrzymuje żadnych informacji na temat badanego systemu. W przypadku

wykrycia podatności lub chęci pogłębionej analizy danego elementu może wystąpić, na dalszych etapach analizy, interakcja z zespołem deweloperskim. Po wykonanym audycie przygotowany jest raport z zestawem zaleceń, jak poprawić bezpieczeństwo danego komponentu.

Ostatni filar – **automations, code statistics oraz machine learning** – skupia się na prowadzeniu prac deweloperskich w celu automatyzacji wybranych procesów. W ramach SOC grupa deweloperów specjalizujących się w tematyce bezpieczeństwa rozwija usługi pozwalające na automatyzację procesów wykrywania podejrzanych zachowań, jak również rozwija systemy które

w sposób „parasolowy” chronią systemy rozwijane w ramach Grupy. Prace rozwojowe skupiają się w szczególności na:

- wdrożeniu elementów uczenia maszynowego do procesów decyzyjnych w zakresie szacowania ryzyka, analizy ruchu, podejmowania działań;
- tworzeniu mechanizmu automatyzujących procedury separacji aplikacji w ramach DC;
- automatyzacji wykrywania podejrzanych zachowań w sieci;
- rozwoju mechanizmów poprawiających bezpieczeństwo np. 2FA, CAS.

W sierpniu 2022 roku w Grupie Wirtualna Polska zakończyła się kontrola przeprowadzona przez Urząd Ochrony Danych Osobowych.

W toku postępowania kontrolerzy przeprowadzili szereg działań, które miały na celu weryfikację systemów zabezpieczeń Poczty WP. Kontrola wykazała, że Grupa Wirtualna Polska posiada wystarczające mechanizmy zabezpieczające systemy i użytkowników przed zagrożeniami.

Na podstawie bieżącej pracy i przebytych incydentów tworzymy opracowania RFO – Reason for Outage. Wyciągamy

w nich wnioski z danego incydentu i wskazujemy, jak analogicznej sytuacji uniknąć w przyszłości. Zbiór polityk i procedur opracowywany jest wspólnie przez Departament Operations, w ramach którego funkcjonuje SOC oraz Dział Bezpieczeństwa i Ochrony Danych Osobowych (DBiODO). Opracowane procedury podlegają kontroli przez Audytora Wewnętrznego będącego poza strukturami zarówno Operations, jak i DBiODO, co ma zagwarantować bezstronność i umożliwić rozliczanie z opracowywanych dokumentów.

Liczba przeprowadzonych testów penetracyjnych serwisów (z subdomenami)

WSKAŹNIK WŁASNY

2021

5

2022

6

Komunikowanie kwestii krytycznych

GRI 2-16

Przyjęta przez Grupę Wirtualna Polska polityka komunikacji kwestii krytycznych obowiązuje wszystkie spółki należące do Grupy.

W ramach tego dokumentu wyróżniliśmy pięć głównych rodzajów kwestii krytycznych, które mogą wystąpić:

1. operacyjne – czasowa niemożliwość świadczenia usług;
2. finansowe;
3. reputacyjne;
4. bezpieczeństwa;
5. inne istotne, opisane szczegółowo w dokumentacji wewnętrznej.

Bierzemy pod uwagę również inne kwestie, spoza wyżej wymienionych obszarów, mogące znacznie wpłynąć w negatywny sposób na funkcjonowanie Grupy, spółki wchodzącej w skład Grupy lub naszego otoczenia rynkowego.

Kroki postępowania

Po zidentyfikowaniu kwestii krytycznej, następuje określona ścieżka eskalacyjna, tak aby istotna informacja dotarła jak najszybciej do osób decyzyjnych. Na każdym etapie następuje weryfikacja i potwierdzenie istotności sytuacji. Zespół zarządzający powołuje grupę roboczą, tak aby kompleksowo zarządzić zaistniałą sytuacją i zminimalizować skutki jej wystąpienia jak również wypracowanie wniosków i rekomendacji na przyszłość.



Procesy łagodzenia negatywnego wpływu

GRI 2-25

W przypadku zidentyfikowania sytuacji, gdy którakolwiek ze spółek Grupy Wirtualna Polska doprowadziłaby do powstania sytuacji oddziałującej negatywnie na ludzi lub środowisko, dokładamy wszelkich starań, aby doprowadzić do zniwelowania takiego wpływu.

Zgodnie z zasadami Grupy niwelacja wpływu może być:

- **bezpośrednia** – na przykład opublikowanie przeprosin lub sprostowania w serwisie internetowym Grupy, zadośćuczynienie finansowe dla klienta;
- lub
- **pośrednia** – w kontekście wpływu środowiskowego poprzez kompensowanie zużycia energii elektrycznej przez produkcję energii ze źródeł odnawialnych.

Grupa posiada też rozbudowane struktury działu Obsługi Klienta, które przyjmują uwagi i zażalenia od klientów.

Zgłoszone zażalenia są rozpatrywane przez odpowiednie osoby, w zależności od rodzaju i formy negatywnego wpływu. Każdy przypadek jest rozpatrywany indywidualnie, tak aby maksymalnie złagodzić negatywny wpływ.

W przypadku powtarzających się zgłoszeń dotyczących zbliżonej problematyki wyznaczone osoby starają się znaleźć pierwotną przyczynę i ją wyeliminować.

Zależy nam na zwiększeniu efektywności procesów związanych z obsługą zgłoszonych zażaleń. Dlatego osoby odpowiedzialne za obsługę tych procesów zbierają informację zwrotną od interesariuszy i wykorzystują ją do opracowywania planów rozwoju centrów obsługi klienta w ramach półrocznych ewaluacji celów.

Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem

W ramach procesu zarządzania ryzykiem została stworzona i jest cyklicznie aktualizowana mapa ryzyk. Dla każdego ryzyka jest określony rating pozwalający na określenie prawdopodobieństwa wystąpienia tego ryzyka, jego wpływu na działalność, finanse czy reputację spółki lub grupy. Dla najistotniejszych ryzyk jest przygotowywany plan działań mitygujących, aby zminimalizować ryzyko jego wystąpienia lub wpływ na Grupę.

Obszar zarządzania ryzykiem jest bieżącym tematem działań CFO oraz podległych jej menadżerów wyższego szczebla. Plany działań dla poszczególnych ryzyk są monitorowane przez audyt wewnętrzny, który w ramach swoich działań wspiera organizację w procesach związanych z zarządzaniem ryzykiem.

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Sytuacja makroekonomiczna i geopolityczna	1. Tocząca się wojna w Ukrainie 2. Spowolnienie gospodarcze 3. Utrzymujący się wysoki poziom inflacji 4. Spadek konkurencyjności polskiej gospodarki na tle regionu	→ Spadek siły nabywczej klientów Grupy oraz konsumentów jej produktów i usług → Zmniejszona wysokość budżetów reklamowych kontrahentów Grupy → Niższa skłonność konsumentów do wydatków, w tym dokonywania zakupów przez internet
Konkurencja na polskim rynku reklamy i handlu internetowego	1. Wysoka konkurencyjność 2. Bezpośrednia konkurencja największych graczy globalnych 3. Utrata pozycji lidera wśród portali	→ Wzrostu presji w zakresie obniżania cen oferowanych produktów i usług → Konieczność zwiększenia wydatków na działania marketingowe lub na badania i rozwój związane z rynkiem oraz opracowywaniem i wprowadzaniem nowych produktów, usług, ich udoskonaleń oraz innowacyjnych rozwiązań
Kluczowi klienci	1. Zakończenie współpracy z kluczowymi partnerami biznesowymi 2. Niewywiązywanie się przez kluczowych klientów ze zobowiązań umownych	→ Nawiązanie współpracy dotychczasowych kluczowych partnerów z konkurentami Grupy → Znaczne zmniejszenie realizowanych obrotów → Opóźnienia w płatnościach lub ich nieterminowość

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ryzyko spadku liczby użytkowników poczty elektronicznej Grupy	1. Spadek liczby użytkowników poczty elektronicznej Grupy	→ Utrata części przychodów z mailingu reklamowego → Utrata danych o użytkownikach → Negatywny wpływ na poziom przychodów Grupy
Ryzyko wykorzystywania przestarzałych technologii, których okres wsparcia może się zakończyć	1. Opracowane i wykorzystywane przez Grupę technologie mogą okazać się nieadekwatne do oczekiwań rynkowych 2. Technologie opracowane z myślą o ruchu Desktop mogą okazać się niekompatybilne z rosnącym udziałem rynku mobile, a co za tym idzie systemów operacyjnych Android/ iOS 3. Tempo rozwoju posiadanych technologii lub opracowywania nowych (w tym opartych o Machine Learning, Big data, AI) w porównaniu do czołowych konkurentów globalnych będzie zbyt wolne	→ Konieczność wytworzenia części systemów lub usług od nowa → Opracowanie nowych wymagań i zakup narzędzi od dostawców zewnętrznych → Relatywne pogorszenie się sytuacji Grupy w odniesieniu do głównych konkurentów
Ryzyko związane z rozwojem nowych standardów oprogramowania	1. Ryzyko zbyt szybkiej konieczności aktualizacji systemów zarządzania i administrowania systemami, a także rozwoju systemów celem dostosowania ich do nowych technologii	→ Obniżenie atrakcyjności oferty Grupy → Zmniejszenie dostępności świadczonych usług
Ryzyko cyberataków	1. Ryzyko cyberataków na infrastrukturę teleinformatyczną Grupy	→ Straty finansowe lub wizerunkowe

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ryzyka związane z zewnętrznym finansowaniem	1. Typowe ryzyka związane z finansowaniem zewnętrznym	→ Negatywna zmiana warunków udzielonego finansowania → Odmowa przez strony finansujące dalszego finansowania → Żądania natychmiastowej spłaty finansowania → Podwyższenie kosztu zewnętrznego finansowania → Obniżenie wyników finansowych Grupy
Ryzyko związane ze współpracą na rynku zorganizowanych imprez turystycznych	1. Ryzyko współpracy z tour-operatorami za pośrednictwem MerlinX oraz BlueVendo 2. Ryzyko niewystarczającej aktualizacji przez touroperatorów danych dotyczących ich ofert za pośrednictwem wymienionych podmiotów i ich platform	→ Zrezygnowanie ze współpracy przez Tour-Operatorów w związku z zaniechaniem korzystania z pośredników takich jak Wakacje.pl lub o korzystaniu z innych form pośrednictwa. → Negatywny wpływ na techniczną obsługę sprzedaży
Ryzyko legislacyjne i regulacyjne w zakresie systemu zakupu reklamy w modelu RTB oraz reklamy w modelu opartym o dane osobowe	1. Ryzyko kolejnych regulacji prawnych oraz kształtowania się linii orzeczniczych, które mogą mieć wpływ na zautomatyzowany model zakupu reklamy w czasie rzeczywistym na zasadzie aukcji tzw. real-time bidding (RTB) 2. Ryzyko kolejnych regulacji prawnych oraz kształtowania się linii orzeczniczych związanych z modelem reklamowy opartym o dane osobowe, wykorzystującym np. techniki targetowania	→ Kolejne obowiązki regulacyjne lub ograniczenia w szczególności związane z przetwarzaniem danych osobowych → Zmniejszone przychody z działalności reklamowej Grupy
Ryzyko legislacyjne i regulacyjne w zakresie inicjatyw, których celem jest ustalenie nowych standardów reklam internetowych	1. Ryzyko ustalenia nowych standardów reklam internetowych	→ Ograniczenie dostępnych treści i form reklamowych → Zmniejszone przychody z działalności reklamowej Grupy

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ryzyko legislacyjne dotyczące najmu krótkoterminowego	1. Ryzyko zmian legislacyjnych, które ograniczą lub w praktyce wykluczą najem krótkoterminowy	→ Negatywny wpływ na działalność w zakresie pośrednictwa wynajmu miejsc noclegowych
Ryzyko rozpowszechnienia się oprogramowania do blokowania reklam w internecie, a także aplikacji zakłócających funkcjonowanie portali i stron internetowych Grupy	1. Rozpowszechnienie się oprogramowania służącego do blokowania reklam na większą skalę niż obecnie lub ich większa skuteczność	→ Negatywny wpływ na pozycję reklamy internetowej jako narzędzia marketingowego → Obniżenie budżetów reklamowych przeznaczonych na reklamę w internecie przez obecnych lub potencjalnych klientów Grupy → Zmniejszenie przychodów z działalności reklamowej
Ryzyko związane z postępowaniami UOKiK i innymi organami	1. Kwestionowanie przyjętych dotychczas zasad działalności poszczególnych branż 2. Brak akceptacji ograniczeń systemowych istniejących na poszczególnych rynkach 3. Przyjęcie interpretacji, które wprost nie wynikają z obowiązujących przepisów	→ Długotrwałe postępowania → Kary pieniężne → Czasowe zakłócenia w działaniu portali i serwisów internetowych Grupy oraz w świadczeniu usług oferowanych przez Grupę użytkownikom Internetu
Ryzyko związane z prawidłowym funkcjonowaniem systemów informatycznych i serwerów Grupy	1. Ryzyko awarii, usterek, cyberataków lub innych zakłóceń prac systemów informatycznych, serwerów lub infrastruktury telekomunikacyjnej	→ Czasowe zakłócenia w działaniu portali i serwisów internetowych Grupy oraz w świadczeniu usług oferowanych przez Grupę użytkownikom Internetu
Ryzyko utraty wykwalifikowanej kadry oraz innych podmiotów świadczących usługi na rzecz Grupy	1. Ryzyko rezygnacji kluczowych menadżerów ze współpracy z Grupą	→ Przejściowe obniżenie efektywności

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Wzrost kosztów wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników i współpracowników Grupy	1. Ryzyko presji pracowników i współpracowników na wzrost płac	→ Podwyższania wynagrodzeń pracownikom i podwykonawcom szybciej lub częściej albo na większą skalę niż historycznie miało to miejsce w Grupie
Nowa rzeczywistość pracy	1. Ryzyko braku bliskich relacji pomiędzy pracownikami, 2. Ryzyko ograniczenia ilości czasu spędzonego na wymianie wiedzy 3. Liderzy w Grupie mogą nie zawsze wybierać efektywny styl zarządzania	→ Spadek efektywności → Negatywny wpływ na lojalność pracowników względem Grupy → Niepełne wykorzystanie potencjału pracowników
Ryzyko braku możliwości utrzymania i rekrutacji potrzebnych osób	1. Ryzyko konkurencji na rynku pracy związanym z szeroko rozumianym IT z podmiotami globalnymi	→ Brak dostępnych do rekrutacji pracowników o kompetencjach odpowiadających potrzebom Grupy
Ryzyko związane ze zbyt małą atrakcyjnością oraz formą prezentacji treści udostępnianych na portalach i serwisach internetowych Grupy	1. Ryzyka niewystarczającej atrakcyjności treści tworzonej i udostępnionej na serwisach Grupy 2. Ryzyko nieatrakcyjnej prezentacji treści tworzonych przez Grupę	→ Spadek liczby użytkowników na serwisach Grupy → Spadek czasu spędzanego przez użytkowników na portalach Grupy
Ryzyko niewystarczającego dostosowania portali i serwisów internetowych do obsługi przez urządzenia mobilne	1. Ryzyko niewystarczającego dostosowania portali i serwisów internetowych do obsługi przez urządzenia mobilne	→ Utrata pozycji konkurencyjnej w segmencie medialnym → Negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy
Ryzyko utraty popularności i obniżenia siły marek poszczególnych portali i serwisów internetowych Grupy	1. Ryzyko, że siła marek należących do Grupy, może ulec osłabieniu 2. Reputacja Grupy może się pogorszyć	→ Negatywny wpływ na zainteresowanie użytkowników portalami i serwisami internetowymi Grupy → Spadek przychodów Grupy ze sprzedaży reklam internetowych oraz innych produktów i usług oferowanych przez Grupę

