



Raport Zintegrowany

2023

Orange Polska



Spis treści



O firmie	5
Słowo wstępu	6
Nasza firma	8
Misja Grupy Orange.....	9
Orange Polska w 2023 roku w liczbach	10
Model tworzenia wartości	12
Strategia	41
Pytania do Liudmily Climoc, Prezesa Zarządu	42
Strategia .Grow (2021-2024)	44
Orange Polska w 2023 roku	61
Pytania do Jacka Kunickiego, Członka Zarządu ds. Finansów	62
Osiągnięcia w 2023 roku, zgodne ze strategią .Grow	64
Wyniki modelu biznesowego	65
Wyniki finansowe	83
Perspektywy na 2024 rok: w kierunku realizacji celów strategii .Grow	89
Orange Polska na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w 2023 roku	92
Zarządzanie kwestiami ESG	97
E Klimat i środowisko.....	98
S Kapitał ludzki.....	112
S Społeczności lokalne	123
S Klienci i użytkownicy	135
G Ład korporacyjny	142
G Zarządzanie ryzykiem	216
Załączniki	235
O raporcie	236
Wybrane dane finansowe	246
Tabela wskaźników GRI.....	258
Taksonomia	272
Słownik pojęć specjalistycznych.....	296



01

O firmie

Słowo wstępu



Szanowni Interesariusze!

Zapraszam do lektury kolejnego zintegrowanego raportu rocznego Orange Polska, w którym prezentujemy zarówno finansowe jak i pozafinansowe wyniki naszej działalności w 2023 roku. Łącząc te aspekty w jednym dokumencie, możemy przedstawić nasze wyniki w szerszym kontekście społecznym, a jednocześnie omówić metody długofalowego tworzenia wartości dla różnych grup interesariuszy przy jednoczesnym budowaniu stabilności firmy.

Rok 2023 po raz kolejny potwierdził, że nasza działalność opiera się na mocnych fundamentach. Zrealizowaliśmy cele całoroczne i osiągnęliśmy istotny postęp we wszystkich filarach strategii .Grow. Dokonaliśmy tego pomimo wymagającego otoczenia makroekonomicznego: bardzo wysokiej inflacji i niemal zerowego wzrostu gospodarczego. Tym niekorzystnym czynnikiem towarzyszyła dodatkowo silna konkurencja na rynku, zwłaszcza w obszarze usług światłowodowych i ofert konwergentnych. W raporcie przedstawiono szczegółowe informacje na ten temat.

Po objęciu stanowiska Prezesa Zarządu Orange Polska, z zadowoleniem przekonałam się, że wartości związane ze zrównoważonym i odpowiedzialnym podejściem do rozwoju – to jest wartości uwzględniające wpływ na środowisko i społeczeństwo – znajdują się wysoko wśród priorytetów Spółki; są wręcz wpisane w jej DNA. Jestem przekonana, że prawdziwy wzrost gospodarczy musi w sobie łączyć aspekty finansowe i pozafinansowe.

Ubiegły rok przyniósł wyjątkowe sukcesy w realizacji filaru naszej strategii związanego z odpowiedzialnością. Dzięki portfelowi umów na dostawę energii odnawialnej znacząco przyspieszyliśmy proces ograniczania emisji CO₂ – które względem 2015 roku, przyjętego za bazowy, zmniejszyły się o 79%. Zrealizowaliśmy cel strategiczny na 2025 rok dwa lata przed terminem. Ponadto, kładziemy coraz większy nacisk na emisję CO₂ w zakresie 3. W sferze szeroko zakrojonych działań społecznych, w 2023 roku zakończyliśmy realizację naszego trzyletniego flagowego projektu społecznego Lekcja:Enter, w ramach którego kompetencje cyfrowe doskonalono ponad 80 tys. nauczycielek i nauczycieli, głównie z mniejszych miejscowości. Kontynuowaliśmy także projekty edukacyjne skierowane do dzieci i seniorów, ograniczające wykluczenie społeczne i cyfrowe.

Co do przyszłości, cieszy nas stopniowa poprawa otoczenia gospodarczego, w tym spadek inflacji do niskiego jednocyfrowego poziomu. Mamy także nadzieję, że odblokowanie funduszy europejskich pobudzi działalność gospodarczą w Polsce, zwiększając pulę realizowanych przez nas projektów. Rok 2024 będzie ostatnim rokiem realizacji strategii .Grow, przy czym jesteśmy zdeterminowani, aby osiągnąć wszystkie jej cele. Wykorzystamy również ten czas na opracowanie nowego planu strategicznego, który – o czym jestem przekonana – stanie się dla nas platformą do osiągnięcia dalszego wzrostu wartości dla wszystkich interesariuszy.

Liudmila Climoc

Prezes Zarządu Orange Polska

Nasza firma

	Liczba posiadanych akcji	Udział w kapitale zakładowym
ORANGE S.A.	664.999.999	50,67%
Allianz Polska OFE, Allianz Polska DFE*	104.514.618	8,12%
Nationale-Nederlanden OFE*	73.924.979	5,63%
Pozostali akcjonariusze	468.917.883	35,58%
Razem	1.312.357.479	100,00%

Orange Polska jest wiodącym dostawcą usług telekomunikacyjnych w Polsce, działającym we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego, a także wiodącym graczem na rynku usług ICT. Posiadamy największą infrastrukturę telekomunikacyjną w Polsce, dostarczając szeroką gamę produktów i usług dla klientów indywidualnych, biznesowych i hurtowych w sieci stacjonarnej i komórkowej. Jesteśmy największym w Polsce operatorem konwergentnym (łączy ofertę usług stacjonarnych i mobilnych), działającym w oparciu o technologię światłowodową. Klientom biznesowym oferujemy unikalne i kompleksowe rozwiązania, obejmujące łączność oraz usługi IT i integracyjne.

Posiadaczem 50,67% akcji Orange Polska jest Orange S.A., jeden z wiodących operatorów telekomunikacyjnych w Europie. Źródłem sukcesu Orange Polska jest konkurencyjna oferta, prężne i aktywne struktury sprzedażowe oraz wysoka jakość obsługi klienta, wzmocnione przez rozbudowaną infrastrukturę i zmotywowaną kadrę pracowników.

Koordinacja wysiłków w ramach zwartego i efektywnego modelu biznesowego pozwala na zapewnienie trwałego i godziwego zwrotu akcjonariuszom.

Od odwrócenia trendów do zrównoważonego wzrostu

Po pomyślnym zakończeniu realizacji strategii Orange. One w 2020 roku, w czerwcu 2021 roku przedstawiliśmy nowy plan strategiczny o nazwie .Grow, na lata 2021-2024. Strategia Orange.One miała charakter przełomowy: przyczyniła się do odwrócenia wieloletnich negatywnych

Struktura własnościowa Orange Polska *



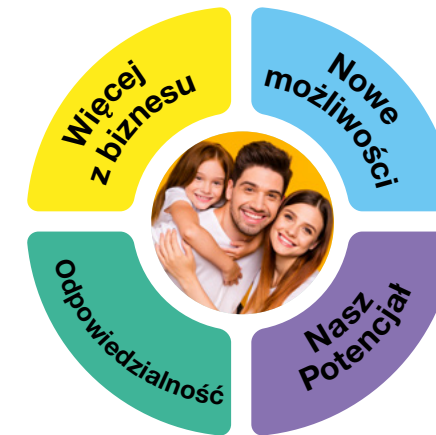
- Orange S.A.
- Allianz Polska OFE, Allianz Polska DFE
- Nationale-Nederlanden OFE
- Pozostali akcjonariusze

* Informacja na dzień 19 kwietnia 2024 r.

trendów przychodów i rentowności, przywracając wzrost. Strategia .Grow to kolejny, ewolucyjny krok, który przyczyni się do stymulacji i przyspieszenia wzrostu przychodów i zysków, kładąc jednocześnie podwaliny pod kontynuację wzrostu po roku 2024. Pomimo licznych przeciwności, związanych głównie z otoczeniem makroekonomicznym, oraz rosnącej konkurencji, Grupa jest na dobrej drodze do osiągnięcia wszystkich celów finansowych i operacyjnych. Rok 2024 jest ostatnim rokiem realizacji strategii .Grow.

Strategia konwergentna ukierunkowana na gospodarstwa domowe oraz nowa strategia hurtowa w celu maksymalizacji wartości

#OrangeGoesGreen
Bezpieczeństwo i cyfrowe włączenie różnych grup społecznych
Zespół i różnorodność



Pracownicy Orange

Kolejne przyspieszenie w segmencie ICT...
...wzmocnione dzięki 5G, katalizatorowi dla nowego biznesu

Transformacja cyfrowa
Upraszczanie i efektywność

Misja Grupy Orange

Jako zaufany partner, Orange daje wszystkim klucze do odpowiedzialnego cyfrowego świata.

Nasze wartości

Blisko

- Jestem blisko klienta
- Jestem blisko zespołu
- Buduję relacje oparte na zaufaniu i szacunku

Prosto

- Stale upraszczam
- Działam zwinnie i skutecznie
- Komunikuję się efektywnie i otwarcie

Pozytywnie

- Współpracuję
- Doceniam pracę innych
- Dzielę się pasją i dbam o otoczenie

Odważnie

- Kwestionuję status quo i proponuję usprawnienia
- Eksperymentuję i podejmuję ryzyko
- Szukam innowacji

Orange Polska w 2023 roku w liczbach



Przychody
12,97 mld zł
+3,9% r/r



Dywidenda
0,48 zł na akcję
+37% r/r, płatna w 2024 roku
z zysku za 2023 rok



64%
Zmniejszenie emisji
CO₂ r/r



**5,8 tys. dzieci i prawie
23 tys. nauczycieli**
w cyfrowych programach
edukacyjnych



EBITDAaL
3,18 mld zł
+3,3% r/r



Kapitalizacja rynkowa na
koniec roku
10,7 mld zł
+23% r/r



74% udziału energii
odnawialnej w strukturze
zużycia



9 368
pracowników
(pełne etaty, łącznie
z NetWorks)



Zysk netto
818 mln zł
+13% r/r



ROCE* **7,6%**
+110 p.p. r/r



eCAPEX
1,56 mld zł
-10% r/r



Dług netto do EBITDAaL
1,1x
-0,2x r/r



Organiczne przepływy
pieniężne
1,17 mld zł
+43% r/r



Prawie **5,5 mln**
prób phishingu zablokowanych
przez CyberTarczę



Indywidualni
klienci
konwergentni
(w tys.)

1 700
(+4,6% r/r)



Dostępny
komórkowe
(karty SIM)
(w tys.)

17 628
(0,0% r/r)
w tym głosowe
post-paid 8 941
(+2,5% r/r)
w tym pre-paid
4 485 (-11% r/r)



Internet
stacjonarny
(rynek
detaliczny)
(w tys.)

2 821
(+0,6% r/r)
w tym
światłowod
1 349
(+15% r/r)



Klienci TV
(w tys.)

945
(-1,0% r/r)
w tym IPTV
886 (+7,9% r/r)



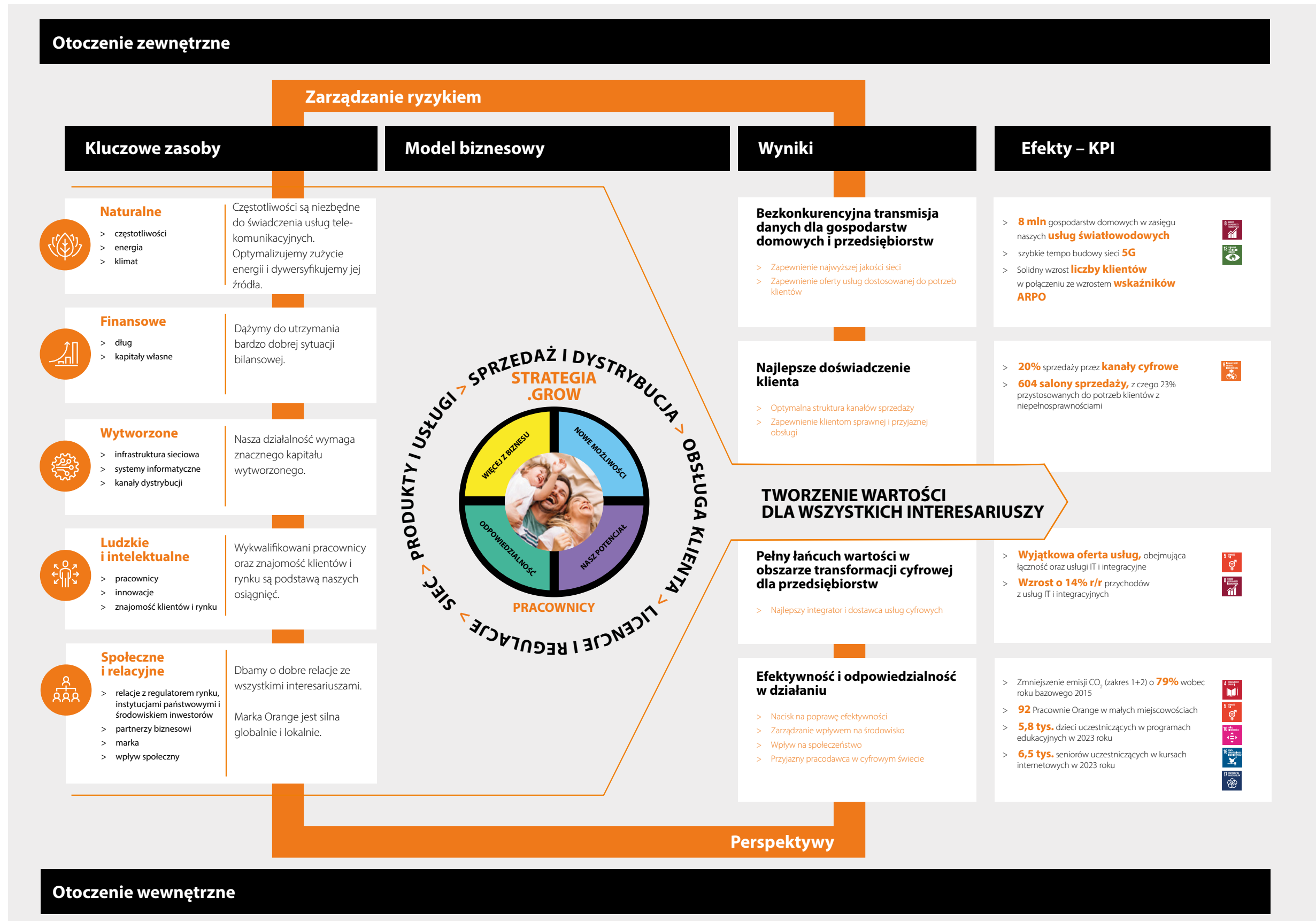
Głosowe łącza
stacjonarne
(rynek detaliczny)
(w tys.)

2 428
(-5,6% r/r)

Model tworzenia wartości

Orange Polska tworzy wartość dla klientów, zapewniając im najlepsze doświadczenie w kontaktach z firmą. Osiągamy to poprzez najwyższą jakość sieci oraz bogatą ofertę nowoczesnych produktów i usług konwergentnych, mobilnych i stacjonarnych, wspartą przez aktywne struktury sprzedażowe, doskonałą obsługę klienta i zmotywowaną kadrę pracowników. Zadowoleni klienci generują przychody i zyski, które Spółka może ponownie inwestować w swoją działalność, zapewniając stabilne budowanie wartości dla wszystkich interesariuszy.

Ponieważ neutralność klimatyczna jest wyzwaniem dla całego świata i aktywnie ograniczamy nasz wpływ na środowisko, „Klimat” postrzegamy jako nasz zasób naturalny.



Kluczowe zasoby

Kapitał naturalny



Częstotliwości

Orange Polska jest największym dostawcą usług telekomunikacyjnych w Polsce, działającym we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego. Spółka posiada licencje na użytkowanie bloków częstotliwości w pasmach 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz, 2600 MHz i 3500 MHz. Pasma to rzadki i unikalny kapitał naturalny, do którego dostęp podlega regulacji na poziomie krajowym i unijnym. Nasz dostęp do częstotliwości niezbędnych do świadczenia usług telekomunikacyjnych leży w gestii regulatora. Zakres pasma, jakim dysponujemy, wpływa na konkurencyjność Spółki i jakość świadczonych usług.

Energia

Rozbudowa infrastruktury telekomunikacyjnej w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na przepływ informacji powoduje zwiększenie zapotrzebowania na energię elektryczną w naszej branży. W celu zrównoważenia tego niekorzystnego wpływu na środowisko, podejmujemy inicjatywy związane z oszczędnością energii. Na przykład, zmniejszamy zużycie energii elektrycznej poprzez wymianę urządzeń opartych na starszej technologii na bardziej nowoczesne i energooszczędne, modernizację układów chłodzenia, wprowadzanie funkcjonalności obniżających zużycie itp. Zużycie energii elektrycznej jest też głównym czynnikiem powodującym emisje własne gazów cieplarnianych w sektorze cyfrowym.

Klimat

Energia elektryczna stanowi podstawę funkcjonowania sektora cyfrowego, a w szczególności działania sieci telekomunikacyjnych. Struktura produkcji energii w Polsce jest oparta o węgiel, więc jedyną racjonalną drogą do trwałej redukcji naszego śladu klimatycznego (węglowego) jest zwiększanie udziału energii odnawialnej w naszym zużyciu, uzupełnione o optymalizację wielkości zużycia energii. Neutralność klimatyczna to zapewne najważniejsze wyzwanie stojące dziś przed ludzkością. Każda firma powinna wziąć na siebie odpowiedzialność zarówno za swoje własne emisje, jak i emisje w całym swoim łańcuchu wartości. Nadrzędnym celem Orange Polska jest osiągnięcie neutralności klimatycznej netto do 2040 roku dla wszystkich

emisji (własnych i całego łańcucha wartości). To zamierzenie jest w pełni zgodne z globalnym celem Grupy Orange, który realizuje zapisy Porozumienia Paryskiego – ograniczenie globalnego ocieplenia do co najwyżej 1,5 stopnia Celsjusza do końca XXI wieku. W pierwszym okresie koncentrujemy się przede wszystkim na redukcji własnych emisji CO₂ o co najmniej 65% do 2025 roku w porównaniu do 2015 roku.

Nieustannie zwiększamy udział energii odnawialnej w strukturze zużycia, kontraktując ją długoterminowo bezpośrednio u producentów. Równolegle optymalizujemy zużycie energii, gdyż efektywność energetyczna jest drugim kluczowym elementem ograniczania naszego wpływu na klimat.

Kapitał finansowy



Dług i kapitały własne

Dążymy do utrzymania odpowiedzialnej struktury kapitałowej, która będzie wspierać naszą działalność operacyjną i pozwoli finansować nakłady inwestycyjne. Utrzymujemy równowagę pomiędzy kapitałami własnymi a długiem, aby zachować bezpieczną strukturę bilansu i zdolność kredytową. Od 2014 roku nasze potrzeby w zakresie finansowania zewnętrznego są zaspokajane przez akcjonariusza większościowego, Orange S.A. Taka polityka umożliwi osiągnięcie efektu synergii i oszczędności kosztowych, gdyż Orange S.A. to jedna z największych firm telekomunikacyjnych w Europie, dysponująca szybkim dostępem do szerokiej gamy źródeł finansowania. Środki są przekazywane na warunkach rynkowych, popartych analizą wskaźników porównawczych. Całe zadłużenie Spółki jest denominowane w złotych, dzięki czemu nie jest wrażliwe na zmiany kursów walutowych. Ścisłe monitorujemy poziom dźwigni finansowej, a stosunek zadłużenia finansowego netto do skorygowanej EBITDA_AL jest dla nas kluczowym wskaźnikiem struktury finansowej i płynności.



