

Raport zintegrowany 2024 ROK



Spis treści

<u>Podsumowanie roku 2024</u>	3	<u>4. S1 – Pracownicy Grupy</u>	41
<u>List CFO Wirtualnej Polski Holding</u>	4	<u>Formy zatrudnienia</u>	43
<u>1. Wirtualna Polska Holding</u>	5	<u>Rozwój i edukacja</u>	46
<u>O Grupie</u>	6	<u>Prawa pracownicze</u>	49
<u>Łańcuch wartości</u>	10	<u>Wynagradzanie członków zarządu</u>	52
<u>Dane finansowe</u>	13	<u>Zaangażowanie społeczne</u>	58
<u>Strategiczne tworzenie wartości</u>	16	<u>5. S4 – Konsumenci i użytkownicy końcowi</u>	62
<u>Kapitały</u>	17	<u>Cyberbezpieczeństwo</u>	65
<u>Strategia biznesowa</u>	21	<u>Cele, zadania, wskaźniki</u>	66
<u>2. Badanie istotności</u>	32	<u>6. G1 – Prowadzenie działalności gospodarczej</u>	69
<u>Istotni interesariusze</u>	33	<u>Etyka biznesu</u>	72
<u>Kluczowe obszary</u>	34	<u>Czynniki ryzyka i zarządzanie ryzykiem</u>	74
<u>3. E1 – Zmiana klimatu</u>	35	<u>Ryzyka dotyczące zagadnień ESG</u>	81
<u>Dążymy do zeroemisyjności</u>	37	<u>7. O raporcie</u>	84
<u>Emisje gazów cieplarnianych</u>	39		

Podsumowanie roku 2024

1,5 mld PLN

przychodów

8

krajów

95%

zakupionej energii
elektrycznej pochodzi
ze źródeł odnawialnych

55%

Wskaźnik produkcji zielonej
energii do całkowitej energii
elektrycznej zużytej przez
Grupę

468 mln PLN

Skoryg. EBITDA

Blisko **3 tys.**

pracowników i
współpracowników
Grupy WP

40,7%

stanowisk
kierowniczych
zajmują kobiety

719

zielonych artykułów



Elżbieta Bujniewicz-Belka
CFO Wirtualnej Polski Holding

Szanowni Akcjonariusze, Pracownicy, Klienci i Partnerzy,

z przyjemnością oddaję w Państwa ręce raport zintegrowany Wirtualnej Polski Holding za 2024 rok. Dokument ten podsumowuje naszą odpowiedzialność jako spółki notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, ale przede wszystkim – jako firmy świadomej wpływu, jaki wywiera na otoczenie: środowiskowe, społeczne i informacyjne. Prezentujemy w nim zarówno kluczowe zmiany strategiczne, jak i najważniejsze efekty realizowanej przez nas strategii zrównoważonego rozwoju.

W 2024 roku podpisaliśmy umowę przejęcia Invia Group – największej akwizycji w historii Grupy. To krok, który znacząco poszerza skalę i zasięg naszej działalności w segmencie turystycznym w Europie, ale nie zmienia naszego podejścia do odpowiedzialności – przeciwnie, utwierdza nas w przekonaniu, że rozwój i zrównoważenie muszą iść w parze. Dlatego z pełną konsekwencją kontynuowaliśmy realizację strategii ESG przyjętej na lata 2022–2025, której filarami pozostają: niezależność mediów, zielona energia, edukacja klimatyczna, różnorodność oraz cyberbezpieczeństwo. Te priorytety są dla nas nie tylko deklaracjami – to konkretne

działania, które przynoszą realny wpływ.

Wszystkie centra danych WP są zasilane w 100 % energią pochodzącą ze źródeł odnawialnych, co jest dla nas ważnym krokiem w kierunku neutralności klimatycznej i odpowiedzialnego zarządzania infrastrukturą technologiczną. W 2024 roku objęliśmy ochroną kolejny hektar lasu – tym razem w dolinie Biebrzy, w województwie podlaskim – zwiększając łączną powierzchnię objętą przez nas opieką do 3,5 ha. Rozpoczęliśmy także projekt ochrony orla przedniego – utworzyliśmy mikro-rezerwat ochronny na terenie Pogórza Przemyskiego, we współpracy z Fundacją Dziedzictwo Przyrodnicze, aby chronić zagrożone gniazdo tego majestatycznego ptaka wraz z jego naturalnym otoczeniem. To działania, które nie tylko wspierają ochronę bioróżnorodności, ale także budują naszą tożsamość jako organizacji zaangażowanej w sprawy środowiskowe.

W minionym roku opublikowaliśmy ponad 700 materiałów edukacyjnych w obszarze klimatu i zrównoważonego rozwoju. W naszych mediach nieprzerwanie bronimy przestrzeni dla wolnej debaty, pluralizmu opinii i dziennikarstwa

wysokiej jakości. Zespół redakcyjny WP konsekwentnie realizuje misję informacyjną, dbając o bezpieczeństwo użytkowników i przeciwdziałając dezinformacji. Wewnątrz organizacji rozwijamy działania wspierające równość, inkluzywność i dobrostan pracowników, a także podnosimy standardy cyberbezpieczeństwa. Zależy nam na tym, by każdy, kto korzysta z naszych usług – zarówno użytkownik, jak i klient – miał poczucie bezpieczeństwa, szacunku i wartościowego kontaktu z naszą marką.

Wszystkie te inicjatywy są na bieżąco monitorowane przez Komitet ds. ESG, działający przy Radzie Nadzorczej, i nie byłyby możliwe bez zaangażowania naszych pracowników, partnerów, klientów i użytkowników. Razem budujemy silną, odpowiedzialną organizację, która z sukcesem łączy rozwój biznesu z pozytywnym wpływem na otoczenie. Wiemy, że prawdziwe zmiany wymagają współpracy, konsekwencji i odwagi – i właśnie tym wartościom pozostajemy wierni każdego dnia.



1.

Wirtualna Polska Holding

O Grupie

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 Miskolcu.

Działalność Grupy jest prowadzona głównie w Polsce, a od 2022 roku, po przejęciu Grupy Szallas i Audioteki, również w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, m.in. w takich krajach jak: Węgry, Czechy, a także Rumunia, Chorwacja, Niemcy i Litwa. Przychody Grupy w 2024 roku przekroczyły 1,5 mld zł. Łącznie dla Grupy w 2024 roku pracowało prawie 3 tys. osób. Od maja 2025 roku Grupa zwiększyła działalność w wyniku przejęcia Grupy Invia, która działa w regionie DACH i Europy Środkowo-Wschodniej w branży turystycznej.

Przedmiot działalności

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, Poczta WP).

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



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

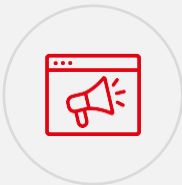


Oferowanie usług e-commerce'owych
(finansowych i turystycznych)

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 ofercie 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:



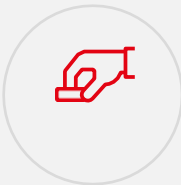
Reklama i Subskrypcje

Grupa WP jest jedną z największych grup internetowych w Polsce, a jej serwisy i usługi przyciągają ponad 20 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 szeroką 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. W 2025 r. Grupa sfinalizowała przejęcie Invia Group, grupy turystycznej działającej w krajach DACH, a także w Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. Akwizycja ta istotnie zwiększy segment Turystyki, a także pozwoli na umocnienie udziału Grupy w rynku w regionie.



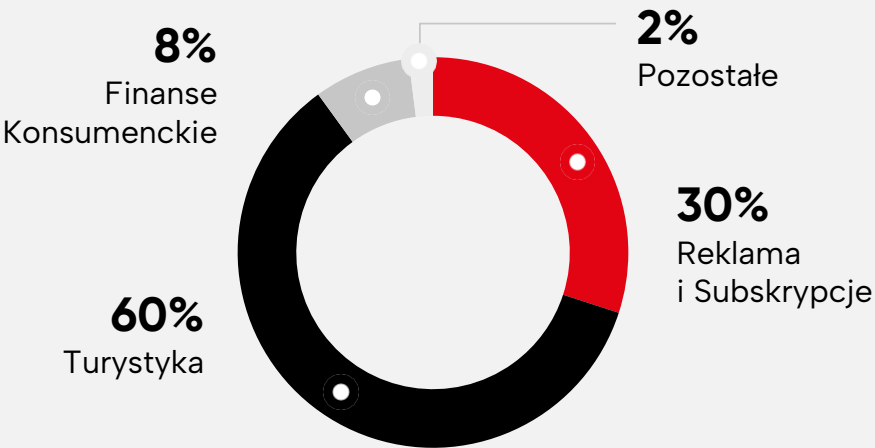
Finanse Konsumenckie

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

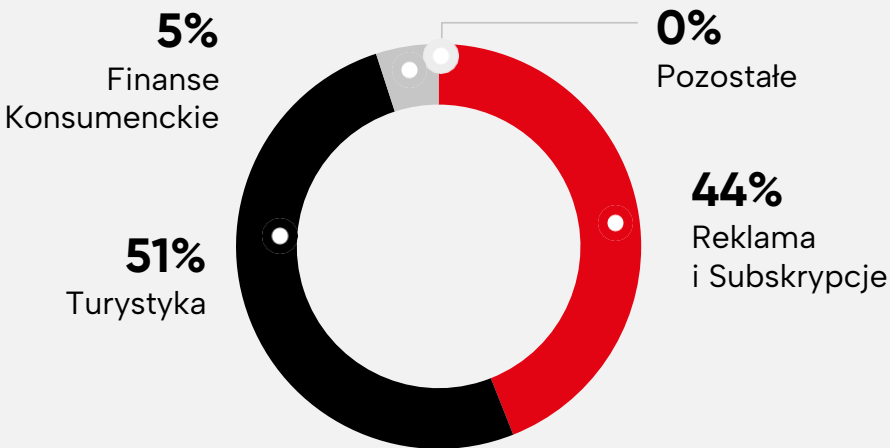


Dodatkowo Grupa zajmuje się sprzedażą projektów domów za pośrednictwem spółki Extradom. Posiada farmy solarne pod marką WP Naturalnie, które produkują energię ze źródeł odnawialnych.

Przychody po segmentach



Skoryg. EBITDA po segmentach



Przychody i EBITDA po segmentach w ujęciu pro forma, uwzględniając wyniki finansowe Invia Group, przejętej w kwietniu 2025 r.

Pragniemy być partnerem pierwszego wyboru, dostarczającym angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspirującym 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 Grupy na 31.12.2024

Segment	Nazwa podmiotu	Udział spółki matki
Holding	Wirtualna Polska Holding S.A.	
Reklama i Subskrypcje	Wirtualna Polska Media S.A.	100%
	Grupa Audioteka*	100%
	Wirtualnemedial.pl sp. z o.o.	100%
	Businessclick Sp. z o.o.	100%
	RD Plus sp. z o.o.	100%
	GO.pl sp. z o.o.	100%
Turystyka	Wakacje.pl S.A.	100%
	Grupa Szallas**	100%
Finanse konsumenckie	Totalmoney.pl Sp. z o.o.	100%
	Superauto.pl Sp. z o.o.	51%
Pozostałe	Extradom.pl Sp. z o.o.	100%
	WP Naturalnie Solar 1 Sp. z o.o.	100%
	WP Naturalnie Solar 2 Sp. z o.o.	100%
* Grupa Audioteka	Audioteka Group sp z o.o.	100%
	Audiotéka CZ s.r.o.	50%
	UAB "AMK"	70%
	Audio Apps Sp. z o.o.	100%
** Grupa Szallas	Szallas Group Zrt	100%
	Utazok.hu Kft.	100%
	Travelminit SRL	100%
	Online Holding SRL	100%
	Nocowanie.pl sp. z o.o.	100%
	Szallas d.o.o.	100%
	Creative Eye S.R.L.	80%

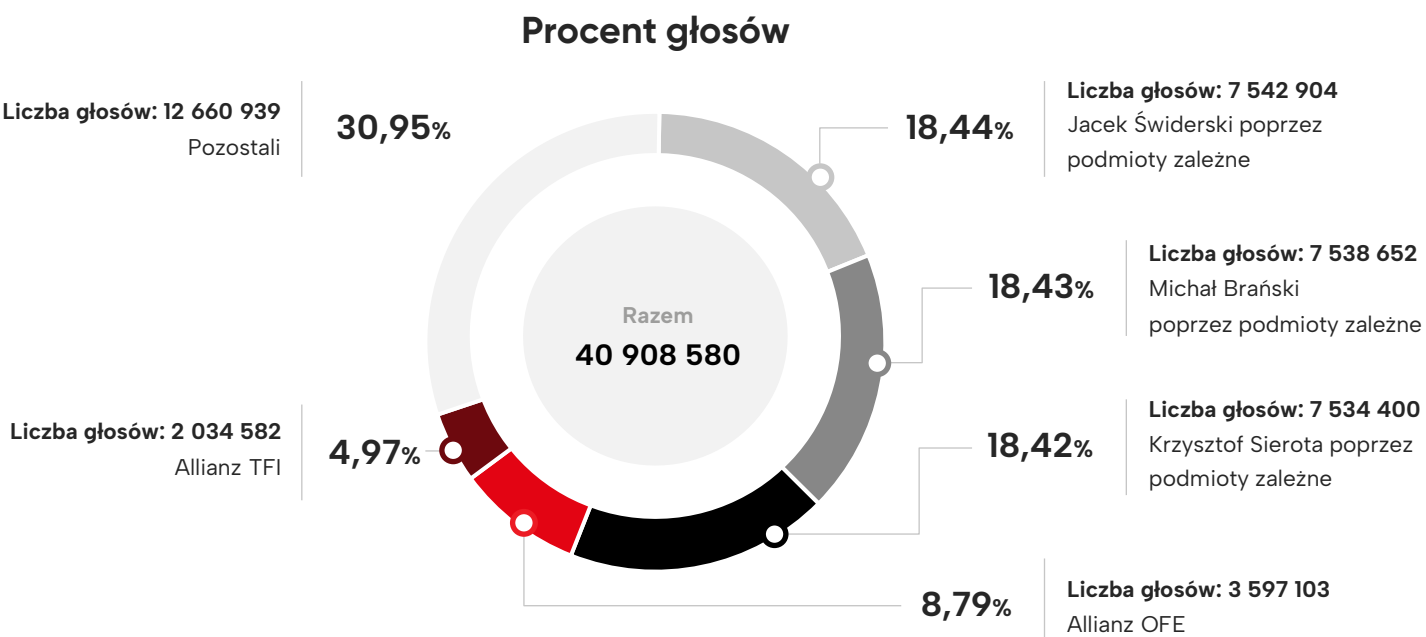
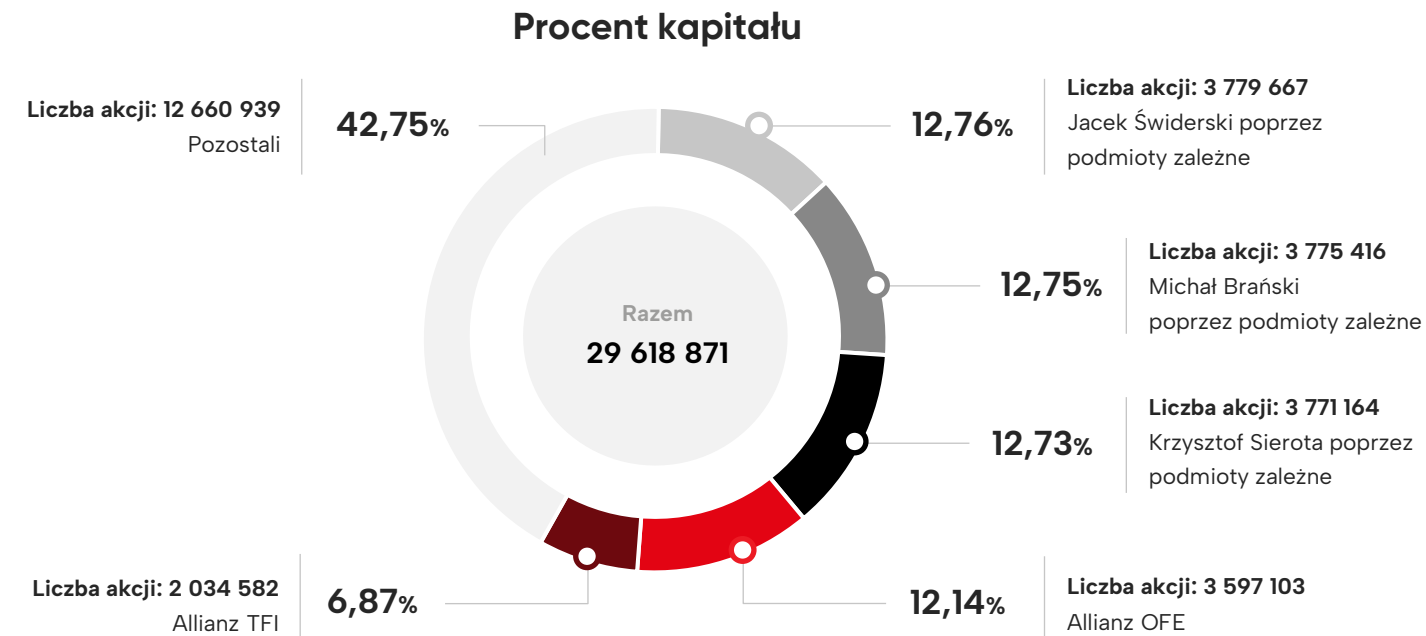
Struktura zarządcza Grupy WP

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.