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ryzyko utraty ruchu internetowego generowanego za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych i serwisów społecznościowych	1. Ryzyko uzyskania gorszej pozycji w wynikach wyszukiwania dokonywanego przez użytkowników internetu 2. Ryzyko zmiany zasad nabywania ruchu, w tym odpowiednich algorytmów bądź systemów rozliczeń	→ Zmniejszenie ruchu internetowego na portalach i serwisach internetowych Grupy → Spadek efektywności sprzedawanych reklam, → Zmniejszenie zwrotu z inwestycji w reklamę, → Wzrost cen nabywanego ruchu → Pogorszenie konwersyjności pozyskiwanego ruchu
Ryzyko blokowania dostępu do informacji o użytkownikach przez przeglądarki internetowe	1. Ryzyko ograniczenia lub zaprzestanie obsługi tzw. third-party cookies	→ Technologia opracowana przez Grupę będzie we wczesnej fazie implementacji może nie okazać się równie konkurencyjna jak dotychczas stosowane
Ryzyko utraty wiarygodności medialnej	1. Ryzyko niezachowania należytej staranności dziennikarskiej 2. Ryzyko naruszenia zasad etyki opracowanych przez Grupę	→ Utrata wiarygodności medialnej → Odptyw czytelników z serwisów Grupy
Ryzyko zmiany zachowań konsumentów	1. Ryzyko negatywnego wpływu na kształtowanie się popytu i podaży na produkty i usługi w niektórych branżach, w których funkcjonuje Grupa	→ Zmniejszenie potencjału rozwoju Grupy → Pogorszenie wyników finansowych Grupy
Ryzyko związane z obsługą płatności	1. Ryzyko powstania nieprawidłowości w rozliczeniach	→ Utrata dobrego wizerunku → Straty finansowe → Spory prawne
Ryzyka związane z rozwojem poprzez przejęcia	1. Ryzyko nieudanych akwizycji	→ Nieuzyskanie zakładanych synergii → Wzrost kosztów związanych z integracją przejmowanego podmiotu w strukturach Grupy

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ryzyko związane z integracją przejętych podmiotów	1. Ryzyko trudności w integracji przejętych podmiotów w ramach jej struktur	→ Wyższe niż zakładano koszty integracji → Brak uzyskania spodziewanych efektów synergii
Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi lub innymi	1. Ryzyko zarzutów nieprawdziwości, nierzetelności czy bezprawności informacji zamieszczanych na stronach Grupy	→ Postępowania sądowe, administracyjne lub inne
Ryzyka regulacyjne	1. Ryzyko naruszenia przepisów 2. Ryzyko rozpowszechniania reklam, które mogą być uznane za zakazane lub niedozwolone 3. Ryzyko regulacji ograniczających działalność Grupy 4. Ryzyko związane z interpretacją przepisów i zmiany w polskim prawie 5. Ryzyko związane ze zmianami przepisów prawa podatkowego 6. Ryzyko naruszenia przepisów dotyczących ochrony danych osobowych 7. Ryzyko związane z zawieraniem umów z podmiotami powiązanymi 8. Ryzyko związane z możliwymi kontrolami UOKiK, UKE oraz KRRiTV 9. Ryzyko związane z zasadą neutralności sieci internetowej	→ Negatywny wpływ na działalność, → Negatywny wpływ na sytuację finansową, → Negatywny wpływ na perspektywy rozwoju, → Negatywny wpływ na wyniki Grupy

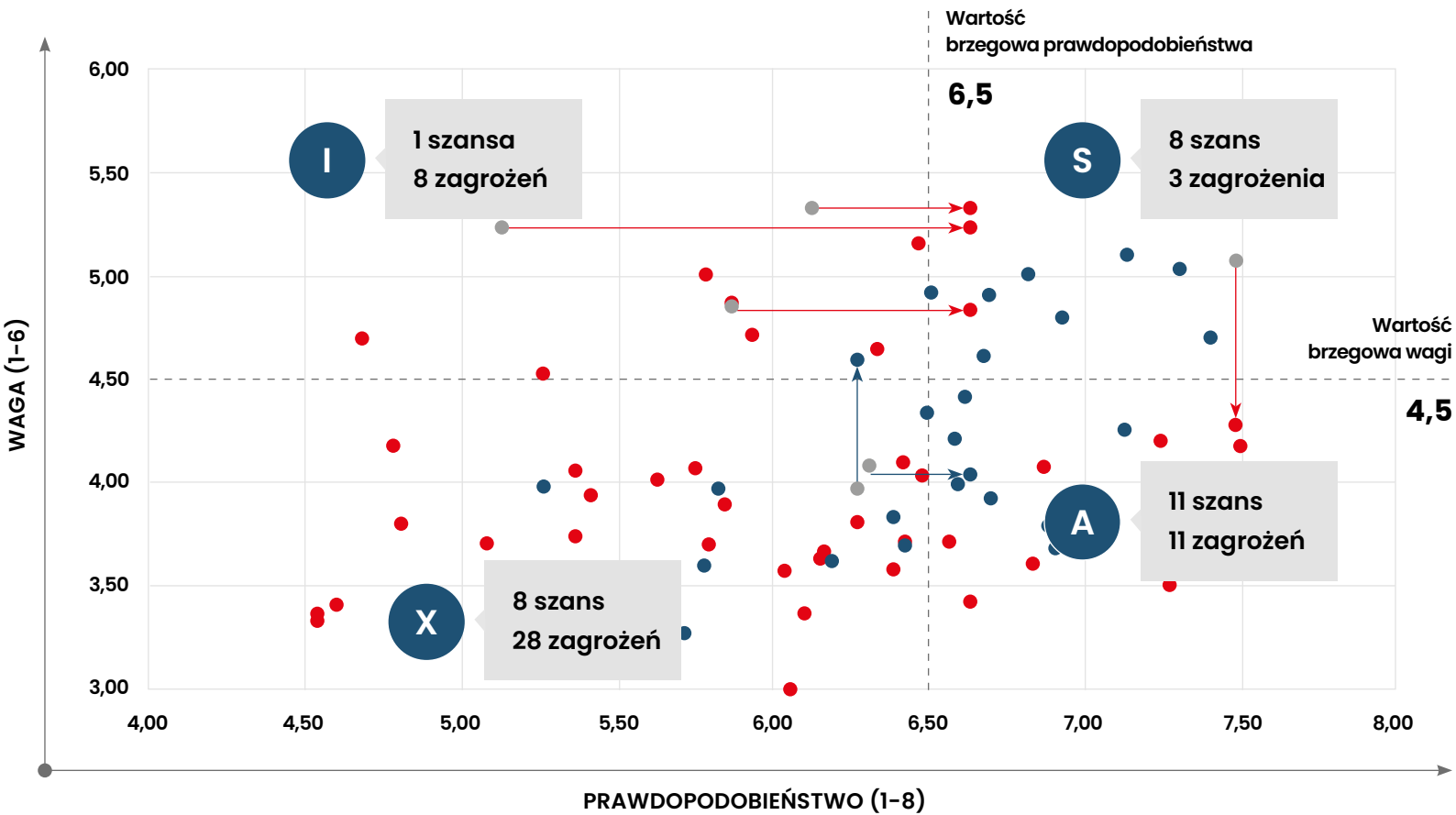
Ryzyka dotyczące zagadnień ESG

Grupa Wirtualna Polska przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk ESG, czyli ryzyk oraz wynikających z nich zagrożeń i szans w zakresie zmian klimatu, zagadnień środowiska naturalnego, spraw społecznych, pracowniczych i praw człowieka. Analiza została przeprowadzona we współpracy z zewnętrzną firmą doradczą, zgodnie z metodologią AXIS® (Amplification, eXclusion, Intensification, Seizure), w czteroetapowym procesie uwzględniającym m.in. analizę porównawczą, kwestionariuszową, ilościową i jakościową. Proces ten bazuje na założeniach zgodnych z normą ISO 31000 Risk management.

Analizie poddano 35 ryzyk oraz ich potencjalnych skutków w postaci 27 szans i 51 zagrożeń dla organizacji.

Po ocenie prawdopodobieństwa i wagi poszczególnych zagrożeń i szans ustalono, że istotne znaczenie dla Grupy WP ma 8 szans i 3 zagrożenia. Ponadto 12 szans i 19 zagrożeń zostało poddanych monitoringowi i zarządzaniu w uzasadnionych przypadkach.

Klasyfikacja zagrożeń i szans na planie ogólnym (po przeprowadzonej reklasyfikacji)



Lista istotnych ryzyk, zagrożeń i szans dotyczących zagadnień ESG wraz ze sposobem zarządzania nimi

Zagadnienia ładu korporacyjnego i zarządczego

Ryzyko związane z odpornością	Szansa na sprawniejsze od konkurencji wykorzystanie możliwości rozwojowych wynikająca z wysokiej elastyczności i sprawności systemu zarządczego spółki	Prowadzimy ciągły proces optymalizacji naszych strategii i polityk wewnętrznych według założeń zrównoważonego rozwoju.
Ryzyka w łańcuchu dostaw i e-commerce	Zagrożenie związane z niewłaściwą ochroną danych osobowych klientów	Wymagamy spełniania wszelkich wymogów dotyczących ochrony danych osobowych.

Zagadnienia pracownicze

Ryzyko zmian w strukturze zatrudnienia	Szansa związana z równością wynagrodzeń.	Realizujemy szansę, dbając o zapewnianie naszym pracownikom wysokich standardów zatrudnienia, na bieżąco monitorujemy stan równości wynagrodzeń w naszej organizacji.
	Zagrożenie utratą kluczowych pracowników oraz trudnościami w pozyskaniu nowej kadry	Przeciwdziałamy zagrożeniu, dbając o utrzymanie pozycji atrakcyjnego i konkurencyjnego pracodawcy. Naszym obecnym pracownikom zapewniamy komfortowe i bezpieczne środowisko pracy, a także unikatowe szanse rozwoju.

Poza wskazanymi powyżej nie zidentyfikowano innych istotnych ryzyk niefinansowych.

Identyfikowane ryzyka, zagrożenia i szanse związane ze zmianami klimatu były analizowane w ramach ich przypisania do grup ryzyk określonych w Rekomendacjach TCFD.

Ryzyko	Zagrożenie/szansa	Horyzont czasowy	Sposób zarządzania
Ryzyka fizyczne			
Ryzyko zwiększonej siły i częstotliwości nagłych zjawisk pogodowych, takich jak huragany, deszcze nawalne lub powodzie	Zagrożenie przerwami w dostępie do energii elektrycznej	Średni-długi	Wdrażamy procedury zarządzania kryzysowego, zarządzamy naszym wpływem środowiskowym. Jest to zbieżne z globalnymi wysiłkami na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatycznym.
Ryzyka transformacyjne związane z polityką i regulacjami			
Ryzyko wprowadzenia podatków, ceł lub innych opłat węglowych	Szansa na wykorzystanie popytu na produkty pomagające klientom obniżyć ich emisje gazów cieplarnianych i ślad węglowy	Krótki-średni	Ekspansja i optymalizacji naszych usług np. dostarczanie rozwiązań e-commerce

Zmiany klimatu są ściśle monitorowane przez wyznaczone osoby w organizacji dostosowując różne aspekty działalności, takie jak oferowane produkty cyfrowe, rozwiązania biznesowe czy fizyczną architekturę Data Center, do zmian zachodzących w środowisku naturalnym. Poza wykorzystaniem oczywistych szans takich jak wykorzystanie popytu na produkty pomagające klientom obniżyć ślad węglowy poprzez digitalizację części procesów lub wykorzystania oferowanych przez grupę bardziej wydajnych rozwiązań reklamowych, Grupa zwraca uwagę i stara się mitygować ryzyka związane z potencjalnymi przerwami w dostępie do energii elektrycznej, poprzez inwestycję we własne, odnawialne źródła energii za pośrednictwem spółki WP Naturalnie czy efektywne oraz nisko-emisyjne systemy podtrzymania napięcia. Są to elementy strategicznego planowania działalności w ramach ogłoszonej strategii WP Naturalnie, która zwraca też uwagę na wpływ rosnących kosztów energii elektrycznej, kosztów emisji CO₂ i innych na wyniki finansowe Grupy.

Procesy identyfikacji, oceny i zarządzania ryzykami, w tym ryzykami związanymi ze zmianami klimatu są koordynowane w dziale audytu wewnętrznego Grupy. Komórka zajmująca się audytem wewnętrznym w Grupie Wirtualna Polska ściśle współpracuje ze wszystkimi Spółkami wchodzącymi w skład Grupy i konsultantami zewnętrznymi. Ryzyka są identyfikowane i oceniane przy wykorzystaniu metodologii MAX – Materiality Assessment Matrix dostarczonej przez renomowanego konsultanta zewnętrznego. Dla wybranych ryzyk są przygotowywane plany związane z aktywnym lub pasywnym zarządzaniem ryzykiem. Dla wyselekcjonowanych ryzyk o określonej najwyższej wartości zostały przygotowane plany mające na celu uniknięcia ryzyka poprzez zmiany biznesowe (np. zmiana modelu biznesowego) lub łagodzenia wpływu. Dla ryzyk o niższej wartości wdrożono plany monitorowania ryzyka w celu aktualizacji jego wartości w przypadku zmian lub przeniesienia ryzyka.

Ryzyka i szanse związane ze zmianami klimatu są badane pod kątem trzech parametrów:

- Prawdopodobieństwa
- Wagi, czyli ciężaru potencjalnych konsekwencji (zagrożenia) lub korzyści (szanse)
- Horyzontu czasowego

Zgodnie z metodologią MAX – Materiality Assessment Matrix, odpowiedzi poszczególnych respondentów badania ankietowego, podlegały waznieniu w zależności od reprezentowanych przez nich obszarów. Zagrożenia i szanse były oceniane z per-

spektywy całej Grupy Kapitałowej, ale specyficzny charakter wielu rozważanych zagrożeń i szans powodował, że osoby oceniające ryzyka musiały wziąć pod uwagę ich istotność w całym łańcuchu dostaw albo nawet łańcuchu wartości Grupy.

Podatki i zarządzanie ryzykiem podatkowym

GRI 3-3 (207), 207-2

Nasza strategia podatkowa została stworzona przez kierownictwo działu finansów. Powstaje ona w oparciu o rekomendacje i opinie doradców podatkowych współpracujących z Grupą, a także menadżera ds. podatków oraz głównej księgowej. Istotne decyzje dotyczące strategii podatkowej są podejmowane przez CFO, na podstawie opinii powyższych osób.

Kwestie podatkowe traktujemy jako priorytetowe, a ryzyka podatkowe uwzględniamy na mapie ryzyk.

W ramach matrycy kontroli wewnętrznej ustanowiliśmy osobną sekcję kontroli związanych z podatkami. Każda spółka należąca do Grupy

Wirtualna Polska ma obowiązek projektować kontrole i zarządzać nimi. Niezależny audyt wewnętrzny potwierdza, że mechanizmy proponowane przez spółki są dobrze zaprojektowane i zmniejszają ryzyko, a kontrole odbywają się zgodnie ze zobowiązaniem. Dodatkowo CFO każdej spółki w Grupie jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej, co powoduje klarowne przypisanie własności biznesowej dotyczącej tego obszaru.