Kapitał wytworzony



Infrastruktura sieciowa

Nasza działalność wymaga znacznego kapitału wytworzonego: nasze sieci mobilne i stacjonarne, platformy usługowe i systemy informatyczne stanowią podstawę dla produktów i usług, z których korzystają klienci. Utrzymanie niezawodnej i bezawaryjnej sieci ma krytyczne znaczenie dla powodzenia naszych zamierzeń. Musimy reagować na zmiany technologiczne, inwestując we właściwie dobrany zestaw technologii. Przykładowo, w ostatnim dziesięcioleciu prowadziliśmy znaczące inwestycje w rozbudowę sieci światłowodowej, uważając, że jest to niezbędne dla utrzymania konkurencyjności na rynku i zaproponowania najlepszych ofert konwergentnych. W ciągu ostatnich dziesięciu lat zainwestowaliśmy ponad 24 mld zł w majątek trwały.

Systemy informatyczne

Korzystamy z szeregu platform usługowych, łączących zasoby sieciowe i informatyczne, które stanowią podstawę do oferowania wielu kluczowych produktów. Nasze wewnętrzne systemy informatyczne umożliwiają zarządzanie procesami, przetwarzanie informacji o klientach oraz dostarczanie produktów i usług.

Kanały dystrybucji

Docieramy do klientów i sprzedajemy nasze produkty poprzez wielorakie kanały dystrybucji: tradycyjne salony sprzedaży, telesprzedaż, sprzedaż bezpośrednią oraz kanały alternatywne i internetowe. Dzięki tak szerokiej sieci sprzedaży, każdy ma dostęp do naszych produktów i usług. Nieustannie modyfikujemy sieć dystrybucji, dostosowując ją do zmieniających się preferencji klientów, przy czym stale rośnie udział kanałów cyfrowych. Posiadamy ponad 600 salonów rozmieszczonych na terenie całego kraju, z czego ponad 20% jest przystosowanych do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami.

Kapitał ludzki i intelektualny



Pracownicy

Zaangażowanie odpowiednio wykwalifikowanych pracowników odgrywa kluczową rolę w osiąganiu naszych celów biznesowych. Inwestujemy w ludzi po to, aby odnosili sukcesy i skutecznie przyczyniali się do rozwoju naszej

działalności. Cenimy różnorodność, zapewniając wszystkim równe szanse, gdyż uważamy, że przyczynia się to do poszerzenia zestawu umiejętności i promowania innowacji – zróżnicowanie pracowników przekłada się na większą innowacyjność, pomaga nam lepiej poznać i obsłużyć klientów oraz zachęca pracowników do dawania z siebie tego, co najlepsze. Na koniec 2023 roku Grupa Orange Polska zatrudniała 9 368 osób na umowach o pracę oraz korzystała z 2 533 współpracowników z firm zewnętrznych.

Innowacje

Aby wspierać badania i rozwój nowych technologii i innowacji, stworzyliśmy Orange Innovation Poland. Ta jednostka jest częścią międzynarodowej sieci Orange International Innovation Centers, w której skład wchodzi kilkanaście ośrodków i laboratoriów badawczo-rozwojowych. Przy tworzeniu, wyborze i wdrażaniu innowacji Orange Innovation Poland współpracuje z partnerami zewnętrznymi (w tym w ramach UE), realizując prace badawczo-rozwojowe dla Orange Polska i Grupy Orange, przy czym wszelkie rozliczenia pomiędzy Spółką a Grupą Orange są dokonywane na warunkach rynkowych, popartych analizą wskaźników porównawczych. Ważnym elementem naszej działalności są badania i rozwój oraz współpraca ze startupami w ramach programu Orange Fab, na które przeznaczamy 50 mln zł rocznie. Stawiamy na model otwartych innowacji. Dzięki temu swój wpływ społeczny zaznaczamy nie tylko poprzez bezpośrednie oddziaływanie innowacji na życie ludzi czy społeczności, lecz również poprzez transfer wiedzy do podmiotów, z którymi współpracujemy.

Znajomość klientów i rynku

Znajomość klientów i rynku jest zasadniczym warunkiem sukcesu. Budowanie zaufania i lojalności klientów oraz dostarczanie im tego, czego oczekują, ma podstawowe znaczenie dla zagwarantowania stabilności w warunkach silnej konkurencji w branży telekomunikacyjnej. Głos klientów ma istotny wpływ na nasze decyzje biznesowe. Aby zapewnić najlepsze doświadczenie klientów w czasie całej „podróży”, włączamy się w aktywny dialog z nimi na różnych poziomach. Prowadzimy kompleksowe badania, w których porównujemy ofertę, produkty i jakość sieci względem konkurencji. Nasi menedżerowie angażują się w różne inicjatywy mające na celu rozwiązywanie problemów klientów, a także lepsze zrozumienie naszych mocnych stron. Pomagają także pracownikom pierwszej linii w zrozumieniu perspektywy klientów.

Kapitał społeczny i relacyjny



Marka

Orange – silna globalnie...

Niezależnie od tego, gdzie rozwijamy działalność, filozofia Orange pozostaje niezmienna: zapewnienie masowego dostępu do technologii. Dostosowujemy się do wszelkich wymagań, oferując najlepsze możliwe doświadczenie klienta w 26 krajach, w których działamy.

i wiodąca w Polsce

Według badań rynku przeprowadzonych w grudniu 2023 roku przez agencję badawczą PBS, Orange była dla polskich konsumentów marką pierwszego wyboru dla komórkowych usług głosowych (27%), mobilnego internetu (24%), stacjonarnego internetu (25%), pakietów (24%) i usług światłowodowych (27%).

Z optymizmem podchodzimy do nowych technologii, starając się je udostępnić jak najszerszemu gronu osób. Nowy podpis marki „Orange tu jest”, wprowadzony w kwietniu 2024 roku, dobitnie podkreśla dążenie Orange do bycia zaufanym operatorem, obecnym i w każdych okolicznościach i na każdym etapie podróży klienta. Wyraża również determinację Grupy, aby oferować klientom jeszcze bardziej dopasowane i innowacyjne rozwiązania, zapewniające rzeczywistą wartość dodaną w najlepszej cenie. Nowy podpis oddaje to, do czego dążymy w relacjach z naszymi klientami: większą prostotę i bliskość w ich codziennym życiu.

Działamy odpowiedzialnie, dbając o rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym w zakresie urządzeń klienckich: telefonów, modemów i dekodów telewizyjnych. Wydłużamy ich życie, dzięki dbaniu o nie w ramach czterech inicjatyw: recykling – odkup, naprawianie (regeneracja – naprawa), przekazywanie do odnowy i dalszego użytkowania (renowacja – odnowa) oraz dbałość o odpowiedzialną utylizację na koniec życia (recykling – zwrot). Dzięki tym inicjatywom przyczyniamy się do mniejszego zużycia surowców i energii oraz redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Relacje z regulatorem rynku, instytucjami państwowymi i środowiskiem inwestorów

Dobre relacje z kluczowymi interesariuszami są niezbędnym warunkiem powodzenia naszych działań. Wiąże się to z budowaniem zaufania, gotowością do dialogu i podtrzymywaniem kontaktów. W szczególności, istotne

znaczenie ma dla nas utrzymanie konstruktywnego dialogu z regulatorem telekomunikacyjnym oraz instytucjami rządowymi i samorządowymi. Jako spółka giełdowa, zabiegamy o naszych inwestorów i środowisko finansowe, przekazując przejrzyste informacje o wynikach oraz nawiązując z nimi bezpośredni dialog.

Relacje z partnerami biznesowymi

Orange Polska jest członkiem wielu organizacji branżowych, biznesowych i społecznych. Staramy się, aby współpraca z naszymi dostawcami i partnerami biznesowymi opierała się na transparentnych, długofalowych relacjach oraz przestrzeganiu zasad i standardów etycznych. Współpracujemy zarówno z dostawcami globalnymi jak i przedstawicielami rynku lokalnego. Nasze działania to zarówno zakupy jednorazowe jak i wieloletnie umowy z ponad 3 tys. dostawców. Prowadzimy konkurencyjną i otwartą politykę zakupową. Transparentność tego procesu zapewnia Regulamin Przeprowadzenia Procesu Zakupowego. Dokument ten zawiera procedury zakupowe, które określają zasady wyłaniania dostawców, zawierania umów i poufności informacji, a także zwraca uwagę na zagadnienie konfliktu interesów. Nasze zasady współpracy z dostawcami dotyczące aspektów społecznych, etycznych, środowiskowych i praw człowieka zostały określone w Kodeksie dla dostawców, który jest wpisany do umów z nimi.

Wpływ społeczny

Aby maksymalizować pozytywny wpływ społeczny działalności Orange Polska, a jednocześnie ograniczać jej niekorzystne skutki, opracowaliśmy strategię społecznej odpowiedzialności (CSR). Ważnym elementem tej strategii jest przeciwdziałanie społecznemu wykluczeniu cyfrowemu, co oznacza nie tylko zapewnienie dostępu do nowych technologii, ale także działania edukacyjne, skierowane szczególnie do młodych internautów, mieszkańców małych miast i wsi oraz seniorów. Wierzymy, że równie ważne jak udostępnianie nowych technologii jest pokazywanie, jak mądrze ich używać z korzyścią dla siebie i całej społeczności. Fundacja Orange poprzez swoje projekty zachęca do zdobywania wiedzy, udziału w kulturze oraz budowania społeczności przy umiejętnym wykorzystaniu internetu i technologii cyfrowych. Upowszechnianie tej wiedzy nie tylko przyczynia się do poprawy jakości życia, służąc ogółowi społeczeństwa, ale ma także długofalowo korzystny wpływ na rozwój naszej działalności.

Model biznesowy

Licencje i regulacje

W celu świadczenia mobilnych usług telekomunikacyjnych potrzebujemy dostępu do częstotliwości radiowych. Zakres pasma, jakim dysponujemy, wpływa na konkurencyjność i jakość świadczonych usług, a w ostatecznym wyniku na doświadczenie klientów. Kwestia ta nabiera szczególnej wagi w świetle ogromnego wzrostu ruchu transmisji danych w sieciach mobilnych.

Aby w dalszym ciągu zapewniać klientom najlepsze doświadczenia, musimy stale optymalizować sposób wykorzystania częstotliwości. W 2023 roku rozpoczęliśmy proces wyłączenia technologii 3G w sieci Orange Polska i przeznaczenia uwolnionego pasma częstotliwości dla technologii 4G. Pozwoli to zwiększyć pojemność sieci i poprawić jakość usług transmisji danych, szczególnie w obszarach niezurbanizowanych. Proces wyłączenia planujemy przeprowadzić etapowo w latach 2024 i 2025.

Ze względu na opóźnienia w dystrybucji pasma 3400-3800 MHz, bazując na paśmie 2100 MHz wdrożyliśmy i rozwijamy rozwiązanie oparte o mechanizm dynamicznego przydziału pasma (ang. Dynamic Spectrum Sharing), który pozwala na przydzielanie zasobów usługom 4G bądź 5G w zależności od zapotrzebowania. Na koniec 2023 roku ponad 7300 stacji bazowych umożliwiło świadczenie takich usług 5G klientom Orange Polska, zapewniając blisko 60% pokrycia pod względem liczby mieszkańców.

Pod koniec ubiegłego roku pozyskaliśmy blok częstotliwości o szerokości 100 MHz w paśmie 3400-3800 MHz (tzw. pasmo C). Na początku 2024 roku, po otrzymaniu pozwoleń radiowych, uruchomiliśmy pierwsze stacje bazowe pracujące na tej częstotliwości. Nowe pasmo niemal dwukrotnie powiększyło nasze zasoby częstotliwości, których używamy do świadczenia usług mobilnych w różnych technologiach. Ze względu

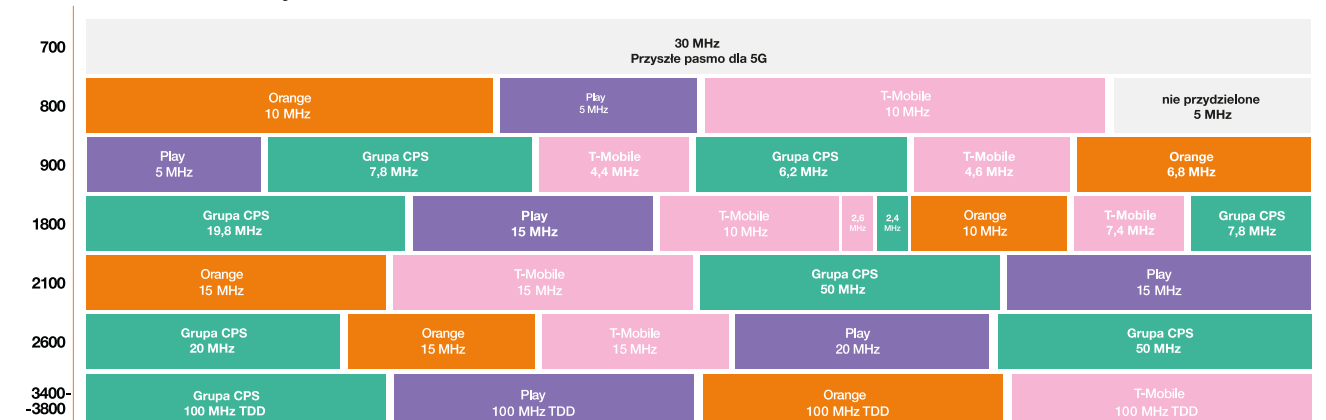
na charakterystykę, jest to pasmo pojemnościowe, które przede wszystkim w istotny sposób pozwoli nam zwiększyć pojemność sieci i dużo efektywniej zarządzać ciągle rosnącą transmisją danych tak, aby świadczyć najwyższej jakości usługi dla klientów. Jednak ze względu na to, że jest to pierwsze pasmo przeznaczone w całości dla sieci 5G, pełni również rolę warstwy pokryciowej, dzięki czemu w krótkiej perspektywie 25% mieszkańców Polski powinno się znaleźć w zasięgu zaawansowanych mobilnych usług szerokopasmowych Orange.

Przyszłe pasmo 5G

Dla technologii 5G podstawowe znaczenie ma już rozdzielone tzw. pasmo C z zakresu 3400-3800 MHz, które znacząco odciąża sieci operatorów komórkowych na terenach miejskich (pasma pojemnościowe). Jako następne, zostanie rozdzielone pasmo 700 MHz, które zapewni istotną poprawę jakości usług na terenach mniej zurbanizowanych (pasma pokryciowe). Proces konsultacji dotyczących rozdysponowania tego pasma powinien się rozpocząć w tym roku. Pozyskanie częstotliwości w tym niskim paśmie pozwoli Orange znacząco zwiększyć pokrycie siecią 5G oraz jakość usług na terenach wiejskich. Kluczową kwestią przy dystrybucji tego pasma będzie zbadanie istniejących i potencjalnych zakłóceń związanych z jego innym wykorzystaniem poza Unią Europejską. Szczególnie znaczący może być niekorzystny wpływ ze strony Ukrainy, gdzie te częstotliwości są nadal wykorzystywane dla potrzeb telewizji naziemnej.

Ostatnio, przedmiotem konsultacji społecznych stała się alokacja w przyszłości innych częstotliwości, w tym pasma fal milimetrowych (np. 26-28 GHz). Jednak biorąc pod uwagę nieprzygotowanie (i opóźnienia w przygotowywaniu) całościowego otoczenia (szczególnie urządzeń), a także koncentrację na inwestycjach w pasmo C i pasmo 700 MHz, brak presji na rozdysponowanie tego pasma wcześniej niż za 2-3 lata.

Aktualna alokacja częstotliwości z zakresu 700-2600 MHz oraz 3400-3800 MHz



Dane dotyczące rezerwacji częstotliwości

(w mln zł)	Data nabycia	Liczba lat do wygaśnięcia ⁽²⁾	Wartość bilansowa netto	
			Na dzień 31 grudnia 2023	Na dzień 31 grudnia 2022
800 MHz	2016	7,1	1 448	1 662
900 MHz	2014	5,6	132	156
1800 MHz	1997	3,7	–	–
1800 MHz ⁽¹⁾	2013	4,0	64	80
2100 MHz	2022	14,0	328	352
2600 MHz	2016	7,1	56	63
3600-3700 MHz	2023	14,9	549	–
Rezerwacje częstotliwości razem			2 577	2 303

⁽¹⁾ Prawo do częstotliwości na podstawie umowy z T-Mobile Polska S.A.

⁽²⁾ Pozostały okres użytkowania w latach na dzień 31 grudnia 2023 roku.

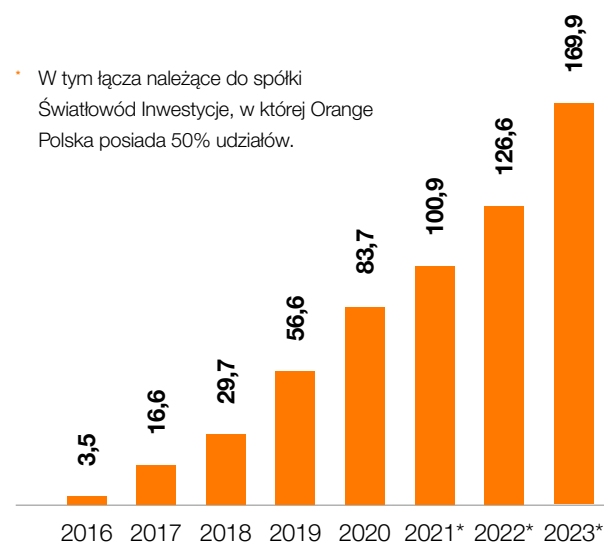
Sieć

Największa infrastruktura sieciowa w Polsce

Jako dawny operator narodowy, dysponujemy największą infrastrukturą sieciową w Polsce, która stanowi podstawę do świadczenia usług stacjonarnych i komórkowych. Na topologię sieci składa się 15 640 km światłowodowej sieci szkieletowej, 94 506 km światłowodowej sieci agregacyjnej oraz 344 157 km miedzianej sieci dostępowej. Sieć dostępową została zbudowana głównie w technologii miedzianej; łącza światłowodowe mają w chwili obecnej 169 934 km długości (w tym należące do spółki Światłowod Inwestycje, w której Orange Polska posiada 50% udziałów), ale są szybko rozbudowywane, zgodnie z programem intensywnych inwestycji w sieć światłowodową.

Łącza światłowodowe są także coraz szerzej wykorzystywane do łączenia stacji bazowych telefonii komórkowej. Z jednej strony zwiększa to pojemność, co pozwala sprostać rosnącemu ruchowi transmisji danych, a z drugiej – zapewnia większą niezawodność sieci. W 2023 roku za pomocą światłowodów podłączyliśmy kolejnych 100 stacji bazowych. Na koniec roku około 63% naszych stacji bazowych było połączonych z siecią szkieletową łączy światłowodowymi. Sieci mobilne i stacjonarne dzielą nie tylko infrastrukturę kablową, ale także wyższe warstwy sieciowe, w tym warstwę szkieletową i sterowania, oraz platformy usługowe. W najbliższych latach będziemy stopniowo przechodzić do sieci w pełni IP, co będzie się wiązać z usunięciem niektórych elementów sieciowych (np. urządzeń PSTN).