Łańcuch wartości

Segment	Upstream	Operations	Downstream
Reklama i Subskrypcje	→ Agencje marketingowe i mediowe. → Agencje informacyjne, inni wydawcy, dostawcy contentu, producenci telewizyjni, nadawcy TV. → Pośrednicy reklamowi. → Technologie reklamowe i platformy analizy danych. → Wydawnictwa (dla biznesu audiobooków).	→ Tworzenie, redakcja i produkcja treści dziennikarskich. → Monetyzacja treści w modelu reklamowym (reklama bezpośrednia, sprzedaż powierzchni reklamowej, sprzedaż reklam na powierzchni zewnętrznej, reklama w telewizji). → Sprzedaż subskrypcji: sprzedaż audiobooków i subskrypcji audiobooków, dostęp do telewizji online.	→ Konsumenci treści. → Użytkownicy poczty. → Subskrybenci.
Turystyka	→ Biura podróży organizujące wycieczki zagraniczne. → Partnerzy oferujący obiekty turystyczne w regionie CEE. → Dostawcy usług turystycznych i ubezpieczeń. → Dostawcy parkingów przy lotniskach.	→ Pośrednictwo w sprzedaży wycieczek i rezerwacji obiektów. → Zarządzanie siecią punktów franczyzowych, call center i platformą online. → Łączenie klientów z ofertami biur podróży i hoteli.	→ Użytkownicy korzystający z platform internetowych do rezerwacji podróży czy noclegów. → Klienci punktów sprzedaży sieci franczyzowych.
Finanse Konsumenckie	→ Dostawcy samochodów. → Instytucje finansowe oferujące produkty finansowe. → Instytucje finansowe finansujące zakup samochodów.	→ Pośrednictwo w pozyskaniu finansowania (leasing, kredyt, ubezpieczenia). → Sprzedaż aut. → Dostarczanie leadów do instytucji finansowych. → Zarządzanie porównywarką produktów finansowych.	→ Klienci kupujący samochody osobowe i dostawcze z finansowaniem. → Nabywający produkty finansowe i zainteresowani produktami finansowymi.
Pozostałe	→ Extradom: Pracownie architektoniczne → WP Naturalnie: firma energetyczna (operator systemu dystrybucji energii elektrycznej)	→ Extradom: Sprzedaż projektów domów. → WP Naturalnie: Produkcja i sprzedaż energii ze źródeł odnawialnych	→ Extradom: nabywcy projektów domów, nabywcy projektów domów z budową.
Grupa	→ Dostawcy ruchu (grupy internetowe) → Platformy społecznościowe → Dostawcy sprzętu do serwerowni → Dostawcy przestrzeni w chmurze → Dostawcy oprogramowania → Dostawcy powierzchni biurowej → Dostawcy usług tj. energia elektryczna → Dostawcy usług płatniczych (operatorzy płatności) → Ubezpieczyciele	→ Funkcje holdingowe, w tym finanse, prawo, Corporate Development, audyt wewnętrzny, utrzymanie i wsparcie IT, HR, komunikacja, administracja itp.	

Akcjonariat *



Zarząd i Rada Nadzorcza

Zarząd jest powoływany na okres trzyletniej 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 5 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 2024 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

* na dzień 31.12.2024

Skład Rady Nadzorczej w 2024 roku:



Piotr Walter

Przewodniczący Rady Nadzorczej,
Członek Rady Nadzorczej spełniający
kryterium niezależności



Aleksander Wilewski

Przewodniczący Komitetu Audytu,
Członek Rady Nadzorczej spełniający
kryterium niezależności, Członek
Komitetu KNiW



Grzegorz Konieczny

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



Mariusz Jarzębowski

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



**Beata Barwińska
Piotrowska**

Członek Komitetu
ds. ESG,
Przewodnicząca
Komitetu KNiW



Katarzyna Beuch

Członek Komitetu Audytu,
Członek Rady Nadzorczej
spełniający kryterium
niezależności



Witold Woźniak

Członek Rady
Nadzorczej



**Joanna
Różycka-Iwan**

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 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. Nominacji i Wynagrodzeń. Jest on stałym organem doradczym i opiniotwórczym Rady Nadzorczej w zakresie polityki wynagrodzeń Spółki oraz współpracy z Członkami Zarządu, a w jego skład wchodzi co najmniej trzech jej członków. Nie rzadziej niż raz w roku składa on Radzie Nadzorczej sprawozdanie ze swojej działalności.

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 całym 2024 r. przychody gotówkowe Grupy wzrosły o 9% r/r, do 1,54 mld PLN. Skorygowana EBITDA wzrosła o 7% r/r, do 468,2 mln PLN. Na raportowaną dynamikę wzrostu największy wpływ miała poprawa wyników segmentu Turystyka, a także wzrost przychodów z subskrypcji oraz reklamy internetowej.

Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wyniósł 155,9 mln PLN, w porównaniu do 155,8 mln PLN w 2023 r. Na zysk netto wpływały negatywnie koszty o charakterze jednorazowym, związane z restrukturyzacją zatrudnienia oraz transakcjami akwizycyjnymi.

Wyniki segmentu Reklama i Subskrypcje w 2024 roku odzwierciedlały zróżnicowaną dynamikę przychodów oraz równoległe działania optymalizacyjne i rozwojowe. Przychody z reklamy zanotowały niewielki wzrost, podczas gdy przychody z subskrypcji rosły zdecydowanie szybciej, zwiększając swój udział w strukturze segmentu. Po stronie kosztowej zauważalny był efekt działań restrukturyzacyjnych, w tym przeprowadzonych zwolnień grupowych. Jednocześnie rentowność segmentu była obciążona kosztami inwestycji we wzrost, obejmującymi m.in. rozwój marki Audioteka oraz koszt pozyskania nowych subskrybentów. W konsekwencji, skorygowana EBITDA segmentu obniżyła się r/r.

W 2024 roku zdecydowanie najszybciej rosnącym segmentem Grupy ponownie była Turystyka, której przychody wzrosły o 20% r/r, a skoryg. EBITDA o 23% r/r. Wyniki segmentu były wspierane przez rosnący popyt na turystykę zagraniczną – według danych Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego wolumen rezerwacji wycieczek sprzedanych przez biura podróży w Polsce w 2024 roku wzrósł o 22% r/r i był o 57% powyżej 2019 r. W segmencie turystyki krajowej odnotowano lekki wzrost wolumenów w regionie CEE względem 2023 r., choć nadal były one poniżej poziomów z 2019 r.

Pod koniec września 2024 r. Grupa sfinalizowała przejęcie Creative Eye, właściciela rumuńskiej platformy do rezerwacji obiektów turystycznych Litoralul Romanesc (spółka, z uwagi na typową sezonowość działalności – generuje straty w I, II i IV kwartale, osiągając wysoką EBITDA głównie w III kwartale). Wyniki finansowe Creative Eye zostały ujęte po raz pierwszy w IV kwartale 2024 r.

W grudniu 2024 r. Grupa ogłosiła zamiar przejęcia 100% akcji Invia Group, grupy turystycznej działającej w krajach niemieckojęzycznych, a także w Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. Transakcja została sfinalizowana 24 kwietnia 2025 r., a wyniki Invii Group zostaną po raz pierwszy ujęte od II kw. 2025 r.

Podsumowanie wyników finansowych

mIn PLN	2023	2024	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	1 436,8	1 568,3	+9%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	1 409,2	1 541,1	+9%
Skorygowana EBITDA	439,0	468,2	+7%
EBITDA	427,2	438,6	+3%
Zysk na działalności operacyjnej	281,2	279,6	−1%
Zysk netto	164,0	165,9	+1%
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	155,8	155,9	0%
Dług netto	541,8	482,6	−11%
Dług netto / skoryg. EBITDA	1,2x	1,0x	−16%
Dług netto / skoryg. EBITDA pro forma*		2,4x	
Przepływy netto z działalności operacyjnej	384,0	377,8	−2%
Przepływy netto z działalności inwestycyjnej	−225,9	−198,4	−12%
Wolne przepływy pieniężne (FCF)**	182,7	147,4	−19%

* EBITDA pro forma uwzględnia wyniki spółek przejętych w trakcie 2024 r., tak jakby były konsolidowane od początku roku, a także wyniki Grupy Invia (transakcja zamknięta w maju 2025 r.)

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

W segmencie Finanse Konsumenckie odnotowano spadek przychodów o 3% r/r i wzrost skoryg. EBITDA o 15% r/r. Superauto odnotowało jednocyfrowy spadek przychodów, jednak w obszarach pośrednictwa finansowego odnotowano dwucyfrowe wzrosty. Spadek przychodów ogółem wynikał z mniejszego udziału sprzedaży samochodów własnych. W Totalmoney bardzo dobra sytuacja na rynku kredytów gotówkowych – sprzedaż wzrosła o 28% r/r – pozytywnie wpłynęła na przychody spółki.

W 2024 roku Grupa wygenerowała przepływy z działalności operacyjnej na poziomie 377,8 mln zł, o 2% mniej niż w 2023 roku. Nakłady inwestycyjne wyniosły 145,7 mln zł. W 2024 roku Grupa wydała na akwizycje 59,9 mln PLN.

Wolne przepływy pieniężne (FCF), liczone jako środki wygenerowane z działalności operacyjnej pomniejszone o nakłady inwestycyjne oraz koszty odsetek i leasingów, w 2024 roku wyniosły 147,4 mln PLN.

Dług netto do skoryg. EBITDA pro forma (po uwzględnieniu planowanego przejęcia Invia Group) na koniec 2024 roku wyniósł 2,4x, co jest bezpiecznym poziomem, zapewniającym Grupie dalsze możliwości rozwoju.

Zarząd Grupy pozytywnie zaopiniował propozycję akcjonariusza dotyczącą wypłaty dywidendy z zysków za 2024 rok w wysokości 2,2 zł na akcję oraz skupu akcji własnych do wysokości 21,8 mln PLN. Propozycja jest zgodna z polityką dywidendową Grupy.

Dane finansowe za 2024 r. nie uwzględniają wyników finansowych Invia Group – transakcja została sfinalizowana w kwietniu 2025 r.

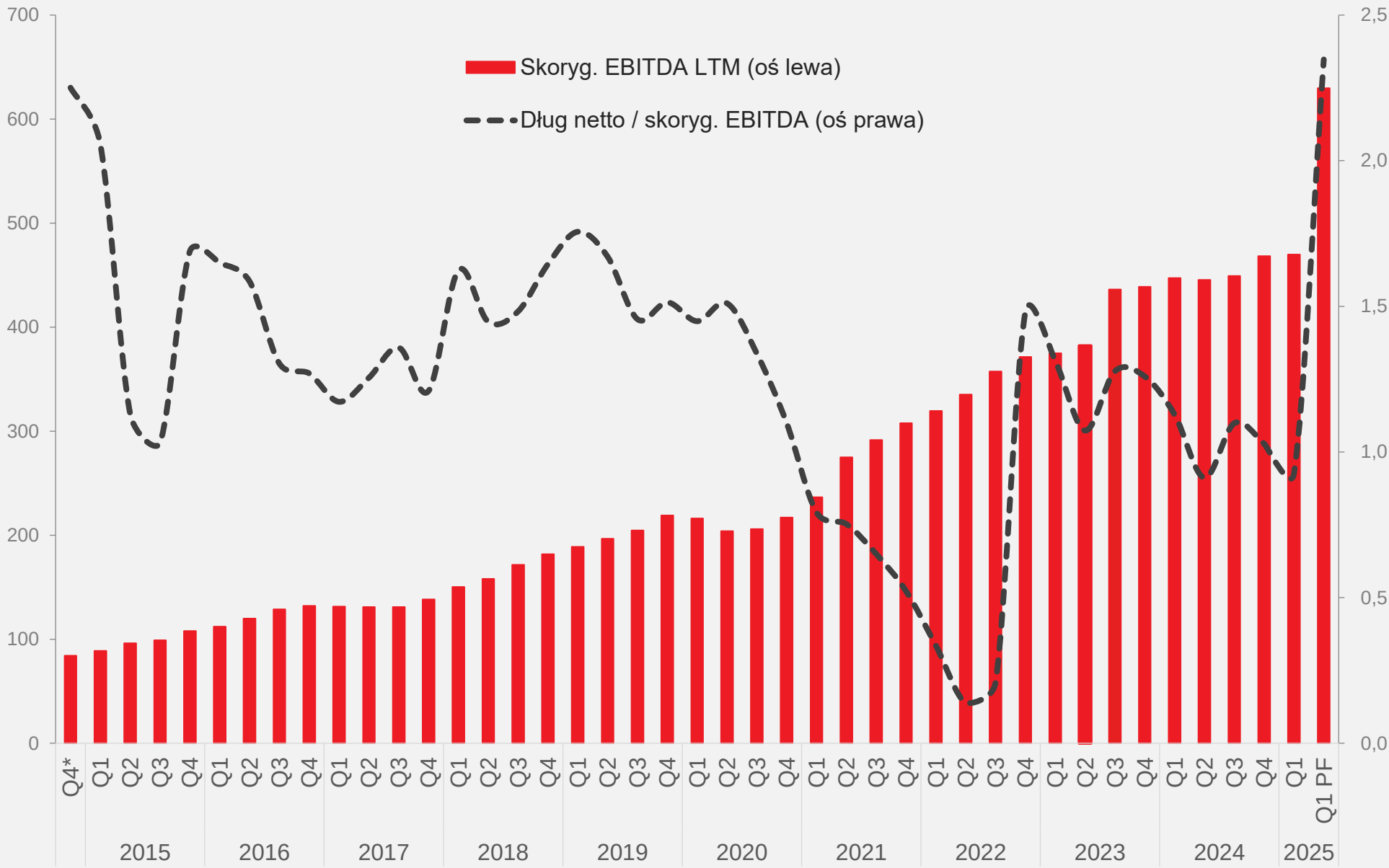
Podsumowanie wyników segmentów

mIn PLN	2023	2024	r/r (2024/2023)
GRUPA			
Przychody ze sprzedaży	1 436,8	1 568,3	+9%
Skorygowana EBITDA*	439,0	468,2	+7%
Marża skoryg. EBITDA	31%	30%	
Reklama i Subskrypcje			
Przychody ze sprzedaży	714,4	745,7	+4%
Skorygowana EBITDA*	277,5	272,9	-2%
Marża skoryg. EBITDA	39%	37%	
Turystyka			
Przychody ze sprzedaży	494,7	595,4	+20%
Skorygowana EBITDA*	132,5	162,3	+23%
Marża skoryg. EBITDA	27%	27%	
Finanse Konsumenckie			
Przychody ze sprzedaży	199,5	194,5	-3%
Skorygowana EBITDA*	26,5	30,5	+15%
Marża skoryg. EBITDA	13%	16%	

* 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 prawie 20%.

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

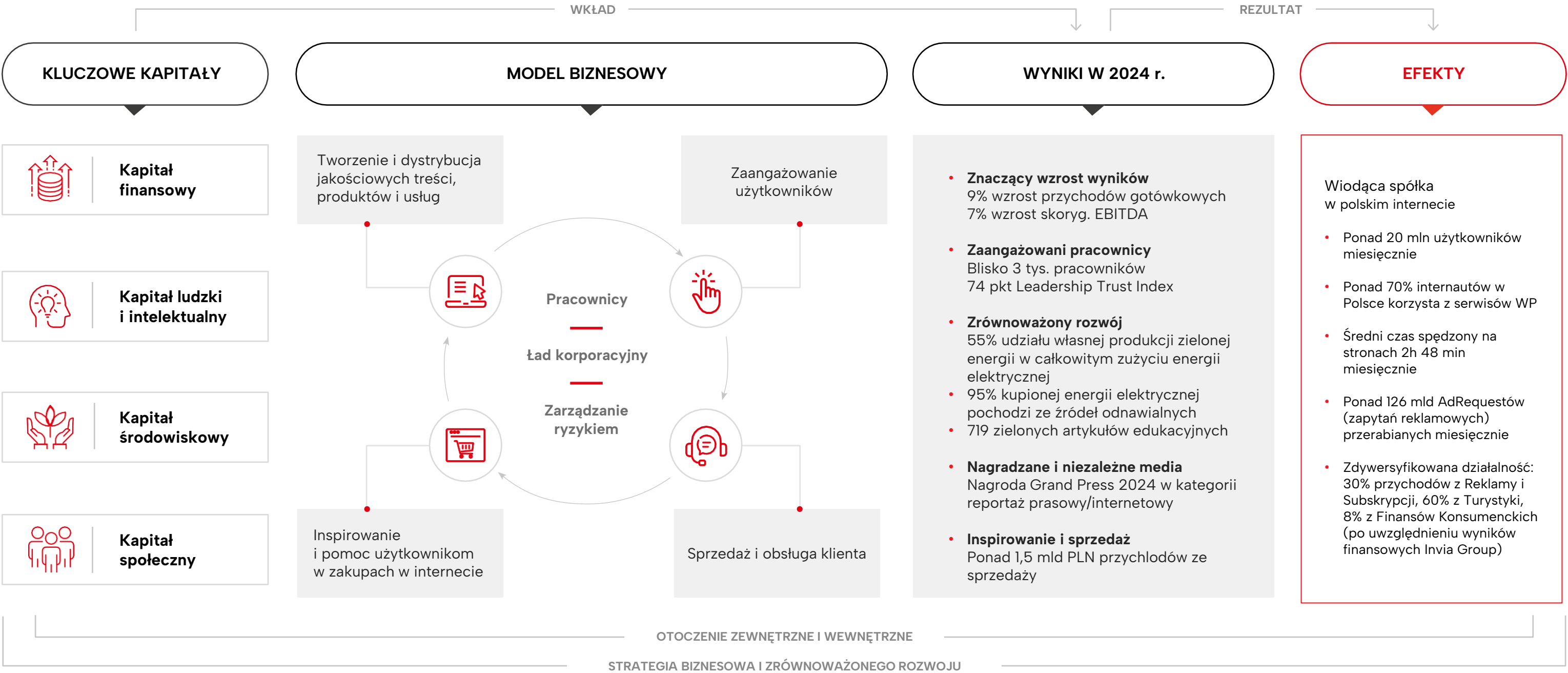


PF po uwzględnieniu wpływu akwizycji Invia Group, sygnalizowanej w kwietniu 2025 r.



