



**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 2023**

Prezes Zarządu


Zbigniew Stopa

Prokurent


Grzegorz Gawroński

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 2023 r. Spółka przeznaczyła na wydatki reprezentacyjne, usługi marketingowe oraz usługi w zakresie public relations i komunikacji społecznej kwotę **20 338,3 tys. zł.**

W 2023 r. działalność marketingowa była prowadzona w oparciu o obowiązujące w Spółce dokumenty: „Strategia Działalności Sponsoringowej Lubelskiego Węgla Bogdanka na lata 2022 – 2024” oraz „Polityka zaangażowania społecznego LW Bogdanka S.A.”. Zarówno cele działań jak i obszary aktywności ściśle zostały określone w ww. dokumentach.

Działania podejmowane w obszarze promocji ukierunkowane były na kreowanie pozytywnego wizerunku Spółki, w szczególności w jej najbliższym otoczeniu, a także wzmacnianie reputacji Spółki jako aktywnego mecenasa istotnych społecznie przedsięwzięć i inicjatyw oraz budowanie poparcia społecznego dla działań biznesowych Spółki. Takie podejście wynikało przede wszystkim z realizowania misji firmy społecznie odpowiedzialnej i podkreślenia znaczenia Spółki w regionie. Powyższe cele realizowane były poprzez następujące narzędzia: projekty sponsoringowe, projekty PR, aktywności z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu, a także aktywizację projektów poprzez wsparcie organizacyjne, działania promocyjne i reklamowe.

W całym roku tylko w zakresie sponsoringu (sportowego oraz społeczno – kulturalnego) Spółka zrealizowała 117 projektów, z czego 41 dotyczyło sportu (zawodowego i amatorskiego), a 76 obszaru społeczno – kulturalnego. Łączne nakłady na sponsoring wyniosły 16 334 882,11 zł, tj. o ponad 51% więcej niż w 2022 r. Budżet sponsoringowy został zrealizowany w 99,3% (plan roczny zakładał maksymalny budżet w wysokości 16 450 000 zł). Wzrost wydatków na zakup praw sponsoringowych w 2023 r. był spowodowany przede wszystkim zwiększeniem wysokości rocznego budżetu w ramach Strategii Sponsoringowej Spółki i realizacją interesujących z punktu widzenia Spółki i otoczenia inicjatyw sportowych i społecznych.

Rodzaje działań z powyższego zakresu:

1. Sponsoring:

Działalność sponsoringowa LW Bogdanka prowadzona była w dwóch obszarach: sportowym oraz społeczno – kulturalnym. Podstawowym celem działań w obszarze sponsoringu jest wzmacnianie wizerunku mecenasa kultury i sportu, tj. społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa – obecnego w kluczowych dla otoczenia lokalnego, cennych inicjatywach.

W ramach sponsoringu sportowego Spółka angażowała 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. W przypadku sponsoringu sportu liczba projektów zrealizowanych w 2023 r. - w porównaniu do 2022 r.- wzrosła o 9, a łączne wydatki wyniosły 14 428 630,08 zł (wzrost r/r o blisko 50%). Wśród wspieranych dyscyplin sportowych były te cieszące się największą popularnością w regionie: piłka nożna, żużel, siatkówka, koszykówka, a głównymi beneficjentami budżetu były kluby sportowe z terenu Lubelszczyzny, tj.: Górnik Łęczna S.A. wraz z Akademią Sportu, Speedway Lublin S.A. (prowadzi drużynę występującą pod nazwą Motor Lublin), LKPS Lublin Sp. z o.o. (prowadzi drużynę Bogdanka LUK Lublin), Miejsko – Górniczy Klub Sportowy Gwarek Łęczna, Chełmski Klub Sportowy Sp. z o.o. (prowadzi drużynę piłki nożnej Chełmianka Chełm oraz zespół siatkarski Bogdanka Arka Chełm), AZS UMCS Lublin (koszykówka kobiet) oraz Miejski Klub Sportowy Avia Świdnik Sp. z o.o. (sekcja siatkówki). W przypadku ww. projektów zaangażowanie Spółki jest długofalowe, gwarantujące realizację założonych w Strategii celów i korzyści dla marki Bogdanka.