Wykres: Długość światłowodowej sieci dostępowej (w tys. km)



Aby zapewnić jak najlepszą jakość sieci, przy optymalnej alokacji zasobów, uwzględniamy specyfikę rynków lokalnych. Na koniec 2023 roku, ogółem w zasięgu usług FTTH było prawie 8,0 mln gospodarstw domowych, co stanowi ponad 50% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce. Do końca 2020 roku zwiększanie zasięgów następowało głównie w wyniku budowy własnej sieci. Od 2021 roku w dużo większym stopniu polegamy na porozumieniach z innymi operatorami, a budowa własnej sieci jest ograniczana do zwiększania zasięgu w ramach programu Polska Cyfrowa. Jednym z kluczowych partnerstw jest współpraca ze spółką

Światłowod Inwestycje (w której Orange Polska ma 50% udziałów), która w ciągu najbliższych lat wybuduje sieć światłowodową do ok. 1,7 mln gospodarstw domowych, głównie na obszarach o małej lub średniej konkurencji. Na koniec 2023 roku wykorzystywaliśmy infrastrukturę 59 operatorów (w tym spółki Światłowod Inwestycje) do ponad 4,2 mln gospodarstw domowych.

Usługi komórkowe Orange Polska są świadczone poprzez 12 300 stacji bazowych (z których ponad 99% obsługuje transmisję danych w technologii 4G LTE), obejmujących prawie 100% mieszkańców i 98% terytorium Polski. W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na szybki dostęp do internetu, Orange Polska kontynuuje kompleksową modernizację sieci radiowej. W ramach tego projektu, sprzęt aktywny na stacjach bazowych jest wymieniany na urządzenia spełniające zakładane standardy technologiczne oraz charakteryzujące się wysoką wydajnością energetyczną. Dzięki tym inwestycjom, stacje będą umożliwiały świadczenie usług 5G w trybie DSS (Dynamic Spectrum Sharing), wsparcie technologii MIMO4x4 w pasmach 1800 MHz/2100 MHz i aktywację 4G w paśmie 900 MHz, a w przyszłości pozwolą również na świadczenie usług 5G w innych obecnie posiadanych pasmach. Do końca 2023 roku Spółka oferowała usługi 5G wyłącznie w oparciu o technologię DSS; po pomyślnym rozstrzygnięciu aukcji na pasmo C, w styczniu 2024 roku przystąpiliśmy do świadczenia usług 5G w tym dedykowanym paśmie.

Zgodnie ze zobowiązaniami podjętymi w aukcji Spółka jest zobowiązana do uruchomienia w terminie 48 miesięcy od daty doręczenia rezerwacji co najmniej 3800 stacji bazowych. Poza zobowiązaniami ilościowymi, decyzja rezerwacyjna nakłada także szereg obowiązków pokryciowo-jakościowych związanych z dostarczaniem transmisji danych o wymaganej przepustowości dla określonego procentu kraju, gospodarstw domowych, dróg (krajowych i wojewódzkich) oraz wybranych szlaków kolejowych. Poziomy wymaganej przepustowości i procentu/ pokrycia zostały zróżnicowane dla określonych przedziałów czasowych w przyszłości (od 1 roku do 7 lat). Z tych wymogów są wyłączone obszary gmin położonych w bezpośrednim sąsiedztwie granic rosyjskiej, białoruskiej i ukraińskiej, ze względu na bardziej rygorystyczne wymogi koordynacji międzynarodowej. Podobnie jak przy pozostałych technologiach, planujemy współdzielić sieć 5G z T-Mobile, co pozwoli na znaczącą optymalizację wykorzystania zasobów sieciowych i podniesie efektywność

jej funkcjonowania. Nasze plany na 2024 rok zakładają, że do końca roku klienci Orange Polska będą mogli korzystać z około 3000 stacji bazowych pracujących w paśmie C.

Oczekujemy również na rozdysponowanie częstotliwości w paśmie 700 MHz, jako że Regulator ogłosił plany w tym zakresie (zob. punkt „Licencje i regulacje” powyżej).

Podniesienie niezawodności i odporności sieci wymaga ciągłego wdrażania coraz to nowszych mechanizmów samonaprawy oraz stałego monitorowania jakości. Jesteśmy w stanie śledzić jakość usług nie tylko na poziomie statystycznym, ale także z perspektywy pojedynczego klienta. Stosujemy przy tym podejście aktywne, reagując, zanim parametry zaczną się pogarszać, i zapobiegając przeciążeniu sieci, a tym samym zapewniając tę samą jakość połączeń niezależnie od tego, czy klient korzysta z sieci mobilnej czy stacjonarnej.

Bezpieczeństwo sieci naszym najwyższym priorytetem

Cyberbezpieczeństwo to dla nas priorytet. W naszych strukturach od ponad 26 lat działa zespół dbający o bezpieczeństwo polskich internautów – CERT Orange Polska. Funkcjonalnością, która wspomaga naszych ekspertów w codziennej pracy, jest ich autorskie rozwiązanie CyberTarcza. Dziś jest ono nieodłączną częścią naszej sieci, zasilaną z wielu źródeł i wspieraną przez sztuczną inteligencję. To nieodzowny i bardzo skuteczny element ochrony w polskim cyberświecie – każdego roku chroni miliony internautów przed utratą danych i pieniędzy.

Zależy nam na tym, aby także polskie firmy bez przeszkód wykorzystywały szanse związane z cyfryzacją. Do tego jednak niezbędny jest odpowiedni zakres bezpieczeństwa. Zapewniamy je użytkownikom na wszystkich poziomach: urządzeń końcowych, sieci, infrastruktury, aplikacji i przetwarzania danych.

Konsekwentnie edukujemy i zwiększamy świadomość w tym zakresie. Od ponad dekady zachęcamy klientów do korzystania z doświadczenia naszych ekspertów w dbałości o cyberbezpieczeństwo przedsiębiorstw. W 2023 roku otrzymaliśmy tytuł Marka Godna Zaufania w kategorii Cyfrowe mury, jako firma, która oferuje przedsiębiorcom najlepszy pakiet usług i rozwiązań dbających o bezpieczeństwo cybernetyczne firmy. Wyróżnienie przyznawane jest przez polskich przedsiębiorców w ogólnopolskim głosowaniu, które przeprowadza Kantar Polska.

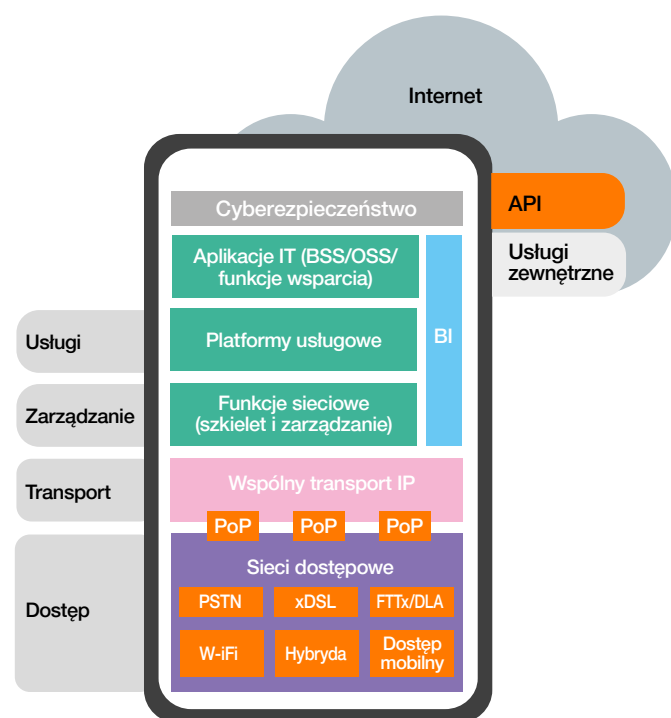
Nasi internauci zawsze mogą liczyć na pomoc i wsparcie ze strony ekspertów CERT Orange Polska. Podejrzone wiadomości można przesyłać na adres cert.opl@orange.com lub SMS-em na numer 508 700 900. To tylko chwila, a może przyspieszyć blokadę potwierdzonych stron phishingowych i pomóc ochronić także innych użytkowników internetu.

Efektywność sieci

Aby zwiększyć efektywność infrastruktury sieciowej, zastępujemy tradycyjne technologie i rozwiązania, które są ukierunkowane głównie na połączenia głosowe, siecią konwergentną, zdolną do obsługi różnego rodzaju ruchu: głosowego, transmisji danych i wideo. Wdrażane rozwiązania są w pełni zgodne z technologią IP, a dzięki mechanizmom samonaprawy i dynamicznej rekonfiguracji zapewniają wyższą jakość usług, poprawiając jednocześnie efektywność kosztową (dzięki masowemu wprowadzeniu technologii 100 Gb/s). Dążąc do zapewnienia klientom najlepszej sieci w Polsce, uzupełniamy własne inwestycje używając infrastruktury należącej do innych podmiotów oraz korzystając ze środków unijnych przeznaczonych na budowę sieci.

W obszarze usług mobilnych, stale współpracujemy z T-Mobile i NetWorks (spółką, która odpowiada za budowę, rozwój i obsługę radiowej sieci dostępowej). Z T-Mobile współdzielimy infrastrukturę sieciową (ponad 12 tys. stacji), co pozwoliło nam na szybkie wprowadzenie usług 4G/5G DSS oraz optymalizację kosztów operacyjnych i nakładów inwestycyjnych.

Architektura sieci



Produkty i usługi

Chcemy zaspokajać potrzeby klientów zapewniając im bezkonkurencyjną jakość transmisji danych oraz dostarczając produkty i usługi, na jakich im zależy. Dążymy do osiągnięcia pozycji wiodącego operatora w Polsce dla gospodarstw domowych oraz wiarygodnego i chętnie wybieranego partnera dla przedsiębiorstw, wspierającego transformację cyfrową. Oferujemy szeroką gamę produktów i usług telekomunikacyjnych dla klientów indywidualnych, biznesowych i hurtowych. Aby osiągnąć sukces biznesowy, musimy zapewnić wartość klientom, zaspokajając ich potrzeby i aspiracje. To przełoży się na zwiększony udział w rynku, a jednocześnie wzrost przychodów i zysków. Warunkiem powodzenia jest oferta usług, która będzie odpowiadać potrzebom klientów, pozwoli nam wyróżnić się na rynku oraz będzie konkurencyjna. Ponadto, taką ofertę trzeba jeszcze odpowiednio zaprezentować.

Dostosowanie oferty do potrzeb klientów

Potrzeby klientów szybko się zmieniają, a postępująca cyfryzacja społeczeństwa skutkuje dynamicznym wzrostem zapotrzebowania na przesył danych. W związku z tym, musimy stale rozwijać naszą ofertę, dostosowując ją do potrzeb klientów i proponując odpowiednie produkty za odpowiednią cenę. Nasze działania w tym zakresie muszą się różnić dla rynku konsumenckiego i biznesowego. Co więcej, grupa klientów biznesowych również nie jest jednorodna. Dla celów wewnętrznych, wyodrębniamy wśród nich małe firmy, większych klientów korporacyjnych oraz klientów kluczowych (największych). Przykładem zmiany oczekiwań klientów jest trend polegający na dążeniu do zaspokojenia potrzeb całych gospodarstw domowych – w przeciwieństwie do umów indywidualnych, które jeszcze kilka lat temu były normą na rynku. Nasze produkty są dostępne dla wszystkich, niezależnie od wieku, sprawności, umiejętności czy miejsca zamieszkania. Prowadzimy aktywny dialog z klientami, aby zyskać pewność, że nasze usługi i produkty spełniają ich potrzeby i wymagania.

Konkurencyjność i wyróżniki oferty

Warunkiem sukcesu jest konkurencyjność naszej oferty usług. W związku z tym, uważnie monitorujemy działalność konkurencji i podejmujemy odpowiednie działania. Polski rynek jest silnie konkurencyjny. We wszystkich segmentach operuje znaczna liczba podmiotów. Stale poszukujemy nowych rozwiązań ofertowych oraz staramy się zachować właściwą równowagę pomiędzy funkcjonalnością a ceną. Nasze działania



komercyjne koncentrują się przede wszystkim na oferowaniu pakietów usług komórkowych i stacjonarnych – co określamy mianem konwergencji. Oferta konwergentna odpowiada w kompleksowy sposób na potrzeby gospodarstw domowych w zakresie telekomunikacji oraz zachęca klientów do zakupu dodatkowych usług, przyczyniając się do wzrostu satysfakcji i ograniczenia utraty klientów (wskaźnik rezygnacji jest bowiem znacznie niższy niż w przypadku klientów korzystających z pojedynczych usług). Kilka lat temu wprowadziliśmy bardzo innowacyjną ofertę Orange Flex, obsługiwaną z poziomu aplikacji w telefonie. Jesteśmy przekonani, że pełna elastyczność i doświadczenie cyfrowe będą w przyszłości kluczowymi wyznacznikami dla klientów usług telekomunikacyjnych. Mniej wymagającym klientom, bardziej wrażliwym na cenę, oferujemy atrakcyjne cenowo usługi mobilne i światłowodowe pod marką nju. Ponadto, wprowadzamy usługi dodatkowe dla gospodarstw domowych, uzupełniające ofertę produktów telekomunikacyjnych, takie jak odsprzedaż energii. Na rynku biznesowym, dobrym przykładem działań wyróżniających nas na tle konkurencji jest budowanie kompetencji w obszarze usług teleinformatycznych, co w wielu przypadkach pomaga nam pozyskać firmy dla naszych podstawowych usług telekomunikacyjnych. W ostatnich kilku latach nasze działania komercyjne były bardziej niż kiedykolwiek zorientowane na wartość. Wobec presji inflacyjnej na koszty, realizowaliśmy strategię „więcej za więcej”, podnosząc ceny usług w zamian za większe korzyści dla klientów. Dążymy do utrzymania właściwej

równowagi pomiędzy wzrostem liczby klientów oraz średnich przychodów, jakie ci klienci generują (ARPO). Ponadto, istotnym źródłem przewagi konkurencyjnej i ważnym wyróżnikiem jest dla nas marka Orange – szeroko rozpoznawalna i o zasięgu globalnym.

Sprzedaż i dystrybucja

Chcemy ułatwić klientom dostęp do naszych produktów i usług. Wykorzystujemy w tym celu różne kanały kontaktu, w tym tradycyjne punkty sprzedaży (własne lub agencyjne), sprzedaż przez internet, telesprzedaż i sprzedaż bezpośrednią. Aby maksymalnie zwiększyć generowaną wartość, musimy zadbać o właściwą strukturę kanałów dystrybucji, która będzie odzwierciedlać zmiany na rynku, miejscową specyfikę, potrzeby klientów, konkurencję oraz zakres oferowanych usług.

Skuteczniejsza sprzedaż przy podejściu lokalnym

Polski rynek telekomunikacyjny jest niejednorodny: gospodarstwa domowe dzielą się mniej więcej po równo na duże miasta, małe miasta i tereny wiejskie. Wszystkie te obszary różnią się między sobą pod względem otoczenia konkurencyjnego, naszego udziału w poszczególnych segmentach rynku, możliwości technicznych przyłączenia do sieci oraz potrzeb klientów. Różnicujemy podejście do sprzedaży w zależności od lokalnych oczekiwań i potrzeb klientów oraz ich historii zakupowej. Dzięki temu potrafimy skutecznie dotrzeć do nich z właściwą ofertą poprzez odpowiedni kanał sprzedaży.

Ponadto, modyfikujemy nasze taktyki sprzedażowe w związku ze zmianami zachodzącymi w otoczeniu konkurencyjnym. W ostatnich dwóch latach walka o klienta w coraz większym stopniu przesuwają się ze sprzedaży pojedynczych usług mobilnych lub stacjonarnych na konwergencję. Prekursorem takiego zintegrowanego podejścia do świadczenia usług telekomunikacyjnych był Orange Polska. Obecnie wszyscy główni operatorzy komórkowi stosują strategię konwergentną. Istotnym stymulatorem tego procesu są szeroko zawierane partnerstwa hurtowe w zakresie infrastruktury światłowodowej. Takie partnerstwa powodują, że zasięgi, na których operatorzy mogą oferować usługi w technologii światłowodowej, wyrównują się. Zwiększa to konkurencję o klienta detalicznego – zwłaszcza że niektórzy operatorzy dopiero zdobywają ten rynek niekiedy stosując przy tym agresywne strategie marketingowe. Powoduje to również, że konkurencja na rynku stacjonarnym ma charakter dużo bardziej lokalny (niż

w przypadku rynku mobilnego, która w sposób naturalny ma charakter ogólnopolski), zależny w dużym stopniu od liczby operatorów oferujących swoje usługi w danej lokalizacji. To wymaga od nas bardziej elastycznych i innowacyjnych strategii marketingowych. Często wprowadzamy promocje lub specjalne kampanie skierowane tylko do określonych miast lub regionów, gdzie stykamy się z bardziej wymagającym otoczeniem konkurencyjnym.

Cyfryzacja i integracja kanałów

Na naszym portalu stale rozwijamy personalizację, prezentując dedykowane treści w oparciu o zachowanie klienta i posiadane przez niego usługi. Kreujemy jednocześnie pozytywne doświadczenia we wszystkich punktach kontaktu klienta ze Spółką poprzez wdrażanie innowacyjnych narzędzi komunikacji, takich jak:

- Wirtualny konsultant (bot-messenger) – to narzędzie pozwalające klientom rozmawiać w języku zbliżonym do naturalnego, np. poprzez aplikację Facebook Messenger;
- Max – bot głosowy i czatbot, który pomaga klientom załatwiać proste sprawy: przekazuje informacje o płatnościach, umożliwia zgłoszenie awarii, a w razie potrzeby oddzwania z przypomnieniem o płatności faktury lub, na życzenie, wysła SMS z informacją o płatności;
- Live shopping (kupowanie na żywo) – nowa, innowacyjna forma prezentacji online najlepszych smartfonów oraz usług Orange w czasie rzeczywistym, łącząca elementy edukacji, reklamy i sprzedaży na żywo. Jedną z jej największych zalet jest możliwość interakcji z użytkownikami, którzy uczestniczą w prezentacji przez internet i mogą zadawać pytania moderatorom.

W 2023 roku nadal rosła popularność aplikacji Mój Orange. Korzysta z niej już 2,6 mln użytkowników, co w porównaniu z 2022 rokiem oznacza wzrost o 13%.

Klienci oczekują takiego samego sposobu obsługi niezależnie od formy kontaktu – bezpośrednio, telefonicznie czy przez internet. Aby temu sprostać, wprowadziliśmy podejście oparte na ścisłej współpracy między kanałami. Pomimo rosnącej popularności sprzedaży przez internet, tradycyjne punkty sprzedaży nie tracą na znaczeniu. W 2023 roku prawie połowa całkowitej sprzedaży została zrealizowana w fizycznych punktach sprzedaży – i przewidujemy, że w kolejnych latach ten wskaźnik będzie się utrzymywać na podobnym poziomie. Coraz częściej klienci przemieszczają się pomiędzy kanałami sprzedaży: rozpoczynają transakcję w internecie, a finalizują ją w punkcie sprzedaży, bądź na odwrót.

Obsługa klienta

Naszym priorytetem jest zapewnienie klientom obsługi na najwyższym poziomie. Zależy nam na tym, aby każda interakcja z Orange była pozytywnym doświadczeniem, a także aby zagwarantować klientom jednolite i spójne doświadczenia, niezależnie od wybranego kanału kontaktu. W tym celu wykorzystujemy sprawdzoną w Grupie Orange metodykę zarządzania „podróżą klienta”. Zgodnie z naszą strategią dotyczącą doświadczeń klientów, szczególną uwagę przykładamy do rozwoju obsługi w kanałach zdalnych i cyfrowych.