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: „Microsoft Lists”, „Microsoft Planner”, „Nowa aplikacja Teams”) oraz przeznaczone dla menadżerów („First Time Manager”, „VR Feedback”, „Mastermind”). 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 (tworzenie mikrozrezerwatów, ochrona lasów)
- wpływ na kapitał społeczny poprzez wsparcie well-beingu pracowników (joga w biurach, konsultacje psychologiczne, webinary).

Dane

prawie 3 tys.
pracowników
i współpracowników

40,7%
stanowisk kierowniczych
zajmują kobiety

138
managerów wzięło udział
w szkoleniach VR
Feedback z umiejętności
miękkich

4 tys.
odbytych godzin
szkoleniowych





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. Dzięki realizacji tych założeń, konsekwentnie dążymy do bardziej zrównoważonego i odpowiedzialnego środowiskowo działania.

Jak zarządzamy tym kapitałem?

Oferujemy zrównoważone produkty i usługi. Całość energii kupowanej do serwerowni ma gwarancje pochodzenia ze źródeł odnawialnych. Dodatkowo Grupa Wirtualna Polska posiada farmy fotowoltaiczne, które rocznie generują ilość energii odpowiadającą 55% zapotrzebowania na energię własnych serwerowni. Naszym celem jest osiągnięcie 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. Ponadto prowadzimy akcje zachęcające naszych pracowników i użytkowników do ochrony i sadzenia lasów. W 2024 roku wzięliśmy pod ochronę 1 ha cennego przyrodniczo lasu w dolinie Biebrzy. We wcześniejszych latach posadziliśmy 1 ha lasu w miejscowości Olędy na Mazowszu, a ponad 1,5 ha dojrzałego lasu mamy pod ochroną w Bochojnicy na Lubelszczyźnie. Chronimy też gniazdo zagrożonego wyginieciem orla przedniego finansując jego mikro-rezerwat. Ponadto stawiamy 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.

Dane

55%

udziału własnej produkcji zielonej energii w całkowitym zużyciu energii elektrycznej

95%

zakupionej energii elektrycznej pochodzi ze źródeł odnawialnych

719

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 organizujemy wydarzenia, które wpływają na społeczność (pracowników, użytkowników) – m.in.: #wszechmocne, listopad różnorodności, miesiąc zdrowia, inicjatywy well-being. Wspieramy naszych pracowników w ich aktywności sportowej i startach w maratonach, konkursach. W naszych serwisach zamieszczamy porady dotyczące zdrowego stylu życia, oszczędności płynących z ekologicznego postępowania.

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, sportowej.

Dane

350

osób wzięło udział w badaniach profilaktycznych w ramach diagnostyki nowotworowej

279

godzin konsultacji psychologicznych

300

osób uczestniczyło w każdym webinarze w ramach Miesiąca Zdrowia



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

468 mln PLN

skoryg. EBITDA

378 mln PLN

środki pieniężne
z działalności operacyjnej

2,2 PLN na akcję

dywidenda z zysku za 2024 r.

2,4x

dług netto / skoryg. EBITDA
(pro forma, uwzględniając akwizycję Invia Group)

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 europejskich wydawców, w ramach projektu WPartner.

Grupa strategicznie podejmuje wiele działań opartych na wykorzystaniu zaawansowanej technologii: tj. rozwój produktów performance marketing (z wykorzystaniem AI – WP Booster), wsparcie rozwiązań AI w tworzeniu treści, a także wykorzystanie algorytmów do lepszej rekomendacji i personalizacji treści. Grupa rozwija również wysokomarżowy kanał sprzedaży self-serve WP ADS.

Oprócz tego równolegle do reklamy, rozwijamy obszar subskrypcyjny, na bazie Pilot WP (programy telewizyjne dostępne online) oraz Audioteki (audiobooki). Zamierzamy również rozwijać inne płatne usługi jak płatna poczta WP.

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



STRATEGIA ROZWOJU SEGMENTU REKLAMY ONLINE

Pogłębianie zaangażowania użytkowników

Treści tworzone przez WP

Treści tworzone przez partnerów (WKreator)

Algorytm rekomendacji treści, oparty o AI

Zwiększanie powierzchni reklamowej



Reklama na własnych powierzchniach



European RTB Demand

Reklama na powierzchniach zewnętrznych

W Polsce

Za granicą

Wzrost efektywności

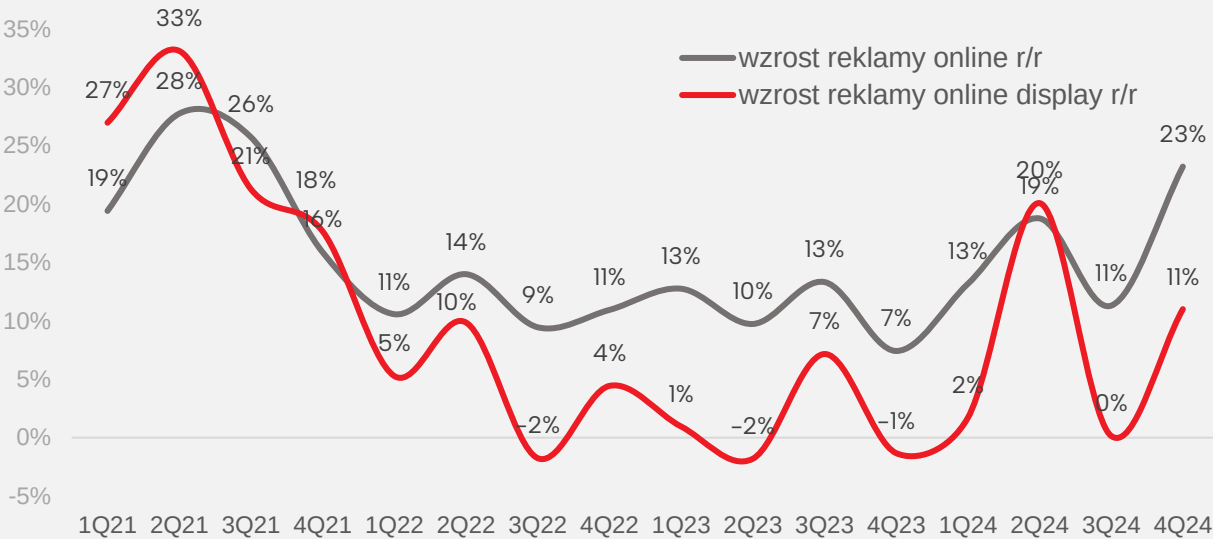


Produkty reklamowe optymalizowane na efekt, wspierane przez AI



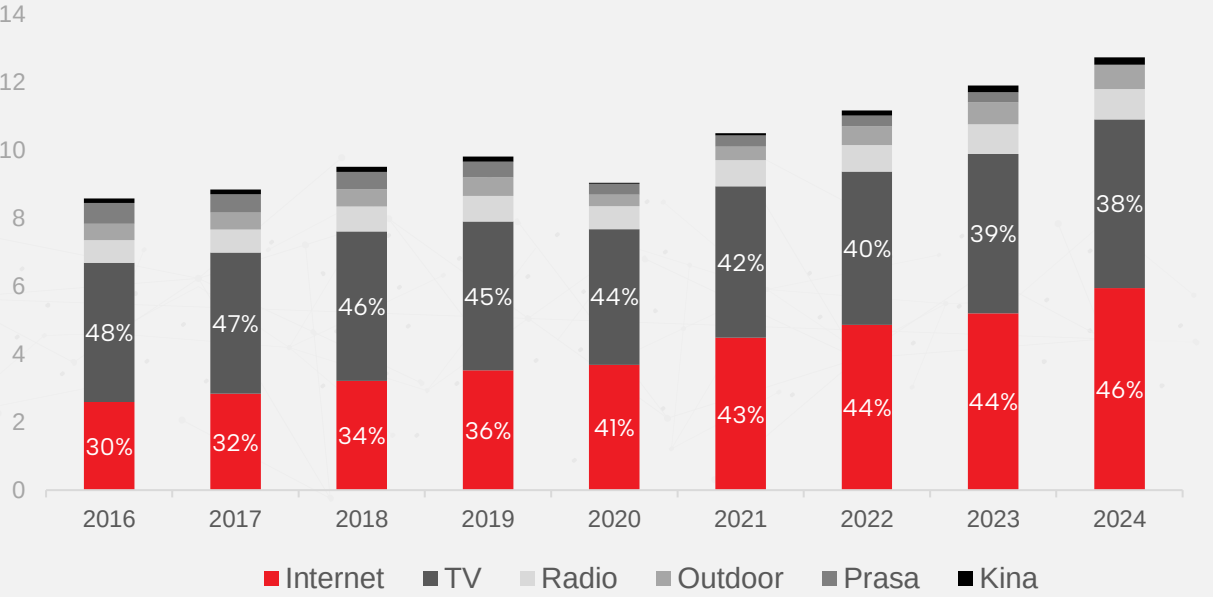
Self-service'owa platforma reklamowa, umożliwiająca tworzenie i zarządzanie kampaniami

Rynek reklamy online w Polsce



Źródło: IAB Polska / PWC Adex

Struktura rynku reklamy w podziale na media (mld zł)



Źródło: Publicis Group



Turystyka

W 2025 r. Grupa sfinalizowała przejęcie Invia Group, grupy turystycznej działającej w krajach DACH, a także w Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. Akwizycja ta istotnie zwiększy segment Turystyki, a także pozwoli na umocnienie udziału Grupy w rynku w regionie.

W 2024 r. Grupa rozwijała działalność agenta turystyki zagranicznej (spółka Wakacje.pl) i turystyki krajowej (spółki Grupy Szallas).

Turystyka zagraniczna (zorganizowana): spółka Wakacje.pl jest największym multiagentem w Polsce. Stronę www.wakacje.pl odwiedzało w 2024 roku średnio 2,4 mln realnych użytkowników miesięcznie. W swojej ofercie Wakacje.pl ma pakiety turystyczne i wycieczki od największych biur podróży.

Głównym celem spółki 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 krajowa (lokalna): 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 poniżej 2% samochodów nowych jest sprzedawanych przez internet), wprowadzenie usług dodatkowych, a także powiększenie oferty leasingowej.

Dla Totalmoney głównym celem strategicznym jest pogłębienie modelu w kierunku oferowania kompletnych produktów finansowych.

Dzięki akwizycji Invia Group, znacząco wzmacniamy naszą działalność w Turystyce w regionie

W kwietniu 2025 roku Grupa WP sfinalizowała przejęcie Invia Group – jednej z największych grup turystycznych działających w Europie Środkowej oraz w krajach niemieckojęzycznych (DACH). Invia prowadzi działalność m.in. w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Czechach, Słowacji, na Węgrzech, w Polsce oraz w Rumunii. Wartość transakcji wyniosła 1 miliard złotych.

Akwizycja ta stanowi strategiczne wzmocnienie segmentu Turystyki w strukturze Grupy WP, znacząco zwiększając jej obecność w regionie oraz umożliwiając wejście na nowe, atrakcyjne rynki o wysokim potencjale wzrostu.

Invia Group generuje większość swoich przychodów w krajach DACH, operując pod takimi markami jak Ab-in-den-Urlaub.de oraz Fluege.de. W regionie Europy Środkowej i Wschodniej Grupa działa m.in. pod markami m.in.: Invia.cz, Invia.sk, Invia.hu, Travelplanet.pl, Wakacje.pl, Nocowanie.pl, Szallas.hu, Travelminit.ro, Litoralulromanesc.ro, Hotele.cz i Spa.cz.

W wyniku połączenia powstała zintegrowana struktura obejmująca najważniejsze marki turystyczne na dziewięciu europejskich rynkach. Nowo utworzony podmiot stanie się liderem w sprzedaży usług turystycznych w Niemczech, Polsce, Czechach, Słowacji, Węgrzech i Rumunii, oferując kompleksową ofertę podróży krajowych i zagranicznych. Łączna wartość sprzedanych usług turystycznych przekracza 2,5 miliarda euro rocznie.

Dzięki tej transakcji Grupa WP umacnia swoją pozycję jako wiodącego gracza na rynku turystyki online, stając się bezpośrednim beneficjentem rosnących wydatków konsumentów na podróże w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a jednocześnie zwiększając adresowalny rynek poprzez wejście do regionu DACH. To pozwala na osiągnięcie skali operacyjnej niezbędnej do dalszej ekspansji międzynarodowej w sektorze turystycznym.

Wyniki Invia Group będą konsolidowane w ramach wyników Grupy WP począwszy od maja 2025 roku.



Pakiety turystyczne

Turystyka krajowa

Loty

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



Otwartość i współpraca



Utrzymujemy dobre relacje z interesariuszami i sprawnie zarządzamy ryzykiem



Społeczeństwo



Dbamy o etykę mediów i o bezpieczeństwo naszych użytkowników

Strategię ESG Wirtualnej Polski Holding oparta jest na Celach Zrównoważonego Rozwoju, które uznaliśmy za kluczowe dla naszego funkcjonowania. 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 (równość płci jest jednym z KPI w Sustainability-Linked Loan).



Czysta i dostępna energia

- Będziemy korzystać wyłącznie z energii z zero- i niskoemisyjnych źródeł energii (cel na 2025: 80% udział energii zeroemisyjnej w miksie energii elektrycznej Grupy).



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.
- Podniesimy 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.
- Podniesimy 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 na ambicje określone w perspektywie do 2030 roku:

- **Redukujemy emisje gazów cieplarnianych**
min. 80-procentowy udział energii zero-emisyjnej w miksie energii elektrycznej
90-procentowy udział energii zeroemisyjnej w 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; pro- mocja komentarzy tworzonych przez zalogowanych 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



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

OTWÓRZ

Finansowanie powiązane z 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, Citi Bank Handlowy. 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 produkcji zielonej energii do całkowitej energii elektrycznej zużytej 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) stanowi fundament strategii rozwoju Grupy Wirtualna Polska. Realizujemy ją z myślą o tworzeniu innowacyjnych rozwiązań, które odpowiadają na wyzwania dynamicznie zmieniającego się rynku mediów i usług cyfrowych.

Posiadamy dedykowaną jednostkę odpowiedzialną za koordynację działań B+R na poziomie Grupy. W 2024 roku kontynuowaliśmy współpracę z ośrodkami naukowymi, w tym z Politechniką Bydgoską oraz Akademią WSB. Rozwijamy również partnerstwa z europejskimi wydawcami, co umożliwia wdrażanie nowatorskich rozwiązań w skali międzynarodowej.

Pod koniec 2023 roku i w trakcie 2024 rozpoczęliśmy realizację dwóch projektów dofinansowanych w ramach programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG), działanie FENG.01.01 „Ścieżka SMART”:

- ➔ **Bezpieczna poczta** – projekt koncentruje się na opracowaniu narzędzi do wektoryzacji poczty elektronicznej oraz metod wykrywania anomalii w działaniach użytkowników, co wspiera bezpieczeństwo kont w systemach pocztowych.
- ➔ **Feature Store** – rozwój narzędzia umożliwiającego centralne przechowywanie danych oraz funkcji służących ich przetwarzaniu, z przeznaczeniem do zastosowań m.in. w systemach wykorzystujących sztuczną inteligencję.

Równolegle rozwijaliśmy projekty wspierane przez Komisję Europejską w ramach działań informacyjno-edukacyjnych.

- Nasze bieżące prace badawczo-rozwojowe skupiają się m.in. na:
- ➔ zwiększaniu efektywności i docieralności kampanii reklamowych,
 - ➔ tworzeniu narzędzi AI wspierających redakcję i produkcję treści,
 - ➔ automatyzacji procesów operacyjnych,
 - ➔ doskonaleniu doświadczeń użytkowników (UX) naszych produktów i usług oraz zwiększaniu bezpieczeństwa w wirtualnej przestrzeni.

Pozostałe informacje o Grupie

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.



Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Wirtualna Polska jest partnerem strategicznym Forum Odpowiedzialnego Biznesu, najdłużej działającej i największej organizacji pozarządowej w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób. To organizacja ekspercka, będąca inicjatorem i partnerem przedsięwzięć kluczowych dla polskiego CSR, działa na rzecz zrównoważonego rozwoju. Partnerami Strategicznymi są firmy, które mogą pochwalić się określonym dorobkiem w zakresie odpowiedzialności społecznej biznesu. Wraz z przystąpieniem do grona Partnerów Strategicznych Forum, zobowiązują się długofalowo wspierać rozwój tej idei w Polsce.

Pozostałe wybrane organizacje i inicjatywy, do których należymy:

→ Związek Pracodawców Wydawców Cyfrowych

Grupa Wirtualna Polska jest jednym z założycieli Związku, którego głównym zadaniem jest wspólna praca polskich wydawców dla rozwoju mediów internetowych oraz reprezentowanie w procesie tworzenia regulacji prawnych.

→ IAB Polska

Wirtualna Polska Media S.A. 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.