Informacje podatkowe w zakresie wymaganym prawem są audytowane przez audytora zewnętrznego w ramach badania sprawozdania finansowego. Raport jest publikowany zgodnie z wymaganiami dla spółek giełdowych.



• 03

Zielona odpowiedzialność



Od 2021 roku Grupa Wirtualna Polska realizuje ambitne cele dotyczące udziału zielonej energii w swoim miksie energetycznym, a więc redukcji emisji gazów cieplarnianych. Realizacja tych celów zagwarantuje, że prowadzenie naszej działalności będzie w całości „zielone”. Od 2023 roku nasza transformacja energetyczna wejdzie na kolejny poziom: do tego czasu wszystkie centra danych Wirtualnej Polski będą zeroemisyjne – ich działanie będzie neutralne dla klimatu.

Istotnym krokiem na drodze do realizacji celów w zakresie ochrony bioróżnorodności, jakie określiliśmy w naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju, jest współpraca z fundacją „Las na Zawsze”. W 2022 roku wzięliśmy pod ochronę ponad 1,5 ha dojrzałego, około 80-letniego lasu liściastego w Bochothnicy (woj. lubelskie). Dominującymi gatunkami są w nim brzozy, klony, dęby, a oprócz cennego drzewostanu można znaleźć tam także rzadkie gatunki grzybów, m.in. czarkę austriacką, która do 2014 roku była

objęta ścisłą ochroną gatunkową. Troska o już istniejące i cenne przyrodniczo lasy jest jedną z najważniejszych inicjatyw, jakie można dziś podejmować dla dobra przyrody.

W Strategii Zrównoważonego Rozwoju postawiliśmy sobie za cel także kształtowanie najlepszych ekologicznych postaw poprzez edukację i pokazywanie, jak każdy z nas może żyć lepiej i w sposób przyjazny dla środowiska.

Nasz cel w zakresie korzystania z energii na 2025 rok to:

80
procentowy

udział energii zeroemisyjnej
w miksie energii elektrycznej
Grupy Wirtualna Polska Holding

90
procentowy

udział energii zeroemisyjnej
w miksie energii cieplnej
Grupy Wirtualna Polska Holding



Dążymy do zeroemisyjności

GRI 3-3 (305), 3-3 (302)

Głównym celem Grupy Wirtualna Polska w zakresie emisyjnym i energetycznym, zapisanym w naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju, jest całkowite przejście na zieloną energię, a co za tym idzie, znaczne ograniczenie emisji gazów cieplarnianych do atmosfery.

W 2022 roku mniej niż 10% energii elektrycznej zużywanej przez Grupę pochodziło z konwencjonalnych źródeł pozyskiwania energii. Dążymy jednak do całkowitego wyeliminowania ich z miks energetycznego.

Największym źródłem emisji dwutlenku węgla firm technologicznych jest energia wykorzystywana w serwerowniach i centrach danych. Dlatego zobowiązaliśmy się, że od 2023 roku energia elektryczna zużywana w naszych serwerowniach będzie w całości pochodziła ze źródeł niskoemisyjnych. Stanowi to około 90% całej energii zużywanej przez naszą Grupę.

W kwietniu 2021 roku uruchomiliśmy pierwszą, testową instalację fotowoltaiczną przy jednej z naszych serwerowni. W lipcu 2021 zdecydowaliśmy się na zakup dużej farmy fotowoltaicznej na Dolnym Śląsku. Zajmuje ona ponad 5 ha powierzchni; łączna moc trzech instalacji na niej pracujących to 3 MW. W 2022 roku zakupiliśmy kolejną farmę fotowoltaiczną o mocy 1,85 MW. Farma zlokalizowana jest również na Dolnym Śląsku i ma powierzchnię ponad 3 ha. Pod koniec 2022 roku łączna moc wszystkich trzech instalacji

fotowoltaicznych naszej Grupy wynosiła niemal 5 MW. Oznacza to, że zielona energia pochodząca z faktycznej, własnej produkcji pokrywa już prawie 80% zapotrzebowania Grupy Wirtualna Polska na zasilanie serwerowni.

Cały czas prowadzimy proces inwestycyjny, który ma na celu pozyskanie nowych odnawialnych źródeł wytwórczych, oraz zoptymalizowaliśmy kontrakty energetyczne przez zakup gwarancji pochodzenia energii ze źródeł odnawialnych.

Podpisaliśmy porozumienie z dostawcą energii na 2022 rok, które gwarantuje następujące parametry:

75%

energii w ramach kontraktu pochodzi z odnawialnego źródła (mała elektrownia wodna)

25%

energii kupione giełdowo i pokryte jest gwarancjami pochodzenia ze źródeł niskoemisyjnych, których dokładne dane poznamy w 2023 roku.

W zakresie powierzchni biurowych również prowadzimy działania mające na celu wyeliminowanie energii elektrycznej pozyskiwanej z paliw kopalnych. Dla naszego biura w Warszawie mamy certyfikaty pochodzenia energii elektrycznej z odnawialnych źródeł energii. Natomiast ze względu na to, że w głównej mierze powierzchnie biurowe są przez nas wynajmowane, nie mamy bezpośredniego wpływu na kontrakty dostawy energii elektrycznej dla wszystkich użytkowanych przez nas nieruchomości.

W Strategii Zrównoważonego Rozwoju zobowiązaliśmy się, że podniesiemy poziom efektywności energetycznej naszych serwerowni i budynków. W tym celu do 2025 roku planowany

jest audyt energetyczny serwerowni oraz wdrożenie normy ISO 50001, która wspiera zarządzanie energią i optymalizację jej zużycia w sposób ciągły. Stałe monitorowanie zużycia energii elektrycznej pozwala zidentyfikować miejsca w organizacji, gdzie występują nieoczekiwane odstępstwa od normatywnego zużycia.

Dbając o redukcję zapotrzebowania na energię dla dostarczanych przez nas usług, wdrożyliśmy tryb ciemny dla serwisu Wp.pl, który przyczynia się do zmniejszonego zużycia energii przez urządzenia, na których jest wyświetlany.

GRI 302-1

Całkowite zużycie paliw pochodzących ze źródeł nieodnawialnych

	j.m.	Zużycie
Gaz z ropy naftowej (LPG)	[MWh]	169,47
	[GJ]	610,09
Gaz ziemny i koksowniczy	[GJ]	0
Gazy hutnicze	[GJ]	0
Miał	[GJ]	0
Olej opałowy	[GJ]	0
Paliwa ciekłe – benzyna	[MWh]	506,33
	[GJ]	1 822,79
Węgiel kamienny	[GJ]	0
Olej napędowy	[MWh]	368,57
	[GJ]	1 326,85
Łączne zużycie energii	[GJ]	3 759,73

Całkowite zużycie energii zakupionej na zewnątrz organizacji

	j.m.	Zużycie
I. Energia elektryczna	[GWh]	8,47
	[GJ]	30 492,00
w tym ze źródeł odnawialnych	[GWh]	7,71
	[GJ]	27 752,40
w tym ze źródeł nieodnawialnych	[GWh]	0,76
	[GJ]	2739,6
II. Ciepło (ze źródeł nieodnawialnych)	[GWh]	0,15
	[GJ]	547,20
III. Chłód (ze źródeł nieodnawialnych)	[GWh]	0,15
	[GJ]	547,20
IV. Para wodna	[GJ]	0
Łączne zużycie energii	[GJ]	31 586,40

Nie zużywamy paliw pochodzących ze źródeł odnawialnych, jak biomasa czy biopaliwa.

Łączna wielkość sprzedaży

	j.m.	Produkcja
I. Energia elektryczna	[GWh]	3,70
	[GJ]	13 320,00
II. Ciepło, chłód, para wodna	[GJ]	0
Łączna sprzedaż energii	[GJ]	13 320,00

Całkowite zużycie energii wewnątrz organizacji w 2022 roku (wartość stanowi sumę energii pozyskanej ze zużycia paliw oraz zakupionej na zewnątrz organizacji pomniejszoną o wielkość sprzedanej energii wyprodukowanej wewnątrz organizacji)

22 026,13 [GJ]

Emisje gazów cieplarnianych

Emisje gazów cieplarnianych w Grupie Wirtualna Polska są kalkulo-
wane i monitorowane w zakresie emisji bezpośrednich (Scope 1) oraz
pośrednich (Scope 2 location-based oraz market-based). W per-
spektywie 2023 roku planujemy kalkulację Scope 3, aby podjąć dzia-
łania mające na celu doprowadzenie do neutralności klimatycznej
całej Grupy. Wskaźniki intensywności emisji kalkulujemy w przeliczeniu
na jednego pracownika zatrudnionego na umowę o pracę, na 1 mln
zł przychodu oraz na 1 mln zł EBITDA. W liczniku wskaźników uwzględ-
niono emisje w zakresie 1 i 2 (liczone metodą market-based).

Emisje kalkulujemy i raportujemy zgodnie z uznanym na świecie
standardem GHG Protocol. Wskaźniki dla Grupy zostały zaczerpnięte
z danych publikowanych przez KOBIZE oraz raportu IPCC: IPCC
Fifth Assessment Report, 2014 (AR5).

Za rok bazowy przyjęto 2019, określony w Strategii Zrównoważonego
Rozwoju.

W kalkulacji emisji ujęto spółki z grupy kontrolowane finansowo i operacyj-
nie, bez podmiotów, dla których proces akwizycji zakończył się w 2022 roku,
ze względu na brak pełnej kontroli operacyjnej.

Zmniejszenie emisji w zakresie 1 wynika ze zmniejszonego zużycia
paliw w budynkach. Natomiast wzrost emisji w zakresie 2 wynika
ze zmiany struktury energii elektrycznej zużywanej w biurach spółki
oraz ze zmian zużycia ciepła i chłodu w porównaniu z rokiem 2021.

GRI 305-1, 305-2, 305-4

[Mg CO2e, %]	2019	2020	2021	2022	zmiana 2022/2021	zmiana 2022/2019
Emisje Scope 1, w tym:	729,9	542,4	405,5	276,8	-31,7%	-62,1%
→ zużycie paliw w budynkach	20,5	1,9	7,1	2,5	-65,0%	-87,9%
→ zużycie paliw w pojazdach	282,6	230,1	235,4	263,9	+12,1%	-6,6%
→ klimatyzacja i chłodzenie	426,8	310,5	163,0	10,4	-93,6%	-97,6%
Emisje Scope 2 location-based	6 947,8	5 666,4	5 772,9	6 158,0	+6,7%	-11,4%
Emisje Scope 2 market-based, w tym:	7 805,2	6 522,5	438,4	671,6	+53,2%	-91,4%
→ energia elektryczna, w tym:	7 587,4	6 522,2	438,4	507,9	+15,9%	-93,3%
• biura	1 068,2	614,3	438,4	507,9	+15,9%	-52,5%
• data centers	6 519,2	5 907,9	0,0	0,0	-	-100,0%
→ energia ciepła	217,8	0,3	0,0	163,7	-	-24,9%
Łącznie emisje Scope 1+2 market-based	8 535,2	7 064,9	843,9	948,4	+12,4%	-88,9%
Emisje na 1 pracownika	7,2	7,1	0,6	0,6	+5,4%	-91,6%
Emisje na 1 mln zł przychodu	12,0	11,2	1,0	0,9	-9,0%	-92,7%
Emisje na 1 mln zł skoryg. EBITDA	39,0	32,6	2,7	2,6	-6,8%	-93,4%

GRI 305-5

a. Redukcja emisji gazów cieplarnianych w wyniku podjętych inicjatyw	w tonach metrycznych ekwiwalentu CO ₂
Bezpośrednie (zakres 1)	-128,7
Pośrednie (zakres 2)	385,1
RAZEM	256,4

Edukujemy w zakresie zmian klimatycznych

GRI 3-3

WSKAŹNIK WŁASNY

Nasza odpowiedzialność za środowisko nie kończy się na wskaźnikach emisyjności – jako firma z obszaru mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni też za budowanie świadomości zmian klimatycznych wśród naszych odbiorców. Dlatego poprzez treści publikowane w naszych serwisach zwiększamy świadomość użytkowników na tematy dotyczące ekologicznego stylu życia czy poziomu i skutków zanieczyszczenia środowiska. Naszymi publikacjami wywieramy też wpływ na rządzących, którzy podejmują najważniejsze decyzje dotyczące kwestii środowiskowych w kraju. W Strategii Zrównoważonego Rozwoju obraliśmy za cel stopniowe zwiększanie liczby publikacji jakościowych tekstów o tematyce ekologicznej.

We współpracy z podmiotami i ekspertami zewnętrznymi edukujemy naszych pracowników na temat kluczowych tematów, jak np. zrównoważona moda czy dobroczynny wpływ lasów na zdrowie człowieka i stan planety.

W efekcie tych działań w 2022 roku w serwisach WP opublikowaliśmy 505 materiałów edukacyjnych o ekologii.

Komunikacja zewnętrzna na tematy ekologiczne odbywa się też za pośrednictwem social mediów, serwisów Wirtualnej Polski i informacji prasowych. Docieramy do szerokiej grupy odbiorców, współpracując również z innymi mediami.

Dzielimy się z użytkownikami materiałami na tematy środowiskowe opracowywanymi we współpracy z organizacjami eksperckimi. Dzięki naszym mediom artykuły od fundacji „Las na Zawsze” mogły dotrzeć do ponad 10 tys. odbiorców.

• 04

Relacje społeczne



Ludzie najważniejszym kapitałem

GRI 3-3 (401), 3-3 (404)

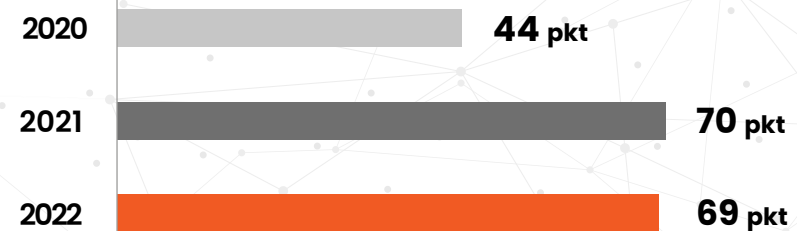
Biorąc pod uwagę fakt, że miesięcznie nasze serwisy mają 23 miliony unikalnych użytkowników w Polsce, możemy z pewnością stwierdzić, że jako Grupa razem z naszymi pracownikami mamy duży wpływ na społeczeństwo. To duża odpowiedzialność, dlatego rozwój kapitału ludzkiego jest dla nas priorytetem. Wysoka jakość ich pracy

oraz zachowane standardy etyczne sprawiają, że możemy przekazywać społeczeństwu rzetelne informacje o aktualnych wydarzeniach. Dodatkowo, jako wiodący podmiot mediowy oraz e-commerce'owy pomagamy naszym użytkownikom w codziennych decyzjach zakupowych.

Zaufanie

W Grupie WP wdrożyliśmy Leadership Trust Index (LTI), który wskazuje na poziom zaufania do bezpośredniego przełożonego. Indeks zaufania przyjmuje wartości od -100 do +100. W każdej ze spółek holdingu LTI przyjmuje wartości dodatnie. Wskaźnik LTI to forma informacji zwrotnej, która ma służyć indywidualnej pracy nad wzmacnianiem kompetencji menadżerskich i dialogu z zespołem.