Wielokanałowy model obsługi

Dążymy przede wszystkim do zapewnienia jak najlepszego wielokanałowego modelu obsługi w oparciu o preferencje i możliwości naszych klientów oraz nasz cel biznesowy, którym jest zwiększenie udziału kanałów cyfrowych, w tym przede wszystkim bota głosowego i czatbota Maxa oraz rozwiązania Mój Orange.

Mój Orange to jednocześnie aplikacja mobilna i konto na stronie internetowej Orange.pl, które umożliwia klientom dostęp do informacji o usługach i zarządzanie nimi. W szczególności, Mój Orange pozwala szybko, wygodnie i samodzielnie sprawdzić stan wykorzystania środków, włączyć lub wyłączyć usługi oraz poznać szczegóły naliczonych opłat. Ramy dla naszych działań na rzecz rozwoju kanałów cyfrowych stanowi dedykowany program cyfrowy, uruchomiony w 2020 roku.

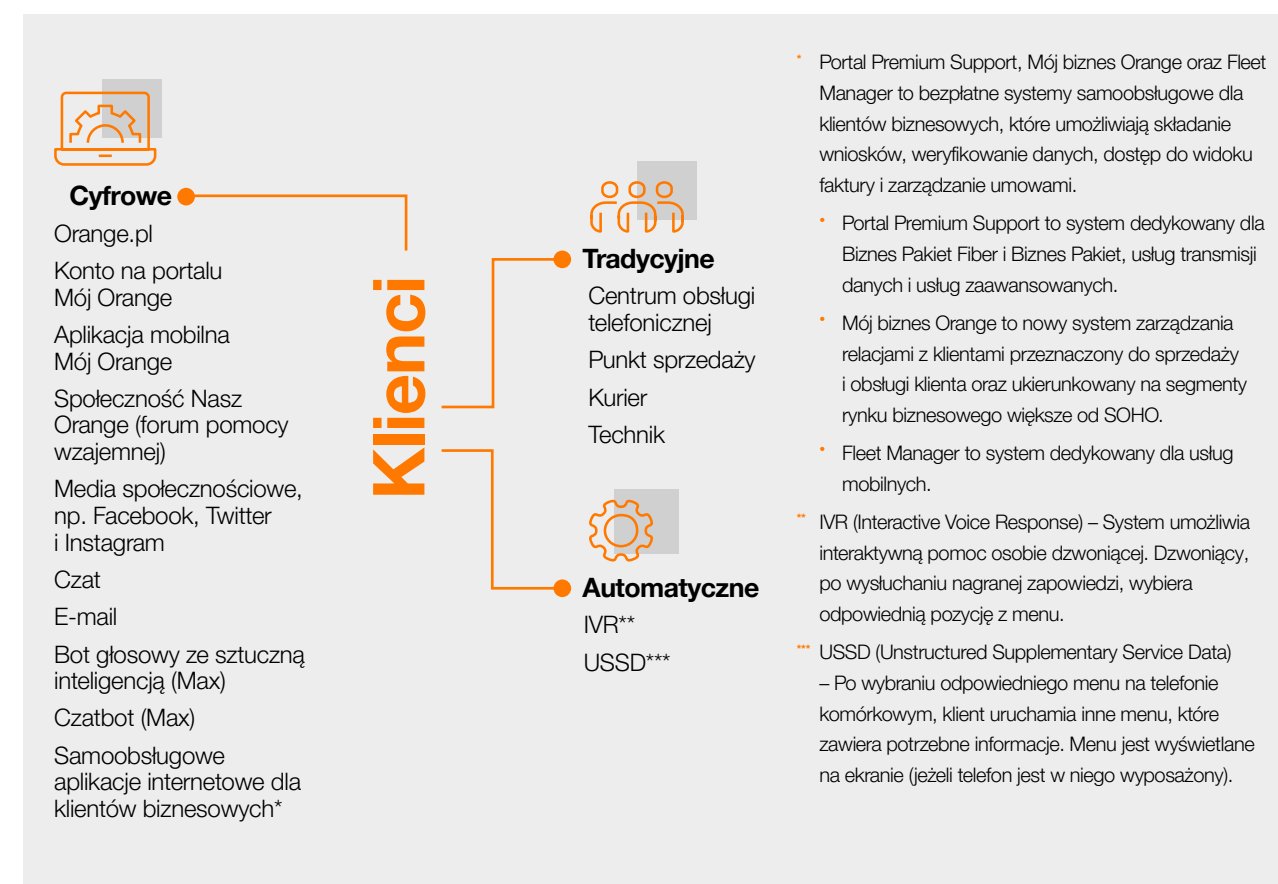
Utrzymanie wiodącej pozycji w zakresie wsparcia cyfrowego wymaga ciągłego doskonalenia funkcjonalności kanałów i systemów cyfrowych. W 2023 roku wprowadziliśmy Mój biznes Orange – platformę internetową przeznaczoną dla klientów biznesowych Orange. W ubiegłym roku nasze działania koncentrowały się na intensywnej rozbudowie tej nowej podstawowej platformy zarządzania relacjami z klientami oraz migracji klientów z poprzednio wykorzystywanych schyłkowych systemów obsługi.

W rozwoju kanałów obsługi istotną rolę pełni wykorzystanie sztucznej inteligencji oraz robotyzacja. Od 2019 roku naszych klientów wspiera czatbot Max – sztuczna inteligencja Orange. Max odbiera wszystkie połączenia telefoniczne na infoliniach obsługowych oraz wspiera połączenia wychodzące dotyczące propozycji nabycia oferty, obsługi zaległych płatności oraz sytuacji, gdy klienci nie są zadowoleni ze sposobu załatwienia sprawy w tradycyjnych kanałach kontaktu. W 2023 roku wdrożyliśmy czat asynchroniczny, który umożliwia klientom kontakt przez całą dobę.

Priorytetem w doskonaleniu kanałów tradycyjnych była dalsza standaryzacja i związana z nią poprawa jakości obsługi. Jesteśmy jedynym operatorem w Polsce, który od lat działa zgodnie ze standardami COPC (Customer Operations Performance Center). Certyfikat COPC potwierdza spełnienie najwyższych światowych standardów zarządzania obsługą klienta, które dotyczą między innymi monitorowania efektywności, jakości obsługi oraz rekrutacji i rozwoju pracowników. Doświadczenie i praktyka związane ze stosowaniem standardów COPC przyczyniły się do usprawnienia obsługi klientów zarówno indywidualnych jak i biznesowych. Obecnie, proces certyfikacji COPC jest kontynuowany tylko w odniesieniu do rynku konsumenckiego.

Doświadczenie klienta oparte na analizie danych

Projektujemy działania związane z doświadczeniem klienta w oparciu o analizę zachowań, korzystając z zaawansowanych narzędzi statystycznych. Stosując modele stworzone metodami uczenia maszynowego, możemy przewidywać najbardziej prawdopodobne zachowania klientów. Oparcie obsługi klienta na analizie danych pomaga skuteczniej identyfikować i rozwiązywać problemy klientów oraz wdrażać proaktywne rozwiązania zapobiegające wystąpieniu tych samych problemów w przyszłości.



Dopasowana obsługa

Naszym celem jest zapewnienie obsługi dopasowanej do specjalnych potrzeb różnych grup klientów:

- Seniorzy (powyżej 65 roku życia)
- Obcokrajowcy
- Osoby z niepełnosprawnościami
- Klienci preferujący kanały cyfrowe
- Klienci premium

Dzięki takiemu podejściu znacznie lepiej prowadzimy sprawy klientów, umiejętnie dopasowując się do ich wieku, indywidualnych potrzeb czy wymaganych udogodnień. W 2023 roku dokonaliśmy przeglądu standardów obsługi seniorów, skupiając się na łatwości kontaktu z Maxem oraz dostępności konsultantów z centrum obsługi telefonicznej.

Kanały kontaktu

Zapewniamy klientom szeroki wybór kanałów do kontaktu, stale je usprawniając, aby jak najlepiej sprostać oczekiwaniom.



Kanały cyfrowe

- zapoznać się z cennikami i sprawdzić dostępność
- zakupić nowe usługi i przedłużyć umowę
- zrealizować sprawy obsługowe, np. wykonać diagnostykę urządzeń lub usług
- dowiedzieć się, jak w łatwy sposób samodzielnie zrealizować sprawę: podłączyć urządzenie, skorzystać z narzędzi samoobsługowych (filmy instruktażowe Orange Ekspert)



Salon

- obejrzeć urządzenia (salon wystawowy)
- przetestować produkty
- zakupić produkty i usługi
- uzyskać informacje
- odebrać zamówienie
- zrealizować sprawy obsługowe



Centrum obsługi

- uzyskać informacje o produktach i płatnościach
- zlecić zmiany w zakresie usług i konta
- zakupić nowe usługi i przedłużyć umowę
- uzyskać wsparcie w zakresie reklamacji, kwestii technicznych i płatności



Media społecznościowe

- uzyskać informacje o produktach i usługach
- podzielić się doświadczeniami
- zgłosić potrzeby informacyjne
- uzyskać wsparcie (niezwiązane ze szczegółami konta)
- sprawdzić opinie

Otoczenie zewnętrzne

Otoczenie regulacyjne

Zasady ogólne

Rynek telekomunikacyjny w Polsce podlega szerokim regulacjom sektorowym przyjmowanym na poziomie Unii Europejskiej, a następnie przenoszonym do ustawodawstwa krajowego. Nadzór nad rynkiem sprawuje krajowy organ regulacyjny: Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE). Ogólną zasadą jest podział rynku telekomunikacyjnego na odrębne rynki poszczególnych usług detalicznych i hurtowych – zwane rynkami właściwymi. UKE analizuje poziom konkurencji na każdym z tych rynków i w oparciu o wyniki analizy podejmuje decyzje o wymaganym zakresie regulacji. Jako były operator narodowy na rynku usług telefonii stacjonarnej, Orange Polska został uznany za operatora o znaczącej pozycji rynkowej i podlega obowiązkowi regulacyjnym względem określonych segmentów rynku. Spółka ma między innymi obowiązek przygotowywania sprawozdań z rachunkowości regulacyjnej,

a w przypadku usług dostępu do infrastruktury sieciowej (LLU) i usług dostępu szerokopasmowego (BSA) – opisu kalkulacji kosztów, a także poddawania ich niezależnemu audytowi. Te ograniczenia regulacyjne mają znaczący wpływ na niektóre ze świadczonych przez nas usług. Na rynku komórkowym, Orange Polska i pozostali najwięksi operatorzy podlegają takim samym regulacjom. Działalność Spółki jest również monitorowana przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK).

Najważniejsze regulacje

Obecnie, za najważniejsze dla naszej działalności uważamy następujące regulacje:

- Obowiązek zapewnienia dostępu do usługi hurtowej odsprzedaży dostępu szerokopasmowego (BSA) oraz fizycznego dostępu do infrastruktury pętli lokalnych (LLU) po cenach uzależnionych od kosztów (weryfikowanych testami zawężania marży i ceny) i na warunkach niedyskryminacyjnych (w tym z zachowaniem „chińskich murów”). Regulacje w tym zakresie dotyczą zarówno

łączy miedzianych jak i światłowodowych. Obowiązek udostępnienia infrastruktury miedzianej i światłowodowej przez Orange Polska na zasadach BSA nie dotyczy 151 zderegulowanych gmin. Obowiązek zapewnienia dostępu do infrastruktury sieciowej nie dotyczy 51 zderegulowanych gmin. Spółka, podobnie jak inni beneficjenci środków publicznych, zapewnia także dostęp hurtowy (BSA i LLU) do sieci światłowodowych wybudowanych w ramach współfinansowanego z funduszy europejskich programu POPC, a także dostęp do infrastruktury.

- Regulacje dotyczące usług zakańczania połączeń. Wysokość ogólnounijnych stawek za zakańczanie połączeń została określona w Rozporządzeniu Delegowanym. W 2023 roku jednolita maksymalna ogólnounijna stawka za zakańczanie połączenia głosowego w sieci ruchomej (MTR) została obniżona do 0,2 ec/min od 1.01.2024.

Naturalnie, jako firma, jesteśmy także obowiązani stosować się do przepisów ogólnych oraz decyzji administracyjnych.

Zarówno na szczeblu europejskim jak i krajowym planowane są dalsze zmiany w regulacjach telekomunikacyjnych.

Najnowsze trendy w otoczeniu regulacyjnym

W 2023 roku otoczenie prawne nadal cechowała niestabilność i duża dynamika zmian. Zmiany wynikały zarówno z dostosowania prawa polskiego do prawa Unii Europejskiej, jak i z inicjatyw krajowych. Częste, szeroko zakrojone i szybko procedowane zmiany legislacyjne pociągają za sobą konieczność stałego i starannego monitorowania otoczenia, zwłaszcza, że wiele z procedowanych zmian wiąże się z nakładaniem nowych obowiązków i w konsekwencji wymaga podjęcia złożonych i kosztownych działań wdrożeniowych i dostosowawczych. Polityka regulacyjna w Polsce skupiała się na nowelizacji przepisów krajowych oraz monitorowaniu zmian w prawie europejskim. W szczególności, rozszerzone regulacje pociągnęły za sobą wdrożenie usług międzyoperatorskich zakańczania połączeń w sieci Orange Polska z wykorzystaniem technologii IP. Krajowy organ regulacyjny skupił się również na nowych zasadach regulujących dostęp do hurtowych sieci szerokopasmowych, dokonując przeglądu częściowo regulowanych rynków BSA i LLU, a także wydając decyzje dotyczące dostępu do sieci zarządzanych przez beneficjentów funduszy unijnych.

Ponadto, wprowadzane są nowe obowiązki informacyjne dotyczące elementów sieciowych, pokrycia siecią stacjonarną i komórkową, usług oraz planów inwestycyjnych. Jednocześnie, UKE monitoruje wdrażanie regulacji unijnych, zwłaszcza w obszarach roamingu i dostępu do otwartego internetu.

W 2023 roku, z prac legislacyjnych w Sejmie wycofano projekt ustawy związanej z jednym z najważniejszych wydarzeń dotyczących sektora telekomunikacyjnego – implementacją Europejskiego Kodeksu Łączności Elektronicznej. Zakończenie prac i wejście w życie nowego Prawa komunikacji elektronicznej (PKE), które zastąpi obowiązujące od blisko dwóch dekad Prawo telekomunikacyjne, jest przewidywane w 2024 roku. PKE wprowadza szereg istotnych rozwiązań, otwierających nowy rozdział w świadczeniu usług komunikacji elektronicznej, między innymi zwrot niewykorzystanych środków na kartę, regulacje dotyczące direct billing (dopisywanie do rachunku za usługi telekomunikacyjne płatności za usługi kupione w internecie, np. gry, muzyka), nowe przedumowne obowiązki informacyjne, częściowa regulacja OTT oraz zmiany w umowach.

Z Sejmu wycofano również projekt nowelizacji ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa. Projekt nowelizacji przewidywał między innymi wprowadzenie



mechanizmu oceny tzw. dostawców wysokiego ryzyka, utworzenie strategicznej sieci bezpieczeństwa oraz pewne zmiany operacyjne dotyczące bezpieczeństwa sieci. W 2024 roku zostanie przedstawiony nowy projekt, który ma być dostosowany do implementacji dyrektywy NIS 2.

Krajowe akty prawne o istotnym znaczeniu sektorowym dla przedsiębiorców telekomunikacyjnych, przyjęte w 2023 roku, dotyczyły między innymi takich obszarów jak ochrona konsumentów, prawo pracy, fundusze unijne, energetyka i prawo budowlane.

Na szczeblu UE, akty prawne o istotnym znaczeniu dotyczyły między innymi cyberbezpieczeństwa, zarządzania danymi oraz inwestycji telekomunikacyjnych (Akt o infrastrukturze gigabitowej). Ponadto, kontynuowano intensywne prace nad nowym akrem dotyczącym sztucznej inteligencji.

Otoczenie makroekonomiczne

Zmiany w otoczeniu makroekonomicznym, w tym dotyczące wzrostu gospodarczego, inflacji, bezrobocia, dochodu rozporządzalnego, stóp procentowych i kursów wymiany, mogą wpływać na zdolność Spółki do tworzenia wartości. Choć nie mamy bezpośredniego wpływu na te czynniki, możemy ograniczać niekorzystne skutki zmian poprzez stosowanie instrumentów zabezpieczających. Rok 2023, podobnie jak 2022, był kolejnym trudnym rokiem dla gospodarki polskiej, europejskiej i światowej. Utrzymujące się napięcia geopolityczne, w tym trwająca wojna na Ukrainie, przekładały się w dalszym ciągu na niepewność na rynku, wpływającą na otoczenie społeczne i gospodarcze. W 2024 roku na rynku polskim pojawiły się pewne pozytywne oznaki, ale globalne otoczenie makroekonomiczne pozostaje niespokojne i wymagające. Pomimo wyjątkowych przeciwności związanych z otoczeniem zewnętrznym, branża telekomunikacyjna pozostała stabilna. Jesteśmy także przekonani, że usługi telekomunikacyjne będą w dalszym ciągu bardzo ważne dla klientów indywidualnych i biznesowych.

Wzrost gospodarczy

Fala niespotykanych wcześniej turbulencji w gospodarce globalnej, wynikających głównie z rosyjskiej agresji na Ukrainę, negatywnie wpłynęła na gospodarkę polską w 2022 i 2023 roku. Dynamika wzrostu gospodarczego spowolniła w 2023 roku do 0,2% (wobec 5,6% w 2022 roku). Wysoka inflacja niekorzystnie wpływała na dochód rozporządzalny gospodarstw domowych, ograniczając konsumpcję, zaś na poziomie inwestycji odbiły się wysokie stopy procentowe



oraz niższy popyt krajowy i zagraniczny. Negatywny wpływ tych czynników skumulował się w pierwszym kwartale 2023 roku, natomiast w dalszej części roku następowała stopniowa poprawa sytuacji gospodarczej.

Suma czynników z rynku wewnętrznego rysuje zdecydowanie lepsze perspektywy rozwoju gospodarczego w porównaniu do 2023 roku. W 2023 rozszerzył się znacznie interwencjonizm państwowy zarówno w zakresie polityki fiskalnej (m.in. polityka socjalna, Tarcze Antyinflacyjne, zamrażanie cen prądu) oraz polityki monetarnej NBP poprzez obniżki stóp procentowych. Niemniej jednak w najbliższej przyszłości wciąż obecne będą wyzwania wynikające z wysokiego poziomu inflacji, zmian ustawowych powiązanych m.in. z napływem funduszy unijnych czy dynamicznym wzrostem płacy minimalnej, w istotny sposób obciążającym przedsiębiorstwa. Według konsensusu prognoz ekonomicznych, w 2024 roku wzrost PKB w Polsce wyniesie około 3%.

Inflacja

W 2023 roku średnioroczny wskaźnik wzrostu cen towarów i usług wyniósł 11,4% i był nieco niższy niż w 2022 roku, kiedy osiągnął 14,4%, co było najwyższym poziomem od 25 lat. W ciągu roku inflacja stopniowo spadała: od szczytowej wartości 18,4% w lutym do 6,2% w grudniu. Według konsensusu prognoz ekonomicznych, w 2024 roku

średnioroczna inflacja w Polsce powinna wynieść około 4-5%. W marcu 2024 roku wzrost cen w ujęciu rocznym spadł nawet do 1,9%, co było najniższym odczytem inflacji od blisko pięciu lat. Jednak w dalszej części roku przewidywany jest ponowny wzrost inflacji, spowodowany między innymi wzrostem podatku VAT na żywność, wyższymi cenami energii i gazu, a także niższą bazą porównawczą dla cen paliw.