→ Polska Izba Turystyki

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

Wirtualna Polska Media S.A. 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**
Nasi dziennikarze zwyciężyli w dwóch kategoriach - reportaż prasowy i internetowy. Nagrodzono poruszający materiał Tatiany Kolesnychenko, ilustrowany zdjęciami Macieja Stanika, pt. „Pamiętaj: robaków rozgryzać nie wolno. Głód w rosyjskiej niewoli zabija powoli”.
- Łukasz Kijek, Szef Redakcji Money.pl, otrzymał Grand Press Economy za cykl wywiadów „Biznes Klasa”. To wielkie wyróżnienie dla naszej redakcji biznesowej, która dostarcza jakościowe treści i wzmacnia pozycję WP w polskich mediach.
- **Nagroda im. Dariusza Fikusa za Dziennikarstwo Najwyższej Próby**
Tatiana Kolesnychenko - dziennikarka Wirtualnej Polski oraz fotoreporter Maciej Stanik współpracujący z naszą redakcją, otrzymali Nagrodę im. Dariusza Fikusa za Dziennikarstwo Najwyższej Próby za cykl reportaży opublikowanych w Magazynie WP. Tatiana i Maciej w swoich reportażach relacjonowali wydarzenia prosto z ukraińskiego frontu. Odwiedzili m.in. takie miasta, jak: Bucza, Kramatorsk, Chersoń, Irpień, Charków.
- **Nagroda "Zasłużony dla ochrony praw pacjenta"**
Dziennikarz WP Magazynu – Michał Janczura otrzymał nagrodę „Zasłużony dla ochrony praw pacjenta”. Michał Janczura specjalizuje się w tematach prawnych, medycznych i społecznych, zwłaszcza w zakresie pomocy społecznej, opieki zastępczej i ochrony praw dziecka. W swojej pracy szczególną uwagę poświęca pokazywaniu dezinformacji i manipulacji przez osoby i środowiska pseudomedyczne.
- **Nagrody Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie dla wybitnych dziennikarzy gospodarczych**
Nagrodę SGH dla najlepszego dziennikarza gospodarczego za wybitne osiągnięcia w sferze popularyzacji nauk ekonomicznych otrzymała redaktor Karolina Wysota z portalu Money.pl.

Badanie istotności

Istotni interesariusze

W wyniku badania istotności Grupa Wirtualna Polska zdefiniowała 7 grup istotnych interesariuszy, których angażuje w następujący sposób:

1.

Konsumenci
Grupa przeprowadza cyklicznie badania w tym 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.
2.

Pracownicy
Grupa organizuje regularne badania i ankiety wśród pracowników w celu zrozumienia ich opinii i potrzeb.
3.

Organizacje branżowe i partnerstwa
Sposób angażowania tej grupy interesariuszy to głównie spotkania biznesowe oraz udział w konferencjach i partnerstwo medialne z organizacjami.
4.

Organy prawodawcze i administracja publiczna
Z tą grupą interesariuszy pozostajemy w relacji przez udział w konferencjach branżowych i konsultacjach oraz realizując nasze obowiązki informacyjne.
5.

Inwestorzy i potencjalni 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.
6.

Instytucje finansowe
Grupa regularnie kontaktuje się i spotyka się z instytucjami finansowymi. Udostępnia wymagane dokumenty i raporty.
7.

Media
Wirtualna Polska pozostaje w stałym kontakcie z mediami branżowymi, które rozpowszechniają informacje o osiągnięciach firmy, realizowanych projektach, sukcesach, wynikach.

Kluczowi interesariusze Grupy Wirtualna Polska Holding zostali zidentyfikowani na podstawie analizy modelu biznesowego i modelu łańcucha wartości Grupy, w wyniku analizy efektów prowadzonych w Grupie procesów należytej staranności oraz w oparciu o kwestionariusz przeprowadzony wśród przedstawicieli wszystkich głównych obszarów zarządzania w Grupie.

W badaniu istotności przeprowadzono wywiady i ankiety przede wszystkim z przedstawicielami upstream (dostawcami i partnerami biznesowymi), ze względu na fakt, że downstream (klienci końcowi) zostali zidentyfikowani jako bardzo różnorodna i rozdrobniona grupa ponad 20 mln użytkowników internetu. Dlatego ich potrzeby i oczekiwania zostały zbadane na podstawie oczekiwań agencji ratingowych ESG, a także spółek porównywalnych do Grupy Wirtualna Polska Holding.

Dodatkowo przeprowadzono wywiady i ankiety z interesariuszami zewnętrznymi: inwestorami posiadającymi akcje, bankami finansującymi grupę, dostawcami oprogramowania, agencją reklamową, przedstawicielem sieci stacjonarnej spółki turystycznej, a także przedstawicielami pracowników z domów maklerskich oraz dziennikarzy ekonomicznych.

Badanie istotności bazowało na:

- Analizie raportów grupy spółek porównywalnych (peer group);
- Kwestionariuszach wypełnianych przez pracowników Holdingu odpowiedzialnych za poszczególne obszary;
- Warsztatach z interesariuszami wewnętrznymi;
- Ankietach i wywiadach z **interesariuszami zewnętrznymi**.

Kluczowe obszary

Wirtualna Polska Holding przeprowadziła badanie podwójnej istotności. Na jego podstawie zidentyfikowała 4 obszary, które spełniają kryteria podwójnej istotności i podlegają raportowaniu niefinansowemu.

E1

Zmiana Klimatu

- Adaptacja do zmiany klimatu
- Przeciwdziałanie zmianie klimatu (mitygacja)
- Energia

S1

Osoby świadczące pracę na rzecz przedsiębiorstwa

- Równe traktowanie i równość szans
- Warunki pracy
- Inne prawa pracownicze

S4

Konsumenci i użytkownicy końcowi

- Wpływ informacji na konsumentów i użytkowników końcowych
- Bezpieczeństwo osobiste konsumentów i/lub użytkowników końcowych
- Włączenie społeczne konsumentów i/lub użytkowników końcowych

G1

Praktyki biznesowe

- Kultura korporacyjna
- Ochrona sygnalistów
- Korupcja i łapownictwo
- Zarządzanie relacjami z dostawcami



3.

E1 – Zmiana klimatu

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 wszystkie centra danych Wirtualnej Polski są zeroemisyjne – energia elektryczna zużywana przez serwerownie pochodzi ze źródeł odnawialnych.

Istotnym krokiem na drodze do realizacji celów w zakresie ochrony bioróżnorodności, jakie określiliśmy w naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju, jest współpraca z Fundacją Dziedzictwo Przyrodnicze. W 2024 roku Wirtualna Polska wzięła pod ochronę 1 hektar lasu w rejonie doliny Biebrzy. Las ten jest naturalnym przedłużeniem Biebrzańskiego Parku Narodowego. Wcześniej, wspólnie z fundacją utworzyliśmy strefę ochrony, czyli tzw. mikro-rezerwat zagrożonego wyginięciem, cennego gatunku ptaka – orła przedniego.

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.

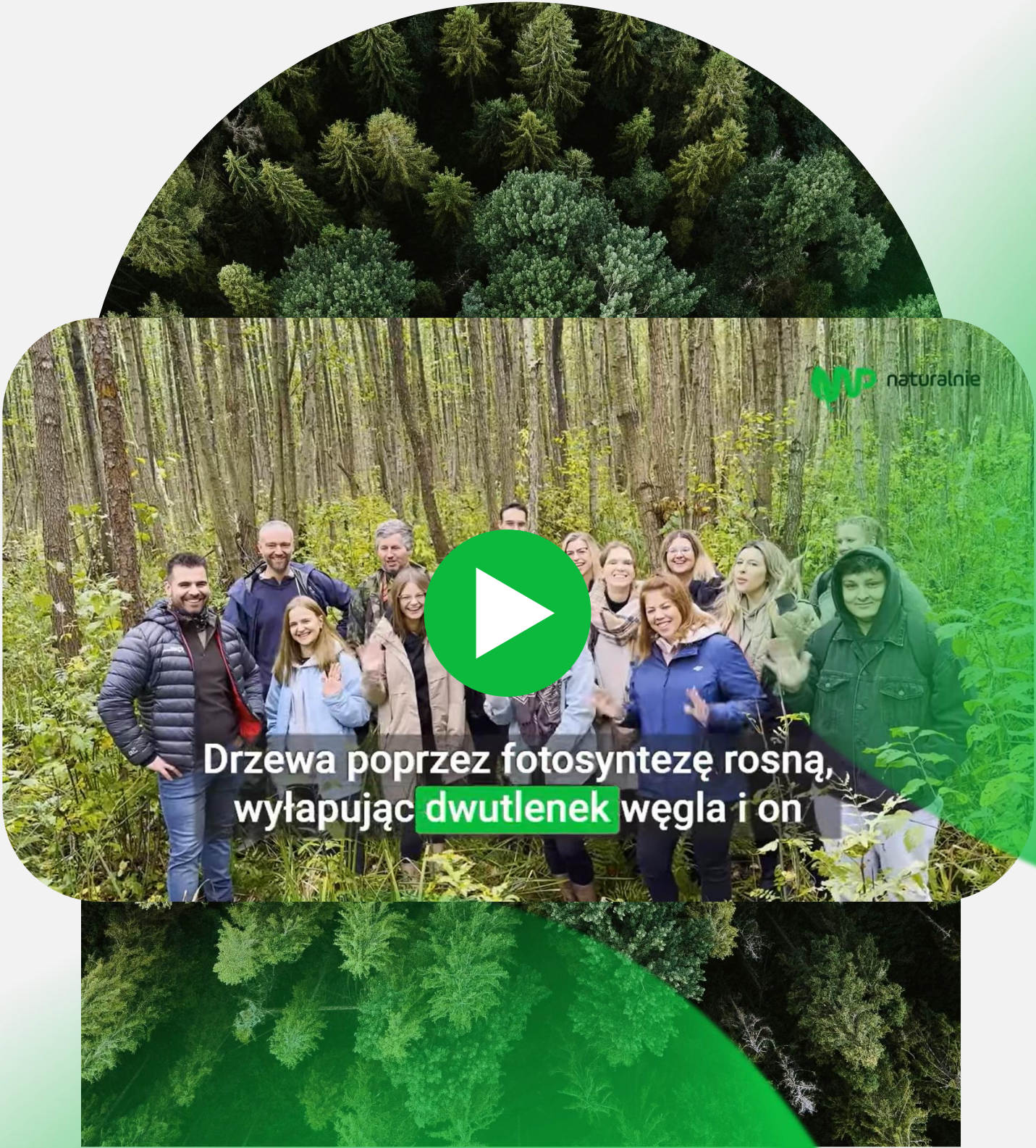
Nasz cel w zakresie korzystania z energii na 2025 rok to:

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

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 2024 roku 95% zakupionej energii elektrycznej pochodziło ze źródeł odnawialnych potwierdzonych gwarancjami pochodzenia. Jedynie 30% energii zużywanej przez Grupę pochodziło z konwencjonalnych źródeł pozyskiwania energii. Dążymy jednak do całkowitego wyeliminowania ich z miksu energetycznego.

Największym źródłem emisji dwutlenku węgla firm technologicznych jest energia wykorzystywana w serwerowniach i centrach danych. Od 2023 roku energia elektryczna zużywana w naszych serwerowniach w całości pochodzi ze źródeł niskoemisyjnych (wliczając to energię zakupioną z certyfikatami pochodzenia). Stanowi to ponad 80% całej energii elektrycznej 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, która została uruchomiona w maju 2023. Farma zlokalizowana jest również na Dolnym Śląsku i ma powierzchnię ponad 3 ha. Od 2023 roku łączna moc wszystkich trzech instalacji fotowoltaicznych naszej Grupy wynosiła niemal 5 MW.

55%

Wskaźnik produkcji zielonej energii do całkowitej energii elektrycznej zużytej przez Grupę

Cały czas prowadzimy proces inwestycyjny, który ma na celu pozyskanie nowych odnawialnych źródeł wytwórczych.

W kolejnych latach planujemy podpisać kontrakty na bezpośrednie dostawy energii z OZE tzw. cPPA, a także prowadzimy analizy możliwości włączenia naszej produkcji zielonej energii do zużycia w naszych serwerowniach (centrach danych).

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.

W Strategii Zrównoważonego Rozwoju zobowiązaliśmy się, że podniesiemy poziom efektywności energetycznej naszych serwerowni i budynków. W tym celu planujemy 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.

Całkowite zużycie paliw pochodzących ze źródeł nieodnawialnych

	j.m.	Zużycie
Gaz z ropy naftowej (LPG)	[MWh]	5,2
Gaz ziemny i koksowniczy	[MWh]	332,4
Gazy hutnicze	[MWh]	0
Miał	[MWh]	0
Olej opałowy	[MWh]	10.0
Paliwa ciekłe – benzyna	[MWh]	951,5
Węgiel kamienny	[MWh]	0
Olej napędowy	[MWh]	1 381,5
Łączne zużycie energii	[MWh]	2 680,6

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

Całkowite zużycie energii wewnątrz organizacji w 2024 roku

(wartość stanowi sumę zużycia energii ze źródeł kopalnych oraz ze źródeł odnawialnych)

13 286,5 [MWh]

Całkowite zużycie energii zakupionej na zewnątrz organizacji

	j.m.	Zużycie
Zużycie zakupionych lub pozyskanych energii elektrycznej, ciepła, pary wodnej i chłodu ze źródeł odnawialnych	[MWh]	9 174,7
Zużycie zakupionych lub pozyskanych energii elektrycznej, ciepła, pary wodnej i chłodzenia ze źródeł kopanych	[MWh]	1 431,2
Łączne zużycie energii	[MWh]	10 605,9

Łączna wielkość sprzedaży energii wyprodukowanej wewnątrz organizacji

	j.m.	Zużycie
I. Energia elektryczna	[MWh]	5 244,8
II. Ciepło, chłód, para wodna	[MWh]	0
Łączne zużycie energii	[MWh]	5 244,8

Bilans energii w 2024 roku

(wartość stanowi całkowite zużycie energii ze źródeł kopalnych oraz ze źródeł odnawialnych pomniejszoną o wielkość sprzedanej energii wyprodukowanej wewnątrz organizacji)

8 041,7 [MWh]

Emisje gazów cieplarnianych

Emisje gazów cieplarnianych w Grupie Wirtualna Polska są kalkulowane i monitorowane w zakresie emisji bezpośrednich (Scope 1), pośrednich (Scope 2 location-based oraz market-based) oraz w całym łańcuchu wartości (Scope 3).

Emisje kalkulujemy i raportujemy zgodnie z uznanym na świecie standardem GHG Protocol. Wskaźniki dla Grupy zostały zaczerpnięte między innymi z danych publikowanych przez KOBIZE, DEFRA, EPA, IEA oraz Ademe.

Za rok bazowy przyjęto 2024. W kalkulacji emisji ujęto spółki z grupy kontrolowane finansowo i operacyjnie.

Zakup energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych przełożył się na niższy poziom emisji Scope 2 (market-based) – 516,58 Mg CO₂e wobec 6 029,49 Mg CO₂e (location-based). W zakresie Scope 3 dominującą kategorią emisji (ponad 236 tys. Mg CO₂e) jest kategoria 11 – użytkowanie sprzedanych produktów i usług.

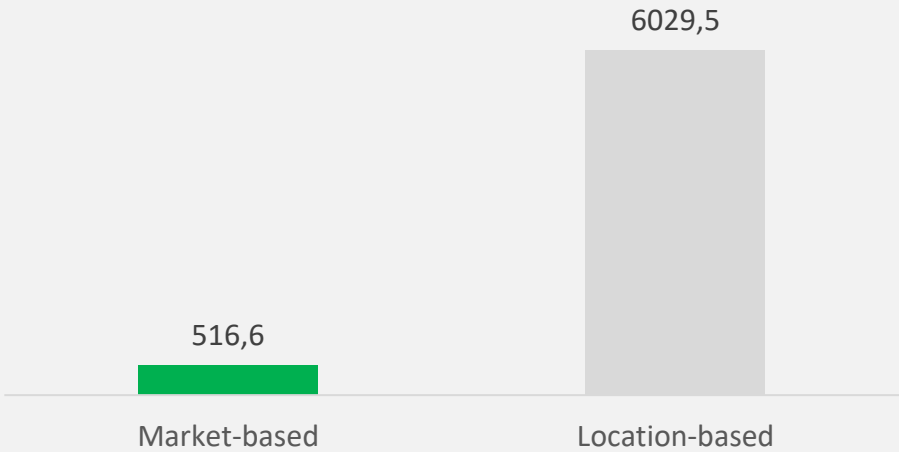
[Mg CO2e]	2024
Emisje Scope 1	640,0
Emisje Scope 2 location-based	6 029,5
Emisje Scope 2 market-based	516,6
Emisje Scope 3, w tym:	255 655,7
1. Zakupione towary i usługi	11 663,2
2. Dobra inwestycyjne	1 731,1
7. Dojazdy pracowników	793,1
11. Użytkowanie sprzedanych produktów	236 181,0
14. Franczyza	2 004,4
15. Inwestycje	2 389,3
Całkowite emisje gazów cieplarnianych Scope 1+2 (location-based)	6 669,5
Całkowite emisje gazów cieplarnianych Scope 1+2 (market-based)	1 156,6
Całkowite emisje gazów cieplarnianych Scope 1+2 (location-based) + 3	262 325,2
Całkowite emisje gazów cieplarnianych Scope 1+2 (market-based) +3	256 812,3

92
procent

emisji Scope 3 to emisje związane z użytkowaniem produktów Grupy.

92
procent

niższa emisyjność Scope 2 (market-based) dzięki zakupowi energii ze źródeł odnawialnych.



