



LUBELSKI WĘGIEL
„BOGDANKA”
SPÓŁKA AKCYJNA

**SPRAWOZDANIE O WYDATKACH REPREZENTACYJNYCH, A TAKŻE
WYDATKACH NA USŁUGI PRAWNE, USŁUGI MARKETINGOWE,
USŁUGI W ZAKRESIE STOSUNKÓW MIĘDZYLUDZKICH (PUBLIC
RELATIONS) I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ ORAZ USŁUGI
DORADZTWA ZWIĄZANEGO Z ZARZĄDZANIEM A TAKŻE
SPRAWOZDANIE ZE STOSOWANIA DOBRYCH PRAKTYK, O
KTÓRYCH MOWA W ART. 7 UST. 3 USTAWY Z DNIA 16 GRUDNIA
2016 r. O ZASADACH ZARZĄDZANIA MIENIEM PAŃSTWOWYM ZA
ROK OBROTOWY 2021**

Przedstawiciel
Adar Wasil

2-ca Prezesa Zarządu
ds. Ekonomicznych i Finansowych
Artur Wasilewski

Zarząd LW Bogdanka S.A. na podstawie § 23 ust. 3 Statutu LW Bogdanka S.A. przedstawia informacje o wydatkach reprezentacyjnych, a także wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związanego z zarządzaniem a także sprawozdanie ze stosowania dobrych praktyk, o których mowa w art. 7 ust. 3 Ustawy z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym.

1. Wydatki reprezentacyjne, usługi marketingowe oraz usługi w zakresie public relations i komunikacji społecznej.

W 2021 r. Spółka przeznaczyła na wydatki reprezentacyjne, usługi marketingowe oraz usługi w zakresie public relations i komunikacji społecznej kwotę **10 195,2 tys. zł.**

Działania objęte tym budżetem miały za zadanie przede wszystkim kształtowanie pozytywnego wizerunku Spółki wśród poszczególnych grup jej interesariuszy oraz kreowanie pozytywnego wpływu Spółki na otoczenie, w szczególności w jej najbliższym otoczeniu geograficznym, a także wzmacnianie reputacji Spółki jako aktywnego mecenasa istotnych społecznie przedsięwzięć i inicjatyw oraz budowanie poparcia społecznego dla działań biznesowych Spółki.

Na działalność marketingową prowadzoną przez LW Bogdanka S.A. w 2021 r. istotny wpływ miała sytuacja epidemiologiczna w kraju. Pomimo wielu administracyjnych obostrzeń i ograniczeń będących skutkiem trwającej kolejny rok epidemii wywołanej wirusem SARS – CoV – 2, Spółka zrealizowała w 2021 roku wiele inicjatyw społeczno – kulturalnych i udzieliła wsparcia finansowego podmiotom, konsekwentnie budując wizerunek firmy społecznie odpowiedzialnej.

Rodzaje działań z powyższego zakresu:

1. Sponsoring:

Sponsoring sportowy – jako narzędzie oddziaływania Spółki na społeczności lokalne pozwalało na pozyskiwanie poparcia szerszych grup społecznych. Spółka ma świadomość, iż kluby i wydarzenia sportowe pełnią rolę kluczowych elementów wzmacniających wspólnotowość, a związana z poszczególnymi przedsięwzięciami tradycja wzmacnia więzi społeczne. W ramach sponsoringu sportowego Spółka angażuje się w sport profesjonalny oraz sport amatorski, podtrzymując wybrane tradycje sportowe regionu oraz wspierając rozwój młodych talentów sportowych i rozwijając sprawność fizyczną dzieci i młodzieży. Projektami, które generowały największe zainteresowanie społeczne oraz przyniosły największą wartość ekspozycji marki LW Bogdanka w 2021 roku były:

- a) Górnik Łęczna S.A. (wraz z Fundacją Górnika Łęczna) – w sezonie 2020/2021 wywalczył awans do najwyższej klasy rozgrywkowej w piłce nożnej, PKO Bank Polski Ekstraklasa. Klub prowadzi Akademię Sportu w ramach której ponad 400 dzieci i młodzieży z Łęcznej i okolic ma możliwość uprawiania sportu w trzech

dyscyplinach, oraz prowadzi jedyną w województwie lubelskim Szkołę Mistrzostwa Sportowego (o statusie szkoły średniej – liceum o profilu piłka nożna). Górnik Łęczna historycznie związany jest z kopalnią, miastem i powiatem. Obecnie jest to najwyższej sklasyfikowany klub piłkarski na Lubelszczyźnie. W 2021 roku wartość ekspozycji marki LW Bogdanka w kontekście tego projektu wyniosła 9,11 mln zł i była najwyższa spośród wszystkich sponsorowanych podmiotów.