LTI – Leadership Trust Index





Formy zatrudnienia

GRI 2-7

1. Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć

	2021	2022
Kobiety	839	889
Mężczyźni	618	665
RAZEM	1457	1554

2. Pracownicy na umowie na czas nieokreślony

	2021	2022
Kobiety	660	695
Mężczyźni	477	513
RAZEM	1137	1208

3. Pracownicy na umowie na czas określony

	2021	2022
Kobiety	179	194
Mężczyźni	141	152
RAZEM	320	346

5. Pracownicy zatrudnieni na pełen etat

	2021	2022
Kobiety	820	861
Mężczyźni	610	652
RAZEM	1430	1513

6. Pracownicy zatrudnieni na część etatu

	2021	2022
Kobiety	19	28
Mężczyźni	8	13
RAZEM	27	41

W obliczaniu stanu zatrudnienia przyjęty został ostatni dzień roku sprawozdawczego. Pełen etat określamy jako pełny wymiar godzin czasu pracy, natomiast niepełny jako czas skrócony. W Grupie nie zatrudniano pracowników o niegwarantowanym wymiarze godzin.

W Grupie nie zatrudniano pracowników o niegwarantowanym wymiarze godzin.

Grupa WP: struktura zatrudnienia w 2022 roku (wliczając wszystkie formy współpracy)



* Ponadto, Grupa zatrudnia sezonowo 200-600 osób w call centers (wsparcie sprzedaży, głównie w segmencie turystyki).

GRI 2-8

Ponadto zatrudniamy osoby wybierające model współpracy oparty na partnerstwie w formie umów cywilno-prawnych (umowa zlecenia, umowa o dzieło) lub samozatrudnienia. Taki model współpracy wybierają osoby świadczące m.in. usługi redakcyjne, doradcze, marketingowe, e-commerce, reklamowe czy informatyczne

	2021	2022
Liczba współpracowników, czyli osób świadczących usługi, niebędących pracownikami organizacji	663	729



Rozwój i edukacja

Dbamy o edukację i rozwój naszych pracowników, zarówno w obszarze kompetencji twardych, jak i miękkich. W 2022 roku pracownicy Grupy Wirtualna Polska mogli wziąć udział w szkoleniach obejmujących m.in. kwestie specjalistycznych technologii, kultury organizacyjnej, budowania umiejętności leaderskich, wellbeingu czy skutecznej komunikacji.

Staramy się odpowiadać na potrzeby rozwojowe naszych pracowników, planując je co roku na podstawie:

- ankiet kierowanych do pracowników;
- cyklicznych badań satysfakcji;
- pogłębionych wywiadów prowadzonych przez HR Business Partnera w poszczególnych obszarach;
- obserwacji własnych.

Obecnie opracowujemy formalne procedury szkoleniowe i coachingowe, których celem jest wskazanie jasnych ram w obszarze rozwoju pracowników.

GRI 401-1

Zatrudnienie nowych pracowników i rotacja – osoby zatrudnione na umowę o pracę

Całkowita liczba nowych pracowników w podziale na płeć i wiek	2021			2022		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
poniżej 30 lat	99	90	189	92	84	176
od 30 do 50 lat	115	83	198	133	76	209
powyżej 50 lat		4	4	2	2	4
RAZEM	214	177	391	227	162	389
Wskaźnik zatrudnienia	25,51%	28,64%	26,84%	25,53%	24,36%	25,03%

Całkowita liczba odejść pracowników w podziale na płeć i wiek	2021			2022		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
poniżej 30 lat	73	39	112	89	68	157
od 30 do 50 lat	90	52	142	123	73	196
powyżej 50 lat	0	1	1	3	2	5
RAZEM	163	92	255	215	143	358
Wskaźnik rotacji	19,43%	14,89%	17,50%	24,18%	21,50%	23,04%

GRI 401-2

Oferujemy szereg benefitów naszym pracownikom, w tym również pracownikom czasowym, pracownikom zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin oraz współpracownikom:

- comiesięczne zasilenie środków na platformie kafeteryjnej Worksmile;
- opiekę medyczną (w ramach platformy kafeteryjnej);
- ubezpieczenie grupowe na życie (w ramach platformy kafeteryjnej);
- ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków dla dzieci i młodzieży szkolnej;
- bezpłatne konsultacje psychologiczne on-line;
- dofinansowanie nauki, szkolenia rozwojowe, finansowanie kursów;
- finansowanie szkoleń językowych (platforma e-tutor);
- kartę sportową;
- zniżki na produkty oferowane przez spółki Grupy Wirtualna Polska (m.in. Pilot WP, Wakacje.pl);
- zniżki na produkty firm partnerskich (w ramach platformy kafeteryjnej);

- eventy (wspólne śniadania, KobiECE Perspektywy – inicjatywa dla kobiet pracujących w Holdingu WP, spotkania i wyjazdy integracyjne, szkolenia w ramach miesiąca różnorodności, Zielona Szafa WP – warsztaty praktyczne z materiałami, warsztaty świąteczne);
- akcje wolontariackie (np. sadzenie lasu w godzinach pracy, godziny przeznaczone na wolontariat);
- akcje i rywalizacje sportowe z nagrodami;
- bezpłatny parking firmowy (z określoną pulą miejsc).

GRI 401-3

Urlopy rodzicielskie

	Pracownicy
Liczba pracowników, którzy od 1.01. do 31.12.2022 byli uprawnieni do urlopu rodzicielskiego.	b.d.*
Liczba pracowników, którzy od 1.01. do 31.12.2022 skorzystali z urlopu rodzicielskiego.	71
Liczba pracowników, którzy od 1.01. do 31.12.2022 powrócili do pracy po wykorzystaniu urlopu rodzicielskiego.	5
Liczba pracowników, którzy w okresie 1.01. do 31.12.2021, powrócili do pracy po urlopie rodzicielskim i byli zatrudnieni minimum 12 miesięcy	30
Wskaźnik powrotu do pracy po urlopie rodzicielskim	11%*
Wskaźnik utrzymania zatrudnienia po urlopie rodzicielskim	65%

GRI 404-1

7 Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na pracownika

W szkoleniach biorą udział pracownicy i współpracownicy. Liczba ta dotyczy jedynie udokumentowanych godzin szkoleniowych.

* Grupa Wirtualna Polska nie jest w stanie określić liczby pracowników uprawnionych do skorzystania z urlopu rodzicielskiego, ze względu na brak obowiązku zgłaszania tego faktu pracodawcy przez pracowników. Wszystkie osoby, które skorzystały z urlopu rodzicielskiego w 2022 roku, to kobiety. Żaden z mężczyzn zatrudnionych w Grupie Wirtualna Polska nie skorzystał w 2022 roku z urlopu rodzicielskiego.

* Znaczna część osób po powrocie z urlopów rodzicielskich wykorzystywała urlop wypoczynkowy, w związku z czym liczba pracowników wracających do pracy po wykorzystaniu urlopu rodzicielskiego jest tak mała a wskaźnik powrotu do pracy po urlopie rodzicielskim jest na poziomie 11%, przy jednocześnie wysokim wskaźniku utrzymania zatrudnienia – 65 %, informującym o tym, jaki procent pracowników wracających z długotrwałych nieobecności zostaje w firmie przez min. 12 miesięcy.

GRI 404-2

Każda ze spółek Grupy Wirtualna Polska opracowuje i wdraża autonomiczne programy rozwojowe, dopasowane do bieżących potrzeb i strategicznych planów.

W ramach Grupy uspójniamy kierunki działania i dzielimy się wiedzą. Podane liczby odbiorców/uczestników to przybliżona, sumaryczna liczba osób ze wszystkich spółek na szkoleniach z danego bloku tematycznego.

Dodatkowo, w 2022 roku 4 osoby skorzystały z programu outplacementu indywidualnego, który obejmuje wsparcie career coacha oraz pomoc w poszukiwaniu ofert pracy, a 5 osób otrzymało odprawy wynikające z zapisów kodeksu pracy powiększone o jednokrotność wynagrodzenia.

Programy szkoleniowe dla pracowników

Rodzaj i zakres programu	Liczba i rodzaj odbiorców
→ #Akcja komunikacja w ramach WP Akademia: webinary podnoszące poziom wiedzy z zakresu komunikacji	1142 (wszyscy pracownicy)
→ Wellbeing: webinary i warsztaty podnoszące świadomość z zakresu szeroko pojętego dobrostanu psychofizycznego. Pracownicy mają także możliwość skorzystania z bezpłatnych konsultacji psychologicznych	985 (wszyscy pracownicy) oraz 80 menadżerów
→ Miesiąc różnorodności: webinary podnoszące świadomość pracowników na temat różnorodności, równości i włączania	695 (wszyscy pracownicy)
→ Szkolenia językowe na platformie e-tutor	485 (wszyscy pracownicy)
→ Cykl szkoleń z zakresu umiejętności sprzedażowych i przywódczych	470 (pracownicy zajmujący się sprzedażą)
→ Webinary z zakresu systemów, oprogramowania, trendów branżowych	421 (wszyscy pracownicy)
→ #Skuteczny Lider w ramach WP Akademia: webinary dla menadżerów poszerzające wiedzę z zakresu zarządzania	286 (menadżerowie)
→ Usystematyzowanie wiedzy produktowej: 8 tematów szkoleniowych	ok. 200 (specjaliści obsługi klienta)
→ Szkolenia z zakresu finansowania: 2 tematy szkoleniowe	ok. 200 (specjaliści ds. sprzedaży i obsługi klienta)
→ Szkolenia z zakresu sprzedaży: 14 tematów szkoleniowych	ok. 200 (specjaliści ds. sprzedaży i obsługi klienta)
→ Szkolenia z zakresu obsługi systemów: 5 tematów szkoleniowych	ok. 200 (specjaliści ds. sprzedaży i obsługi klienta)
→ Meet Up IT	178 (wszyscy pracownicy)
→ Fakap Frajdej	176 (wszyscy pracownicy)
→ Przywództwo przyszłości – cykl warsztatów dla wyższej kadry menadżerskiej	96 (wyższa kadra zarządzająca)
→ Akademia szkoleń wewnętrznych: m.in. Excel, Wystąpienia publiczne, Obsługa Klienta	61 (pracownicy z określonych grup docelowych)
→ Angażujący Lider: Adept i praktyk – szkolenia dla menadżerów nowych w roli	24 (menadżerowie)
→ Szkolenia menadżerskie: myślenie systemowe w biznesie, współpraca, współpraca międzyoddziałowa	21 (menadżerowie)
→ Warsztaty projektowe – przygotowanie do facylitacji spotkań i warsztatów	7 (wybrana grupa pracowników)
→ Warsztaty Design Thinking	5 (wybrana grupa pracowników)

Prawa pracownicze

GRI 3-3 (402)

Dbamy o to, aby wszystkie spółki Grupy Wirtualna Polska, przestrzegały praw człowieka i praw pracowniczych. W całej Grupie obowiązują przyjęte regulaminy pracy i wynagradzania. Ponadto wprowadziliśmy Politykę Różnorodności oraz Strategię Zrównoważonego Rozwoju. Działamy zgodnie z przepisami prawa pracy i poszanowaniem standardów branżowych, w tym w szczególności dobrych praktyk spółek giełdowych.

W przypadku potencjalnych naruszeń wewnętrznych zasad udostępniliśmy kanał komunikacji dla sygnalistów. Na bieżąco sprawdzamy skuteczność podjętych działań i wprowadzonych regulaminów. Jednym ze wskaźników jest liczba potwierdzonych zgłoszeń od sygnalistów. Są one raportowane na spotkaniach Zarządu w sposób zapewniający dyskrecję i zachowanie poufności. Liczba takich przypadków jest bardzo mała (0-2 przypadki rocznie), ale po każdym potwierdzonym przypadku wdramy i monitorujemy plany naprawcze. Grupa Wirtualna Polska w obszarze praw pracowniczych nie zidentyfikowała negatywnego wpływu.

GRI 402-1, 2-30

W Grupie Wirtualna Polska nie funkcjonują układy zbiorowe pracy, a co za tym idzie, nie ma w naszej grupie pracowników objętych układami zbiorowymi. Minimalne wyprzedzenie, z jakim zatrudnieni pracownicy są powiadamiani o istotnych zmianach operacyjnych, jest

ustalane w zależności od specyfiki zdarzenia, z poszanowaniem pracowników. Proces informowania jest zróżnicowany w czasie w zależności od grupy interesariuszy. W przypadku istotnych zmian organizacyjnych powstaje harmonogram komunikacji i informowania odpowiednich grup. W procesie uczestniczy Biuro Komunikacji Korporacyjnej, które dba, żeby wszyscy pracownicy, których dotyczą zmiany, zostali poinformowani w zaplanowanym czasie.

Tworzymy przyjazne środowisko pracy

Budujemy przyjazne środowisko pracy. Jesteśmy zdania, że tylko w takim środowisku można efektywnie pracować. W naszym przekonaniu przyjazność miejsca pracy to m.in. dbałość o zdrowie fizyczne i psychiczne, work-life balance oraz dobrostan naszych pracowników. Zaliczamy tutaj także umożliwienie rozwoju pracowników, zgodnie z ich potrzebami i preferencjami. Aby mieć pewność co do skuteczności podejmowanych przez nas działań, regularnie mierzymy poziom zaangażowania naszych pracowników i zaufania do przełożonych. W kwietniu 2022 roku do naszego badania (pulsecheck) dołączyliśmy pytania o poziom satysfakcji z organizacji pracy oraz działań wspierających zdrowie.



Dbamy o zdrowie psychiczne i fizyczne pracowników oraz ich dobrostan

- Organizujemy konsultacje psychologiczne, webinary/warsztaty dotyczące zdrowia psychicznego, profilaktyki zdrowotnej, dietetyki, BadaBus (badania dla kobiet), mobilny punkt krwiodawstwa, szkolenia z pierwszej pomocy.
- Poprzez specjalistyczną platformę internetową oferujemy wsparcie w zakresie zdrowia psychicznego, dbania o odporność psychiczną.
- Promujemy aktywny tryb życia.
- Wdrożyliśmy program wsparcia pracowniczego EAP, obejmujący zdrowie psychiczne, zarządzanie finansami oraz tematy prawne, jak również zorganizowaliśmy cykl wykładów promujących zdrowie fizyczne i zdrową dietę MentalHealthWeek.
- Wprowadziliśmy dostęp do prywatnej opieki lekarskiej Luxmed, karty FIT Profit i FIT Sport, dostęp do siłowni, ubezpieczenie grupowe.
- Wdrożyliśmy platformę kafeteryjną Worksmile, na której pracownicy otrzymują środki ZFŚS które mogą wydać na karty sportowe czy rozrywkę.

Zapewniamy konkurencyjne i rozwojowe warunki pracy

- Tworzymy i promujemy możliwości rozwoju wewnątrz spółek i w Grupie.
- Wdrożyliśmy politykę wynagrodzeń dla Zarządu i Rady Nadzorczej, natomiast polityka wynagrodzeń dla wszystkich pracowników zostanie wdrożona w perspektywie 1–2 lat.
- Usprawniliśmy organizację pracy, w tym zaktualizowaliśmy proces onboardingu. W ramach tego procesu otrzymujemy informację zwrotną od pracowników, która pozwala nam na podjęcie działań mających na celu zapobieganie odejściom pracowników w okresie do 6 miesięcy. Wdrożyliśmy również pomiar satysfakcji z tego procesu.

Przyczyniamy się do rozwoju pracowników

- Zorganizowaliśmy m.in. program stażowy #startujwpolsce w celu pozyskania młodych talentów.
- W ramach WP Akademii przeprowadziliśmy szkolenia wewnętrzne pozwalające na wymianę wiedzy w określonych tematach (m.in. w obszarze komunikacji czy przywództwa).