Edukujemy w zakresie zmian klimatycznych

Nasza odpowiedzialność za środowisko nie kończy się na wskaźnikach emisyjności – jako firma z obszaru mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni również 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 2024 roku w serwisach WP opublikowaliśmy ponad 700 materiałów edukacyjnych na tematy związane z ochroną środowiska.

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.



4.

S1 – Pracownicy Grupy

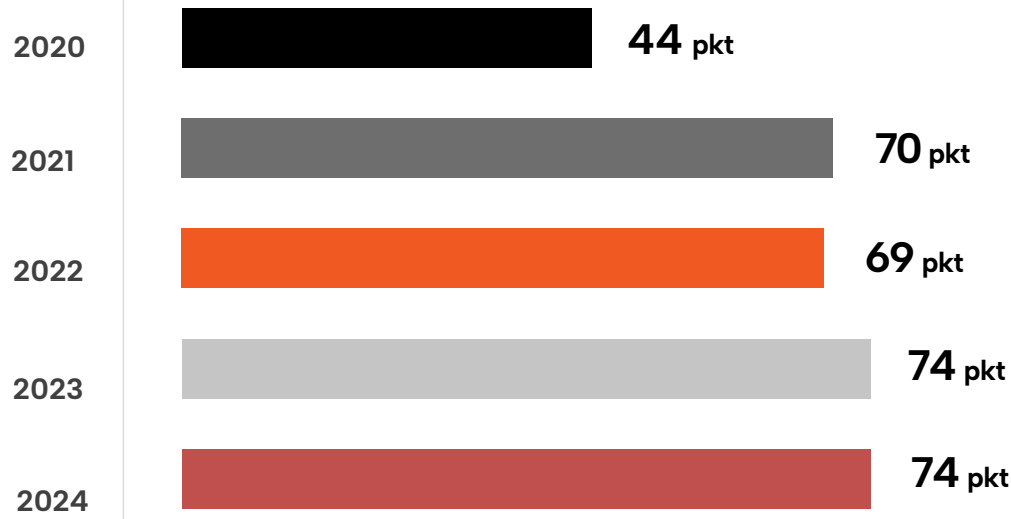
Ludzie najważniejszym kapitałem

Biorąc pod uwagę fakt, że miesięcznie nasze serwisy mają około 20 milionów 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. Co więcej 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 wzmocnieniem kompetencji menadżerskich i dialogu z zespołem.

LTI – Leadership Trust Index





Formy zatrudnienia

1. Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć

	2023	2024
Kobiety	1233	1303
Mężczyźni	803	813
RAZEM	2036	2116

2. Pracownicy na umowie na czas nieokreślony

	2023	2024
Kobiety	971	1059
Mężczyźni	661	675
RAZEM	1632	1734

3. Pracownicy na umowie na czas określony

	2023	2024
Kobiety	262	244
Mężczyźni	142	138
RAZEM	404	382

4. Pracownicy zatrudnieni na pełen etat

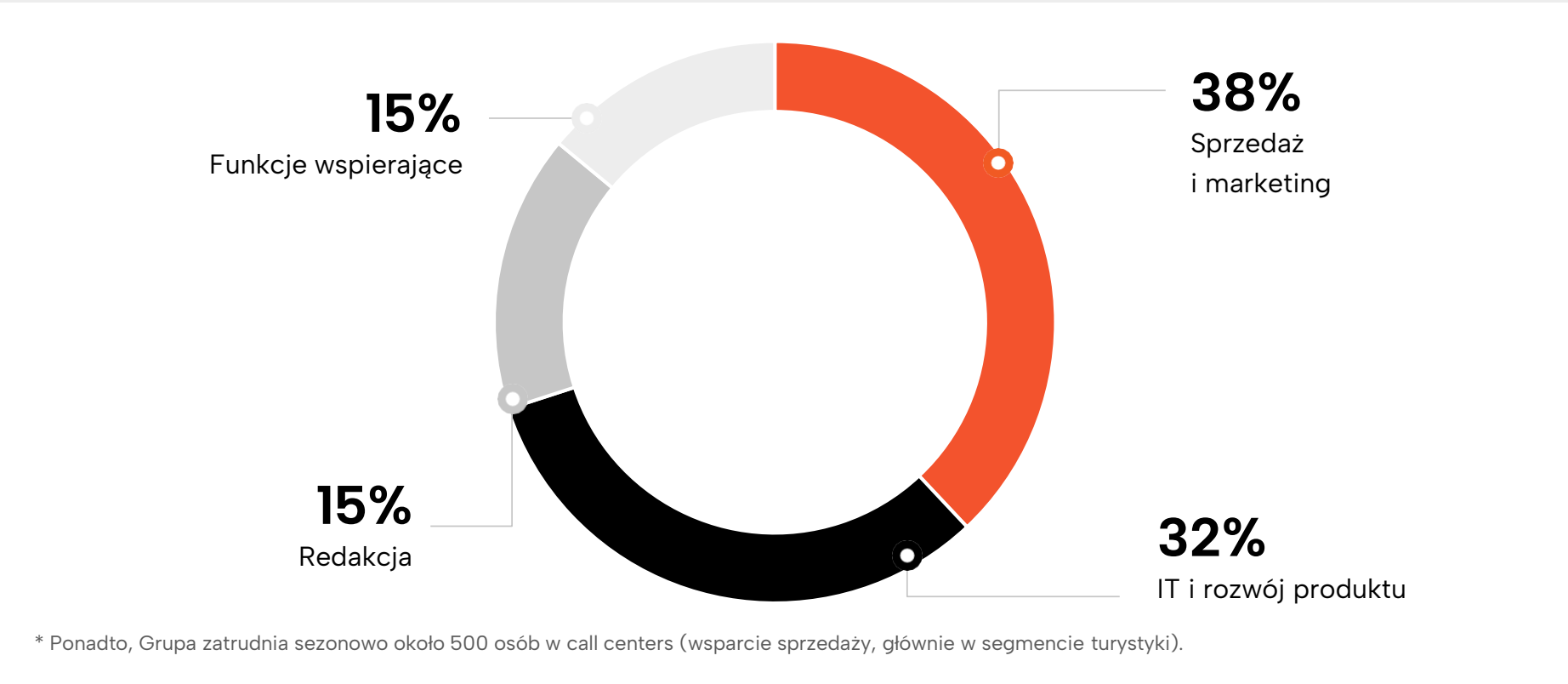
	2023	2024
Kobiety	1147	1244
Mężczyźni	785	799
RAZEM	1932	2043

5. Pracownicy zatrudnieni na część etatu

	2023	2024
Kobiety	86	59
Mężczyźni	18	14
RAZEM	104	73

W obliczaniu stanu zatrudnienia przyjęty został ostatni dzień roku sprawozdawczego, czyli 31.12.2024. Pełen etat określamy jako pełny wymiar godzin czasu pracy, natomiast niepełny jako czas skrócony. W Grupie nie zatrudniano pracowników o niegwarantowanym wymiarze godzin. W raportowanych danych za 2023 rok nie zostały ujęte spółki zagraniczne Grupy Audioteka, które stanowią około 1% wszystkich pracowników.

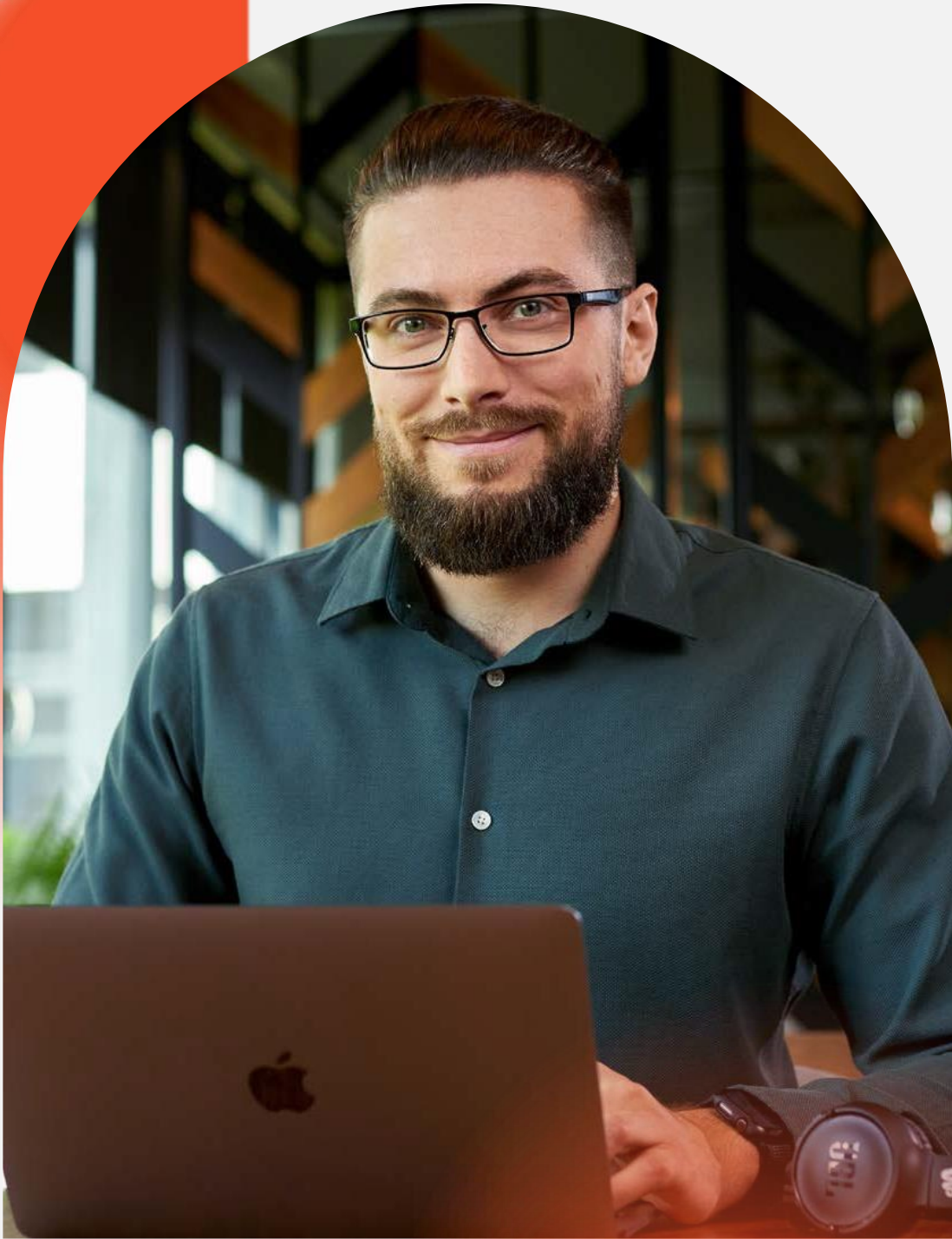
Grupa WP: struktura zatrudnienia w 2024 roku (wliczając wszystkie formy współpracy)



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

	2023	2024
Liczba współpracowników, czyli osób świadczących usługi, niebędących pracownikami organizacji	864	843





Liczba pracowników w podziale na kraj



W raportowanych danych 2023 rok nie zostały ujęte dane spółek zagranicznych grupy Audioteka.

	2023	2024	Zmiana r/r
RAZEM	2036	2116	4%

Wskaźnik Rotacji	2023	2024	Zmiana r/r
	19%	27%	41%

W 2024 roku spółka Wirtualna Polska Media przeprowadziła procedurę zwolnień grupowych. Aby zminimalizować ich negatywny wpływ na pracowników, każdemu pracownikowi przedstawiano ofertę dodatkowego wynagrodzenia ponad to co było wymagane przepisami prawa bądź podpisanej umowy. Każda z osób objęta tym procesem mogła liczyć na konsultację dotyczącą dalszej ścieżki zawodowej i w razie konieczności wsparcie w postaci opieki psychologicznej.

Rozwój i edukacja

Dbamy o edukację i rozwój naszych pracowników, zarówno w obszarze kompetencji twardych, jak i miękkich. W 2024 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. Odbłyły się między innymi:

- **Miesiąc zdrowia WP** – webinary i szkolenia w zakresie zdrowia, w tym zdrowia psychicznego, w 2024 roku poświęcona tematyce psychodietetyki i depresji
- **Listopad Różnorodności** – szkolenia dotyczące m.in. Różnorodności, w 2024 roku poświęcona tematyce neuroróżnorodności
- **#Moc_Doceniania** – warsztaty dla menadżerów promujące kulturę doceniania pracowników
- **VR Feedback** – szkolenia dla menadżerów z zakresu dawania informacji zwrotnej
- **Akademia Sprzedaży Superauto** – intensywny program wdrożeniowy, który łączy teorię z praktyką
- **Szkolenie z pierwszej pomocy Extradom** – wiedza i praktyka, które ratują życie
- **Akademia Programowania** – kurs skierowany do pasjonatów programowania, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę

Przyczyniamy się do rozwoju pracowników

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

511 **Sesji treningowych w ramach VR Feedback.**

300 **Uczestników na każdym z 3 webinarów z okazji Miesiąca Zdrowia WP**

88 **Uczestników Akademii Sprzedaży Superauto**

Staramy się odpowiadać na potrzeby rozwojowe naszych pracowników, planując je co roku na podstawie ankiet pracowniczych, wywiadów prowadzonych przez People & Culture Business Partnera w poszczególnych obszarach, czy cyklicznych badań satysfakcji.

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.

Zapewniamy konkurencyjne i rozwojowe warunki pracy

- Wzięliśmy udział w targach pracy 2 razy w 2024 roku (wiosna i jesień).
- W ramach WP Akademii przeprowadziliśmy szkolenia wewnętrzne pozwalające na wymianę wiedzy w określonych tematach.
- 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.

Dbamy o dobrostan pracowników

W naszej strategii zrównoważonego rozwoju dobrostan pracowników jest ważnym aspektem. Dlatego oferujemy szereg benefitów naszym pracownikom, w tym również pracownikom czasowym, pracownikom zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin oraz współpracownikom:

- platforma kafeteryjną Worksmile, gdzie pracownicy otrzymują środki ZFŚS, które mogą wydać na karty sportowe czy rozrywkę,
- dostęp do prywatnej opieki lekarskiej Luxmed,
- ubezpieczenie grupowe na życie (w ramach platformy kafeteryjnej),
- ubezpieczenie następstw nieszczęśliwych wypadków dla dzieci i młodzieży szkolnej,
- bezpłatne konsultacje psychologiczne,
- webinary/warsztaty dotyczące zdrowia psychicznego, profilaktyki zdrowotnej, diety,
- BadaBus (badania profilaktyczne),
- mobilny punkt krwiodawstwa,
- szkolenia z pierwszej pomocy,
- dostęp do specjalistycznej platformy internetowej, gdzie oferujemy wsparcie w zakresie zdrowia psychicznego oraz dbania o odporność psychiczną,
- dofinansowanie nauki, szkolenia rozwojowe, finansowanie kursów,
- finansowanie szkoleń językowych (platforma e-tutor),
- karty FIT Profit i FIT Sport,
- zniżki na produkty oferowane przez spółki (m.in. Pilot WP, Wakacje.pl, Audioteka),

- zniżki na produkty firm partnerskich (w ramach platformy kafeteryjnej),
- eventy (wspólne śniadania, Kobiety Perspektywy),
- inicjatywa dla kobiet pracujących w Holdingu WP, spotkania i wyjazdy integracyjne, szkolenia w ramach miesiąca różnorodności, 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).



Dbamy o dobrostan pracowników



Dzień dziecka

- Ponad 130 dzieci naszych pracowników odwiedziło biura oraz do wszystkich 7 lokalizacji zostały wysłane prezenty dla dzieci

Mikołajki

- Tradycyjne spotkania mikołajkowe w Warszawie, Gdańsku i Wrocławiu.
- W Extradom, również to była okazja, aby dzieci pracowników lepiej poznały miejsce pracy rodziców.

Wspieramy Profilaktykę

- 350 przebadanych pracowników w 3 lokalizacjach – Warszawa, Gdańsk i Wrocław

Extradom ruszył na workation!

- 7 słonecznych dni pracy z uroczego Rethymno, gdzie pracownicy mieli fantastyczną okazję do integracji międzypespółowej.



WP Walentynka

- Wydarzenie angażujące wszystkich pracowników WPM – 1200 wysłanych waletynek
- We wszystkich 7 lokalizacjach akcenty waletynkowe – balony i słodycze

Akcja „jesieniara”

- Jesienne akcenty dla pracowników w biurach.

Wspieramy sportowców

- Regularnie wspieramy pracowników biorących udział w zawodach sportowych, m.in. biegowych i triathlonowych.

Prawa pracownicze

Dbamy o to, aby wszystkie spółki Grupy Wirtualna Polska, przestrzegały praw człowieka i praw pracowniczych. W 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.

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.



Bezpieczeństwo i higiena pracy

Pierwszym krokiem do podjęcia zatrudnienia są obowiązkowe badania lekarskie, w których trakcie 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 inżynieryjno-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 wymogi 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.

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.

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 2023 i w 2024 nie wydarzyły się wypadki wśród osób niebędących pracownikami, jak i wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu. Nie było również przypadków zarejestrowanych schorzeń zawodowych, wypadków przy pracy, a liczba dni niezdolności do pracy spowodowana kontuzjami przy pracy/złym stanem zdrowia w wyniku pracy i liczba przypadków śmiertelnych spowodowana wypadkami przy pracy/złym stanem zdrowia w wyniku pracy wynosiła 0.