- b) Speedway Lublin S.A. (występujący w ligowych rozgrywkach żużlowych PGE Ekstraliga pod nazwą Motor Lublin). W sezonie 2021 Klub osiągnął historyczny sukces, po 30 – latach zdobywając srebrny medal Drużynowych Mistrzostw Polski. Klub żużlowy cieszy się największym zainteresowaniem spośród wszystkich klubów sportowych na Lubelszczyźnie, a mecze ligowe w sezonie 2021 oglądał komplet publiczności na stadionie. W 2021 roku wartość ekspozycji marki LW Bogdanka w kontekście tego projektu wyniosła 6,28 mln zł.
- c) MKS Avia Świdnik Sp. z o.o. – projekt sponsoringowy obejmujący sponsorowanie siatkarskiej drużyny seniorów (w rozgrywkach Tauron 1.Ligi) oraz szkolenie dzieci i młodzieży. Kolejny, 2021 rok potwierdził progres sportowy klubu, gdyż zespół jako beniaminek rozgrywek zajął VI miejsce. Ponadto w grupach młodzieżowych szkolenie przebiegało na bardzo wysokim poziomie. W 2021 roku wartość ekspozycji marki LW Bogdanka w kontekście tego projektu wyniosła 0,57 mln zł.

Sponsoring społeczno-kulturalny – jako narzędzie oddziaływania Spółki na społeczności lokalne w regionie pozwalało na pozyskiwanie poparcia liderów opinii oraz mecenat istotnych wydarzeń społecznych, kulturalnych, naukowo - technicznych i innych, mających znaczenie dla wizerunku społecznego marki. W 2021 r. Spółka podjęła współpracę ze znanymi i cenionymi na rynku lubelskim instytucjami kultury. Do najważniejszych zaliczyć należy Filharmonię Lubelską im. Henryka Wieniawskiego w Lublinie, Teatr Muzyczny w Lublinie, Centrum Spotkania Kultur w Lublinie, Teatr im. H. Ch. Andersena w Lublinie, Miejski Ośrodek Kultury w Łęcznej, Miejski Ośrodek Kultury w Świdniku oraz Chełmski Dom Kultury.

W 2021 r. Spółka zrealizowała łącznie 59 projektów, w tym 26 o charakterze sportowym, oraz 33 z obszaru społeczno – kulturalnego. Projekty były dobierane, weryfikowane i rozliczane pod kątem realizacji celów i efektywności.

2. Public Relations

Pozostała część budżetu promocyjnego była w 2021 r. wykorzystana na skorelowane działania public relations z wykorzystaniem zróżnicowanych kanałów komunikacyjnych (internet, media społecznościowe, prasa, radio, telewizja, eventy, targi on-line). Działania te skoncentrowano na budowaniu poparcia społecznego dla działań biznesowych Spółki oraz aktywizowaniu projektów sponsoringowych i społecznych.

3. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR):

Budżet na działalność CSR skupia wydatki związane z realizowaniem projektów i inicjatyw, za pośrednictwem których wdrażana jest Strategia Społecznej Odpowiedzialności LW Bogdanka S.A. To zbiór działań które zakwalifikować można do czterech kategorii - odpowiadających celom Strategii: zapewnienie najwyższego poziomu bezpieczeństwa, ograniczenie wpływu działalności na bezpieczeństwo

lokalnego otoczenia przyrodniczego, stymulowanie rozwoju lokalnej społeczności oraz transparentne i odpowiedzialne praktyki zarządcze.

W 2021 r. Spółka zrealizowała projekty partnerskie z organizacjami i instytucjami takimi jak: Fundacja Krajobrazy (Łączna LAB); Starostwo Powiatowe w Łęcznej (Projekt wsparcia dla domów dziecka, rodzin zastępczych oraz wchodzących w dorosłość wychowanków w/w instytucji), czy też w zakresie wspierania bioróżnorodności z Ogólnopolskim Towarzystwem Ochrony Ptaków i Fundacją dla Przyrody. Po raz pierwszy utworzono także fundusz stypendialny dla młodych artystów i animatorów z Regionu za sprawą powołanego projektu „Stypendia kulturalne Bogdanki w Chatce Żaka”, realizowanego w partnerstwie z Akademickim Centrum Kultury i Mediów UMCS Chatka Żaka.

Ważnym elementem działalności CSR były programy dedykowane pracownikom Spółki, którzy mogli włączyć się w pracę na rzecz swoich społeczności za sprawą „Bogdanki Społecznie Zaangażowanej” oraz otrzymać wsparcie w realizacji swojej pasji/hobby poprzez program „Aktywni w Bogdance”.

Podstawowym celem strategicznym działań w obszarze sponsoringu jest wspieranie realizacji strategii CSR poprzez wzmacnianie wizerunku mecenasa kultury i sportu, tj. społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa – obecnego w kluczowych dla otoczenia lokalnego, cennych inicjatywach.

Pozostałe cele:

- kształtowanie pozytywnego wizerunku Spółki, w regionie lubelskim, w szczególności w jej najbliższym otoczeniu geograficznym,
- wzmacnianie reputacji Spółki, jako aktywnego mecenasa istotnych społecznie przedsięwzięć i inicjatyw,
- budowanie poparcia społecznego dla działań biznesowych Spółki.