Dochód rozporządzalny

W 2022 roku przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny na osobę wyniósł 2250 zł, co stanowi znaczący wzrost o 9,1% rok do roku. W ciągu ostatnich dwóch dekad dochód ten nieprzerwanie rósł z roku na rok. Wskaźnik ten odpowiada pieniądзом, jakie gospodarstwo domowe może przeznaczyć na wydatki na towary i usługi bądź zwiększenie oszczędności.

Bezrobocie i koszty pracy

Stopa bezrobocia w Polsce na koniec 2023 roku wyniosła 5,1% i utrzymała się na niemal niezmiennym poziomie w porównaniu do 5,2% na koniec 2022 roku. Polski rynek pracy po raz kolejny okazał się odporny na wstrząsy zewnętrzne – najpierw związane z pandemią COVID-19, a następnie z wojną na Ukrainie oraz napięciami geopolitycznymi i presją inflacyjną.

Prognozowane na 2024 rok ożywienie gospodarcze w połączeniu z napływem funduszy europejskich może się przyczynić do zwiększenia popytu na rynku pracy, który będzie się musiał zmierzyć z ograniczoną dostępnością pracowników i już występującym brakiem specjalistów w niektórych branżach, a długofalowo z problemami wynikającymi z demografii społeczeństwa polskiego. Według konsensusu prognoz makroekonomicznych, stopa bezrobocia w Polsce będzie w najbliższych latach relatywnie stabilna, a w 2024 roku jest szacowana na poziomie 5,0%.

Stopy procentowe

W 2022 roku rosnąca inflacja doprowadziła do skokowego wzrostu stóp procentowych w Polsce. W 2023 roku inflacja w Polsce osiągnęła szczyt w pierwszym kwartale (18,4% w lutym), a w kolejnych kwartałach zaczęła spadać. W odpowiedzi na to, Rada Polityki Pieniężnej zdecydowała o dwukrotnym obniżeniu stóp procentowych – we wrześniu i październiku 2023 roku – łącznie o 100 punktów bazowych, do poziomu 5,75%. W 2024 roku prognozuje się dalszy spadek inflacji do średniego jednocyfrowego poziomu. Rynek przewiduje umiarkowane obniżki stóp procentowych w 2024

roku i bardziej znaczące w 2025 roku. Ponieważ do połowy 2026 roku ponad 50% zadłużenia Spółki jest oparte na stałej stopie procentowej, w tej perspektywie wyższe stopy procentowe nie powinny mieć istotnego wpływu na koszty odsetkowe – zwłaszcza że w następstwie malejącej inflacji można oczekiwać dalszego obniżania stóp procentowych.

Kursy wymiany

Wahania kursów walutowych mają wpływ na wysokość zobowiązań Orange Polska denominowanych w walutach obcych, a także na wysokość rozliczeń z zagranicznymi operatorami. Ten wpływ jest w znacznym stopniu ograniczony poprzez posiadany portfel transakcji zabezpieczających. W 2023 roku złoty umocnił się o 7% w stosunku do euro oraz 11% wobec dolara amerykańskiego. Ewentualne osłabienie kursu złotego nie powinno mieć wpływu na wysokość zobowiązań Orange Polska denominowanych w walutach obcych oraz na wysokość rozliczeń z zagranicznymi operatorami ze względu na utrzymywany poziom zabezpieczeń.

Rynek telekomunikacyjny

Przegląd rynku telekomunikacyjnego w Polsce

Rynek telekomunikacyjny w Polsce jest rozwinięty, z wysokimi wskaźnikami penetracji w większości segmentów. To niezwykle ważna branża dla polskiej gospodarki, szczególnie w erze cyfrowej. Wraz z branżą informatyczną i branżą treści programowych kształtuje społeczeństwo informacyjne i aktywnie uczestniczy w transformacji polskich firm. Wybuch pandemii COVID-19 w 2020 roku, jak nigdy wcześniej, uwypuklił rolę sektora telekomunikacyjnego, znacząco przyspieszając w Polsce zmiany w kierunku rozwiązań cyfrowych. Jakość sieci okazała się ważna dla wszystkich, co przełożyło się na wzrost popytu na stacjonarny dostęp szerokopasmowy, a zwłaszcza usługi światłowodowe, a także przyspieszenie procesu transformacji cyfrowej polskich przedsiębiorstw. Rynek telekomunikacyjny ewoluuje również pod względem technologicznym: światłowód stał się wiodącą technologią w zakresie stacjonarnych łączy szerokopasmowych, a w obszarze komórkowym – po długo oczekiwanym rozstrzygnięciu aukcji na pasmo C w 4 kw. 2023 roku – jesteśmy w trakcie budowy sieci 5G. Branża telekomunikacyjna mierzy się z wieloma wyzwaniami biznesowymi i technicznymi, które wymagają znacznych inwestycji w infrastrukturę w celu zapewnienia klientom indywidualnym, publicznym i biznesowym szybkiego

i bezpiecznego dostępu do internetu (przewodowego i bezprzewodowego), a także nowych usług i urządzeń, spełniających nowe wymagania.

Rynek telekomunikacyjny w Polsce cechuje się silną konkurencją i relatywnym rozdrobnieniem. Jest zdominowany przez usługi mobilne, a intensywny proces wypierania przez nie telefonii stacjonarnej dotyczy zarówno połączeń głosowych jak i dostępu do internetu. Te czynniki miały w przeszłości poważny wpływ na rynek jako całość, przekładając się na jedne z najniższych cen usług telekomunikacyjnych w Unii Europejskiej. Rok 2019 przyniósł przełom na rynku: operatorzy komórkowi podnieśli ceny usług w formule „więcej za więcej”. Konwergencja stała się wiodącą formułą konkurencji o gospodarstwa domowe. To spowodowało przyspieszenie procesu konsolidacji rynku, głównie pomiędzy operatorami stacjonarnymi i mobilnymi. Ponadto, coraz ważniejszą rolę w strategiach poszczególnych graczy rynkowych zaczęły odgrywać zasięgi usług światłowodowych. Konieczność inwestycji, wysoka inflacja oraz relatywnie niskie ceny usług telekomunikacyjnych budując oczekiwania, że uczestnicy rynku będą nadal koncentrować się na generowaniu wartości. Co istotne, na rynku polskim dominują 24-miesięczne umowy lojalnościowe, co w perspektywie krótkoterminowej utrudnia przenoszenie przez operatorów telekomunikacyjnych wzrostu kosztów na klientów.

Według naszych szacunków, wartość polskiego rynku telekomunikacyjnego nadal rośnie pomimo utrzymującej się trudnej sytuacji makroekonomicznej i geopolitycznej. Ten wzrost wynika przede wszystkim z przyjęcia przez uczestników rynku strategii „więcej za więcej” (uwzględniającej znacznie niższy poziom cen usług telekomunikacyjnych w Polsce w porównaniu ze średnią unijną), wzrastającego popytu na łączność szerokopasmową oraz rosnącej sprzedaży telefonów.

Perspektywa historyczna – wyniszczająca konkurencja cenowa doprowadziła w kilku etapach do niskich cen i szybkiego zastąpienia telefonii stacjonarnej telefonią komórkową.

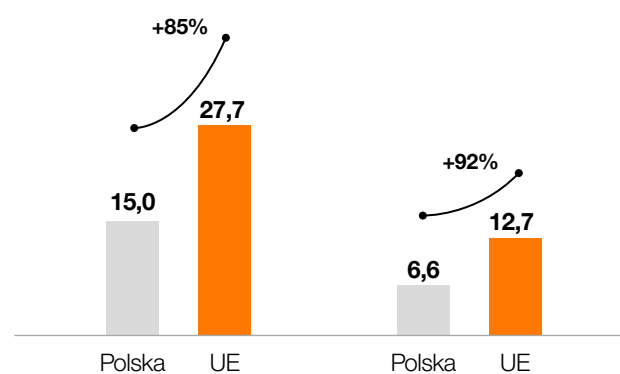
- Bardzo duża konkurencja cenowa w usługach mobilnych, która nasiliła się w czasie kilku wojen cenowych w segmencie konsumenckim i biznesowym, głównie w latach 2010-2013. W efekcie, ceny tych usług w Polsce należą do najniższych w Unii Europejskiej. Kluczową rolę w destabilizacji sytuacji rynkowej odgrywał Play, który realizował agresywną strategię zdobywania udziału w rynku.
- Strukturalny spadek w stacjonarnych usługach głosowych, do którego przyczyniły się głównie: bardzo szybkie

upowszechnienie usług komórkowych w przystępnej cenie, częściowa regulacja w tym segmencie oraz niekorzystne trendy demograficzne.

- Słabo rozwinięta stacjonarna infrastruktura szerokopasmowa, zwłaszcza poza dużymi miastami, co w połączeniu z szybkim rozwojem rynku komórkowego i strategią operatorów zakładającą oferowanie wyłącznie usług mobilnych doprowadziło do wypierania usług stacjonarnych przez komórkowe. Wskaźnik penetracji dla mobilnego internetu stosowanego do użytku domowego jest w Polsce znacznie wyższy od średniej dla krajów Unii Europejskiej.
- W porównaniu z całym rynkiem, powyższe trendy znacząco bardziej wpływały na wyniki Orange Polska, co znalazło odzwierciedlenie w wieloletnim spadku przychodów. Przyczyniły się do tego głównie następujące czynniki:
 - konieczność dostosowania się do silnej konkurencji cenowej w usługach mobilnych w celu obrony udziałów w rynku konsumenckim i biznesowym,
 - bardzo znacząca ekspozycja w segmencie stacjonarnych usług głosowych ze względu na dominującą pozycję,
 - gorsze od średniej rynkowej wyniki w segmencie stacjonarnego dostępu do internetu ze względu na wymogi regulacyjne i słabo rozwiniętą infrastrukturę w dużych miastach, co spowodowało utratę udziału w rynku na rzecz operatorów kablowych,
 - brak znaczącej ekspozycji na rynku płatnej telewizji.

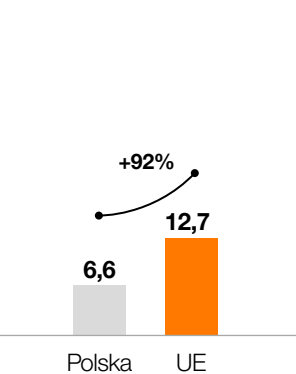
Obserwowane w ostatnich latach trendy oraz perspektywy na przyszłość, w tym koncentracja na wartości i dążenie do konwergencji opartej na światłowodzie, są korzystniejsze

Wykres: Porównanie cen usług szerokopasmowych [w EUR]



Źródło: Raport UKE z 2022 roku / Strategy Analytics (porównanie cen)

Wykres: Porównanie ARPU z usług komórkowych [w EUR]

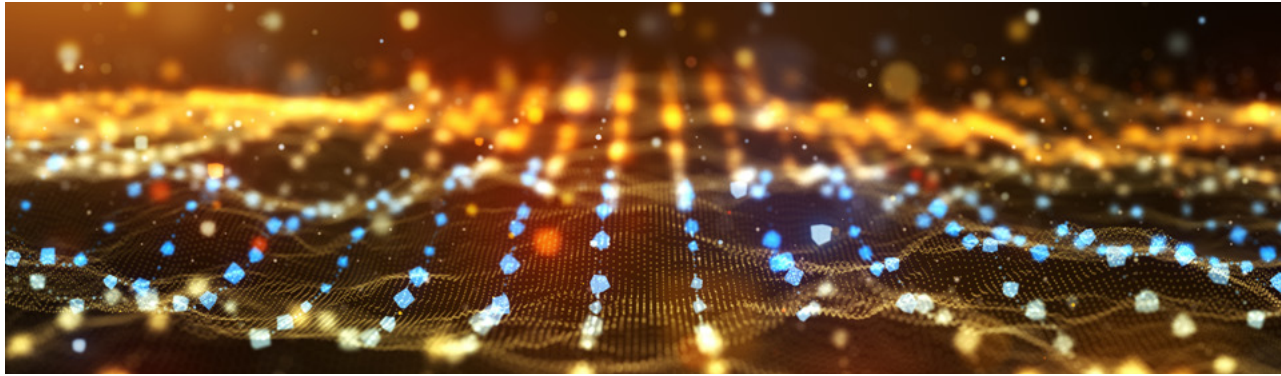


Źródło: Raport UKE z 2022 roku / Analysis Mason

- **Koncentracja na wartości:** Mimo że polski rynek telekomunikacyjny pozostaje niezwykle konkurencyjny, wszyscy kluczowi gracze skoncentrowali się bardziej na wartości, realizując strategię „więcej za więcej”, głównie na rynku komórkowym. Konkurencja przesunęła się z opartej wyłącznie na cenie także na inne elementy oferty oraz jakość obsługi klienta. Wynika to z jednej strony z relatywnie niskich cen usług telekomunikacyjnych w porównaniu z innymi krajami UE oraz rosnącego dochodu rozporządzalnego, a z drugiej strony z konieczności inwestowania przez operatorów w infrastrukturę oraz łagodzenia skutków inflacji kosztowej. Ceny usług telekomunikacyjnych w Polsce nadal należą do najniższych w UE. W naszej strategii komercyjnej kierujemy się tworzeniem wartości. W 2023 roku kontynuowaliśmy strategię „więcej za więcej”, podnosząc ceny stacjonarnych usług szerokopasmowych oraz pakietów konwergentnych w zamian za większe korzyści dla klientów. Następnie, w pierwszym kwartale 2024 roku wprowadziliśmy korekty cenowe w wyłącznie komórkowych abonamentowych planach taryfowych na rynku konsumenckim, a także w usługach przedpłaconych.
- **Konwergencja sieci stacjonarnej i mobilnej podstawą naszych strategii komercyjnych:** Konwergencja – sprzedaż pakietów usług komórkowych i stacjonarnych – została uznana przez wszystkich uczestników rynku jako skuteczna formuła na pozyskanie gospodarstw domowych. W ciągu ostatnich kilku lat wszyscy gracze mobilni zaczęli oferować również usługi stacjonarne (głównie w oparciu o łącza światłowodowe), podczas gdy wiodący operatorzy stacjonarni weszli na rynek telefonii komórkowej. Odbывa się to poprzez umowy hurtowe bądź przejęcia. Szybki wzrost liczby umów hurtowych ułatwiają głównie nowi operatorzy infrastrukturalni sieci światłowodowych, którzy świadczą wyłącznie usługi hurtowe, np. Światłowód Inwestycje (spółka Orange Polska i APG), Fiberhost, Nexera i Polski Światłowód Otwarty (PŚO, spółka Iliad i InfraVia). To umożliwia operatorom wyłącznie komórkowym, takim jak T-Mobile, osiągnięcie znaczącego zasięgu usług opartych na sieci światłowodowej i konwergencji bez konieczności własnych inwestycji w budowę sieci. Do zwiększania zasięgu światłowodu dostępnego dla wszystkich podmiotów przyczyniają się również sieci światłowodowe budowane w ramach programów unijnych, takich jak

Krajowy Plan Odbudowy (KPO) oraz Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy (FERC). Orange Polska zainicjował w 2017 roku bardzo udaną strategię konwergencji, wprowadzając gotowy pakiet Orange Love jako flagową ofertę dla gospodarstw domowych. Do końca 2023 roku w ofercie konwergentnej pozyskaliśmy 1,7 mln klientów.

- **Konsolidacja spowodowana głównie dążeniem do konwergencji:** Polski rynek pozostaje dość rozdrobniony, zwłaszcza wśród operatorów stacjonarnych. Jednak w ciągu ostatnich lat miało miejsce kilka transakcji konsolidacyjnych między większymi graczami. Dwóch spośród operatorów telefonii komórkowej – Plus (Cyfrowy Polsat) i Play – przejęło spółki stacjonarne, odpowiednio Netia (wiodący alternatywny operator stacjonarny) i UPC (największy operator telewizji kablowej). Inna znacząca transakcja przeprowadzona w ostatnich latach dotyczyła dwóch operatorów kablowych, z których Vectra (druga co do wielkości spółka kablowa na rynku) przejęła Multimedia (trzecia co do wielkości spółka na tym rynku). Przewiduje się, że wraz z zaostrzaniem się konkurencji w usługach detalicznych, konsolidacja na rynku stacjonarnym (także pomiędzy lokalnymi dostawcami internetu) będzie postępować.
- **Duży popyt na szybką łączność szerokopasmową, ze światłowodem jako wiodącą technologią:** Pandemia i ogólny trend w kierunku cyfryzacji zwiększyły zapotrzebowanie na szybką łączność, która stała się niezbędnym narzędziem dla gospodarstw domowych. W ostatnich latach przyspieszyły inwestycje w infrastrukturę szybkiego internetu, zwłaszcza poza dużymi miastami – na obszarach, gdzie infrastruktura historycznie była dość słaba i skutkowałą zastępowaniem telefonii stacjonarnej przez komórkową. Jednocześnie, wiodącą rolę zaczęła odgrywać technologia FTTH. Przyspieszenie w tym zakresie wynikało głównie z ogromnych inwestycji Orange Polska w światłowody (od 2016 roku) oraz współfinansowanego przez UE programu Polska Cyfrowa, którego celem był rozwój infrastruktury na obszarach słabiej zurbanizowanych. Szacujemy, że liczba gospodarstw domowych z dostępem do internetu w technologii światłowodowej mogła w 2023 roku wzrosnąć o ponad milion i przekroczyć 11 milionów, to jest około 70% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce. Wzrost ten wynikał z kontynuacji inwestycji w ramach projektów realizowanych bądź z wykorzystaniem środków unijnych, bądź ze środków własnych operatorów – zarówno tych inwestujących na dużą skalę (np. Światłowód



w przeliczeniu na klienta, związany głównie z treściami multimedialnymi i mediami społecznościowymi. Przewidujemy, że przesył danych będzie nadal rosła w obecnym tempie przez co najmniej kilka lat – dopóki w Polsce będzie trwała rewolucja smartfonowa. Spełnienie oczekiwań klientów dotyczących nieprzerwanego i możliwie najlepszego dostępu do internetu wymaga konwergentnego podejścia do kwestii jakości sieci. Z tego względu, kluczowy jest rozwój zarówno sieci stacjonarnej (światłowodowej) jak i mobilnej (4G/5G).