Głównymi beneficjentami budżetu sponsoringowego Spółki, a jednocześnie projektami, które generowały największe zainteresowanie oraz przyniosły najwyższą wartość ekspozycji marki LW Bogdanka były:

- a) Górnik Łęczna S.A. (wraz z Fundacją Górnika Łęczna). Górnik Łęczna obecnie występuje na poziomie I ligi piłki nożnej. W swojej dotychczasowej historii przez osiem sezonów występował w najwyższej klasie rozgrywkowej. Klub poprzez powołaną Fundację prowadzi Akademię Sportu, w ramach której szkoleniem objętych jest ponad 400 zawodniczek i zawodników w trzech dyscyplinach sportowych: piłka nożna, badminton oraz biegi. Klub posiada Złoty Certyfikat szkółek piłkarskich w ramach programu prowadzonego przez Polski Związek Piłki Nożnej i jest jedynym w województwie lubelskim z wyróżnieniem świadczącym o spełnianiu najwyższych standardów w szkoleniu dzieci i młodzieży. Od 5 lat Fundacja Górnika prowadzi pierwszą i jedyną Szkołę Mistrzostwa Sportowego o profilu piłka nożna na poziomie Liceum Ogólnokształcącego. Z Górnikiem Łęczna Spółka związana jest jako Sponsor Strategiczny nieprzerwanie od początku założenia klubu tj. od 1979 roku. W 2023 r. wartość ekspozycji marki LW Bogdanka S.A. w kontekście tego projektu wyniosła 6 671,5 tys. zł.
- b) Speedway Motor Lublin (występujący w 2023 roku ligowych rozgrywkach żużlowych PGE Ekstraliga pod nazwą Platinum Motor Lublin). W 2023 r. Motor Lublin po raz drugi z rzędu został drużynowym mistrzem Polski w najlepszej żużlowej lidze świata PGE Ekstralidze. Motor Lublin to obecnie najbardziej rozpoznawalny klub sportowy po wschodniej stronie Wisły, klub który ma tysiące fanów na Lubelszczyźnie, ale także w innych miastach Polski. Oprócz złotego medalu drużynowego zawodnicy Motoru Lublin odnieśli w 2023 r. szereg indywidualnych sukcesów, w tym m.in.: Bartosz Zmarzlik został indywidualnym mistrzem świata seniorów, a Mateusz Cierniak zdobył identyczne trofeum w kategorii juniorów. W 2023 r. wartość ekspozycji marki LW Bogdanka S.A. w kontekście tego projektu wyniosła 13 484 tys. zł i była najwyższa spośród wszystkich sponsorowanych przez Spółkę podmiotów.
- c) LKPS Lublin Sp. z o.o. (występujący w rozgrywkach siatkarskiej PlusLigi pod nazwą BOGDANKA LUK Lublin). W drugiej połowie 2023 roku Spółka została sponsorem tytularnym LUK Lublin, drużyny występującej w siatkarskiej PlusLidze. Udział zespołu BOGDANKA LUK Lublin w rozgrywkach w cieszącej się sporym zainteresowaniem i mającej duże osiągnięcia klubowe oraz reprezentacyjne dyscyplinie jest dla Spółki doskonałą promocją marki na arenie ogólnopolskiej. Wszystkie mecze są „na żywo” transmitowane na antenie stacji Polsat Sport (średnia oglądalność wynosi ponad 250 tys), a wyniki z udziałem BOGDANKI LUK Lublin są podawane przez wszystkie największe ogólnopolskie i regionalne media. Dzięki obecności marki w środkach masowego przekazu i bardzo dużemu zainteresowaniu kibiców meczami, Spółka uzyskuje korzyści wizerunkowe wyrażone w wysokim ekwiwalencie reklamowym oraz pozytywnym postrzeganiu marki przez lokalną społeczność. W drugiej połowie 2023 r. wartość ekspozycji marki LW Bogdanka S.A. w kontekście sponsorowania drużyny BOGDANKA Luk Lublin wyniosła 4 395,3 tys. zł.