Ponadto stale podnosimy kompetencje kadry menadżerskiej, gdyż to one przekładają się na lepsze zarządzanie zespołami i zwiększanie zaufania do liderów, a także pozwalają lepiej dopasować umiejętności pracowników do ról, które sprawują.

Bezpieczeństwo i higiena pracy

GRI 403-3, 403-9

Pierwszym krokiem do podjęcia zatrudnienia są obowiązkowe badania lekarskie, w trakcie których lekarz medycyny pracy określa, czy stan zdrowia pozwala pracownikowi na wykonywanie obowiązków na określonym stanowisku.

Podczas pierwszego dnia pracy, w ramach onboardingu, wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe szkolenie, podczas którego przedstawiane im są przepisy BHP i przeciwpożarowe, informowani są o niebezpieczeństwach, z jakimi zetknąć się mogą na stanowiskach pracy, procedurach radzenia sobie w sytuacjach zagrożenia, poznają zasady bezpiecznej pracy w biurze i podczas pracy zdalnej. Przypominane im są też najważniejsze zasady udzielania pierwszej pomocy.

Oceny ryzyka zawodowego, a także instrukcje BHP (z którymi zapoznawani są pracownicy) dostępne są do wglądu w dziale HR. Po upływie przewidzianego przepisami okresu pracownicy kierowani są na szkolenie okresowe BHP (stanowiska inżyniersko-techniczne, osoby kierujące pracownikami).

Naszym pracownikom zapewniamy jasne, czyste i bezpieczne (niezagrożające życiu i zdrowiu) stanowiska pracy – biura, sale konferencyjne, dostosowane do potrzeb pracy biurowej, spełniające wszystkie wymagania bezpieczeństwa i ergonomii.



Pracownicy zobowiązani są do dbania o porządek na stanowisku i w swoim otoczeniu. W pracy uczulani są na zwracanie uwagi i natychmiastowe informowanie o wszelkich zauważonych nieprawidłowościach, usterkach, awariach, które mogłyby negatywnie wpłynąć na bezpieczeństwo ich i innych pracowników. Każde zgłoszenie jest od razu sprawdzane, a problem możliwie jak najszybciej rozwiązywany.

Ponadto w naszych biurach znajdują się znaki informacyjne służące do bezpiecznego poruszania się w przestrzeniach wspólnych. Zasady BHP obowiązują nie tylko w miejscu pracy, lecz także podczas drogi do i z pracy. Podczas szkoleń informujemy i uczulamy pracowników na niebezpieczeństwa związane z przemieszczaniem się z pracy do domu i z domu do pracy, a także z szeroko pojętymi zagrożeniami w „ruchu drogowym”, by jak najbardziej zminimalizować ryzyko wypadków.

W Grupie Wirtualna Polska działa służba bezpieczeństwa i higieny pracy, której obowiązki pełni zatrudniony na stanowisku specjalista ds. BHP. Posiada on wykształcenie wymagane przez prawo. Do jego zadań należą między innymi:

- przeprowadzanie szkoleń BHP;
- monitorowanie zagrożeń i ocena ryzyka zawodowego na stanowiskach pracy;
- sporządzanie dokumentacji (instrukcje, procedury, dokumentacja wypadkowa);
- zlecanie pomiarów i badań wymaganych przepisami;
- uczestnictwo w odbiorach stanowisk pracy.

W Grupie Wirtualna Polska w 2022 roku nie wydarzył się żaden wypadek w pracy ani w drodze do i z pracy.

Równa płaca

GRI 3-3 (405)

Zgodnie z przyjętą praktyką zatrudniania i wynagradzania przestrzegamy zasad równego traktowania. Samodzielnie kształtujemy warunki zatrudnienia oraz współpracy. Zawsze kierujemy się rodzajem oraz jakością wykonywanej pracy lub wykonywanych usług, jak również aktualnymi potrzebami Grupy, możliwościami oraz otoczeniem rynkowym.

Wysokość wynagrodzenia, przyznawanie podwyżek oraz premii i prowizji uzależniamy od kompetencji i uzyskanych wyników, bez względu na płeć, poglądy religijne, polityczne, pochodzenie, status społeczny, orientację seksualną, wiek, stan cywilny, stopień niepełnosprawności.

Przyjęliśmy zasadę, że najbliższa rodzina pracownika oraz partnerzy życiowi mogą być zatrudniani oraz podejmować współpracę z Grupą Wirtualna Polska. Warunkiem jest jednak brak jakiegokolwiek zależności służbowej od tego pracownika i wpływu na jego kompetencje, awans oraz warunki pracy i płacy.

Budujemy również wewnętrzny rynek pracy, promując politykę rozwoju i awansów w ramach naszej Grupy i umożliwiając wszystkim pracownikom udział w prowadzonych procesach rekrutacyjnych.

Minimalizowanie luki płacowej

Działamy z poszanowaniem praw człowieka i różnorodności, a zapewnienie równej i sprawiedliwej płacy jest jednym z ważnych czynników w tym obszarze. Wdrożyliśmy Politykę Różnorodności, a dział HR monitoruje co kwartał wskaźnik gender pay gap w poszczególnych działach i spółkach, w relacji do poziomów rynkowych, oraz postępy w jego zmniejszaniu.

Naszą ambicją, ujętą w strategii ESG, jest zminimalizowanie wskaźnika gender pay gap – do 2025 roku do 10%, a do 2030 roku – do 0.

Wprowadziliśmy działania mające na celu równość wynagrodzeń:

- rozpoczęliśmy prace nad polityką wynagrodzeń dla wszystkich pracowników – powinna być ona dostępna w ciągu 1–2 lat;
- w procesie ustalania wysokości wynagrodzeń wartościujemy stanowiska pracy z uwzględnieniem danych rynkowych;
- co kwartał aktualizujemy wskaźnik równości wynagrodzeń (gender pay gap ratio, GPGR), co pozwala na wprowadzanie działań mających na celu zmniejszenie różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn.

GRI 405-2

Podział ze względu na strukturę	wskaźnik równości wynagrodzeń (GPGR)*
wyższa kadra zarządzająca	3,3%
średnia kadra zarządzająca	12,8%
pozostali pracownicy	7,6%
Wszyscy pracownicy	8,7%

* sposób wyliczenia:

Średni wynik u CR TC płci z większym wynikiem – przeciętna wartość stosunku wynagrodzenia całkowitego miesięcznego (zasadnicze oraz zmienne) wśród płci z większym wynikiem do mediany rynkowej na danym stanowisku (proporcjonalnej do wymiaru etatu)

Średni wynik u CR TC płci z mniejszym wynikiem – przeciętna wartość stosunku wynagrodzenia całkowitego miesięcznego (zasadnicze oraz zmienne) wśród płci z mniejszym wynikiem do mediany rynkowej na danym stanowisku (proporcjonalnej do wymiaru etatu)

Gender Pay Gap Ratio (GPGR) – sposób wyliczania

GPGR

=

Średni wynik u CR TC płci z większym wynikiem – średni wynik CR TC płci z mniejszym wynikiem

średni wynik CR TC płci z większym wynikiem

GRI 2-21

Stosunek rocznego całkowitego wynagrodzenia najlepiej zarabiającego pracownika do mediany rocznego wynagrodzenia wszystkich pozostałych pracowników organizacji:

37,28

Stosunek wzrostu całkowitego rocznego wynagrodzenia najlepiej zarabiającego pracownika do mediany procentowego wzrostu rocznego całkowitego wynagrodzenia wszystkich pozostałych pracowników:

0

Proces ustalania wynagrodzeń

GRI 2-19, 2-20

W Grupie Wirtualna Polska dbamy o stabilność kadry zarządzającej. Przyjęliśmy w tym zakresie przejrzyste, sprawiedliwe, spójne i niedyskryminujące zasady wynagradzania, przejawiające się m.in. równością płac kobiet i mężczyzn.

Dbamy o to, by programy motywacyjne były tak skonstruowane, aby m.in. uzależniały poziom wynagrodzenia członków zarządu spółki i jej kluczowych menadżerów od rzeczywistej, długoterminowej sytuacji spółki. Dotyczy to zarówno wyników finansowych, jak i niefinansowych oraz długoterminowego wzrostu wartości dla akcjonariuszy i zrównoważonego rozwoju, a także stabilności funkcjonowania spółki.

Dążymy do zapewnienia jak największej transparentności naszych działań w obszarze polityki wynagrodzeń, należytej jakości komunikacji z inwestorami oraz ochrony praw akcjonariuszy, także w kwestiach nieregulowanych przez prawo. W związku z tym planujemy wdrożyć dalsze niezbędne działania w celu najpełniejszego przestrzegania zasad zawartych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”.

W Grupie Wirtualna Polska obowiązuje „Polityka wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie”. Ponadto razem z raportem rocznym publikujemy oświadczenie o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego w danym roku. W dokumencie tym znajduje się rozdział na temat kształtowania polityki wynagrodzeń.

Wynagradzanie członków zarządu

Członkowie Zarządu Wirtualna Polska Holding S.A. otrzymują stałe wynagrodzenie, wypłacane miesięcznie w wysokości ustalonej w uchwale Rady Nadzorczej, na podstawie powołania. Weryfikacja tego wynagrodzenia jest dokonywana przez Radę Nadzorczą, nie częściej niż raz w roku. Ewentualna decyzja o zmianie wynagrodzenia stałego jest podejmowana z uwzględnieniem czynników rynkowych, na podstawie danych płacowych oraz po dokonaniu indywidualnej oceny Członka Zarządu. Członkowie Zarządu mogą być uprawnieni do otrzymania wynagrodzenia zmiennego w postaci premii za realizację celów premiowych. Warto podkreślić, że wynagrodzenia członków zarządu są w części uzależnione od celów związanych ze zrównoważonym rozwojem – od 2 półrocza 2021 roku było to co najmniej 5%.

Rada Nadzorcza, wyznaczając cele, od których realizacji uzależnione jest przyznanie Członkom Zarządu wynagrodzenia zmiennego, kieruje się przede wszystkim strategią biznesową oraz długoterminowym interesem i stabilnością spółki. W żadnym wypadku cele wyznaczone do realizacji poszczególnym Członkom Zarządu nie mogą być sprzeczne z krótko- i długoterminowym interesem spółki.

Wynagrodzenie członków Rady Nadzorczej

Członkom Rady Nadzorczej z tytułu sprawowania funkcji w organie nadzorczym może zostać przyznane wyłącznie wynagrodzenie stałe zgodnie z poniższymi zasadami:

- wynagrodzenie wypłacane miesięcznie w stałej kwocie z tytułu wykonywania zadań nadzorczych w Spółce;
- wysokość wynagrodzenia stałego, o którym mowa powyżej, jest ustalana w drodze uchwały Walnego Zgromadzenia.

Wybrany Członkiem Rady Nadzorczej, pełniącym funkcje Przewodniczącego lub Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej, członków powołanych w ramach Rady Nadzorczej komitetów i komisji, może zostać przyznane, w drodze uchwały Walnego Zgromadzenia, dodatkowe wynagrodzenie – z zastrzeżeniem, iż wynagrodzenie to nie może mieć charakteru zmiennego uzależnionego od wyników, w tym wyników finansowych spółki.

Świadczenia emerytalne

Grupa Wirtualna Polska oferuje pracownikom Pracowniczy Program Kapitałowy. Do programu mogą się zapisać wszyscy pracownicy mający umowę o pracę, bez względu na stanowisko, jakie zajmują.

Różnorodność i równość szans

GRI 3-3 (405), 3-3 (406)

Różnorodność i równość szans to dla nas i dla naszych interesariuszy jedno z kluczowych wartości, a nasze podejście do nich regulują przyjęta Polityka Różnorodności oraz Strategia Zrównoważonego Rozwoju. W różnorodności naszych pracowników dostrzegamy dużą wartość, wiemy, że wpływa ona pozytywnie na całą organizację, na efektywność pracy oraz na prowadzony przez nas biznes.

Warto też podkreślić, że zwiększanie różnorodności płci wśród wyższej kadry menadżerskiej Grupy Wirtualna Polska jest jednym z trzech kryteriów w naszej umowie kredytowej z konsorcjum banków (sustainability linked loan). Jest to więc wskaźnik regularnie przez nas monitorowany i audytowany.

Jesteśmy też sygnatariuszem Karty Różnorodności, międzynarodowej inicjatywy pod patronatem Komisji Europejskiej, która zrzesza firmy oraz organizacje sprzeciwiające się dyskryminacji w miejscu pracy, tworzące i promujące różnorodne środowiska. Należymy także do UN Global Compact, największej światowej inicjatywy skupiającej organizacje, którym zależy na rozwoju zrównoważonego biznesu. Ponadto, od początku jego działalności w Polsce, uczestniczymy w pracach 30% Club Poland, organizacji, której celem jest zwiększenie liczby kobiet w zarządach i radach nadzorczych spółek.

Budujemy środowisko pracy gwarantujące równość i różnorodność

- Wdrożyliśmy Politykę Różnorodności.
- Podjęliśmy działania mające na celu zwiększenie udziału procentowego kobiet na stanowiskach zarządczych.
- Podjęliśmy działania na rzecz zatrudniania osób z niepełnosprawnościami.
- Zapewniliśmy równouprawnienie w zakresie dostępu do awansu, rozwoju itd.
- Dążymy do pełnej równości wynagrodzeń.
- Wprowadziliśmy działania antymobbingowe.
- Ogłosiliśmy listopad miesiącem różnorodności, w trakcie którego prowadziliśmy działania dydaktyczne podnoszące poziom wiedzy na ten temat.

Za realizację Polityki Różnorodności w Grupie Wirtualna Polska odpowiedzialni są członkowie Zespołu Zarządzającego, nadzorujący obszary ładu korporacyjnego i HR. Z kolei monitoringu jej realizacji i oceny wykonania celów dokonuje Komitet ds. ESG Rady Nadzorczej Spółki.

Równość i różnorodność w rekrutacji

Wspieramy rekrutację i szkolenia osób w różnych grupach wiekowych. W procesach rekrutacyjnych stosujemy zasadę równych szans, bez względu na wiek czy płeć. Dbamy o rozwój talentów i przekazywanie doświadczenia poprzez realizowane programy mentoringowe. Zatrudniamy osoby o różnym poziomie i kierunku wykształcenia. Różnorodność obszarów specjalizacyjnych i procesów biznesowych realizowanych w Grupie Wirtualna Polska, daje atrakcyjne możliwości budowania kariery absolwentom zarówno kierunków humanistycznych, biznesowych, jak i ścisłych oraz inżynierskich, utożsamianych z branżą internetową.

Zróżnicowana kadra zarządzająca

Dbamy o zróżnicowanie kadry zarządzającej. Przy wyborze członków rad nadzorczych, członków zarządu i dyrektorów oraz kluczowych menadżerów decydujące znaczenie mają wysokie kwalifikacje, doświadczenie zawodowe oraz przygotowanie merytoryczne do zakresu obowiązków. Szczegółowe cele w obszarze różnorodności zespołów zarządzających zawarte zostały w strategii ESG. Doceniamy odmienne spojrzenie i wiemy, że różnorodność w kadrze zarządzającej prowadzi do lepszych wyników we wszystkich dziedzinach działalności.