Wypadki wśród pracowników

	2023	2024
Wypadki lekkie	3	4
Wypadki ciężkie	0	0
Wypadki śmiertelne	0	0
Wypadki zbiorowe	0	0
Łączna liczba wypadków	3	4

Równa płaca

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;
- w procesie ustalania wysokości wynagrodzeń wartościujemy stanowiska pracy z uwzględnieniem danych rynkowych;
- mierzymy wskaźnik równości wynagrodzeń (gender pay gap ratio, GPGR), co pozwala na wprowadzanie działań mających na celu zmniejszenie różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn.

Wskaźnik równości wynagrodzeń (GPGR)

Wskaźnik Gender Pay Gap wyraża różnicę średniego poziomu wynagrodzenia całkowitego między pracownikami płci żeńskiej i męskiej, wyrażoną jako odsetek średniego poziomu wynagrodzenia zasadniczego pracowników płci męskiej. Wskaźnik policzony dla pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę w Polsce.

22,7%

Gender Pay Gap (dla spółek z siedzibą w Polsce, wskaźnik nieskorygowany)

6,52%

Gender Pay Gap (dla spółek z siedzibą w Polsce, dla pracowników i współpracowników; wskaźnik skorygowany *)

* 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 =
$$\frac{\text{Średni wynik u CR TC płci z większym wynikiem} - \text{średni wynik CR TC płci z mniejszym wynikiem}}{\text{średni wynik CR TC płci z większym wynikiem}}$$

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

40,9

Wynagradzanie członków Zarządu i Rady Nadzorczej

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 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.

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 długo-terminowym 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 Członkom 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.

Ogólne zasady wynagradzania członków Zarządu i Rady Nadzorczej

Zasady przyznawania wynagrodzenia Członkom Zarządu, ustalone w Polityce wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej, zostały ukształtowane w taki sposób, aby stworzyć bodźce motywujące Członków Zarządu do efektywnego kierowania Spółką oraz Grupą Kapitałową Wirtualna Polska oraz podejmowania działań i wysiłków nakierowanych na dalszy rozwój Grupy i realizację interesów akcjonariuszy z uwzględnieniem poszanowania praw interesariuszy. W związku z powyższym w Polityce wynagrodzeń przyjęto, iż wynagrodzenie całkowite Członków Zarządu będzie się składać z części stałej oraz zmiennej. Ponadto sposób ukształtowania wynagrodzenia Członków Zarządu w odniesieniu do części zmiennej tego wynagrodzenia został powiązany wprost z ogólną strategią biznesową Grupy.

Polityka wynagrodzeń Wirtualna Polska Holding S.A. ma na celu zapewnienie takiej struktury wynagrodzeń, która pozwoli spółce i jej spółkom zależnym na pozyskiwanie, zatrzymanie wysoko wykwalifikowanych Członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz zapewnienie im konkurencyjnego wynagrodzenia dostosowanego do osiągania ponadprzeciętnych wyników firmy oraz długoterminowych celów Grupy.

Elementy wynagrodzenia członków zarządu Wirtualna Polska Holding S.A. w 2024 r.

Elementy stałe	Elementy zmienne	LTIP
Wynagrodzenie zasadnicze	Premia roczna oparta na systemie zarządzania przez cele jest elementem STI (Short-term incentive). Premia ta jest wypłacana w cyklach półrocznych i bazowo stanowi do 50% półrocznego wynagrodzenia zasadniczego. Progiem uruchomienia premii jest realizacja przez Grupę określonego poziomu celu EBITDA (ustalonego z Radą Nadzorczą) oraz celów indywidualnych. W zależności od realizacji celów indywidualnych i mnożnika wynikającego z poziomu realizacji celu EBITDA oraz spełnieniu warunku minimalnego celu EBITDA, premia może wynieść do 143% premii bazowej. Przy maksymalnym poziomie realizacji celów finansowych i niefinansowych poziom premii może stanowić do 72% rocznego wynagrodzenia zasadniczego osiąganego od wszystkich spółek będących w grupie kapitałowej.	Spółka prowadzi długoterminowe programy motywacyjne, w ramach których przyznawane jest prawo do objęcia akcji. Trzech członków zarządu: Jacek Świdorski, Michał Brański i Krzysztof Sierota są jednocześnie znaczącymi akcjonariuszami, posiadającymi razem 38% akcji i kontrolującymi 55% głosów. Zespół ds. wynagrodzeń w ramach Rady Nadzorczej uznaje, że stan posiadania przez nich akcji Wirtualna Polska Holding sprawia, że ich interesy w wystarczającym stopniu korespondują z interesami akcjonariuszy spółki i długoterminowymi celami strategicznymi Grupy, w związku z tym nie są oni dodatkowo uczestnikami długoterminowego programu motywacyjnego opartego o akcje. * Uczestnikiem programu motywacyjnego opartego na akcjach jest Elżbieta Bujniewicz-Belka.

* zgodnie z polityką wynagrodzeń, Członkowie Zarządu będący akcjonariuszami Spółki posiadającymi ponad 5% głosów w Spółce, nie biorą udziału w długoterminowych programach motywacyjnych obowiązujących w Spółce

W roku 2024 cele premiowe wyznaczane dla poszczególnych Członków Zarządu w części odnoszącej się do wyników finansowych były wprost skorelowane z założeniami budżetu przychodowo – kosztowego Grupy zatwierdzonego przez Radę Nadzorczą. Pozostałe cele premiowe Członków Zarządu zostały powiązane z projektami realizującymi długoterminowe cele strategiczne Grupy, tj. osiągnięcie pozycji głównego medium informacyjno-rozrywkowego oraz lidera rynku e-commerce w Polsce. Dodatkowym bodźcem motywującym członków Zarządu Spółki do osiągania jak najlepszych wyników finansowych było uzależnienie wypłaty wynagrodzenia zmiennego od osiągnięcia przez Grupę ustalonego przez Radę Nadzorczą poziomu wyniku EBITDA w stosunku do poziomu ustalonego w budżecie zatwierdzonym przez Radę Nadzorczą.

Wynagrodzenie całkowite członków Rady Nadzorczej wypłacane w 2024 r. było ustalone w równej miesięcznej wysokości, przy czym dla Członków Rady Nadzorczej pełniących dodatkowe funkcje (Przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki, Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki, członka Komitetu Audytu lub innego komitetu lub komisji Rady Nadzorczej Spółki) zostało uchwalone dodatkowe miesięczne wynagrodzenie w stałej wysokości.

Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej w 2024 r.

Wynagrodzenia Członków Zarządu

Wynagrodzenie całkowite Członków Zarządu Spółki w 2024 r. składało się z następujących składników:

- wynagrodzenia stałego (zasadniczego),
- wynagrodzenia zmiennego opartego o cele krótkoterminowe (premii; STI),
- wynagrodzenia zmiennego opartego o cele długoterminowe (program opcji menadżerskich powiązanych z ceną akcji; LTIP),
- wynagrodzenia pozafinansowego (benefity).

Pakiet wynagrodzeń jest tak skonstruowany, by skupiał działania najwyższej kadry kierowniczej na skutecznej realizacji priorytetów spółki, a także na dostosowaniu ich interesów do długoterminowych interesów akcjonariuszy.

Zgodnie z polityką wynagrodzeń, Członkowie Zarządu Wirtualna Polska Holding S.A. otrzymują stałe wynagrodzenie, wypłacane miesięcznie w wysokości ustalonej w uchwale Rady Nadzorczej, na podstawie powołania.

Wynagrodzenie zmienne jest ustalane i rozliczane przy uwzględnieniu rocznych lub półrocznych celów premiowych oraz wagi tych celów. Wypłata Premii należnej Członkom Zarządu następuje niezwłocznie po dokonaniu przez Radę Nadzorczą oceny poziomu realizacji celów premiowych po zakończeniu danego okresu rozliczeniowego i opublikowaniu sprawozdania finansowego. 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.

Ponadto, Spółka prowadzi długoterminowe programy motywacyjne, w ramach których Członkom Zarządu może zostać przyznane dodatkowe wynagrodzenie, którego wysokość wyliczana jest w oparciu o wartość Spółki (cele długoterminowe). Świadczenia pozafinansowe (benefity) przysługują Członkom Zarządu na zasadach obowiązujących dla wszystkich pracowników i współpracowników Spółki (m.in. platforma kafeteryjna, opieka medyczna).

Wartość wynagrodzeń Członków Zarządu ze wszystkich spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej

Członek zarządu	Stanowisko	Typ wynagrodzenia	2022	2023	2024
Jacek Świdorski	Chief Executive Officer	stałe	2 404	2 892	3 123
		zmienne	1 024	990	522
		LTIP	-	-	-
Elżbieta Bujniewicz-Belka	Chief Financial Officer	stałe	804	967	1 045
		zmienne	457	462	281
		LTIP	1 295	-	-
Michał Brański	Chief Strategy Officer	stałe	808	977	1 045
		zmienne	490	474	277
		LTIP	-	-	-
Krzysztof Sierota	Chief Technology Officer	stałe	804	965	1 045
		zmienne	473	477	1 147
		LTIP	-	-	-

* Tabela powyżej nie uwzględnia świadczeń niepieniężnych (benefity)

Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej

Członkom Rady Nadzorczej Spółki w 2024 r. przysługiwało wynagrodzenie:

- w stałej miesięcznej kwocie dla członków Rady Nadzorczej
- oraz dodatkowo, w stałej miesięcznej kwocie z tytułu sprawowania przez Członka Rady Nadzorczej Spółki jednej lub kilku funkcji: Przewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki, Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej Spółki, członka Komitetu Audytu lub innego komitetu lub komisji Rady Nadzorczej Spółki.

Wysokość kwot, o których mowa powyżej, została ustalona w uchwałach Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki. Ponadto Członkowie Zarządu oraz Rady Nadzorczej podlegają ubezpieczeniu z tytułu odpowiedzialności cywilnej (Ubezpieczenie D&O) finansowanemu przez Spółkę. Członkom Rady Nadzorczej nie przysługują żadne inne świadczenia niefinansowe od Spółki lub innych podmiotów z Grupy Kapitałowej.

Wynagrodzenia zmienne członków Zarządu oparte o cele

Wynagrodzenia oparte o cele krótkoterminowe

Wynagrodzenie zmienne (Premia) jest ustalane i rozliczane przy uwzględnieniu rocznych lub półrocznych celów premiowych oraz wagi tych celów.

Udział poszczególnych krótkoterminowych celów premiowych w 2024 r. członków zarządu Wirtualna Polska Holding

Rodzaj celu	Cel szczegółowy	Jacek Świdorski	Elżbieta Bujniewicz–Belka	Michał Brański	Krzysztof Sierota
Cele finansowe	Skonsolidowane przychody ze sprzedaży	25%			
	Skoryg. EBITDA	50%	40%		29%
	Skonsolidowany zysk netto	20%			
	CAPEX		20%		20%
	Koszty operacyjne bez kosztów wynagrodzeń		20%		
Cele niefinansowe operacyjne	Cele z zakresu technologii			99%	50%
	Automatyzacja procesów		10%		
Cele niefinansowe ESG	Cel ESG	5%	10%	1%	1%
Suma		100%	100%	100%	100%

Wynagrodzenia oparte o cele długoterminowe

Spółka prowadzi programy motywacyjne, w ramach których Członkom Zarządu może zostać przyznane dodatkowe wynagrodzenie, którego wysokość wyliczana jest w oparciu o kurs akcji Spółki. Głównym długoterminowym celem, od którego uzależniona jest wartość programu motywacyjnego dla Członka Zarządu jest wartość Spółki, czego odzwierciedleniem jest cena akcji.

Zgodnie z polityką wynagrodzeń, Członkowie Zarządu będący akcjonariuszami Spółki posiadającymi ponad 5% głosów w Spółce, nie biorą udziału w programach motywacyjnych obowiązujących w Spółce. W związku z tym, w 2024 r. Członkowie Zarządu: Jacek Świdorski, Michał Brański i Krzysztof Sierota nie otrzymali dodatkowego wynagrodzenia powiązanego z akcjami (w ramach programu opcji menadżerskich). Zespół ds. wynagrodzeń w ramach Rady Nadzorczej uznaje, że stan posiadania przez nich akcji Wirtualna Polska Holding sprawia, że ich interesy w wystarczającym stopniu korespondują z interesami akcjonariuszy spółki i długoterminowymi celami strategicznymi Grupy.

Szczegółowe kryteria dotyczące wynagrodzenia opartego o cele krótkoterminowe

Rozliczenie wynagrodzenia zmiennego Członków Zarządu jest dokonywane w oparciu o półroczne cele premiowe oraz ich wagi. Cele Premiowe oraz ich wagi są ustalane przez Radę Nadzorczą, w formie uchwały.

Cele Premiowe Członków Zarządu mają charakter:

- Celów Finansowych obejmujących m.in. takie wskaźniki jak: poziom skorygowanej EBITDA Grupy kapitałowej, poziom skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży, poziom skonsolidowanego zysku netto Grupy, poziom CAPEX Grupy kapitałowej, poziom kosztów nieosobowych Grupy kapitałowej,
- Celów Niefinansowych Operacyjnych obejmujących projekty z obszarów podlegających zarządzaniu przez poszczególnych Członków Zarządu, tj. IT (m.in. związanych z rozwojem systemów i infrastruktury technologicznej spółek w Grupie kapitałowej), Produktu (m.in. związanych z poprawą efektywności wyświetlania reklam) i HR;
- Celów Niefinansowych Strategicznych obejmujących projekty realizujące krótko i długoterminową strategię Spółki;
- Celów Niefinansowych ESG obejmujących projekty dotyczące ochrony środowiska oraz innych zrównoważonego rozwoju powiązanych z działalnością Spółki, w tym dotyczących opracowaniu Strategii ESG Grupy Kapitałowej na lata 2022–2025 z kierunkami rozwoju do 2030 roku.

Dobór Celów Premiowych w danym okresie rozliczeniowym (jak również ich wagi) dla poszczególnych Członków Zarządu uwzględnia zakres ich indywidualnych obowiązków i odpowiedzialności w procesie zarządzania Spółką.

Różnorodność i równość szans

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.

Stan zatrudnienia na dzień 31.12.2024 – osoby zatrudnione na umowę o pracę

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i wiek	2023			2024		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
poniżej 30 lat	401	273	674	416	269	685
od 30 do 50 lat	805	506	1311	843	512	1355
powyżej 50 lat	27	24	51	44	32	76
RAZEM	1233	803	2036	1303	813	2116

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.

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.

W 2024 roku nie odnotowaliśmy żadnych zgłoszonych przypadków dyskryminacji.

Udział kobiet w RN i Zarządzie **33%**



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.



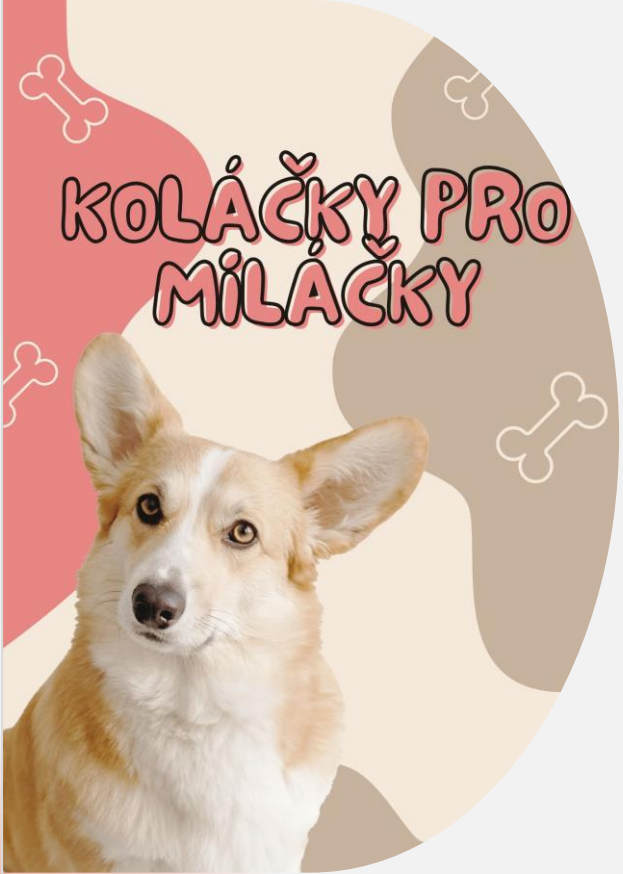
Akcje społeczne

Gdańsk biega z Wakacje.pl

W ramach obchodów 25-lecia istnienia, Wakacje.pl zostały głównym sponsorem wydarzenia „Gdańsk Biega” w październiku 2024 roku, aktywnie promując zdrowy styl życia i integrację społeczną poprzez sport. Firma ufundowała pamiątkowe koszulki dla pierwszego tysiąca uczestników oraz zorganizowała konkurs z bonami wakacyjnymi – a ze względu na pozytywny odbiór wydarzenia, zaangażowanie Wakacje.pl w tę inicjatywę będzie kontynuowane w kolejnych latach.

Extradom wsparł akcję „Zadyma”

Wsparliśmy akcję „Zadyma” organizowaną przez Agatę i Wojciecha Miszewskich. W jeden z majowych weekendów nasi pracownicy wyremontowali, odświeżyli, usprawnili i wysprząтали poczekalnię dla pacjentów w Dolnośląskim Centrum Onkologii, Pulmonologii i Hematologii. Nie tylko zyskała nowy, świeży wygląd, ale także została wyposażona w nowe meble, sfinansowane z wewnętrznej zbiórki pracowników.