- 5G wreszcie dostępne:** W grudniu 2023 roku zakończyła się długo oczekiwana aukcja na pasmo C (3,4-3,8 GHz, dedykowane technologii 5G), a każdy z dotychczasowych operatorów uzyskał blok częstotliwości 100 MHz. Nowe pasmo ponad dwukrotnie powiększyło nasze zasoby częstotliwości wykorzystywane do świadczenia usług mobilnych. Ze względu na swoją charakterystykę, jest to pasmo pojemnościowe, które przede wszystkim pozwoli nam w istotny sposób zwiększyć pojemność sieci oraz dużo efektywniej zarządzać ciągle rosnącym przepływem danych, tak aby świadczyć najwyższej jakości usługi dla klientów. W związku z opóźnieniem aukcji na pasmo C, już od kilku lat świadczymy usługi 5G w paśmie 2100 MHz, w oparciu o mechanizm dynamicznego przydziału pasma (ang. Dynamic Spectrum Sharing), który pozwala na przydzielanie zasobów usługom 4G bądź 5G w zależności od zapotrzebowania. Pasmo C otwiera nowe możliwości w tym zakresie, umożliwiając oferowanie usług o dużo lepszych parametrach szybkości i wydajności, co będzie wspierać naszą komercyjną strategię ukierunkowaną na wartość. W dłuższym okresie to pasmo stopniowo otworzy wiele nowych możliwości komercyjnych, głównie dla klientów biznesowych. Między innymi, sieć 5G pozwoli na tworzenie ekosystemów cyfrowych dla transformacji biznesowej, zwanych sieciami kampusowymi. Będzie postępować automatyzacja produkcji, a ponieważ roboty będą się

komunikować między sobą, to procesy produkcyjne staną się jeszcze efektywniejsze. Nasza strategia zakłada bycie liderem rynku w odniesieniu do mobilnych sieci prywatnych. Zakładamy, że sieć 5G będzie katalizatorem powstawania dla nas nowych rynkowych możliwości ich komercjalizacji, a związany z tym potencjał będzie uwalniany przez kolejne lata.

■ Płatna telewizja – rosnąca popularność treści

OTT przy wciąż silnej telewizji linearnej: Operatorzy telekomunikacyjni próbują pozyskać gospodarstwa domowe poprzez pakiety usług stacjonarnych i komórkowych, wzbogacone o ofertę treści udostępnianych przez internet (OTT). Usługi OTT – oferowane przez wielu dostawców, takich jak Netflix, HBO, Viaplay, Disney+, Amazon Prime Video i inni – stymulują wzrost rynku płatnej telewizji. W ostatnich latach, te usługi stały się stopniowo ważnym elementem samodzielnych i konwergentnych ofert usług TV. Chociaż usługi OTT zyskują coraz większą popularność i przykuwają uwagę operatorów telekomunikacyjnych, tradycyjna telewizja linearna ma w Polsce wciąż bardzo silną pozycję. Wiodącą technologią stała się w Polsce telewizja internetowa (IPTV), czemu sprzyja szybka rozbudowa sieci światłowodowych. Natomiast telewizja satelitarna (DTH), niegdyś bardzo popularna, obecnie traci na znaczeniu.

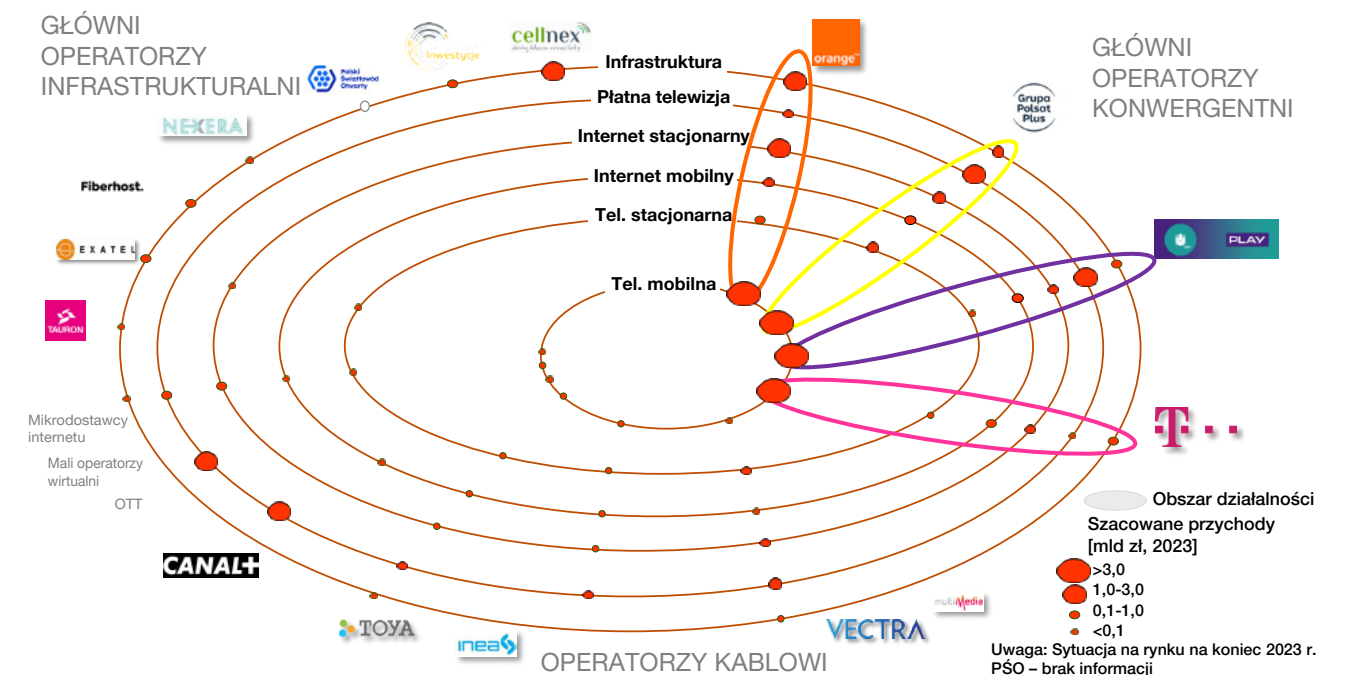
Orange Polska kluczowym graczem we wszystkich segmentach rynku, dobrze przygotowanym do wykorzystania trendów rynkowych

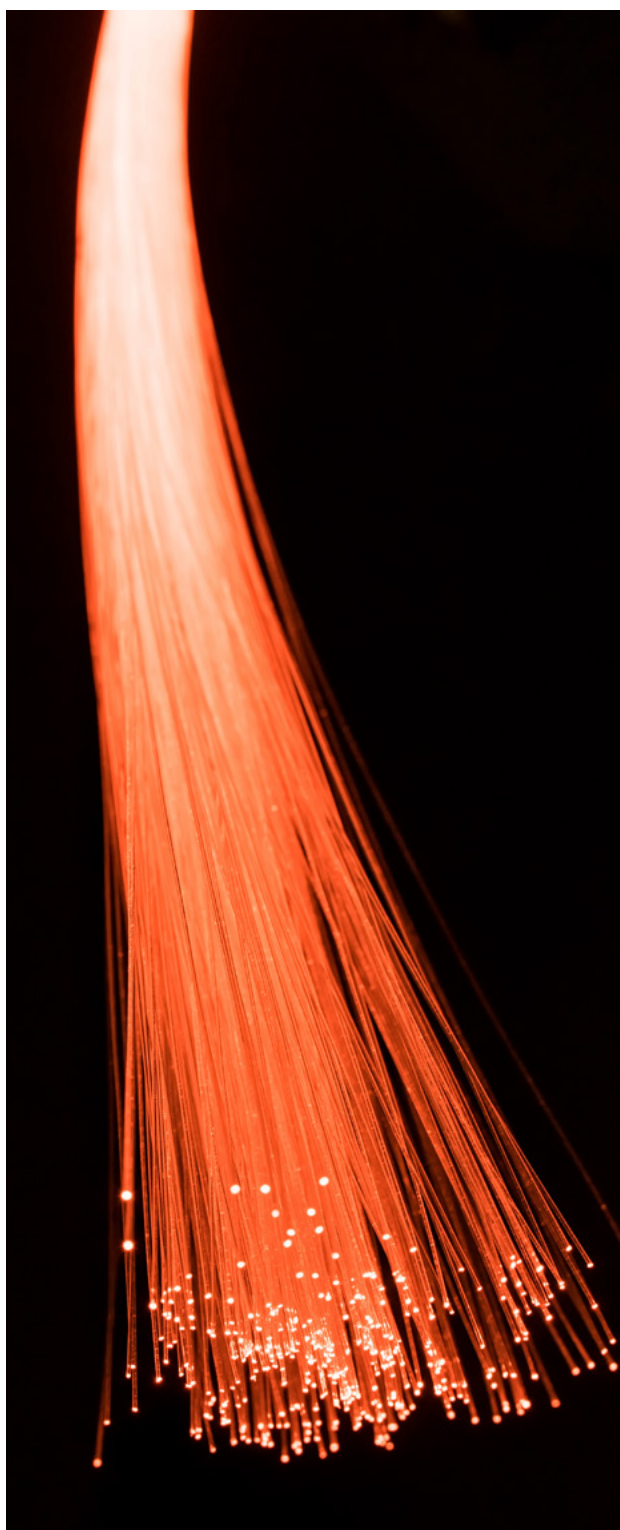
Orange Polska to wiodący operator telekomunikacyjny w Polsce, działający we wszystkich segmentach rynku. Posiadamy największą bazę klientów zarówno w segmencie stacjonarnym jak i komórkowym oraz największy udział w infrastrukturze telekomunikacyjnej w Polsce. Dzięki pomyślnej realizacji strategii Orange.one w latach 2017-2020, udało się nam odwrócić negatywne trendy i przekształcić profil naszej

działalności na przystosowany do wzrostu i czerpania korzyści z możliwości rynkowych. Niezbędne dla planu tworzenia wartości były duże inwestycje w sieć światłowodową, realizacja strategii wartości opartej na konwergencji oraz rozwój obszaru ICT, wspierającego sprzedaż usług dla klientów biznesowych. Rozwój linii biznesowych z perspektywami wzrostu oraz eksploracja unikalnych możliwości rynkowych były niezbędne, aby zrównoważyć ciągłą presję na przychody z usług schyłkowych – które kiedyś stanowiły trzon naszej działalności, a które od wielu lat podlegają strukturalnym spadkom. Jednocześnie, radykalnie przekształcamy naszą działalność, aby uczynić ją bardziej sprawną, cyfrową i elastyczną, z silną obecnością online i wysoce zautomatyzowanymi procesami. W 2021 roku przedstawiliśmy nową strategię .Grow, która koncentruje się na zapewnieniu stabilnego wzrostu przychodów i zysków poprzez maksymalne wykorzystanie kluczowych dźwigni wzrostu oraz eksplorację nowych możliwości rynkowych. Wyniki, jakie osiągnęliśmy w 2023 roku – będącym trzecim rokiem realizacji tej ambitnej strategii – potwierdzają, że jesteśmy na właściwej drodze do realizacji założonych celów, pomimo wyjątkowych trudności związanych z otoczeniem zewnętrznym. Dzięki mocnym fundamentom naszej

działalności, wzrosły przychody, zyski i przepływy pieniężne, a także zwiększyła się stopa zwrotu z zaangażowanego kapitału. Kluczem do wzrostu EBITDAaL o ponad 3% w ujęciu rocznym były bardzo dobre wyniki we wszystkich najważniejszych obszarach, dzięki strategii komercyjnej ukierunkowanej na wartość. Istotnym zadaniem było ograniczenie silnego wpływu inflacji na koszty. Przyspieszeniu wzrostu wskaźnika ARPO we wszystkich kluczowych usługach abonamentowych towarzyszył solidny przyrost bazy klientów. To potwierdza, że klienci doceniają zalety naszej kompleksowej oferty. Cieszą nas te wyniki – zwłaszcza wobec rosnącej konkurencji w usługach światłowodowych i konwergentnych, będącej efektem stałej rozbudowy łącz światłowodowych przez operatorów infrastrukturalnych, które stają się następnie przedmiotem konkurencji na rynku detalicznym. Wymaga to od nas elastycznego i innowacyjnego podejścia do strategii marketingowych w celu osiągnięcia ambitnych celów komercyjnych. Ubiegłoroczne wyniki wskazują, że jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia celów strategii .Grow. Przewidujemy, że rok 2024 przyniesie utrzymanie korzystnej dynamiki, przy zachowaniu priorytetów zgodnych ze strategią .Grow.

Rynek telekomunikacyjny w Polsce





Łańcuch dostaw

Budujemy dobre, długofalowe relacje z naszymi dostawcami i partnerami biznesowymi. Dbamy o to, aby te relacje były oparte na transparentnych zasadach i wzajemnych zobowiązaniach do przestrzegania standardów etycznych, społecznych i środowiskowych.

Odpowiedzialność w łańcuchu dostaw

Chcemy współpracować z partnerami, którzy podzielają zasady etyki biznesowej i wspólnie z nami realizują zobowiązania społeczne i środowiskowe.

W Orange Polska wprowadziliśmy Kodeks Postępowania Dostawców. Jego celem jest zachęcenie naszych partnerów do stosowania i poszanowania regulacji związanych z prawami człowieka, dotyczących etyki biznesowej oraz zobowiązań społecznych i środowiskowych oraz zapewnienie ich właściwego i efektywnego stosowania.

Kodeks obejmuje następujące obszary:

- odpowiedzialność społeczna - wolność zrzeszania się i prawo do układów zbiorowych, zakaz stosowania niewolnictwa i pracy przymusowej, praca dzieci, niedyskryminacja i różnorodność, inkluzja, wynagrodzenie, godziny pracy oraz zdrowie i bezpieczeństwo;
- odpowiedzialność środowiskowa i klimatyczna – walka ze zmianami klimatu i ochrona środowiska, redukcja emisji gazów cieplarnianych, zużycie energii, surowce, skład produktu, zasoby naturalne i gospodarka odpadami, zapobieganie zanieczyszczeniom, zezwolenia środowiskowe i sprawozdawczość, zachowanie różnorodności biologicznej;
- zabronione praktyki biznesowe – korupcja i płatna protekcja, konkurencja, partnerstwa, sponsoring, dotacje na cele polityczne, pranie pieniędzy oraz bezpieczeństwo i ochrona danych.

Kodeks został upubliczniony i wpisany do umów z dostawcami poprzez klauzulę CSR, która jest obowiązkowa dla wszystkich rodzajów umów. Strony zobowiązują się przestrzegać przepisów krajowych, europejskich i międzynarodowych dotyczących standardów etycznych i odpowiedzialnego zachowania, w tym m.in. przepisów dotyczących praw człowieka, ochrony środowiska, zdrowia i bezpieczeństwa osób oraz zrównoważonego rozwoju, a także podejmować niezbędne starania w celu zobowiązania swoich pracowników, dostawców i podwykonawców do ich przestrzegania.

Zobowiązują się również przeciwdziałać naruszeniom w obszarze praw człowieka i podstawowych wolności oraz zagrożeniom dla zdrowia i bezpieczeństwa osób oraz środowiska. Ponadto, oświadczają, że będą wymagać od swoich pracowników, dostawców i podwykonawców powstrzymywania się od zatrudniania dzieci

i wykorzystywania pracy przymusowej oraz będą zwalczać wszelkie przejawy dyskryminacji.

Kodeks Postępowania Dostawców Orange Polska S.A. jest częścią klauzuli CSR, która jest obowiązkową częścią każdej umowy z partnerami Spółki. Obowiązkową częścią umów jest także klauzula Compliance, która określa zasady dotyczące przeciwdziałania korupcji oraz odnosi się do kwestii sankcji gospodarczych.

Dodatkowo, dla dostawców z obszarów największego ryzyka w zakresie praw człowieka i środowiska wprowadzono konieczność uzyskania pozytywnej oceny EcoVadis lub innej porównywalnej oceny CSR. Ocena obejmuje takie obszary jak: środowisko, zatrudnienie i prawa człowieka, etyka oraz zrównoważone zakupy. Wyniki oceny są uwzględniane w procesie rozpatrywania ofert w prowadzonych przez Orange Polska postępowaniach zakupowych.

Na poziomie globalnym, Grupa Orange jest członkiem założycielem stowarzyszenia Joint Alliance for CSR (JAC), które zrzesza operatorów telekomunikacyjnych w celu kontroli, oceny i wspierania zasad odpowiedzialności społecznej wśród globalnych dostawców z branży teleinformatycznej. Do tej pory, do inicjatywy JAC dołączyło 27 operatorów telekomunikacyjnych.

JAC zestawiała wyniki audytów, jakie poszczególni członkowie przeprowadzili od 2010 roku w ponad 600 zakładach wytwórczych o podwyższonym ryzyku w obszarze CSR, w 45 krajach i na różnych szczeblach łańcucha dostaw (poziomy 1, 2 i 3). Te wyniki są uwzględniane przy wyborze dostawców przez poszczególne podmioty z Grupy Orange, w tym Buyln. Dzięki współpracy w ramach JAC, członkowie tej inicjatywy nie muszą samodzielnie mierzyć się z nowymi wyzwaniami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju w całym łańcuchu dostaw, takimi jak zmiany klimatu, wdrażanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym oraz zwalczanie nowych form naruszania praw człowieka i wycisku pracowników. JAC utworzyła specjalne grupy robocze w tych obszarach, których zadaniem jest wypracowanie wspólnego stanowiska i podejścia metodologicznego, które pozwoli przewidywać, monitorować i mierzyć realizację powyższych zasad w celu bardziej efektywnego wypełniania obowiązków wynikających z nowych przepisów dotyczących zachowania czujności przez firmy.

W 2023 roku JAC przeprowadziła 150 audytów, w tym 123 audyty w zakładach przeprowadzone bezpośrednio przez JAC oraz 14 audytów przeprowadzonych przez Sojusz na rzecz Odpowiedzialnego Biznesu (RBA) w ramach

Zatwierdzonego Programu Oceny (VAP). Ponadto, JAC przeprowadziła 13 poufnych badań telefonicznych, obejmujących łącznie 10 242 pracowników i dotyczących w szczególności warunków pracy.

Dzięki temu udało się dotrzeć także do dostawców drugiego i trzeciego poziomu (57% audytów i badań). W 2023 roku działania JAC doprowadziły do opracowania 890 planów naprawczych, z czego 45% dotyczyło warunków BHP, 18% – nadmiernego czasu pracy, a 11% – niespełniania norm ochrony środowiska. Wśród ocenianych przez JAC zakładów, 18% uzyskało ocenę bardzo dobrą, 46% – dobrą (z możliwością poprawy), 11% – warunkowo dopuszczalną, a 24% – niezadowolającą.

Budowanie trwałych relacji z dostawcami

W 2023 roku współpracowaliśmy w Polsce z 3006 dostawcami, w tym dostawcami sprzętu abonenckiego i sieciowego, usług budowy sieci oraz sprzętu komputerowego, a także agencjami outsourcingu personalnego i domami mediowymi. Staraliśmy się, aby nasze relacje z dostawcami opierały się na kontraktach długoterminowych, zawierających transparentne zasady współpracy. Około 96% zakupów (w ujęciu wartościowym) jest realizowanych w oparciu o długoterminowe umowy ramowe. Sukcesywnie pracujemy nad tym, aby nasze zobowiązania wobec dostawców były regulowane w terminie. Wskaźnik terminowości opłat wynosi 96%. Standardowy termin płatności dla dostawcy wynosi do 30 dni (w przypadku 93% umów).

Jasne zasady wyłaniania dostawców

Prowadzimy konkurencyjną i otwartą politykę zakupową. Transparentność procesu wyłaniania dostawców zapewnia Regulamin Przeprowadzenia Procesu Zakupowego. To zbiór zasad, którymi powinien się kierować każdy pracownik organizacji zakupowej w bezpośrednich i pośrednich kontaktach z dostawcą. Obejmuje procedury zakupowe, które w transparentny sposób określają zasady wyłaniania dostawców, zawierania umów czy poufności informacji. Obecnie prawie 97% zamówień (w ujęciu ilościowym) jest składanych elektronicznie, poprzez internetowe narzędzie zakupowe, które automatycznie analizuje złożone oferty. Ponadto, dostawcy chcący współpracować z Orange Polska mają możliwość samodzielnej rejestracji w bazie potencjalnych dostawców, dzięki czemu mogą uczestniczyć w procesach zakupowych prowadzonych przez Spółkę.