GRI

405-1

Odsetek pracowników należących do organów zarządczych

Zarząd	Kobiety	Mężczyźni	Razem
od 30 do 50 lat	0%	75%	75%
powyżej 50 lat	25%	0%	25%
Razem	25%	75%	100%

Odsetek pracowników należących do poniższych kategorii*

wyższa kadra zarządzająca	Kobiety	Mężczyźni	Razem
od 30 do 50 lat	0%	75%	75%
powyżej 50 lat	25%	0%	25%
Razem	25%	75%	100%

średnia kadra zarządzająca	Kobiety	Mężczyźni	Razem
poniżej 30 lat	6%	3%	8%
od 30 do 50 lat	19%	67%	86%
powyżej 50 lat	6%	0%	6%
Razem	31%	69%	100%

Rada Nadzorcza	Kobiety	Mężczyźni	Razem
od 30 do 50 lat	14%	0%	14%
powyżej 50 lat	14%	71%	86%
Razem	29%	71%	100%

pozostali pracownicy	Kobiety	Mężczyźni	Razem
poniżej 30 lat	19%	18%	37%
od 30 do 50 lat	30%	31%	60%
powyżej 50 lat	1%	1%	3%
Razem	50%	50%	100%

* Informacje uwzględniają pracowników i współpracowników (w tej drugiej grupie z wyjątkiem 56 osób współpracujących, co do których nie mamy informacji o ich wieku.)

Działania w obszarze zwiększenia obecności kobiet w organach nadzorczych i zarządzie

- Przystąpiliśmy do 30% Club Poland, organizacji działającej na rzecz zwiększenia reprezentacji kobiet w zarządach i radach nadzorczych spółek giełdowych.
- Dołączyliśmy do Programu Women Empowerment oraz „Cyklu kariery” Kulczyk Foundation.
- Wdrożyliśmy wskaźniki pomiaru ESG w HR Dashboard i kwartalnie aktualizujemy wskaźnik różnorodności w organach nadzorczych.
- Zwiększyliśmy udział kobiet na kluczowych i menadżerskich stanowiskach w Grupie.

GRI 406-1

W 2022 roku nie odnotowaliśmy żadnych zgłoszonych przypadków dyskryminacji.

Prywatność danych

GRI 3-3 (418)

Grupa Wirtualna Polska dokłada wszelkich starań, żeby zapewnić wysoki poziom bezpieczeństwa i ochrony danych osobowych klientów, użytkowników i pracowników. Działamy zgodnie z prawem obowiązującym w Polsce i w Unii Europejskiej. Według Grupy nie występuje obecnie negatywny wpływ w tym aspekcie, a żądania użytkowników i klientów są skutecznie realizowane przez organizację.

Rodzaj przetwarzanych danych

Przetwarzamy dane osobowe naszych użytkowników i klientów, którzy udostępniają je m.in. podczas korzy-

stania z usług, witryn czy aplikacji WP lub też zaufanych partnerów. Przetwarzamy również dane, które użytkownicy pozostawiają w ramach poruszania się po usługach oferowanych przez naszą Grupę (m.in. tzw. pliki cookies) dane o odwiedzanych witrynach, aplikacjach i interesujących treściach (w tym reklamowych), wyszukiwania, kliknięcia, sposób, w jaki użytkownicy korzystają z usług, a także dane z witryn klientów i zaufanych partnerów (w tym historie zakupów, w szczególności dokonywanych po kliknięciu w reklamy dostarczane



w środowisku naszych usług). Przetwarzanie danych zawsze odbywa się na podstawie zgody osoby, której dane dotyczą lub w oparciu o inną podstawę prawną wynikającą z obowiązujących przepisów..

Dodatkowo naszym użytkownikom i klientom udostępniliśmy wygodne w użyciu kanały do sprawnego korzystania z przysługujących im praw, takich jak:

- prawo dostępu do danych (w tym uzyskania kopii danych);
- prawo żądania sprostowania danych;
- prawo do usunięcia danych;
- prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych;
- prawo do ograniczenia przetwarzania danych.

Środki bezpieczeństwa

W celu zachowania bezpieczeństwa prywatności klientów i użytkowników oraz zapewnienia zgodności z przepisami i regulacjami prawa wdrożyliśmy efektywne mechanizmy uwzględniające środki bezpieczeństwa o charakterze organizacyjnym, prawnym oraz technicznym. Są one stale aktualizowane.

W tym obszarze bazujemy m.in. na standardach ISO/IEC z rodziny norm ISO 27000 – serii komplementarnych standardów bezpieczeństwa informacji. Wdrażamy środki w zakresie zarządzania aktywami, kontroli dostępu, kryptografii, bezpieczeństwa fizycznego i środowiskowego, bezpiecznej eksploatacji, bezpieczeństwa komunikacji, pozyskania, utrzymania i rozwoju systemów, zapewnienia ciągłości działania oraz zarządzania incydentami bezpieczeństwa.

Polityki

W Grupie Wirtualna Polska obowiązuje Polityka Ochrony Danych Osobowych, która reguluje m.in. takie obszary jak:

- zasady i obowiązki związane z przetwarzaniem danych osobowych;
- zarządzanie przetwarzaniem danych osobowych oraz ich bezpieczeństwem;
- realizacja praw osób, których dane dotyczą;
- dobór środków technicznych i organizacyjnych dotyczących przetwarzania i zabezpieczania danych osobowych;
- szacowanie ryzyka naruszenia praw i wolności osób, których dane dotyczą.

Ponadto posiadamy Politykę Prywatności, kierowaną do klientów oraz użytkowników usług WP, informującą m.in. o zasadach, celach, zakresach przetwarzania danych osobowych, ale także wskazującą sposób, w jaki należy korzystać z przysługujących praw.

W celu zapobiegania potencjalnym negatywnym skutkom działań z obszaru prywatności klientów utworzyliśmy Dział Bezpieczeństwa i Ochrony Danych Osobowych oraz Zespół Security Operations Center. W organizacji wyznaczeni są również Inspektor Ochrony Danych Osobowych oraz Zastępca Inspektora Ochrony Danych. Wraz z powyższym działem zapewniają oni:

- zgodność z przepisami i regulacjami prawa w zakresie dotyczącym prywatności;
- monitoring zastosowanych środków bezpieczeństwa;

- bieżącą obsługę żądań klientów w zakresie ich prywatności oraz ewentualnych incydentów bezpieczeństwa;
- działania uświadamiające wśród pracowników odpowiedzialnych za przetwarzanie danych osobowych klientów.

Obsługa ewentualnych incydentów czy też informacji dotyczących kwestii prywatności pochodzących od klientów odbywa się w ramach współpracy DBiODO, zespołu SOC, ewentualnie jednostek dedykowanych, jak np. UODO czy CERT Polska.

Skuteczność działań

GRI 418-1

Skuteczność działań Grupy Wirtualna Polska w obszarze ochrony prywatności oceniana jest na podstawie przeznaczonych do tego narzędzi wewnętrznych, za których pomocą rejestrujemy działania podejmowane na rzecz prywatności klientów. Zarówno działania o charakterze planowym, jak i incydentalne ujmowane są w kryteriach stopnia ich realizacji. Poza wskazanym miernikiem istotna jest także liczba skarg klientów, która utrzymuje się na minimalnym poziomie.

O skuteczności podejmowanych przez nas działań świadczyć może również brak spraw administracyjnych zakończonych karami oraz brak orzeczeń sądowych przeciwko organizacji w zakresie prywatności klientów.

Ponadto Grupa Wirtualna Polska z powodzeniem zakończyła audyt przeprowadzony przez Urząd Ochrony Danych Osobowych, w ramach którego organ nadzorczy przeprowadził działania weryfikujące systemy naszych zabezpieczeń w kontekście prywatności użytkowników w usługach poczty elektronicznej. Kontrola wykazała że Grupa Wirtualna Polska ma wystarczające mechanizmy chroniące systemy i użytkowników przed potencjalnymi zagrożeniami.

Wpływ na interesariuszy

W aspekcie bezpieczeństwa danych naszymi głównymi interesariuszami są użytkownicy (klienci) oraz regulatorzy. Regularnie komunikujemy się z naszymi użytkownikami.

Dodatkowo polityka prywatności Grupy jest powszechnie dostępna. Użytkownicy mogą ją znaleźć na stronie <https://pomoc.wp.pl/polityka-prywatnosci>.

Jednocześnie prowadzimy dialog z regulatorami, zarówno krajowymi, jak i Unii Europejskiej, i dostosowujemy naszą politykę prywatności danych do wszystkich zmian legislacyjnych.

Zaangażowanie społeczne

Tworzymy kulturę firmy ukierunkowaną na współpracę. Mamy świadomość, że nowoczesna organizacja nie tylko dba o satysfakcjonujące wyniki biznesowe, ale również szanuje i wspiera inicjatywy społeczne, lokalne, akcje ważne dla interesariuszy i pracowników. Wciąż rosnąca liczba naszych użytkowników motywuje nas do coraz większej liczby akcji w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu. Są one bardzo istotne również dla naszych pracowników.

Projekty, w które się angażujemy, wpisują się w cele naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju.

Akcje społeczne

Las na Zawsze

W 2022 roku objęliśmy ochroną 1,5 ha zagrożonego wycinką dojrzałego lasu w Bochothnicy w województwie lubelskim. Celem tego działania była ochrona bioróżnorodności, zapewnienie schronienia dla dziesiątek organizmów zamieszkujących las oraz akumulacja CO₂, który już został zgromadzony w leśnych tkankach, a który w przypadku wycinki wróciłby do atmosfery. Razem z fundacją „Las na Zawsze” zabezpieczyliśmy prawnie przyszłość lasu, tak aby mógł on rosnąć, zgodnie z nazwą, na zawsze. Podczas inauguracji akcji 40 pracowników Grupy wzięło udział w zajęciach i prelekcjach edukacyjnych na temat wpływu lasów na środowisko oraz ludzi i ich zdrowie.

To już drugi krok w kierunku ochrony lasów. Pierwszy Las na Zawsze Grupy Wirtualna Polska powstał w październiku 2021 roku. Wtedy pracownicy Grupy Wirtualna Polska oraz wolontariusze fundacji „Las na Zawsze” posadzili 1 ha lasu w miejscowości Olędy na Mazowszu.



WspieraMY z WP

„WspieraMY z WP” to wewnętrzny projekt mający na celu wspieranie pracowniczych inicjatyw charytatywnych i społecznych. Nasi pracownicy zgłaszają projekty w wybranych kategoriach, dokładnie opisując cel, na jaki potrzebują środków oraz plan rozdyponowania budżetu. Projekty, które dostaną dofinansowanie, wybierane są przez Radę Programową dwa razy w roku. W 2022 roku było to w czerwcu oraz listopadzie.

Kategorie projektów:

- **internet** – walka z wykluczeniem cyfrowym i bezpieczeństwo danych
- **ekologia** – ochrona bioróżnorodności
- **społeczeństwo** – pomoc w obszarze działania dla domów dziecka, domów samotnej matki, pomoc i opieka nad seniorami wsparcie dla ośrodków pomocy społecznej itp.



Podczas pierwszej edycji akcji w 2022 roku dofinansowanie otrzymały dwie inicjatywy:

- **Pomoc dla Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Żalutyniu**

Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Żalutyniu zajmuje się edukacją, wychowaniem oraz rehabilitacją dzieci i młodzieży niepełnosprawnej intelektualnie. Grupa Wirtualna Polska przeznaczyła na pomoc tej instytucji 39 tys. zł.

- **Pomoc dla Fundacji Ostatnia Przystań**

Fundacja opiekuje się starszymi psami pochodzącymi ze schronisk. Przeznaczaliśmy 11 tys. zł na budowę wiaty dla czworonogów. Dodatkowo w ramach zbiórki w biurze w Gdańsku i biurze Wakacje.pl S.A. zebraliśmy blisko 2 tys. zł na zakup karm i środków pielęgnacji dla zwierząt.

W drugiej edycji dofinansowanie otrzymały 3 inicjatywy:

- **Zakup sprzętu do Hospicjum Proroka Eliasza w Michałowie**

Hospicjum Eliasza to jedyne wiejskie hospicjum stacjonarne na Podlasiu. Wirtualna Polska przeznaczyła 19,5 tys. zł na zakup sprzętu niezbędnego do funkcjonowania ośrodka (koncentratory tlenu, pompy infuzyjne i inne).

- **Pomoc dla Domu Dziecka Nr 1 „Nasz Dom” im. Maryny Falskiej**

W Domu Dziecka Nr 1 „Nasz Dom” zamieszkuje 20 wychowanków. Wirtualna Polska przeznaczyła 17,5 tys. zł na zakup rolet okiennych i zmywarek.

- **Odnowienie sali rekreacyjnej oraz zakup sprzętu komputerowego do Środowiskowego Domu Samopomocy w Sochaczewie**

Środowiskowy Dom Samopomocy jest placówką wsparcia dziennego dla osób przewlekle chorych psychicznie i osób niepełnosprawnych intelektualnie. Wirtualna Polska przeznaczyła 13 tys. zł na odmalowanie sali rekreacyjnej oraz wyposażenie placówki w połączenie z internetem i sprzęt komputerowy.

Serwery dla szkoły

Podczas zakończenia roku szkolnego 2021/2022 podpisaliśmy umowę patronacką z Zespołem Szkół Elektronicznych i Telekomunikacyjnych w Olsztynie. W ramach tego patronatu przekazaliśmy darowiznę w postaci szafy z serwerami i sprzętem potrzebnym do zbudowania sieci Wi-Fi w szkolnej bursie.

Sprzęt ten służy do prowadzenia zajęć dydaktycznych z informatyki i telekomunikacji, rozwoju umiejętności uczniów w zakresie systemów operacyjnych, usług, oprogramowania, tworzenia stron internetowych i nauki programowania. W ramach tej współpracy będziemy także mieli wpływ na stworzenie programu dydaktycznego i zagwarantowanie najlepszemu uczniom uczestnictwa w swoim programie stażowym.

Samochód dla domu dziecka

We współpracy z Volkswagen Polska w maju 2022 roku pozyskaliśmy nowe, bezpieczne auto, które przekazaliśmy dzieciom z domu dziecka w Żyznowie na Podkarpaciu.

Działania edukacyjne

• Tydzień bezpiecznego internetu

Z okazji Światowego Dnia Internetu, obchodzonego 8 lutego, użytkownicy WP Pilot uzyskali darmowy dostęp do animowanych materiałów edukacyjnych produkcji Da Vinci. Oferta programowa zapewnia młodym widzom bezpieczne i pozytywne środowisko, wolne od nieodpowiednich treści. Porusza tematy z zakresu nauki, technologii, inżynierii, sztuki i matematyki oraz rozwoju emocjonalnego. Misją firmy jest pomoc rodzicom w wychowywaniu dzieci.

Abonenci Pilota WP mogli dłużej korzystać z materiałów edukacyjnych – kanał Da Vinci był dostępny bezpłatnie przez miesiąc także dla użytkowników wszystkich pakietów Premium: Starter PLUS, Podstawowy i MAXI. Ponadto na profilu Pilota WP na Facebooku odbył się konkurs na temat bezpiecznego korzystania z sieci.

• Webinary o fake newsach

W ostatnich latach zjawisko dezinformacji przybrało na sile. Wydawcy zdają sobie sprawę, że walka z szybko rozpowszechniającą się dezinformacją jest trudna. Według danych Instytutu Badań Internetu i Mediów Społecznościowych 3 marca 2022 roku odnotowano wzrost incydentów dezinformacyjnych o 20 tys. proc. Tylko w ciągu 24 godzin pojawiło się wówczas 120 tys. wpisów dezinformujących na temat wojny w Ukrainie. Wiele z tych incydentów wydarzyło się w mediach społecznościowych. W kwietniu 2022 roku zorganizowaliśmy WP Digital Day. Jego uczestnicy poznali fakty dotyczące dezinformacji, dowiedzieli się, jak mogą się przed nią chronić i jak weryfikować źródła informacji w internecie.