Zbiórki charytatywne w Grupie

W 2024 roku w Grupie przeprowadziliśmy zbiórki, między innymi w:

- **Szallas Czechy** – świąteczna zbiórka na rzecz schroniska dla zwierząt oraz charytatywny brunch dla ofiar powodzi.
- **Wakacje.pl** – zbiórka środków dla pracowników dotkniętych powodzią na południu Polski; zaangażowanie centrali i franczyzy oraz wsparcie w odbudowie salonów.

Zaangażowanie społeczne

Wirtualna Polska Holding podpisała Kartę Praw Dziecka w Biznesie

To inicjatywa, która ma zachęcić do konkretnych działań na rzecz ochrony praw dziecka, również w internecie. Kartę przygotowało Forum Odpowiedzialnego Biznesu we współpracy z firmami i organizacjami społecznymi.



Mikrorezerwat orla przedniego

Wirtualna Polska wraz z Fundacją Dziedzictwo Przyrodnicze chroni jedno z gniazd orla przedniego. Orzeł przedni, nazywany również złotym, to jeden z najbardziej majestatycznych gatunków szponiastych. Swoje gniazda, o średnicy 2–3 m, buduje na starych drzewach, głównie na jodle. Niełatwo go spotkać, ponieważ zagrożony jest wyginięciem. W Polsce żyje około 35 par, dlatego objęto go ścisłą ochroną, dlatego zdecydowaliśmy się wesprzeć finansowo strefę ich ochrony. Strefy ochrony, czyli tzw. mikrorezerваты pozwalają na ochronę zagrożonych gatunków, wstrzymują wycinkę drzew, pozwalając na zachowanie miejsc corocznego gniazdowania. Każdy mikrorezerwat chroni nie tylko drzewo z gniazdem, ale i teren wokół niego. W ten sposób na terenie każdego mikrorezerwatu swoje ostoje znajdują inne gatunki roślin i zwierząt.



Pomoc czworonogom

Firma Superauto.pl ufundowała specjalne boksy dla schroniska dla bezdomnych zwierząt w Chorzowie. Ponadto przekazała środki dla schroniska w pierwszych miesiącach akcji „Jedziemy z pomocą”. Dzięki uzyskanym środkom, schronisko zostało wyposażone m.in. w skaner ultradźwiękowy dla zwierząt, urządzenia do dezynfekcji pomieszczeń oraz weterynaryjną maszynkę do golenia.



Ul Wirtualnej Polski

Grupa Wirtualna Polska opiekuje się ulem, w którym zamieszkuje około 50 000 pszczoł robotnic. Ul znajduje się w pasiece na terenie Business Garden w Warszawie.



Dzień Kolorowej Skarpetki

Pierwszy dzień wiosny, czyli 21 marca, to nie przypadkowa data na świętowanie Światowego Dnia Zespołu Downa. Nawiązuje ona do obecności u osób z zespołem Downa dodatkowego, trzeciego chromosomu w ich 21. parze.

W ramach obchodów, założyliśmy kolorowe skarpetki nie do pary, które są symbolem tego dnia – noszenie jej wyraża wsparcie i solidarność z osobami dotkniętymi zespołem Downa. Obchody połączyliśmy z kampanią edukacyjną na temat zespołu downa. W Totalmoney zorganizowano wśród pracowników wewnętrzną inicjatywę „Skarpetki Totalnie Nie Do Pary”, w ramach której każdy mógł wysłać zdjęcia dwóch różnych skarpetek, a za każdą fotkę TM wpłacało określoną kwotę na Stowarzyszenie Ukryty Skarb, którego celem jest tworzenie przyjaznego środowiska dla rozwoju dzieci z Zespołem Downa.



Działania edukacyjne

Miesiąc zdrowia

W ramach corocznej akcji "miesiąc zdrowia" w 2024 roku odbyły się 3 webinary:

- "Psychologiczne techniki panowania nad apetytem"
- "Depressed but well dressed. O depresji i jej maskowaniu słów kilka"
- "Dieta dla twojego mózgu – jak realnie podnieść swoją koncentrację?"

Wzięły w nich udział setki pracowników, a nagrania są dostępne w bazie wiedzy.

Plebiscyt Wszechmocne

Redakcja serwisu WP Kobieta zorganizowała drugą edycję plebiscytu #Wszechmocne. Jego celem jest wyróżnienie utalentowanych, inspirujących i wpływowych kobiet w dziedzinach takich jak popkultura, nauka czy biznes, a także w trzech nowych kategoriach – #Wszechmocne w sporcie, #Wszechmocne dla planety oraz #Wszechmocne w sieci.



Akademia Programowania

To kurs skierowany do pasjonatów programowania, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę o zwinne metodyki projektowe oraz język programowania Go. Program skonstruowany był tak, aby uczestnicy mogli udoskonalić swoją wiedzę z zakresu wytwarzania oprogramowania. Pod okiem doświadczonych prowadzących-praktyków, dowiedzieli się jak współpracować w zespole developerskim, oraz jak w języku Go napisać wydajną i bezpieczną aplikację klient-serwer.



Program składał się z dwóch elementów: zarządzanie projektem informatycznym wytwarzanie oprogramowania w języku Go. W pierwszej części dowiedzieli się w jaki sposób odnaleźć się w zespole developerskim pracującym na co dzień w oparciu o zwinne metodyki projektowe. Te zajęcia odbywały się w naszym naturalnym środowisku, czyli w biurze przy Żwirki i Wigury. Druga część składała się z wprowadzenia do języka Go oraz programowania aplikacji, zdefiniowanej podczas zajęć z zarządzania projektem.



WP Czyta Dzieciom

Pracownicy Wirtualnej Polski po raz kolejny mieli okazję uczestniczyć w wyjątkowej akcji organizowanej corocznie z okazji Dnia Dziecka. Wcielili się w rolę lektorów bajek i stworzyli audiobook, który został opublikowany na wszystkich największych platformach streamingowych, w Audiotece oraz Open FM.

Działania edukacyjne

VR Feedback

VR Feedback to indywidualny trening dawania informacji zwrotnej dla menedżerów z użyciem wirtualnej rzeczywistości. W lutym 2024 roku 150-ciu menadżerów Wirtualnej Polski Media wzięło udział w treningach z dawania feedbacku z wykorzystaniem technologii VR (współpraca z firmą iPro).



Łącznie spędziliśmy na szkoleniu 4 dni i 13 godzin. Przeszliśmy łącznie 511 sesji treningowych.

“Bardzo sprawne, a jednocześnie super konkretne szkolenie. Mam poczucie, że sporo się nauczyłam, mimo że trening był krótki. Bardzo intuicyjny program!”



Wirtualna Polska partnerem merytorycznym studiów podyplomowych

UX Manager MasterClass. To unikalny kierunek studiów, który ma nie tylko pomóc praktykom UX uporządkować wiedzę z zarządzania zespołami, ale także otworzyć nowe możliwości kariery.

AI w kampanii rekrutacyjnej Wakacje.pl

Wakacje.pl połączyły employer branding z edukacją ekologiczną – kampania rekrutacyjna z użyciem AI promowała wartości firmy, angażując Gdański Ogród Zoologiczny i Fundację LYNX oraz przypominała o ochronie zagrożonych gatunków. Eksperti z tych organizacji wspierali nas w wyborze odpowiednich gatunków i dostarczali informacji o cechach zwierząt. Dzięki temu kampania jest nie tylko rekrutacyjna, ale też edukacyjna – ma przypominać, że ochrona przyrody jest czymś, co warto wspierać na każdym poziomie, również w życiu zawodowym.



O codzienności osób z niepełnosprawnościami z fundacją Avalon

29 lutego w warszawskim WP Klubie odbyło się wydarzenie zorganizowane we współpracy z fundacją Avalon, w którym gościliśmy osoby mierzące się z wieloma przeszkodami w życiu codziennym, spowodowanymi przez niepełnosprawność. Goście podczas panelu rozmawiali o wyzwaniach i przeszkodach w codziennym życiu oraz byciu "niewidzialnymi" wśród społeczeństwa. Następnie nasi pracownicy mogli wcielić się w osoby z różnymi niepełnosprawnościami za pomocą specjalnie przygotowanej symulacji.



WP partnerem akcji "Stacja Galaxy. Bezpieczne miejsce w sieci"

to program edukacyjny skierowany do dzieci w wieku 7–9 lat, ich rodziców, opiekunów, a także do nauczycieli i szkół. Inicjatywa powstała we współpracy firmy Samsung i Wirtualnej Polski. Projekt stanowił odpowiedź na wyzwania związane z bezpieczeństwem dzieci online, a jej celem było kształtowanie odpowiedzialnej postawy dzieci i dorosłych w cyfrowym świecie.





5.

S4 – Konsumentenci i użytkownicy końcowi

Relacje z konsumentami i użytkownikami

Wirtualna Polska, dbając o bezpieczeństwo i prywatność danych swoich użytkowników, wdraża zaawansowane technologie i procedury zabezpieczające, co wpływa na jej model biznesowy i inwestycje w bezpieczeństwo IT. Wirtualna Polska, monitorując i analizując zachowania, potrzeby oraz opinie swoich użytkowników, dostosowuje swoje produkty, usługi i treści, co przekłada się na lepszą personalizację i zwiększenie satysfakcji klienta.

Przejrzystość w komunikacji z użytkownikami i konsumentami dotycząca sposobu zbierania, wykorzystywania i przechowywania danych osobowych, a także uczciwość w prezentowaniu produktów i usług, są kluczowe dla budowania długotrwałych relacji z klientami.

Grupa Wirtualna Polska Holding przestrzega przepisów dotyczących ochrony konsumentów, danych osobowych i regulacji branżowych. Poszanowanie tych przepisów jest nie tylko wymogiem, ale także elementem budowania zaufania użytkowników i klientów.

Prywatność danych

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

Grupa przetwarza dane osobowe użytkowników i klientów, którzy udostępniają je m.in. podczas korzystania z usług, witryn czy aplikacji WP lub też zaufanych partnerów. Przetwarzane są również dane, które użytkownicy pozostawiają w ramach poruszania się po usługach oferowanych przez 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 użytkownikom i klientom Grupa udostępniła 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 wdrożone zostały efektywne mechanizmy uwzględniające środki bezpieczeństwa o charakterze organizacyjnym, prawnym oraz technicznym. Są one stale aktualizowane. W tym obszarze Grupa bazuje m.in. na standardach ISO/IEC z rodziny norm ISO 27000 – serii komplementarnych standardów bezpieczeństwa informacji. Wdraża 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 Grupa posiada 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 funkcjonuje Dział Bezpieczeństwa i Ochrony Danych Osobowych (DBiODO) oraz Zespół Security Operations Center. Wyznaczony jest również Inspektor Ochrony Danych Osobowych, który wraz z powyższym działem zapewnia:

- 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 edukujące 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

Skuteczność działań Grupy Wirtualna Polska w obszarze ochrony prywatności oceniana jest na podstawie przeznaczonych do tego narzędzi wewnętrznych, za których pomocą rejestrowane są 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 działań świadczyć może również brak spraw administracyjnych zakończonych karami oraz brak orzeczeń sądowych w zakresie prywatności klientów.

Wpływ na interesariuszy

W aspekcie bezpieczeństwa danych głównymi interesariuszami są użytkownicy (klienci) oraz regulatorzy. Dodatkowo polityka prywatności Grupy jest powszechnie dostępna. Użytkownicy mogą ją znaleźć na stronie <https://holding.wp.pl/poufnosc>.

Jednocześnie Grupa prowadzi dialog z regulatorami krajowymi, a także organizacjami międzynarodowymi zrzeszającymi największe portale internetowe, sieci reklamowe, domy mediowe, agencje interaktywne i reklamodawców i dostosowuje politykę prywatności danych do wszystkich zmian legislacyjnych oraz obowiązujących standardów.

Cyberbezpieczeństwo

W związku z tym, że działalność Grupy Wirtualna Polska odbywa się głównie w Internecie, temat cyberbezpieczeństwa jest traktowany priorytetowo. W Grupie pracuje zespół wyspecjalizowany w obszarze cyberbezpieczeństwa, są też wdrożone procedury, których skuteczność sprawdzana jest na bieżąco, wyznaczone są cele oraz wskaźniki.

By zapobiegać potencjalnym negatywnym skutkom działań z obszaru cyberbezpieczeństwa, wyodrębniony został zespół ekspertów, który w ramach Security Operations Center (SOC):

- monitoruje systemy pod kątem bezpieczeństwa;
- wykonuje testy i audyty;
- wytwarza procedury;
- 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 procesy, których celem jest zapobieganie potencjalnym negatywnym skutkom danego incydentu. Są to:

- procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi, której celem jest identyfikacja zagrożenia, oraz określenie jak istotny jest dany incydent;
- procedura powiadamiania, której celem jest zakomunikowanie incydentu zdefiniowanej wcześniej grupie osób;
- procedura utworzenia WarRoomu, której celem jest jak najszybsze usunięcie negatywnych skutków incydentu;
- procedura RFO, które służą do opisanego powyższego incydentu czy awarii po ich zakończeniu lub usunięciu. Celem tego opisu jest wyciągnięcie wniosków na przyszłość,
- procedura naprawcza, która ma na celu implementację rozwiązań pozwalającą uniknąć zaistniałego incydentu w przyszłości.

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 mierzona jest liczbą zarejestrowanych, wykrytych i przeprocesowanych incydentów.

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



Cele, zadania, wskaźniki

Cele zespołu Security Operations Center opierają się na 3 filarach:



**network &
system security**



pentesting



**automations, code statistics
oraz machine learning.**

W ramach powyższych filarów przeprowadzane są: procesy identyfikacji, mapowania ryzyka i zarządzania nim, pomiar postępu/dojrzałości danego systemu, monitoring bezpieczeństwa oraz optymalizacja.

Network & system security to:

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

Pentesting to przeprowadzanie testów penetracyjnych. 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 przygotowywany 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. MFA, CAS.

Na podstawie bieżącej pracy i przebytych incydentów tworzone są opracowania RFO – Reason for Outage. Wyciągane z nich wnioski z danego incydentu, pozwalają wskazać, 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.

Efekty pracy SOC

Grupa Wirtualna Polska w 2024 roku zarejestrowała prawie 3 tysiące alertów, które poddano analizie i zidentyfikowano potencjalne incydenty, które przyczyniły się do usunięcia setek podatności.

Misja edukacyjna

Jednym z istotnych zadań zespołu Security jest działalność edukacyjna. Eksperci Grupy zostali włączeni w proces onboardingu nowo zatrudnianych osób przygotowując każdego pracownika do poruszania się w otoczeniu współczesnych cyberzagrożeń. Każdy przeszkolony pracownik powinien wiedzieć, jak rozpoznać, uniknąć i zgłosić potencjalne zagrożenie.



Kodeks 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.

Kodeks Odpowiedzialnej Reklamy

W 2023 roku Wirtualna Polska wypracowała ważny dokument, zawierający zasady, którymi kieruje się w codziennej działalności mediowej. W Kodeksie Odpowiedzialnej Reklamy znalazł się zapis “Zasada weryfikacji: Powołaliśmy komitet ds. weryfikacji reklam pod kątem zgodności ze wszystkimi zasadami zawartymi w Kodeksie Odpowiedzialnej Reklamy WP

W jego skład wchodzi: Redaktor Naczelny, Dyrektor Biura Prawnego, Dyrektor Biura Reklamy, Redaktor ds. Etyki i Standardów. Komitet analizuje wszystkie budzące wątpliwości reklamy i decyduje o ich publikacji lub odmowie publikacji.” Komitet ds. weryfikacji reklam na bieżąco reaguje na zgłoszenia dotyczące kampanii oraz kreacji reklamowych.

Odpowiedzialność w Komunikacji z Interesariuszami

W grudniu 2023 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył 1,06 mln zł kary na Wakacje.pl S.A., spółkę zależną Wirtualna Polska Holding S.A. Prezes UOKiK zakwestionował przypadki różnic pomiędzy ceną wyświetlaną w wynikach wyszukiwania imprez turystycznych i ostateczną ceną imprezy turystycznej. Zarząd Wakacje.pl S.A. nie zgadza się z przyjętą przez Prezesa UOKiK argumentacją. Wakacje.pl S.A. – jako agent turystyczny – prezentuje zawsze ceny jakie zostały mu udostępnione przez tour operatorów i na żadnym etapie nie wpływa na ich poziom. To tour operatorzy powinni przysyłać aktualne ceny do swoich pośredników, w tym do Wakacje.pl S.A. Spółka prowadzi w tym zakresie intensywny dialog z tour operatorami. Decyzja Prezesa UOKiK jest nieprawomocna, Spółka złożyła od niej odwołanie.

Wakacje.pl dbając o interes konsumenta:

- aktualizują swoje zbiorcze listingi po każdej zmianie cen integratora rynku,
- prezentują szeroki wachlarz komunikatów informacyjnych w zakresie prezentowania cen ofert imprez turystycznych,

- prezentują aktualną cenę po odpytaniu w czasie rzeczywistym biura podróży o konkretną, jednostkową ofertę.

Trwa postępowanie prowadzone przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, wszczęte w grudniu 2022 roku, w sprawie sposobu oznaczania (lub nieoznaczania) materiałów reklamowych w serwisach internetowych spółki Wirtualna Polska Media S.A. Warto zaznaczyć, że oznaczanie reklam w serwisach WPM jest zgodne z powszechną praktyką rynkową, do tej pory takie oznaczenia nie podlegały szczegółowej regulacji. Spółka poinformowała Prezesa UOKiK o pełnej gotowości do dialogu i wypracowania nowych standardów. Do dnia publikacji raportu nie jest znane rozstrzygnięcie postępowania.