W obszarze sponsoringu społeczno-kulturalnego Spółka w 2023 roku odnotowała r/r znaczący wzrost realizowanych projektów (wzrost o 23). Łączne wydatki na ten obszar sponsoringu wyniosły 1 906,2 tys. zł (wzrost r/r o 68%). Współpraca w ramach sponsoringu społeczno – kulturalnego skoncentrowana była na wybranych obszarach zaangażowania społecznego, z uwzględnieniem realizacji celów społecznie użytecznych oraz wykorzystaniem potencjału promocyjnego dla Spółki. Wśród priorytetowych zadań wspieranych w ramach sponsoringu społeczno – kulturalnego są: kultura i sztuka, nauka i tradycje, sprawy społeczne oraz pamięć i tożsamość narodowa. W 2023 roku Spółka kontynuowała swoją działalność w zakresie wsparcia wydarzeń o charakterze społeczno-kulturalnym, objęła także mecenatem 4 instytucje kultury z terenu województwa lubelskiego, tj.: Teatr im. H. Ch. Andersena w Lublinie, Teatr Muzyczny w Lublinie, Muzeum Nadwiślańskie w Kazimierzu Dolnym oraz Galerię Sztuki Wirydarz w Lublinie. Z punktu widzenia Spółki, włączenie się w tego rodzaju inicjatywy jest wyrazem spójności z realizowaną polityką społecznej odpowiedzialności, która polega na budowaniu w otoczeniu wizerunku organizacji wiarygodnej społecznie, angażującej się w ważne dla społeczności lokalnej wydarzenia.

2. Komunikacja i Public Relations

Pozostała część budżetu promocyjnego była w 2023 r. wykorzystana na skorelowane działania public relations z wykorzystaniem zróżnicowanych kanałów komunikacyjnych (Internet, media społecznościowe, prasa, radio, telewizja). Działania te skoncentrowano na budowaniu poparcia społecznego dla działań biznesowych spółki oraz relacji wewnętrznych z pracownikami.

Z tych najważniejszych warto wymienić udział w Kongresie Trójmorza, podczas którego Spółka opublikowała nową Strategię na lata 2023-2030 z perspektywą do 2040. Z wydarzeń ubiegłego roku należy podkreślić udział licznej grupy naszych Pracowników w Szkole Eksploatacji Podziemnej – to branżowe wydarzenie co roku gromadzi ekspertów, naukowców i opiniotwórcze media. Tuż po SEP odbyła się kolejna edycja Akademii Liderów Górnictwa. Spółka była także reprezentowana przez członków Zarządu w najważniejszych wydarzeniach – jak Europejski Kongres Gospodarczy czy Forum Ekonomiczne w Karpaczu. LW Bogdanka odnotowała też zainteresowanie mediów przy organizacji licznych konferencji prasowych, związanych zarówno z działalnością produkcyjną (w tym Klaster Wodorowy, Klaster Gospodarki Obiegu Zamkniętego), jak i związanych z podpisywaniem umów sponsoringowych z klubami sportowymi.

Ubiegły rok to liczne działania w Internecie i social mediach skierowane na upowszechnianie marki i prezentowanie Bogdanki szerszemu gronu odbiorców. Spółka realizowała również materiały filmowe z wizyt gości odwiedzających Spółkę, ale również takie, które przybliżały charakter pracy pracowników dołowych. Materiały umieszczane były na oficjalnych kanałach social mediowych Spółki. Bogdanka zrobiła również kampanię społeczną wskazującą na przestrzeganie zasad BHP w środowisku pracy. Oprócz spotów na terenie Lublina, gminy Łęczna i województwa lubelskiego pojawiły się billboardy z treściami kampanijnymi. Ponadto Spółka współpracowała z Polska Press wydawcą bezpłatnego miesięcznika Nasze Miasto Łęczna, który kolportowany był na terenie Gminy Łęczna. Nie mniej istotne są wywiady, artykuły, jakie pojawiały się zarówno w prasie branżowej (Trybuna Górnicza, nettg.pl), w mediach ogólnopolskich (telewizja Biznes24, Parkiet, Rzeczpospolita, Forbes, Puls Biznesu, PAP), jak i w lokalnych (Kurier Lubelski, Dziennik Wschodni, TVP3 Lublin, Wspólnota, Nowy Tydzień, Radio Lublin itp.). Spółka prowadziła też aktywny kontakt z pracownikami, informując i tłumacząc najważniejsze decyzje dotyczące Bogdanki poprzez kanały intranetowe i drukowane biuletyny wewnętrzne.

3. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR):

Budżet na działalność CSR skupia wydatki związane z realizowaniem projektów i inicjatyw z zgodnych z założeniami obowiązującej w Spółce Strategii ESG. Głównymi kierunkami tych działań jest zaangażowanie w sprawy społeczne, w tym pracownicze, środowiskowe oraz zarządcze, z uwzględnieniem wpływu na lokalne otoczenie.

W 2023 r. Spółka zrealizowała projekty partnerskie z wieloma organizacjami i instytucjami. W ramach projektu pn. Aktywne i Spełnione II podjęto współpracę ze Stowarzyszeniem Bona Fides, Lubelskim Klubem Biznesu oraz Gminną Biblioteką Publiczną w Puchaczowie. Razem z Fundacją dla Przyrody i Fundacją Ptasie Horyzonty realizowano działania w zakresie ochrony i stymulowania bioróżnorodności. Dążenie do wsparcia lokalnej społeczności zaowocowało również umowami partnerskimi z pobliskimi JST – Powiatem Łęczyńskim oraz Gminą Puchaczów. Poprzez zaangażowanie w działania kulturalne nawiązano współpracę z Centrum Pracy Twórczej w Ciechankach (projekt Awers/Rewers Sztuki).

W ramach działalności CRS kontynuowano wdrażanie funduszu stypendialnego dla młodych artystów i animatorów z Regionu za sprawą projektu „Stypendia kulturalne Bogdanki w Chatce Żaka – III edycja”, realizowanego w partnerstwie z Akademickim Centrum Kultury i Mediów UMCS Chatka Żaka. Ważnym elementem działalności z zakresu zaangażowania społecznego 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 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 2023 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 2023 r. wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem wyniosły 1 168,7 tys. zł, |
| b) | W 2023 r. wydatki na usługi prawne wyniosły 1 862,4 tys. zł. |

Usługi doradztwa związanego z zarządzaniem w 2023 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 opracowania „Strategii Rozwoju i Transformacji GK LW Bogdanka na lata 2023-2040 stanowiący ~42,35 % wydatków na usługi doradztwa biznesowego. Dalsze wydatki dotyczyły przeprowadzenia analizy procesów finansowo-ekonomicznych obejmujących działania analityczne, wdrożeniowe jak też opracowywanie raportów, dokumentacji i wniosków do właściwych organów.

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

W 2023 r. świadczenie usług prawnych realizowane było w ramach trzech zadań, przez Kancelarie prawne wybrane w przeprowadzonym przez Spółkę postępowaniu przetargowym.

Wybrane we wskazanym trybie Kancelarie prawne świadczyły usługi prawne odpowiednio z zakresu bieżącej obsługi prawnej (zadanie 1), prawa pracy i ubezpieczeń społecznych (zadanie 2), Natomiast w sprawach strategicznych w ramach umów ramowych (zadanie 3), wybrane Kancelarie prawne świadczyły usługi prawne na podstawie każdorazowo udzielanych zleceń realizacyjnych. 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 obowiązywały do dnia 31.12.2023 r.

Ponadto w 2023 r. na rzecz Spółki świadczone były dodatkowo usługi zastępstwa procesowego w przedmiocie kontynuacji rozpoczętych spraw sądowych, administracyjnych i egzekucyjnych, a także usługi zastępstwa procesowego w sprawie o zapłatę za korzystanie z wynalazku. Wśród spraw prowadzonych w 2023 r. znalazły się m.in. postępowania sądowe o zapłatę w tym m.in. z tytułu szkód górniczych, nałożonych na wykonawców kar umownych, a także postępowania związane ze sprawami pracowniczymi oraz postępowania sądowo-administracyjne.

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 2023

W 2023 r. LW Bogdanka S.A. stosowała się do zasad ładu korporacyjnego określonych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021”. 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 Spółka nie stosowała innych praktyk poza tymi wskazanymi w DPSN.