Otoczenie społeczne

Polska gospodarka wyraźnie ucierpiała wskutek wysokiej inflacji spowodowanej wojną na Ukrainie i rosnącymi cenami energii, produktów ropopochodnych i kosztów transportu drogą morską, a także polityką monetarną i wzrostem wydatków z budżetu państwa. W gospodarce nastąpił spadek płac realnych, gdyż stopa inflacji przewyższała dynamikę wzrostu wynagrodzeń. To nieuchronnie odbiło się na gospodarce, gdyż kurczenie się budżetów gospodarstw domowych ograniczyło poziom konsumpcji, prowadząc do stagnacji gospodarczej. Według prognoz, w 2024 roku sytuacja będzie się stopniowo poprawiać. Malejąca inflacja (która w 1 kw. 2024 roku spadła do niskiego jednocyfrowego poziomu), wzrost płac realnych i zwiększenie wydatków społecznych powinno korzystnie wpłynąć na konsumpcję, pobudzając wzrost gospodarczy. Po okresie stagnacji gospodarczej w 2023 roku, ze wzrostem PKB na poziomie 0,2%, w projekcji Komisji Europejskiej w 2024 roku przewiduje się przyspieszenie tempa wzrostu do 2,7%, a w kolejnym roku, w związku z uruchomieniem nowych inwestycji z funduszy europejskich, do 3,2%.

Pomimo spadku tempa inflacji, wyzwaniem dla polskich konsumentów pozostają wysokie ceny energii oraz rosnące koszty życia. Według danych GUS, w 2023 roku ceny energii elektrycznej na rynku detalicznym wzrosły o ponad 21% – mimo wciąż obowiązującej tarczy solidarnościowej. Według różnych szacunków, w 2022 roku 9-32% gospodarstw domowych nie było w stanie zaspokoić swoich potrzeb energetycznych. To oznacza, że ubóstwo energetyczne dotyka około 1,4-5 mln gospodarstw domowych w Polsce (wg WISE 2023). Po odmrożeniu cen energii w 2024 roku to zjawisko

może się jeszcze pogłębić, tym bardziej, że już wcześniejszy kryzys inflacyjny szczególnie mocno uderzył w najmniej zarabiających.

W ciągu ostatnich kilku lat doszło do wyraźnego wzrostu nierówności dochodowych: współczynnik Giniego dla dochodów rozporządzalnych (mierzony wg metodologii GUS) sięgnął w 2021 roku 31,9 pkt., co było najwyższą wartością od 2015 roku. Wzrost tego wskaźnika został zatrzymany w 2022 roku (31,4 pkt.), między innymi za sprawą zwiększenia kwoty wolnej od podatku (do poziomu odpowiadającego 50,3% przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej w 2023 roku). Ponadto, od 2017 roku stale maleje udział najuboższych gospodarstw domowych w strukturze dochodów: sześć lat temu 10% gospodarstw o najniższych dochodach dysponowało 2,9% całości dochodu rozporządzalnego, podczas gdy w 2022 roku było to już tylko 1,2%.

Sytuacja na rynku pracy pozostaje stabilna, z bardzo niską stopą bezrobocia (5,1% w grudniu 2023 roku) i rosnącym poziomem aktywności zawodowej. Od początku pandemii współczynnik aktywności zawodowej ludności w wieku 15-65 lat wzrósł o ponad 4 p.p., z 70,6% do 75%, i pierwszy raz od momentu przystąpienia Polski do UE osiągnął poziom zbliżony do średniej europejskiej (75,2%). Trend ten jest związany z jednej strony z rosnącą nierównowagą pomiędzy popytem na pracę a jej podażą, która zmusza pracodawców do oferowania coraz lepszych warunków zatrudnienia, a z drugiej – z procesami starzenia się społeczeństwa (spadku liczby osób w wieku produkcyjnym i wchodzących na rynek pracy).

Ważnym problemem pozostaje znaczne zróżnicowanie

stopy zatrudnienia w zależności od wykształcenia i płci. Chociaż różnica w poziomie aktywności zawodowej między kobietami a mężczyznami się zmniejsza (według danych BAEL za 4 kw. 2023 roku pracowało zawodowo 79% kobiet i 84,3% mężczyzn w wieku produkcyjnym), luka w zatrudnieniu związana z wykształceniem wciąż jest wyraźna i należy do najwyższych w Europie. Podczas gdy w grupie wiekowej 20-64 pod koniec 2023 roku pracowało niemal 91% osób z wykształceniem wyższym, to dla tych z wykształceniem średnim było to nieco ponad 73%, a dla osób z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym – zaledwie 48%. W tej grupie wskaźnik zatrudnienia pozostaje też wyraźnie niższy niż przeciętnie w Unii Europejskiej (58,8%).

Istotnym wydarzeniem w tym kontekście, mającym jednak także szersze znaczenie społeczne, stała się napaść zbrojna Rosji na Ukrainę, która zmusiła miliony mieszkańców tego kraju do wyjazdu. Według oficjalnych (niepełnych) danych, w kwietniu 2023 roku zezwolenie na pobyt w Polsce miało 1,4 mln obywateli i obywaterek Ukrainy, a ponad milion korzystało z ochrony czasowej w ramach specjalnej Ustawy o pomocy obywatelom Ukrainy w związku z konfliktem zbrojnym na terytorium tego państwa (Dz.U. 2022, poz. 583). W kolejnych 12 miesiącach ta ostatnia liczba uległa nieznacznemu zmniejszeniu i w kwietniu 2024 roku wynosiła 950 tys. osób. Według dostępnych wyników badań (przeprowadzonych przez Konsorcjum Migracyjne), co czwarty z uchodźców pragnie pozostać w Polsce co najmniej kilka lat, a 40% nie ma konkretnych planów na przyszłość co do miejsca pobytu. Blisko 233 tys. ukraińskich dzieci podjęło naukę w polskich szkołach, a 45 tys. trafiło do systemu opieki przedszkolnej. Kobiety stanowią 44% ogółu uchodźców oraz 80% dorosłych, co może spowodować znaczące zmiany w sfeminizowanych sektorach gospodarki, takich jak usługi, handel detaliczny i opieka. Ich przyszłość jest jednak niepewna ze względu na zbliżający się termin zakończenia obowiązywania Specustawy. Polska gospodarka przyjmuje także coraz więcej przybyszów z innych państw, przede wszystkim z Białorusi, ale także spoza Europy.

Jako firma telekomunikacyjna, musimy odpowiadać na zróżnicowane potrzeby klientów. Wydatki na usługi telekomunikacyjne są stałym elementem budżetu gospodarstw domowych, a każdy klient Orange Polska, niezależnie od zasobności portfela, może znaleźć ofertę dla siebie i swoich bliskich. Wyzwaniem społecznym staje się obecnie nie tyle dostęp do sieci, lecz umiejętność mądrego, świadomego i bezpiecznego korzystania z nowych technologii.

Prawa człowieka

Spółka posiada Politykę Praw Człowieka w Orange Polska. Dokument wyraża zobowiązanie firmy do poszanowania praw człowieka w całym łańcuchu wartości, unikania naruszania i przyczyniania się do naruszeń tych praw, a także przeciwdziałania i minimalizowania negatywnych skutków oraz podjęcia działań naprawczych, jeśli do takiego naruszenia dojdzie.

Polityka zawiera także zbiór wytycznych odnoszących się do przeciwdziałania niekorzystnemu oddziaływaniu firmy na poszanowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości oraz minimalizowania związanych z tym ryzyk.

Będąc świadomym wpływu w obszarze praw człowieka Orange Polska zobowiązuje się do zapewnienia poszanowania powszechnie uznanych praw człowieka, unikania powodowania lub przyczyniania się swoją działalnością, produktami, usługami, jak również poprzez relacje biznesowe, do powstania negatywnego wpływu na poszanowanie praw człowieka, a tym samym naruszeń tych praw. Zobowiązuje się także do przeciwdziałania i łagodzenia skutków negatywnego wpływu oraz podjęcia działań naprawczych, jeśli taki wpływ nastąpił (nawet jeżeli firma nie przyczyniła się do tego bezpośrednio).

Orange Polska zobowiązuje się do poszanowania praw człowieka, ujętych w powszechnie uznanych standardach międzynarodowych, takich jak:

- Powszechna Deklaracja Praw Człowieka ONZ,
- Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych,
- Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych,
- Konwencja Narodów Zjednoczonych o prawach dziecka, wraz z protokołami dodatkowymi, w szczególności Protokołem Fakultatywnym do Konwencji o prawach dziecka w sprawie handlu dziećmi, dziecięcej prostytucji i dziecięcej pornografii,
- Konwencja Narodów Zjednoczonych o prawach osób niepełnosprawnych,
- Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy dotycząca Podstawowych Zasad i Praw w Pracy, a także podstawowe konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy.

Orange Polska podejmując działania mające na celu realizację polityki praw człowieka będzie także postępować zgodnie z zasadami zawartymi w następujących dokumentach:

- Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka,



- Wytyczne OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych,
- Wytyczne OECD dotyczące należytej staranności (due diligence).

Orange Polska przestrzega również zasad zawartych w UN Global Compact oraz Global Network Initiative dotyczących wolności wypowiedzi i prywatności.

Ponadto, w swoich działaniach Orange Polska uwzględnia także inne zobowiązania podjęte przez siebie oraz Grupę Orange, takie jak francuska ustawa dotycząca korporacyjnego obowiązku czujności (Duty of Vigilance) oraz Kodeks Etyki, a także zobowiązania wynikające z przepisów prawa krajowego i międzynarodowego.

W oparciu o przeprowadzoną diagnozę branży i działań Spółki, za najbardziej istotne dla Orange Polska w obszarze praw człowieka zostały uznane następujące kwestie:

■ Pracownicy i współpracownicy

Dążymy do poszanowania wszystkich praw człowieka przysługujących naszym pracownikom i współpracownikom, a nasze działania koncentrujemy na obszarach takich, jak:

- Równe traktowanie i zapewnienie równych szans,
- Prawo do zdrowia oraz bezpiecznego miejsca pracy,
- Wolność zrzeszania się i prawo do rokowań zbiorowych,
- Zakaz pracy przymusowej i niewolnictwa,
- Zakaz pracy dzieci.

■ Klienci

Szanujemy prawa człowieka także w relacjach z naszymi klientami, a w szczególności:

- Prawo do prywatności,
- Prawo do bezpieczeństwa osobistego i prawo do zdrowia,
- Prawo do wolności wypowiedzi,
- Prawo dziecka do rozwoju, zdrowia i bezpieczeństwa,
- Prawo do równego traktowania i niedyskryminacji.

■ Społeczności lokalne i otoczenie społeczne

Zależy nam na zapewnieniu pozytywnego wpływu i trwałego wzrostu społeczności, w których działamy, dlatego wspieramy:

- Dostęp i prawo do nauki/edukacji, pracy, kultury i rozrywki,

- Prawo do zdrowia i bezpieczeństwa,
- Prawo do czystego, zdrowego i zrównoważonego środowiska.
- Dodatkowe działania wspierające poszanowanie praw człowieka:
 - Przeciwdziałanie korupcji.

Dążymy do zapewnienia poszanowania praw człowieka w całym łańcuchu dostaw, w relacjach z naszymi dostawcami, podwykonawcami i partnerami biznesowymi. Jednocześnie oczekujemy od nich poszanowania praw człowieka w ramach prowadzonej przez nich działalności biznesowej.

Dlatego wprowadziliśmy Kodeks Postępowania Dostawców Orange Polska, wdrażamy system zarządzania umożliwiający monitorowanie poziomu przestrzegania zasad w nim zawartych oraz współpracujemy z naszymi partnerami w celu wprowadzenia odpowiedzialnych praktyk pozyskiwania surowców, w tym minerałów konfliktowych. Dostawcy należący do grup podwyższonego ryzyka w obszarze ESG zostali zobowiązani do audytu w narzędziu EcoVadis (więcej w części dotyczącej łańcucha dostaw na str. 32). W celu zwiększania świadomości w zakresie praw człowieka, osoby odpowiedzialne za postępowania zakupowe przechodzą szkolenie z zakresu CSR i praw człowieka. Do końca 2023 roku 98% pracowników prowadzących procesy zakupowe ukończyło takie szkolenie.

W celu wywiązania się z odpowiedzialności za poszanowanie praw człowieka, Orange Polska wdraża proces należytej staranności w obszarze praw człowieka w rozumieniu Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka, pozwalający na identyfikację i zarządzanie ryzykiem w obszarze praw człowieka oraz obejmujący działania ukierunkowane na przeciwdziałanie naruszeniom, monitorowanie oraz okresowe raportowanie, z uwzględnieniem zaangażowania interesariuszy na każdym z etapów procesu.

Ryzyka w zakresie praw człowieka oraz przypisane im działania, które mają je ograniczyć, podglądają corocznemu przeglądowi i są raportowane Zarządowi oraz Komitetowi ds. Audytu Orange Polska.

Ryzyka w zakresie praw człowieka i metody ich ograniczania zostały opisane w rozdziale „Zarządzanie ryzykiem” na str. 226-233.



Otoczenie środowiskowe

Z technologii cyfrowej korzysta codziennie 6 miliardów ludzi na całym świecie. Szeroko pojęty sektor cyfrowy (sieci telekomunikacyjne wszelkich technologii, centra danych, wytwarzanie i użytkowanie sprzętu niezbędnego do dostarczania usług cyfrowych i korzystania z nich itp.) odpowiada za prawie 10% globalnego zużycia energii elektrycznej, co przekłada się na nawet 5% globalnych emisji CO₂. Przewiduje się, że ten udział będzie się zwiększał. Orange Polska nie pozostaje obojętny na globalne wyzwania dotyczące ochrony środowiska naturalnego i jego zasobów. Postawiliśmy sobie ambitne cele i podejmujemy konkretne działania w celu ograniczenia naszego bezpośredniego i pośredniego wpływu na środowisko i klimat.

Naszym celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej netto do 2040 roku – zarówno dla własnych emisji bezpośrednich i pośrednich, jak i dla emisji w łańcuchu wartości. Ten cel jest zgodny z globalnymi, potwierdzonymi naukowo celami klimatycznymi Grupy Orange, które zgodnie z metodologią Science Based Targets initiative realizują zapisy Porozumienia Paryskiego (przewidujące ograniczenie globalnego ocieplenia w XXI wieku do maksymalnie 1,5°C w porównaniu do epoki przedindustrialnej). Poza działaniami na rzecz ograniczenia naszego własnego wpływu na środowisko, jako dostawca usług telekomunikacyjnych, możemy w znaczący sposób przyczynić się do zmniejszenia niekorzystnego wpływu działalności innych podmiotów. Technologia cyfrowa jest obecnie wpisana we wszystkie obszary działalności człowieka. Niezbędne jest zatem nieustanne rozwijanie zrównoważonych zastosowań cyfrowych, pozwalających na redukcję wpływu innych sektorów na klimat i środowisko. Nowoczesne technologie cyfrowe są istotną częścią rozwiązywania problemów klimatycznych. Usługi telekomunikacyjne wspierają zieloną transformację i oferują

rozwiązania, dzięki którym klienci mogą zmniejszać swoje emisje. Tele- czy videokonferencje pozwalają ograniczyć podróże służbowe (zwłaszcza lotnicze), a rozwiązania oparte o Internet Rzeczy, zwłaszcza z zakresu Smart City, optymalizują zużycie zasobów (np. energii elektrycznej czy wody) oraz zmniejszają emisje i zanieczyszczenia poprzez inteligentne systemy zarządzania i monitoringu usług miejskich (np. dostaw mediów, miejskiego oświetlenia, miejsc parkingowych, rowerów czy systemów odbioru odpadów).

Korzystanie z nowych technologii to z jednej strony szansa na rozwój społeczno-gospodarczy i wypracowanie bardziej przyjaznych środowisku rozwiązań, a z drugiej – wyzwanie, jakie niesie szybkie starzenie się produktów i zwiększone zapotrzebowanie na energię. Stawia to nas przed problemem wprowadzenia w naszej działalności zasad obiegu zamkniętego w odniesieniu do urządzeń abonenckich i infrastruktury poprzez maksymalizację czasu ich wykorzystywania oraz zarządzanie urządzeniami wycofywanymi z użycia. Wymusza także konieczność myślenia o efektywności zasobowej, energetycznej, klimatycznej i środowiskowej nie tylko wewnątrz firmy, ale także w relacjach z dostawcami oraz użytkownikami końcowymi naszych produktów i usług. Ważnym elementem tych działań jest także edukacja klientów i zachęcanie ich do włączenia się w działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym.

Kluczowa rola sektora cyfrowego w odpowiedzi na kryzys klimatyczny nie zwalnia branży telekomunikacyjnej z konieczności jak najszybszego ograniczenia do zera własnych emisji netto, przede wszystkim poprzez ich organiczną redukcję. Jednak oprócz tej odpowiedzialności i związanych z nią niezbędnych wysiłków, przed branżą cyfrową stoją także konkretne szanse związane z potencjalnym pozytywnym wpływem na inne sektory poprzez wspieranie zarządzania emisjami i ich ograniczania.

Nasi interesariusze

Poprzez dialog z interesariuszami uczymy się skuteczniej odpowiadać na ich oczekiwania. W poniższej tabeli przedstawiono naszych kluczowych interesariuszy, kwestie

dla nich istotne oraz sposób, w jaki z nimi współpracujemy. W toku naszej działalności codziennie stykamy się z członkami każdej z tych grup.