• Kobiecte Perspektywy

Kobiecte Perspektywy to wewnętrzna inicjatywa kobiet pracujących w spółkach WP Holding. Spotkania w jej ramach odbywają się średnio co 2 miesiące, w formie hybrydowej – można dołączyć na żywo lub obejrzeć transmisję bądź nagranie. Misją projektu jest wzajemne inspirowanie i wsparcie w budowaniu wiary, że kobiety są gotowe sięgać po więcej.

Inicjatywa została zapoczątkowana oddolnie przez kobiety z holdingu WP, które postanowiły połączyć siły w tym szczególnym projekcie. Wspólnie stworzyły przestrzeń do wymiany doświadczeń, wzajemnej motywacji i poznawania wyjątkowych gości.



• Zielona Szafa WP

W związku z zainteresowaniem tematyką zmian klimatu i problemem konsumpcjonizmu ogłosiliśmy wewnętrzny projekt „Zielona Szafa WP”, który edukował pracowników na temat branży odzieżowej, problemie tzw. fast fashion i ultra-fast fashion. To kontynuacja strategicznego projektu WP Naturalnie, który spółka realizuje od 2020 roku. W licznych webinarach, materiałach wideo, konkursach, warsztatach i spotkaniach z influencerami doradzaliśmy, na co zwracać uwagę podczas kupowania ubrań, jak wydłużyć ich cykl życia. Projekt realizowaliśmy we współpracy z ekspertami branży modowej. Cykl objął też współpracę m.in. z organizacją „Ubrania do Oddania”, która daje drugie życie niechcianym ubraniom – we wszystkich biurach Wirtualnej Polski odbywała się zbiórka ubrań i butów dla osób potrzebujących. Współdziałaliśmy także z warszawską pracownią zajmującą się personalizacją oraz renowacją obuwia – Sneaker Boyz.

Inicjatywy na rzecz Ukrainy

• VPolshchi

W 72 godziny po ataku Rosji na Ukrainę przygotowaliśmy serwis informacyjny przeznaczony dla społeczności ukraińskiej. VPolshchi.pl, czyli „w Polsce”, w języku ukraińskim publikuje najważniejsze, wiarygodne informacje dotyczące inwazji Rosji na Ukrainę oraz wydarzeń w Polsce i na świecie.

VPolshchi.pl zamieszcza informacje o możliwości uzyskania pomocy, o jej rodzajach i instytucjach, do których mogą się kierować uchodźcy z Ukrainy. W serwisie znajdują się również praktyczne wskazówki dla tych, którzy pozostają na miejscu, w warunkach wojennych, w tym ostrzeżenia przed konkretnymi zagrożeniami.

• Fundusz Obywatelski im. Henryka Wujca – zbiórka pieniężna

Po wybuchu agresji rosyjskiej na Ukrainę niezwłocznie nawiązaliśmy współpracę z Funduszem Obywatelskim im. Henryka Wujca. Wspólnie uruchomiliśmy Fundusz Wsparcia Uchodźców z Ukrainy w Polsce. Wirtualna Polska objęła zbiórkę patronatem i w całości udostępniła największe kanały komunikacji mailingowej. Łącznie udało się zebrać ponad 180 tys. zł. Zebrane pieniądze przekazano na wsparcie inicjatyw organizacji społecznych i grup nieformalnych z całej Polski oraz wolontariuszom i organizacjom społecznym pomagającym uchodźcom przekroczyć granicę, znaleźć noclegi i transport czy kupić potrzebne leki.

• Ukraińskie stacje w Pilocie WP

Pilot WP udostępnił użytkownikom możliwość darmowego oglądania kanału telewizyjnego Ukraina24. Opcja ta skierowana była głównie do obywateli Ukrainy przebywających w Polsce. Z uwagi na duże zainteresowanie kanałem Ukraina24 Pilot WP dodał do swojej oferty 10 kanałów tematycznych w języku ukraińskim.

• Ukraińska stacja LUX FM w Open FM

26 lutego 2022 roku na platformie Open FM pojawiła się możliwość słuchania ukraińskiej rozgłośni radiowej LUX FM. Jest to ukraińska pozarządowa sieć radiowa, której programy nadawane są w ponad 20 miastach Ukrainy. W Open FM słuchać można programu nadawanego z lwowskiego oddziału rozgłośni, który wyróżnia się tym, że od dawna unikał grania muzyki rosyjskojęzycznej.

• Zbiórki rzeczowe

We wszystkich spółkach Grupy Wirtualna Polska przeprowadzone zostały zbiórki rzeczy dla uchodźców z Ukrainy. Pracownicy dostarczali dary do biur w Warszawie, Gdańsku, Wrocławiu, Lublinie i Chorzowie.

Dary te trafiły na lokalne zbiórki oraz do ośrodków i stowarzyszeń wspierających uchodźców w Polsce i po ukraińskiej stronie granicy. Wsparcie uzyskały również ukraińskie rodziny przyjęte przez Polaków do domów. Dodatkowo Grupa Wirtualna Polska opłaciła mieszkania dla trzech rodzin.

Zespół Operations WP przeprowadził zbiórkę rzeczy dla Kijowa i Czernichowa, które wtedy były odcięte od świata i otoczone przez wojsko rosyjskie. W kartonach znalazły się śpiwory, saperki, latarki czołówki, leki, antybiotyki, jedzenie dla niemowląt, artykuły higieniczne dla kobiet i środki czystości.

• Zakup nagrzewnic olejowych i noktowizorów

W grudniu 2022 roku kupiliśmy i przekazaliśmy Ukraińskim Siłom Zbrojnym 63 nagrzewnice olejowe o dużej mocy, które trafiły na linię frontu. Służą broniącej się ludności w szpitalach polowych i okopach podczas ciężkich zimowych miesięcy. Ponadto przekazaliśmy kilkanaście tysięcy euro na zakup noktowizorów bezpośrednio dla obrońców Ukrainy. W ciągu 24 godzin kupione w Berlinie noktowizory zostały dostarczone za wschodnią granicę.



• 05

Taksonomia



Grupa Wirtualna Polska po raz drugi ujawnia w niniejszym raporcie informacje dotyczące zgodności z tzw. unijną Taksonomią działalności zrównoważonej środowiskowo. Obowiązki z tym związane zostały wprowadzone Rozporządzeniem Parlamentu i Rady (UE) 2020/852 z 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje. Wspomniane Rozporządzenie, w skrócie nazywane Taksonomią UE (systematyką), transponuje cele klimatyczne i środowiskowe Unii Europejskiej na techniczne kryteria służące ocenie czy dana działalność może być uznana jako zrównoważona w odniesieniu do 6 celów środowiskowych:

1. Łagodzenie zmian klimatu
2. Adaptacja do zmian klimatu
3. Zrównoważone wykorzystanie i ochrona zasobów wodnych i morskich
4. Przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym
5. Zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola
6. Ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów

Taksonomia jest zatem systemem klasyfikacji pozwalającym na zbadanie i ujawnienie, w jakim stopniu prowadzona przez Grupę działalność jest zrównoważona środowiskowo.

Wszelkiego rodzaju działalność prowadzona przez Grupę może być przypisana do jednej z trzech kategorii:

- Działalność kwalifikująca się do systematyki, dla której stwierdzono, że spełnione są Techniczne Kryteria Kwalifikacji i Minimalne Gwarancje – jest to działalność zrównoważona środowiskowo
- Działalność kwalifikująca się do systematyki, dla której nie przeprowadzono badania Technicznych Kryteriów Kwalifikacji lub stwierdzono, że przynajmniej jedno z kryteriów nie jest spełnione, lub nie spełnione zostały Minimalne Gwarancje – jest to działalność kwalifikująca się do systematyki, ale nie-zrównoważona środowiskowo
- Działalność niekwalifikująca się do systematyki, dla której nie istnieją Techniczne Kryteria Kwalifikacji (do kategorii tej należą m.in. te rodzaje działalności, dla których kryteria powstaną w przyszłości i wówczas działalność ta będzie kwalifikowała się do Taksonomii)

Techniczne Kryteria Kwalifikacji (TKK) to szczegółowe kryteria pozwalające na jednoznaczne stwierdzenie, czy dana działalność wnosi istotny wkład w jeden z celów środowiskowych i nie wyrządza poważnych szkód pozostałym celom środowiskowym. TKK są zawarte w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2139*, rozszerzonego Rozporządzeniem Delegowanym Komisji (UE) 2022/1214**. Według stanu na dzień zatwierdzenia

raportu do publikacji ww. rozporządzenia zawierają kryteria istotnego wkładu w dwa cele środowiskowe (łagodzenie zmian klimatu i adaptacja do zmian klimatu) oraz kryteria niewyrządzania poważnych szkód pozostałym celom. Planowane jest wydanie przez Komisję Europejską rozporządzenia delegowanego zawierającego kryteria wnoszenia istotnego wkładu w realizację pozostałych czterech celów środowiskowych. Projekt kryteriów tych został przedstawiony przez Platformę ds. Zrównoważonego Finansowania (w marcu i listopadzie 2022 r.), jednak z uwagi na fakt, iż kryteria są w fazie projektu, niniejszy raport nie odnosi się do nich.

Minimalne Gwarancje (MG), określone w art. 18 Rozporządzenia 2020/852 są procedurami stosowanymi w celu zapewnienia przestrzegania Wytycznych ONZ dotyczących Biznesu i Praw Człowieka i Wytycznych OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych.

* Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych

** Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/1214 z dnia 9 marca 2022 r. zmieniające rozporządzenie delegowane (UE) 2021/2139 w odniesieniu do działalności gospodarczej w niektórych sektorach energetycznych oraz rozporządzenie delegowane (UE) 2021/2178 w odniesieniu do publicznego ujawniania szczególnych informacji w odniesieniu do tych rodzajów działalności gospodarczej

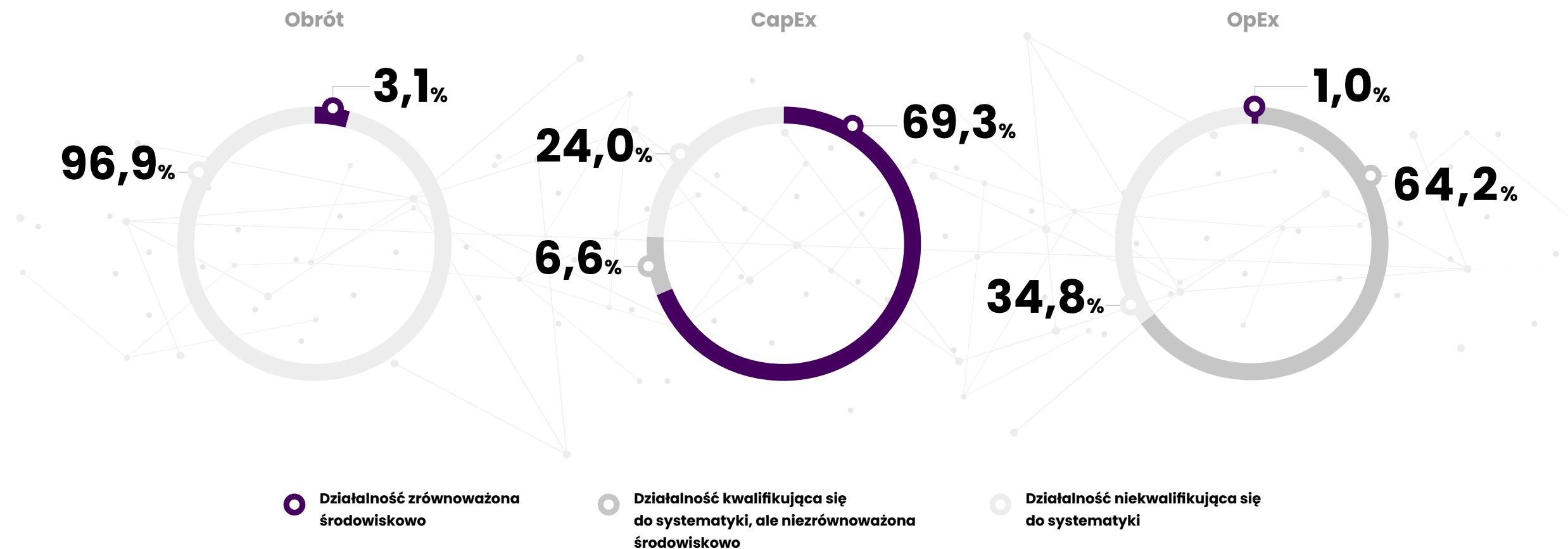
Każde przedsiębiorstwo podlegające obowiązkowi wynikającemu z Rozporządzenia 2020/852 jest zobowiązane na podstawie art. 8 Rozporządzenia do ujawnienia trzech wskaźników:

- Udział procentowy obrotu pochodzący z produktów lub usług związanych działalnością zrównoważoną środowiskowo
- Udział procentowy nakładów inwestycyjnych (CapEx) odpowiadający aktywom lub procesom związanym z działalnością zrównoważoną środowiskowo
- Udział procentowy wydatków operacyjnych (OpEx) odpowiadający aktywom lub procesom związanym z działalnością zrównoważoną środowiskowo

Szczegółowe wymagania dotyczące kalkulacji i ujawniania ww. wskaźników zostały określone w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178^{***}, tzw. akcie delegowanym do art. 8.

Zgodność prowadzonej przez Grupę Wirtualna Polska Holding działalności z systematyką

W wyniku przeprowadzonych analiz ustalono następujący odsetek obrotu, nakładów inwestycyjnych (CapEx) i wydatków operacyjnych (OpEx) zgodnych z systematyką.



^{***} Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych

Badanie zgodności prowadzonej przez Grupę działalności z systematyką wykazało, że:

- Z działalności zrównoważonej Grupy w 2022 roku pochodziło: 3,08% obrotu, 69,35% nakładów inwestycyjnych oraz 1,05% wydatków operacyjnych.
- Z działalności kwalifikującej się, ale niezgodnej z systematyką (niezrównoważonej środowiskowo) w 2022 roku pochodziło: 0,00% obrotu, 6,61% nakładów inwestycyjnych oraz 64,17% wydatków operacyjnych Grupy.
- Z działalności nie kwalifikującej się do systematyki w 2022 roku pochodziło: 96,92% obrotu, 24,04% nakładów inwestycyjnych oraz 34,78% wydatków operacyjnych Grupy.

Proces badania zgodności z systematyką, zastosowane zasady rachunkowości oraz szczegółowe omówienie trzech wskaźników wyników wraz z tabelami sporządzonymi zgodnie z tzw. aktem delegowanym do art. 8, czyli Rozporządzeniem Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 został szczegółowo opisany w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Spółki i Grupy Wirtualna Polska Holding za rok 2022.

	Obrót	CapEx	OpEx
Wartość w 2022 roku [mln zł]	1077,7	122,1	20,2
działalność zrównowazona (zgodna z systematyką)	3,1%	69,3%	1,0%
działalność niezrównowazona (kwalifikująca się do systematyki, ale niezgodna z nią)	0,0%	6,6%	64,2%
działalność neutralna (niekwalifikująca się do systematyki)	96,9%	24,0%	34,8%

**** Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych





• **06**

O raporcie



Dialog z interesariuszami

GRI 2-29

Grupa Wirtualna Polska zdefiniowała pięć grup interesariuszy zewnętrznych. Sposób ich angażowania wygląda następująco:

1. Inwestorzy

Spółka pozostaje w stałym kontakcie z akcjonariuszami i inwestorami oraz publikuje wyniki finansowe w cyklu rocznym i kwartalnym. Oprócz publikacji komunikatów i raportów organizujemy cykliczne spotkania bezpośrednie i konferencje. Funkcjonuje też specjalnie przygotowana strona WWW.