Trwa również postępowanie prowadzone przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie emisji reklam dotyczących usługi Pilot WP świadczonej przez spółkę Netwizor Spółka z o.o. (obecnie Audioteka Group Spółka z o.o.), należącej do Grupy Wirtualna Polska Holding. Do dnia publikacji raportu nie jest znane rozstrzygnięcie postępowania. Grupa zaprzestała publikowania kampanii reklamowej, która budziła wątpliwości UOKiK. Ponadto, Grupa przeprowadziła akcję bezpłatnych dostępów (możliwości skorzystania z darmowego dostępu) dla osób które w okresie emisji kampanii kupiły pakiety.



6.

G1 – 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

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 2024 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.

Etyka biznesu

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 Kodeksu Etyki. Jest on nadrzędnym dokumentem dotyczącym etyki w Grupie WP. Jego rozszerzona wersja została przyjęta w 2023 roku.

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

- obowiązkowe szkolenie dla każdego pracownika o Kodeksie Etyki
- Miesiące Różnorodności, w ramach których pracownicy mieli możliwość uczestniczenia w szkoleniach online na ten temat (w 2024 roku łączna frekwencja na 3 webinarach wyniosła 600 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: Kodeks Etyki, Kodeks Etyki Dziennikarskiej, Kodeks Odpowiedzianej Reklamy 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.

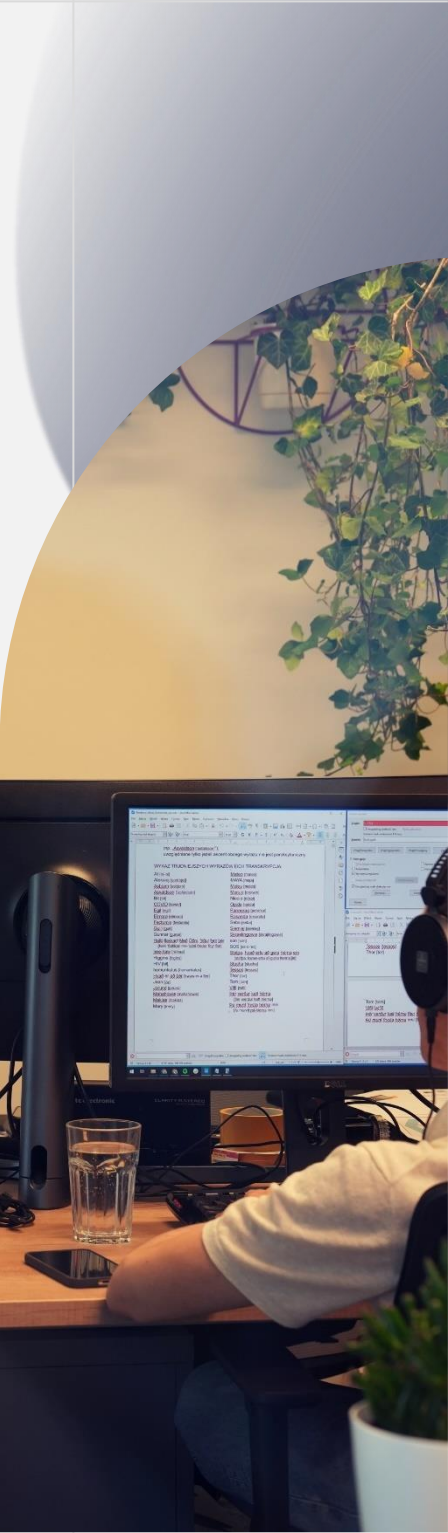
O Kodeksie Etyki

Kodeks Etyki określa priorytety w działalności Grupy Wirtualna Polska, wokół których koncentrujemy swoją aktywność. Są to: wolność słowa, prawda, obiektywizm, wolność wyboru, ochrona środowiska. W dokumencie wskazujemy też kluczowe wartości firmy, do których należą: szczerowość i otwartość, odwaga, energia i zaangażowanie, skuteczność działania, kreatywność oraz team work. W Kodeksie Etyki spisaliśmy również zasady polityki zatrudniania i wynagradzania oraz bezpieczeństwa i jakości warunków pracy. Opisaliśmy tam też takie obszary jak poszanowanie prywatności oraz przeciwdziałanie nadużyciom.

Kodeks 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 mienie, lojalności i szacunku wobec innych, przestrzegania prawa, stosowania zasady ochrony informacji poufnych i osobowych oraz zakazu podejmowania działalności konkurencyjnej.

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

Naruszenia Kodeksu Etyki pracownicy zgłaszać mogą mailowo, telefonicznie lub osobiście do Rzecznika Etyki, do bezpośredniego przełożonego lub osób wyznaczonych w tym celu przez zarządy spółek Grupy.



Zarządzanie stosunkami z dostawcami

Grupa w procesie zapobiegania opóźnieniom w płatnościach, szczególnie na rzecz małych i średnich przedsiębiorstw, opiera się na kilku kluczowych zasadach:

- 1. Wyspecjalizowane działy zarządzania przepływami pieniężnymi:** Płatności w spółce są realizowane przez wyspecjalizowane działy finansów / zarządzania przepływami pieniężnymi, które mają za zadanie monitorować i kontrolować przepływ środków finansowych.
- 2. Pełny obieg dokumentu w systemie księgowo-finansowym:** Aby zapewnić terminowe płatności, dokumenty muszą przejść pełen obieg w systemie księgowo-finansowym spółki, co zapewnia przejrzystość i kontrolę nad procesem płatności.
- 3. Sesje płatności:** Aby zoptymalizować proces płatności, ustalono co najmniej dwie sesje tygodniowo dla płatności generowanych z systemu księgowo-finansowego. Jest to krok mający na celu zwiększenie efektywności i terminowości płatności.
- 4. Analiza opóźnień:** Grupa zawsze dokonuje analizy i wyjaśnienia wszelkich opóźnień w płatnościach. Jest to ważny krok w procesie doskonalenia polityki płatności i eliminacji potencjalnych problemów.

Kodeks Postępowania dla Dostawców

Grupa Wirtualna Polska Holding przyjęła Kodeks Postępowania dla Dostawców, który wyznacza standardy etyczne i regulacyjne w relacjach z partnerami biznesowymi. Dokument ten stanowi podstawę do budowania długoterminowej współpracy opartej na zasadach etyki, zrównoważonego rozwoju oraz ochrony praw człowieka i środowiska.

Kodeks, zgodny z międzynarodowymi wytycznymi, takimi jak UN Global Compact czy Wytyczne OECD, definiuje kluczowe wymagania wobec dostawców, w tym przestrzeganie przepisów antykorupcyjnych, unikanie konfliktów interesów oraz umożliwianie monitorowania zgodności działań.

Jednym z istotnych wyzwań, na które odpowiada Kodeks, jest ograniczona możliwość monitorowania zgodności działań dostawców. Brak odpowiednich narzędzi i procedur w tym obszarze może prowadzić do ryzyka nadużyć lub nieprzestrzegania standardów etycznych. Przyjęcie Kodeksu jest pierwszym krokiem do wprowadzenia mechanizmów kontroli, oceny i monitorowania, które wspierają utrzymanie wysokich standardów we współpracy z partnerami biznesowymi.



Zapobieganie korupcji i przekupstwu

Kwestie zapobiegania korupcji w Grupie Wirtualna Polska uregulowane są w Kodeksie 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 2024 roku w Grupie Wirtualna Polska Holding nie wystąpiły potwierdzone przypadki korupcji, co jest jednoznaczne z brakiem konieczności podejmowania kroków prawnych w tym zakresie.

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

Pod koniec 2024 roku Grupa przyjęła Politykę Antykorupcyjną. W 2025 roku planowane jest przyjęcie polityki przez wszystkie Spółki w Grupie, a także rozpoczęcie szkoleń pracowników. Grupa jest także w trakcie identyfikacji funkcji narażonych na ryzyko korupcji i przekupstwa.

W przypadku wystąpienia podejrzeń lub otrzymania zarzutów związanych z korupcją i przekupstwem zostanie powołany niezależny zespół wyjaśniający którego skład zostanie dostosowany tak aby uniknąć nacisków, zależności osobistych lub służbowych pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w spór. W razie potrzeb będą to osoby z innych departamentów, podległe pod Spółkę dominującą (Wirtualna Polska Holding) lub w razie potrzeby niezależne podmioty zewnętrzne.

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. Spowolnienie gospodarcze 2. Utrzymujący się wysoki poziom inflacji 3. Spadek konkurencyjności polskiej gospodarki na tle regionu 4. Tocząca się wojna w Ukrainie	→ 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
Zmiany klimatu oraz zagadnienia związanymi ze zrównoważonym rozwojem	1. Nagłe lub długotrwałe ryzyka fizyczne 2. Ryzyka prawne i związane z regulacjami, które dotyczą kwestii wynikających ze zmiany klimatu 3. Ryzyka zarządcze, technologiczne, rynkowe, reputacyjne związane ze zmianą klimatu 4. Ryzyka związane z ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi	→ Rosnące średnie temperatury powodują wzrost nakładów na chłodzenie serwerowni, a ewentualne nieefektywności chłodzenia zmniejszają efektywność pracy urządzeń oraz zwiększają ryzyko uszkodzeń → Czasowe ograniczenia w dostawach prądu do serwerowni lub dla użytkowników końcowych

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ograniczenia możliwości wykorzystywania danych użytkowników	1. Ryzyko ograniczenia lub zaprzestanie obsługi tzw. third-party cookies przez najpopularniejsze przeglądarki internetowe	→ Technologia opracowana przez Grupę będzie we wczesnej fazie implementacji może nie okazać się równie konkurencyjna jak dotychczas stosowane
Pandemie lub epidemie wywołane chorobami zakaźnymi	1. Możliwe wystąpienie kolejnej pandemii lub epidemii	→ Ograniczenie popytu na usługi turystyczne i inne związane z przemieszczaniem się, które może nie być wystarczająca skompensowane zwiększeniem popytu na usługi cyfrowe w analogicznym okresie
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
Ryzyko cyberataków	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
Kluczowi klienci	1. Zakończenie współpracy z kluczowymi partnerami biznesowymi 2. Niewywiązywaniem 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 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
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

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
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
Ryzyko związane z prawidłowym funkcjonowanie 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
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. brak relacji pomiędzy pracownikami 4. Liderzy w Grupie mogą nie zawsze wybierać efektywny styl zarządzania	→ Spadek efektywności → Negatywny wpływ na lojalność pracowników względem Grupy → Niepełne wykorzystanie potencjału pracowników

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
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, że portale i serwisy internetowe Grupy nie będą w wystarczającym stopniu odpowiadać oczekiwaniom użytkowników korzystających z urządzeń mobilnych 2. Ryzyko niewystarczającej skuteczności w zakresie reklamy i e-commerce	→ 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
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 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

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
Ryzyko utraty wiarygodności medialnej	1. Ryzyko niezachowania należytej staranności dziennikarskiej 2. Ryzyko naruszenia zasad etyki opracowanych przez Grupę	→ Utrata wiarygodności medialnej → Odpływ 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
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

Nazwa ryzyka	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie niepewności	Potencjalny wpływ
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	→ Negatywny wpływ na działalność
	5. Ryzyko związane ze zmianami przepisów prawa podatkowego	→ Negatywny wpływ na sytuację finansową
	6. Ryzyko naruszenia przepisów dotyczących ochrony danych osobowych	→ Negatywny wpływ na perspektywę rozwoju
	7. Ryzyko związane z zawieraniem umów z podmiotami powiązanymi	→ Negatywny wpływ na wyniki Grupy
	8. Ryzyko związane z możliwymi kontrolami UOKiK, UAE oraz KRRiTV	
	9. Ryzyko związane z zasadą neutralności sieci internetowej	

Ryzyka i szanse dotyczące zagadnień ESG

W ramach badania istotności, Grupa Wirtualna Polska przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk i szans ESG, czyli ryzyk oraz wynikających z nich zagrożeń i szans w zakresie zmian klimatu, zagadnień środowiska naturalnego, spraw społecznych, pracowniczych i praw człowieka.

Obszar ESG	Rodzaj	Opis ryzyka lub szansy	Segment	Horyzont czasowy	Występowanie w łańcuchu wartości
Adaptacja do zmiany klimatu	→ Ryzyko	→ Zakłócenia operacyjne przez zmiany klimatyczne (np. ryzyko przerw w dostawach energii elektrycznej).	→ Wszystkie segmenty	→ Średni, długi	→ Operacje własne
Przeciwdziałanie zmianom klimatu	→ Ryzyko	→ Oczekiwania związane ze zmniejszeniem śladu węglowego i rosnące wymogi regulacyjne mogą zwiększać koszty inwestycji w infrastrukturę.	→ Wszystkie segmenty	→ Średni, długi	→ Operacje własne
Energia	→ Ryzyko	→ Rosnące koszty energii mogą znacznie zwiększyć koszty operacyjne.	→ Wszystkie segmenty	→ Krótki, Średni, długi	→ Operacje własne
	→ Szansa	→ Optymalizacja kosztów dzięki inwestycji w OZE.	→ Wszystkie segmenty	→ Długi	→ Operacje własne
	→ Szansa	→ Znaczna poprawa efektywności energetycznej.	→ Wszystkie segmenty	→ Średni, długi	→ Operacje własne

Obszar ESG	Rodzaj	Opis ryzyka lub szansy	Segment	Horyzont czasowy	Występowanie w łańcuchu wartości
Warunki pracy	→ Ryzyko	→ Wzrost kosztów pracy i ograniczona dostępność wykwalifikowanych pracowników.	→ Wszystkie segmenty	→ Krótki, średni, długi	→ Operacje własne
	→ Szansa	→ Wzrost konkurencyjności i efektywności poprzez rozwój strategii HR.	→ Wszystkie segmenty	→ Średni, długi	→ Operacje własne
Równe traktowanie i równość szans	→ Ryzyko	→ Grupa może nie być w stanie wykryć wszystkich przypadków dyskryminacji i mobbingu, mogą one nie być zgłaszane.	→ Wszystkie segmenty	→ Długi	→ Operacje własne
Wpływ informacji na konsumentów i użytkowników końcowych	→ Ryzyko	→ Nieautoryzowana publikacja wrogich treści.	→ Reklama i Subskrypcje	→ Krótki, średni, długi	→ Operacje własne
	→ Szansa	→ Posiadanie pozycji niezależnego medium.	→ Reklama i Subskrypcje	→ Długi	→ Operacje własne
	→ Szansa	→ Zwiększenie udziału w rynku poprzez tworzenie i publikację kontrolowanych, zweryfikowanych treści (opartych o ścisłe procedury factcheckingu).	→ Reklama i Subskrypcje	→ Długi	→ Operacje własne

Obszar ESG	Rodzaj	Opis ryzyka lub szansy	Segment	Horyzont czasowy	Występowanie w łańcuchu wartości
Bezpieczeństwo osobiste użytkowników końcowych	→ Ryzyko	→ Ryzyko naruszenia zasad RODO i wycieku danych.	→ Wszystkie segmenty	→ Krótki, średni, długi	→ Operacje własne
Dostęp do produktów i usług	→ Ryzyko	→ Ograniczona dostępność ofert (np. w wyniku upadłości partnera biznesowego lub jego utraty).	→ Turystyka	→ Średni, długi	→ Operacje własne, upstream
	→ Ryzyko	→ Ryzyko wystąpienia nieprzewidzianych okoliczności (np. pandemie, katastrofy).	→ Turystyka	→ Średni, długi	→ Operacje własne, upstream
Włączenie społeczne użytkowników końcowych	→ Szansa	→ Budowanie zaufania i przewagi rynkowej poprzez pełnienie roli rzecznika grup społecznych niedoreprezentowanych w debacie publicznej	→ Reklama i Subskrypcje	→ Długi	→ Operacje własne
Kultura korporacyjna	→ Ryzyko	→ Trudności w zapewnieniu zgodności w wielu jurysdykcjach.	→ Wszystkie segmenty	→ Średni	→ Operacje własne
Korupcja i łapownictwo	→ Ryzyko	→ Zagrożenie wystąpieniem zachowań korupcyjnych (również wśród dostawców i partnerów biznesowych), zwłaszcza w działach sprzedaży oraz zakupów, np. sprzętu IT.	→ Wszystkie segmenty	→ Krótki, średni, długi	→ Operacje własne, upstream



7. O raporcie

Informacje o raporcie

Niniejszy raport zintegrowany obejmuje dane za 2024 rok ze wszystkich spółek Grupy Wirtualna Polska Holding, które były kontrolowane pośrednio lub bezpośrednio przez Wirtualna Polska Holding S.A. na dzień 31.12.2024 (o ile w treści nie wskazano inaczej):

- Wirtualna Polska Media S.A.
- Audioteka Group Sp. z o.o.
- Wirtualnemediapl Sp. z o.o.
- Businessclick Sp. z o. o.
- RD Plus Sp. z o.o.
- GO.pl Sp. z o.o.
- Szallas Group Zrt.
- Wakacje.pl S.A.
- Superauto.pl Sp. z o.o.
- Totalmoney.pl Sp. z o.o.
- Extradom.pl Sp. z o.o.
- WP Naturalnie Solar 1 Sp. z o.o.
- WP Naturalnie Solar 2 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;

Niniejszy raport jest podsumowaniem najistotniejszych danych finansowych i niefinansowych Grupy Wirtualna Polska za 2024 r. Pełna wersja raportu znajduje się w Sprawozdaniu Zarządu z Działalności za 2024 rok, opublikowanym 25 marca 2025 roku.



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