Powyższe cele realizowane są poprzez następujące narzędzia: projekty sponsoringowe, projekty PR, aktywności z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu, a także aktywizację projektów poprzez wsparcie organizacyjne, działania promocyjne i reklamowe. Projekty są dobierane, weryfikowane i rozliczane pod kątem realizacji celów Spółki i efektywności. Spółka realizuje działania w formie sponsoringu sportowego (projekty z największym potencjałem komercyjnym) oraz sponsoringu społeczno-kulturalnego (projekty z największym potencjałem społecznym).

Całokształt realizowanych w 2021 r. projektów sponsoringowych przekłada się na wartości reklamowe, promocyjne i wizerunkowe dla marki i przedsiębiorstwa.

2. Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem oraz wydatki na usługi prawne.

- | |
|--|
| a) W 2021 r. wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem wyniosły 2 397,6 tys. zł , |
| b) W 2021 r. wydatki na usługi prawne wyniosły 1 638,2 tys. zł . |

Usługi doradztwa związanego z zarządzaniem w 2021 r. obejmowały usługi doradztwa biznesowego świadczone na rzecz Spółki w zakresie audytu, doradztwa ekonomiczno-finansowego jak również doradztwa w obszarze relacji inwestorskich. Największy udział w całości wydatków, stanowi koszt przeprowadzenia analizy procesów technologicznych i administracyjno-zarządczych oraz opracowania programu transformacji efektywnościowej, obejmującego kompleksową koncepcję zmian efektywnościowych w Lubelskim Węglu „Bogdanka” S.A. – koszt 1 645 tys. zł.

Spółka w ramach obsługi prawnej w przeważającym zakresie korzysta z usług zewnętrznych Kancelarii prawnych. W ramach wewnętrznej struktury organizacyjnej Spółki proces świadczenia usług prawnych na rzecz Spółki koordynuje i nadzoruje Dział Polityki Compliance.

W 2021 r. świadczenie usług prawnych realizowane było w ramach czterech zadań, przez Kancelarie prawne wybrane w przeprowadzonym przez Spółkę w 2020 r. postępowaniu przetargowym.

Wybrane we wskazanym trybie Kancelarie prawne świadczyły usługi prawne odpowiednio z zakresu bieżącej obsługi prawnej (zadanie 1), prawa zamówień publicznych (zadanie 2), prawa pracy i ubezpieczeń społecznych (zadanie 3). Natomiast w sprawach strategicznych w ramach umów ramowych (zadanie 4), wybrane Kancelarie prawne świadczyły usługi prawne na podstawie zleceń realizacyjnych, które udzielane były każdorazowo na podstawie składanych ofert cenowych, zaś kryterium wyboru była cena. Ponadto Kancelarie prawne świadczyły usługi w zakresie reprezentacji Spółki w sprawach sądowych, administracyjnych i przed innymi organami orzekającymi. Zawarte z Kancelariami prawnymi umowy o świadczenie usług prawnych oraz umowy o świadczenie usług zastępstwa procesowego obowiązują odpowiednio w zakresie zadania 1 i 2 do dnia 31.12.2022 r., a w zakresie zadania 3 i 4 do dnia 31.12.2022 r. lub do wyczerpania maksymalnego limitu godzin, w zależności od tego, które ze zdarzeń nastąpi wcześniej.

Ponadto w 2021 r. na rzecz Spółki świadczone były usługi zastępstwa procesowego w przedmiocie kontynuacji rozpoczętych spraw sądowych, administracyjnych i egzekucyjnych, a także usługi doradztwa prawnego w związku z prowadzonymi pracami nad ustaleniem zasad i systemu wsparcia publicznego dla sektora górniczego.

Wśród spraw prowadzonych w 2021 r. znalazły się m.in. postępowania sądowe o zapłatę w tym z tytułu szkód górniczych, postępowania związane ze sprawami pracowniczymi, postępowania administracyjne i sądowo-administracyjne związane z ubieganiem się przez Spółkę o koncesje oraz dotyczące decyzji środowiskowej.

Wskazane wydatki na usługi prawne uwzględniają faktycznie poniesione koszty związane z obsługą prawną oraz z zastępstwem procesowym.

Kwoty ww. wydatków nie skorygowano o zasądzone na rzecz Spółki zwroty kosztów z tytułu zastępstwa procesowego.

3. Sprawozdanie ze stosowania dobrych praktyk, o których mowa w art. 7 ust. 3 ustawy z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym za rok obrotowy 2021

W 2021 r. LW Bogdanka S.A. stosowała się do zbioru zasad „Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych 2021” (dalej DPSN) stanowiącego załącznik do Uchwały Nr 13/1834/2021 z dnia 29 marca 2021 r. Rady Giełdy Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie. DPSN dostępne są na stronie internetowej Giełdy Papierów Wartościowych S.A. w Warszawie, poświęconej zagadnieniom ładu korporacyjnego - <https://www.gpw.pl/dobre-praktyki>

W związku z faktem, iż Prezes Rady Ministrów nie określił dobrych praktyk w zakresie ładu korporacyjnego, o których mowa w art. 7 ust. 3 ustawy o zasadach zarządzania mieniem państwowym, w zakresie dobrych praktyk w 2021 r. Spółka nie stosowała innych praktyk poza tymi wskazanymi w DPSN.