2. Partnerzy biznesowi i dostawcy

Sposób angażowania tej grupy interesariuszy to głównie spotkania biznesowe oraz udział w konferencjach i partnerstwo medialne z organizacjami.

3. Społeczeństwo

Zaliczamy tu przede wszystkim użytkowników naszych serwisów, widzów i słuchaczy nadawanych programów. Zarządzanie zaangażowaniem tak szerokiej grupy interesariuszy odbywa się przede wszystkim przez cyklicznie przeprowadzane badania – badanie wizerunkowe Wirtualnej Polski, badanie satysfakcji z oferowanych usług i nowych funkcjonalności serwisów. Działa też Biuro Obsługi Klienta, przez które można zgłaszać swoje opinie i uwagi. Do szerszej dyskusji zapraszamy też, dając możliwość komentowania informacji publikowanych na naszych serwisach.

4. Klienci

Z naszymi klientami pozostajemy w stałym kontakcie, a dodatkowo w ciągu roku prowadzimy badanie satysfakcji klientów Biura Reklamy WP oraz badanie zadowolenia z poziomu usług e-commerce.

5. Instytucje państwowe, regulatorzy i legislatorzy

Z tą grupą interesariuszy pozostajemy w relacji przez udział w konferencjach branżowych i konsultacjach oraz realizując nasze obowiązki informacyjne.

Ponadto szóstą grupą naszych interesariuszy są nasi pracownicy i współpracownicy – czyli interesariusze wewnętrzni, których poziom satysfakcji z pracy staramy się monitorować na bieżąco w ciągu roku.

Do tegorocznego dialogu z interesariuszami zaprosiliśmy przede wszystkim przedstawicieli pierwszej grupy naszych interesariuszy: akcjonariuszy i inwestorów, a także analityków giełdowych z domów maklerskich oraz dziennikarzy ekonomicznych.

Na ankietę dialogową odpowiedziały 23 osoby:

- inwestorzy instytucjonalni (krajowi i zagraniczni) – 12 osób;
- analitycy giełdowi – 7 osób;
- dziennikarze ekonomiczni – 4 osoby.

Dla inwestorów i analityków giełdowych najważniejszy okazał się obszar zarządzania (governance) – w tym ładu korporacyjnego (corporate governance). Natomiast dziennikarze za najistotniejszy uznali obszar środowiskowy. Na podstawie odpowiedzi interesariuszy na pytania z ankiety przeprowadziliśmy analizę istotnych zagadnień wybranych do publikacji w tym raporcie.

Proces określania istotnych zagadnień

GRI 3-1, 3-2

W procesie analizy istotności na końcowe oceny zagadnień ESG z dialogu z interesariuszami nałożyliśmy perspektywę firmy. W ten sposób uzyskano podwójną ocenę zagadnień ESG – zarówno otoczenia, jak i przedstawicieli spółki Wirtualna Polska Holding S.A.

Uzyskane w ten sposób oceny poniżej wartości 4 (przy skali ocen 1–5) zostały uznane za niskie, natomiast oceny większe lub równe 4 (≥ 4) zostały uznane za wysokie. Na podstawie tych ocen zidentyfikowaliśmy tematy istotne. Zagadnienia, które otrzymały dwie oceny wysokie, uznaliśmy za tematy wysokiej istotności. Zagadnienia, które otrzymały jedną ocenę wysoką, a drugą niską, uznaliśmy za tematy średniej istotności. Natomiast zagadnienia, które otrzymały dwie oceny niskie, uznaliśmy za mało istotne.

W ten sposób spośród zagadnień ESG wyłoniliśmy tematy o wysokiej istotności, które zostały opisane w niniejszym raporcie:



Ponadto w raporcie ujęliśmy też kilka tematów, które w procesie analizy istotności uznano za średnio istotne, ale są ważne z perspektywy firmy:



Do poszczególnych tematów przypisaliśmy odpowiednie wskaźniki z GRI Standards 2021, do ujawnienia w tegorocznym raporcie.

Informacje o raporcie

GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5

Niniejszy raport zintegrowany obejmuje dane za 2022 rok ze wszystkich spółek Grupy Wirtualna Polska Holding, które są kontrolowane pośrednio lub bezpośrednio przez Wirtualna Polska Holding S.A.

- Wirtualna Polska Media S.A.
- Totalmoney.pl sp. z o.o.
- Businessclick sp. z o. o.
- Wakacje.pl S.A.
- Nocowanie.pl sp. z o.o.
- Netwizor Sp. z o.o.
- Extradom.pl sp. z o.o.
- Parklot sp. z o.o.
- Superauto24.com sp. z o.o.
- Open FM Sp. z o. o.
- WP Naturalnie Solar 1 sp. z o.o.
- Stacja Służew sp. z o.o.
- Camellia Investments Kft.
- Benchmark Sp. z o.o.
- Grupa Audioteka
- Grupa Szallas
- Mediapop Sp. z o.o.
- Casalan Investments Sp. z o.o.

W danych dotyczących ESG nie zostały uwzględnione:

- spółki stowarzyszone, nad którymi Grupa nie posiada kontroli i które nie są konsolidowane metodą pełną;
- nowo skonsolidowane spółki, dla których Grupa nie miała kompletu wiarygodnych informacji za raportowany rok (Grupa Szallas, Grupa Audioteka).

Raport przedstawiony został do zaopiniowania Zarządowi, Radzie Nadzorczej i Komitetowi ds. ESG przy Radzie Nadzorczej. Komitet ds. ESG zlecił także przeprowadzenie na potrzeby raportu badania istotnych tematów wśród interesariuszy spółki. Członkowie Zarządu brali udział w wyborze istotnych tematów do raportu. W celu zapewnienia wysokiej jakości raportu przygotowaliśmy go zgodnie ze standardami Global Reporting Initiative (GRI Standards 2021). Nie poddaliśmy go weryfikacji zewnętrznej.

Prezentowane w raporcie zagadnienia obejmują dane za okres od 1 stycznia 2022 do 31 grudnia 2022 roku. Grupa Wirtualna Polska raportuje w cyklu rocznym. Poprzedni raport z informacjami niefinansowymi opublikowaliśmy 22 marca 2022 roku, a zawarte w nim dane nie wymagają korekt.



Wszelkie pytania i uwagi do raportu prosimy zgłaszać na adres e-mail: csr@grupawp.pl.



Tabela zgodności z rekomendacjami TCFD

Rekomendacje TCFD	Miejsce w raporcie
ŁAD KORPORACYJNY	
→ Opis nadzoru zarządu i rady nadzorczej nad ryzykami i szansami związanymi ze zmianami klimatu	1.1.2. Zarząd i Rada Nadzorcza
→ Opis roli zarządu i rady nadzorczej w identyfikacji, ocenie i zarządzaniu ryzykami i szansami związanymi ze zmianami klimatu	1.1.2. Zarząd i Rada Nadzorcza
STRATEGIA	
→ Opis ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu, które organizacja zidentyfikowała w krótkim, średnim i długim horyzoncie czasu	2.7 Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem
→ Opis wpływu ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu na działalność biznesową, strategię i finanse organizacji	2.7 Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem
→ Opis odporności strategii organizacji na zmiany klimatu w różnych scenariuszach, w tym w scenariuszu uwzględniającym wzrost średnich temperatur o 2 lub mniej stopni Celsjusza	Brak informacji
ZARZĄDZANIE RYZYKIEM	
→ Opis procesów identyfikacji i oceny ryzyk związanych ze zmianami klimatu	2.7 Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem
→ Opis procesów zarządzania ryzykami związanymi ze zmianami klimatu	2.7 Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem
→ Opis sposobu integracji procesów identyfikacji, oceny i zarządzania ryzyk związanych ze zmianami klimatu w całościowych procesach zarządzania ryzykiem w organizacji	2.7 Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem
WSKAŹNIKI I CELE	
→ Opis wskaźników wykorzystywanych przez organizację do oceny ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu zgodnie ze strategią i procesami zarządzania ryzykiem	2.7 Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem
→ Ujawnienie emisji gazów cieplarnianych w zakresach 1, 2 i, jeśli ma to znaczenie, 3 oraz odpowiadających im ryzyk	3.1 Dążymy do zeroemisyjności
→ Opis celów stosowanych przez organizację do zarządzania ryzykiem i szansami związanymi z klimatem oraz wyników w stosunku do celów.	1.4.2 Strategia i cele ESG 3.1 Dążymy do zeroemisyjności

Indeks wskaźników GRI

Oświadczenie dotyczące standardu raportowania		Spółka Wirtualna Polska Holding sporządziła raport zgodnie ze Standardami GRI za okres od 1.01.2022 do 31.12.2022.			
GRI 1		GRI 1: Foundation 2021			
GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
GRI 2: Ogólne ujawnienia 2021	2-1 Dane na temat organizacji	6			
	2-2 Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	83			
	2-3 Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	83			
	2-4 Korekty informacji	83			
	2-5 Weryfikacja zewnętrzna	83			
	2-6 Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	6-10			
	2-7 Pracownicy	58			
	2-8 Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	59			
	2-9 Struktura i skład organów zarządzających	10-11			
	2-10 Powoływanie i wybór najwyższych organów zarządzających	10-11			
	2-11 Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	10-11			
	2-12 Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	10-11			

GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
	2-13 Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	24			
	2-14 Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	10-11			
	2-15 Konflikty interesów	35			
	2-16 Komunikacja kwestii krytycznych	38	brak informacji o całkowitej liczbie oraz charakterze kwestii krytycznych, które były komunikowane do najwyższych organów zarządzających w czasie okresu raportowego	Confidentiality constraints	Grupa Wirtualna Polska Holding jako lider polskiego internetu zapewnia usługi ważne strategicznie dla milionów osób. Prowadzi to do wzmożonego zainteresowania działalnością Grupy ze strony osób, organizacji, wrogich Państw chcących utrudnić działalność operacyjną Grupy poprzez ataki na infrastrukturę Grupy. Z związku z toczącą się wojną w Ukrainie oraz obowiązywaniem trzeciego stopnia alarmowego CRP (Charlie-CRP) w celu przeciwdziałania zagrożeniom w cyberprzestrzeni Grupa podjęła decyzję o niepodawaniu do publicznej wiadomości wskaźnika liczby przypadków komunikowania kwestii krytycznych.
	2-17 Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	10-11			
	2-18 Ocena działań najwyższych organów zarządzających	10-11			
	2-19 Polityki wynagrodzeń	67			
	2-20 Proces ustalania wynagrodzeń	67	brak informacji o procesie ustalania wynagrodzeń dla pracowników	Information unavailable/incomplete	Trwają prace nad jednolitą polityką wynagrodzeń dla całej Grupy. Planowane jest jej wprowadzenie w perspektywie dwóch lat.
	2-21 Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia	66			

GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
	2-22 Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	3-4			
	2-23 Zobowiązania w ramach polityk	32-33	brak informacji o zobowiązaniach w zakresie poszanowania praw człowieka	Information unavailable/incomplete	Trwają prace nad nowelizacją Kodeksu Etyki – nowa wersja zostanie wprowadzona w perspektywie roku.
	2-24 Realizacja zobowiązań w ramach polityk	32-33			
	2-25 Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	39			
	2-26 Mechanizmy zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	33			
	2-27 Zgodność z prawem i regulacjami	33			
	2-28 Członkostwo w organizacjach	29			
	2-29 Podejście do angażowania interesariuszy	81			
	2-30 Układy zbiorowe	63			
Istotne zagadnienia					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-1 Proces określania istotnych zagadnień	82			
	3-2 Lista istotnych zagadnień	82			
Istotny temat: Ład korporacyjny					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zapobieganie korupcji	35			

GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
Zapobieganie korupcji					
GRI 205: Zapobieganie korupcji 2016	205-2 Komunikacja oraz szkolenia w zakresie polityk i procedur antykorupcyjnych	35			
	205-3 Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	35			
Istotny temat: Etyka biznesu					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zachowania antykonkurencyjne	33-35, 49			
Zachowania antykonkurencyjne					
GRI 206: Zachowania antykonkurencyjne 2016	206-1 Kroki prawne podjęte z powodu naruszeń zasad wolnej konkurencji oraz praktyk monopolistycznych	35			
Podatki					
GRI 207: Podatki 2019	207-2 Zarządzanie tematem podatków, kontrola i zarządzanie ryzykiem	49			
Istotny temat: Zarządzanie energią					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Energia	52			
Energia					
GRI 302: Energia 2016	302-1 Zużycie energii w organizacji	53			
Istotny temat: Emisje gazów cieplarnianych oraz sposoby ich redukowania					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Emisje gazów cieplarnianych oraz sposoby ich redukowania	52			

GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
Emisje					
GRI 305: Emisje 2016	305-1 Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	54			
	305-2 Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	54			
	305-4 Intensywność emisji gazów cieplarnianych	54			
	305-5 Redukcja emisji gazów cieplarnianych	54			
Istotny temat: Edukacja klimatyczna					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Edukacja klimatyczna	55			
Wskaźniki własne					
	Własny I: Edukacja klimatyczna	55			
Istotny temat: Rozwój kapitału ludzkiego					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Rozwój kapitału ludzkiego	57			
Zatrudnienie					
GRI 401: Zatrudnienie 2016	401-1 Nowi pracownicy i rotacja pracowników	60			
	401-2 Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin	61			
	401-3 Urlopy rodzicielskie	61			

GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
Szkolenia i edukacja					
GRI 404. Szkolenia i edukacja 2016	404-1 Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	61			
	404-2 Programy podnoszenia kwalifikacji pracowników i programy wsparcia w okresie przejściowym	62			
Istotny temat: Prawa pracownicze					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Prawa pracownicze	63			
Stosunki pomiędzy pracownikami a kadrą zarządzającą					
GRI 402: Stosunki pomiędzy pracownikami a kadrą zarządzającą 2016	402-1: Minimalne wyprzedzenie, z jakim informuje się o istotnych zmianach operacyjnych	63			
Istotny temat: Różnorodność i równe szanse					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Różnorodność i równe szanse	66			
Różnorodność i równość szans					
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-1 Różnorodność organów zarządzających i pracowników	69			
Zapobieganie dyskryminacji					
GRI 406: Zapobieganie dyskryminacji 2016	406-1 Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	70			

GRI Standard / inne źródło	Wskaźnik	Numer strony	Pominięcie		
			Wymagania	Powód	Wyjaśnienie
Istotny temat: Równa płaca					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Równa płaca	66, 68			
Różnorodność i równość szans					
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-2 Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia całkowitego kobiet do mężczyzn	66			
Istotny temat: Prywatność danych					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Prywatność danych	70-71			
Prywatność klientów					
GRI 418: Prywatność klientów 2016	418-1 Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności i utraty danych klientów	71			
Istotny temat: Cyberbezpieczeństwo					
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Cyberbezpieczeństwo	36			
Wskaźniki własne					
	Własny 2 Cyberbezpieczeństwo	38			
Wskaźniki dodatkowe					
BHP					
GRI 403: BHP 2018	403-3 Służby bezpieczeństwa i higieny pracy	64-65			
	403-9 Urazy związane z pracą	64-65			