	Dlaczego zaangażowanie jest istotne	Sposób zaangażowania	Częstotliwość zaangażowania	Najważniejsze kwestie dla danej grupy
 Inwestorzy	Jako spółka giełdowa, troszczymy się o naszych inwestorów i środowisko finansowe.	Przekazywanie szczegółowych i przejrzystych informacji o wynikach finansowych i operacyjnych; zaangażowanie w bezpośredni dialog z inwestorami poprzez udział w sesjach wyjazdowych, konferencjach i spotkaniach; witryna internetowa poświęcona relacjom z inwestorami.	Publikacja wyników kwartalnych i rocznych oraz spotkania, ankiety i stały kontakt bezpośredni.	Przejrzyste informacje finansowe; możliwość spotkań z Zarządem; stabilny wzrost przychodów, EBITDAaL i przepływów pieniężnych; przejrzysta polityka wypłat dywidendy; rosnący zwrot z zaangażowanego kapitału. (str. 92-95)
 Klienci	Klienci są kluczem do sukcesu i umieszczamy ich w centrum wszystkich naszych działań.	Dialog z klientami: „słuchamy-odpowiadamy”, badania satysfakcji klientów, w tym NPS.	Staly, bezpośredni kontakt, regularne badania opinii klientów – miesięczne, kwartalne, roczne i doraźne.	Niezawodna i odporna sieć; duży zasięg; bezpieczne usługi; proste, przejrzyste oferty i opłaty; dobra oferta konwergentna; doskonała obsługa klienta; łatwy dostęp do usług. (str. 22-25)
 Pracownicy	Odpowiednio wykwalifikowani i zmotywowani pracownicy odgrywają kluczową rolę w zapewnieniu wysokiej jakości obsługi klienta oraz długoterminowym generowaniu większej wartości.	Szkolenia pracowników i rozwijanie talentów; dialog z pracownikami; badania satysfakcji; dialog ze związkami zawodowymi.	Staly kontakt bezpośredni, regularne badania satysfakcji raz w roku.	Przyjazne i nowoczesne środowisko pracy; konkurencyjny poziom wynagrodzeń; standardy bezpieczeństwa; jasna ścieżka kariery i system motywacyjny; możliwość rozwoju. (str. 122)
 Partnerzy biznesowi	Budowanie strategicznych sojuszy może pomóc w zapewnieniu jakości sieci i poszerzeniu oferty dla klientów.	Indywidualne spotkania biznesowe; umowy oparte na godziwych zasadach współpracy.	Okresowy i bieżący kontakt.	Przejrzyste i uczciwe zasady współpracy. (str. 32-33)
 Dostawcy	Dostawcy i podwykonawcy wpływają na możliwość świadczenia usług i dostarczania produktów.	Dialog i budowanie długofalowych relacji z dostawcami; ocena w ramach Grupy; badania opinii; audyty.	Okresowy i bieżący kontakt, badania opinii co najmniej raz w roku.	Uczciwe traktowanie; przejrzyste zasady przetargów i współpracy; terminowe płatności; korzystne warunki. (str. 32-33)
 Organy państwowe i regulacyjne	Ponieważ telekomunikacja to branża podlegająca regulacji, nawiązanie i utrzymanie konstruktywnych relacji z regulatorem ma bardzo duże znaczenie.	Prowadzenie konstruktywnego dialogu z regulatorem; proces konsultacji; sprawozdania wynikające z wymogów regulacyjnych; spotkania; udział w konferencjach branżowych.	Okresowy i bieżący kontakt.	Uzyskiwanie licencji i spełnianie wymogów; jakość usług i sieci; szerszy dostęp do usług szerokopasmowych; partnerstwo w dziedzinie ochrony zdrowia i edukacji; inwestycje w mniej uprzywilejowane społeczności. (str. 16-17)

Dlaczego zaangażowanie jest istotne

Sposób zaangażowania

Częstotliwość zaangażowania

Najważniejsze kwestie dla danej grupy

Społeczności lokalne



Pobudzenie lokalnych gospodarek wzmacnia społeczno-ekonomiczny kontekst naszej działalności.

Współpraca ze społecznościami lokalnymi; partnerstwo programowe z instytucjami edukacyjnymi i społecznymi.

Okresowy i bieżący kontakt.

Inwestycje w infrastrukturę; inwestycje w społeczności lokalne. (str. 123-135)

Środowisko i klimat



Odpowiedzialność za wpływ na klimat i środowisko: działania na rzecz ograniczenia zmian klimatu oraz dostosowanie się do nich.

Współpraca z organizacjami i instytucjami działającymi na rzecz środowiska i klimatu.

Okresowy i bieżący kontakt.

Realizacja polityki klimatycznej i celów w zakresie neutralności węglowej oraz stosowanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. (str. 98-111)

Otoczenie wewnętrzne

Ład korporacyjny

Ład korporacyjny w Orange Polska ma zagwarantować odpowiedzialne zarządzanie i nadzór w celu realizacji celów strategicznych i powiększania wartości. Stworzyliśmy sprawne ramy ładu korporacyjnego, obejmujące struktury, procesy i mechanizmy kontrolne, które pomagają zwiększyć efektywność działania i ograniczyć ryzyko. Kompetentne organy Spółki, charakteryzujące się właściwym podziałem odpowiedzialności oraz składem osobowym reprezentującym optymalne połączenie doświadczenia, umiejętności i wykształcenia, sprzyjają budowaniu wartości. Natomiast umiejętność stabilnej i rzetelnej alokacji wytworzonej wartości zapewnia trwały rozwój Spółki i jest warunkiem jej długofalowego sukcesu. Szczegółowy opis ładu korporacyjnego w Orange Polska zamieszczono w rozdziale „Ład korporacyjny” na str. 142.

Kultura korporacyjna

Orange Polska przywiązuje dużą wagę do tego, aby zapewnić wszystkim pracownikom równe szanse, jasne kryteria oceny i awansu, możliwości rozwoju zawodowego i osobistego oraz dobre i bezpieczne warunki pracy. Chcemy w firmie tworzyć kulturę dialogu i współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani i mogą swobodnie wyrażać swoje opinie; kulturę, w której wszystkie działy – jako jeden zespół – wspólnie dążą do realizacji celów firmy. Dążymy do upraszczania wszystkich spraw i procedur w Spółce, dlatego wprowadzamy elastyczne

metody pracy i pobudzamy innowacyjność pracowników.

Orange Polska przeprowadza regularne badania satysfakcji wśród pracowników i wchodzi w dialog ze związkami zawodowymi. Nie zapominamy o podstawach, które pozwalają na tworzenie przyjaznego miejsca pracy. Dbamy o bezpieczeństwo pracowników, ich zdrowie i godną emeryturę. Zapewniamy profilaktykę zdrowotną i dbamy o dobrostan pracowników, a w trudnych sytuacjach życiowych oferujemy im pomoc i wsparcie.

Doceniamy różnorodność i uważamy, że umiejętne zarządzanie różnorodnością w miejscu pracy stwarza nowe możliwości. Kluczowe znaczenie ma dla nas tworzenie kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku do różnic, które charakteryzują każdego z nas.

W ramach realizacji nowego programu strategicznego .Grow, jesteśmy przekonani, że tylko poprzez inwestowanie w pracowników – ich rozwój i zaangażowanie, a także tworzenie dla nich przyjaznego i inspirującego środowiska pracy – możemy rozwijać się jako firma.

Aby być blisko potrzeb pracowników i znać ich opinie na temat działalności Spółki, regularnie przeprowadzamy dwa globalne badania: Badanie Zdrowia Organizacji oraz Nasz Barometr. Wyniki tych badań wyznaczają kierunki dalszych działań w ramach budowania odpowiedniej kultury organizacyjnej, która wspiera realizację celów strategii .Grow i jest zgodna z wartościami Orange (blisko, prosto, odważnie i pozytywnie).

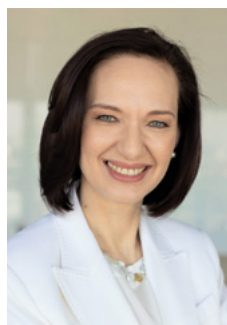
Szczegółowy opis kultury korporacyjnej Orange Polska zamieszczono w punkcie „Co robimy, aby być blisko, prosto, odważnie i pozytywnie – priorytety zmiany kulturowej” na str. 112.



02

Strategia

Pytania do Liudmily Climoc, Prezesa Zarządu



P: Orange Polska jest na dobrej drodze do realizacji celów strategii .Grow, ale czy coś jeszcze można zrobić lepiej lub szybciej?

P: Mija ponad pół roku od czasu pani przybycia do Polski. Jakie są pani wrażenia co do polskiego rynku i Orange Polska?

Branża telekomunikacyjna w Polsce cechuje się dużą konkurencją oraz rozdrobnieniem w segmencie usług stacjonarnych, ale jednocześnie jest bardzo atrakcyjna i stwarza obiecującą perspektywę wzrostu. Pomimo dojrzałości rynku telekomunikacyjnego, stałe zwiększanie zasięgu usług światłowodowych oraz rozwój sieci 5G stwarzają jego uczestnikom liczne możliwości. Wszyscy główni operatorzy skupili się obecnie na strategii konwergencji – przy czym Orange Polska realizuje ten model już od kilku lat.

Jestem przekonana, że priorytetem dla branży telekomunikacyjnej pozostanie wartość, a konkurencja będzie się ogniskować wokół jakości infrastruktury, poziomu usług oraz doświadczenia klienta. To szczególnie istotne wobec faktu, że ceny usług telekomunikacyjnych w Polsce są wysoce konkurencyjne w porównaniu do innych krajów europejskich, co czyni z Polski wzorzec pod względem oferowania wysokiej jakości usług za rozsądną cenę, pomimo utrzymującej się inflacji kosztowej.

Ostatnie lata przetestowały zdolność Orange Polska do wykonania przyjętej strategii i osiągnięcia wzrostu.

Realizujemy założone cele pomimo tego, że strategię .Grow opracowaliśmy przy całkowicie innym otoczeniu gospodarczym. Pomimo wszystkich wyzwań zewnętrznych i makroekonomicznych osiągnęliśmy wzrost w każdym roku. Rok 2023 był szóstym kolejnym rokiem ze wzrostem EBITDA, przy czym na ten wynik złożył się rentowny wzrost przychodów w połączeniu z działaniami w zakresie transformacji, ukierunkowanymi na optymalizację struktury kosztów.

To wskazuje na właściwą realizację strategii, odporność naszej działalności na trudności makroekonomiczne, a także zdolność do dostosowania się do dynamicznych zmian w otoczeniu. Naszymi silnymi stronami są mocna pozycja w podstawowej działalności telekomunikacyjnej, doskonałe sieci oraz szeroki wachlarz wysokiej jakości usług. Wykorzystujemy wybudowane aktywa: rozległą sieć komórkową oraz duży zasięg światłowodu (który monetyzujemy zarówno na poziomie detalicznym jak i hurtowym).

Ponadto, niezwykle ważnym kapitałem Orange są ludzie, cechujący się wielkim oddaniem i profesjonalizmem. Od pierwszego dnia po przyjeździe przekonałam się, że nasze zespoły są niezwykle zaangażowane w osiąganie wyników i realizację celów biznesowych.

Stoimy zatem wobec licznych szans, a zarazem wielu wyzwań. Jestem optymistką i dostrzegam w Spółce duży potencjał, który będziemy jeszcze bardziej wykorzystywać.

Orange Polska osiąga istotne postępy w realizacji celów określonych w strategii .Grow. Jednak w pewnych obszarach możemy jeszcze poprawić wyniki, uwalniając nasz potencjał.

Kluczowym obszarem, na którym powinniśmy się skupić, jest efektywność, gdyż jej poprawa może przynieść znaczące korzyści. Musimy stale szukać możliwości optymalizacji, w szczególności poprzez użycie narzędzi cyfrowych. Osiągnęliśmy w tym obszarze postęp, ale wciąż jest dużo do zrobienia, zwłaszcza w zakresie interakcji z klientami. Wykorzystując kanały cyfrowe możemy zmniejszać koszty oraz lepiej odpowiadać na potrzeby klientów. Wprowadzenie uczenia maszynowego i modeli opartych na sztucznej inteligencji w zarządzaniu współpracą z klientami pozwoli nam zapewnić bardziej spersonalizowaną i szybszą obsługę, co przełoży się na wzrost sprzedaży i lojalności klientów. Pracujemy także nad narzędziami SI do optymalizacji kosztów utrzymania sieci, realizując duże projekty w tym zakresie.

W pewnych obszarach odnotowaliśmy znaczący postęp, ale wciąż tkwi w nich znaczący potencjał do wykorzystania. W szczególności, dotyczy to usług opartych na technologii 5G, takich jak rozwiązania z obszaru Internetu Rzeczy, rozszerzona łączność, analiza dużych zbiorów danych czy prywatne sieci kampusowe. Możemy też świętować sukcesy, zwłaszcza w obszarze rozwiązań Smart City opartych na Internecie Rzeczy, gdzie podwoiliśmy wyniki zarówno w 2022 jak i 2023 roku. Inflacja, a szczególnie wzrost cen energii, zwiększa popyt ze strony samorządów na takie rozwiązania, jak inteligentne liczniki czy zarządzanie siecią wodociągową, które pomagają optymalizować koszty, a jednocześnie zmniejszają ślad węglowy. Jednak monetyzacja w obszarze analizy dużych zbiorów danych jest wciąż przed nami. Jedną z przyczyn jest opóźnienie w przyznawaniu dedykowanego pasma 5G, które według naszych przewidywań miało być dostępne znacznie wcześniej.

Innym ważnym aspektem naszej strategii jest program #OrangeGoesGreen, ukierunkowany na zmniejszenie emisji CO₂. Chociaż przekroczyliśmy oczekiwania dotyczące ograniczenia emisji w zakresach 1 i 2, osiągając w 2023 roku redukcję o 79% względem roku 2015 (i realizując cel na 2025 rok dwa lata przed terminem), to nadal mamy pracę do wykonania związaną ze zmniejszeniem emisji w zakresie 3.

Jednak kwestia tych emisji w większości nie leży w naszych rękach, jako że obejmuje cały łańcuch wartości, a w związku z tym stanowi znacznie bardziej złożone wyzwanie. Nasze działania koncentrują się na ograniczeniu energii zużywanej przez klientów do zasilania urządzeń domowych i mobilnych, inwestycjach w infrastrukturę techniczną oraz promowaniu praktyk zrównoważonego rozwoju w naszym łańcuchu dostaw.

Rok 2024 jest ostatnim rokiem realizacji strategii .Grow. Chociaż aktualnie skupiamy się na osiągnięciu celów tegorocznych, pracujemy również nad nowym planem strategicznym, który przedstawiemy w pierwszej połowie przyszłego roku.

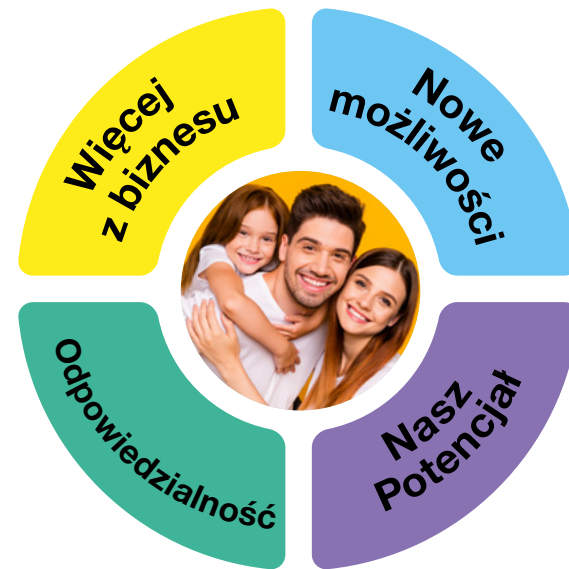
Zważywszy na sukces strategii .Grow, nie ma konieczności odchodzenia od jej zasadniczych kierunków. Skoncentrujemy się na podstawowej działalności, dążąc do tego, aby być nowoczesnym operatorem telekomunikacyjnym, który generuje przewidywalne strumienie przychodów, zyski i przepływy pieniężne z korzyścią zarówno dla firmy jak i naszych akcjonariuszy. Nie planujemy dywersyfikacji obejmującej inne obszary działalności.

Jednak to nie oznacza, że nie będzie żadnych nowych elementów. Z pewnością do części obecnych obszarów działalności wprowadzimy nowe wymiary, aby dotrzymać kroku dynamicznej ewolucji otaczającego nas świata oraz zmieniającym się preferencjom naszych klientów. Jednym z oczywistych kierunków będzie rozwój usług opartych na technologii 5G. Niedawno uzyskaliśmy licencję na częstotliwości w paśmie C, a do czasu przyjęcia nowej strategii spodziewamy się rozdzielenia pasma 700 MHz. Innym ważnym wymiarem będzie szersza eksploracja korzyści z użycia sztucznej inteligencji zarówno w rozwiązaniach oferowanych klientom jak też w celu podniesienia naszej własnej efektywności.

Nie chcę w tym momencie wchodzić w szczegóły, gdyż prace nad nowym planem strategicznym dopiero się rozpoczęły, ale jestem przekonana, że stanie się on dla nas platformą do dalszego zwiększania wartości dla akcjonariuszy.

P: Czego możemy się spodziewać po nowej strategii?

Strategia .Grow (2021-2024)



Pracownicy Orange

Kluczowe cele strategiczne

Wzrost wskaźników finansowych dzięki zrównoważonemu rozwojowi

Budowanie długoterminowej wartości dla wszystkich interesariuszy

Kluczowe trendy



Zapotrzebowanie na szybką łączność



Cyfryzacja



Transformacja przedsiębiorstw



Świadomość ekologiczna



Silna konkurencja



Otoczenie inflacyjne

Od odwrócenia trendów do trwałego wzrostu

W czerwcu 2021 roku przedstawiliśmy strategię .Grow na lata 2021-2024 – po tym, jak w 2020 roku z powodzeniem zakończyliśmy realizację poprzedniej strategii Orange One, dzięki której odwróciliśmy wieloletnie negatywne trendy przychodów i rentowności, powracając na ścieżkę wzrostu. Przystępując do realizacji strategii .Grow, mieliśmy poszukiwane przez klientów produkty, wspierające te produkty aktywa oraz coraz efektywniejszą strukturę kosztów.

Zasadniczym celem strategii .Grow była stymulacja i przyspieszenie wzrostu przychodów i zysków. Na rynku konsumenckim kluczową dźwignią wzrostu pozostaje konwergencja, pomagając w zdobyciu i utrzymaniu zaufania i lojalności klientów. Pojawienie się technologii 5G staje się nową dźwignią wzrostu oraz przydaje łączności internetowej nowego wymiaru zarówno z punktu widzenia konsumentów jak i przedsiębiorstw. Na rynku biznesowym kluczowym czynnikiem wzrostu są usługi IT i integracyjne.

Kompensując spadki w schyłkowych segmentach działalności, wprowadzamy nowe źródła wzrostu, w tym dostęp hurtowy do naszej sieci światłowodowej i mobilnej. W ramach strategii .Grow uwalniamy nasz wewnętrzny potencjał wynikający z transformacji cyfrowej. Podążamy w kierunku, którego oczekują klienci, a jednocześnie poprawiamy naszą wewnętrzną efektywność opierając się w większym stopniu na sztucznej inteligencji i korzystając z analizy dużych zbiorów danych.

Ostatnim, ale nie mniej ważnym, elementem jest wzrost odpowiedzialności społecznej Orange Polska. Wyzaczyliśmy sobie ambitne cele w obszarze środowiskowym, społecznym i ładu korporacyjnego, a dzięki naszym usługom jesteśmy, jako firma, idealnie przygotowani do tego, żeby pomagać innym w ograniczaniu śladu środowiskowego oraz przeciwdziałać wykluczeniu cyfrowemu.

W wymiarze finansowym, wraz ze strategią .Grow wkroczyliśmy na ścieżkę szybszego i stabilniejszego wzrostu, opartego na solidnych fundamentach. EBITDAaL rośnie szybciej, a głównym motorem wzrostu są przychody, napędzane przez działalność komercyjną. To fundamentalna zmiana w stosunku do poprzedniej strategii, kiedy powrót do wzrostów – po wielu latach spadków – był generowany przez oszczędności na kosztach pośrednich, natomiast marża

bezpośrednia cały czas spadała. Nasza strategia inwestycyjna stopniowo się zmienia w kierunku większych inwestycji w sieć mobilną. Jednak chcemy utrzymać ekonomiczne nakłady inwestycyjne na stałym rocznym poziomie 1,7-1,9 mld zł – średnio dla całego okresu. Wzrost EBITDAaL i dyscyplina inwestycyjna przekładają się na wzrost zysków, generowanych przepływów pieniężnych oraz stopy zwrotu z zaangażowanego kapitału. Ważnym elementem strategii .Grow jest przekazywanie wynagrodzenia akcjonariuszom.

Rynek konsumencki: konwergencja oparta o światłowody pozostanie główną dźwignią wzrostu

Na rynku klientów indywidualnych, kluczem do budowy wartości pozostaje konwergencja, czyli sprzedaż pakietu usług mobilnych i stacjonarnych, która kompleksowo odpowiada na potrzeby gospodarstw domowych w zakresie usług telekomunikacyjnych, przyczyniając się do wzrostu satysfakcji klientów i zmniejszenia wskaźnika rezygnacji z usług. Konwergencja umożliwia także dosprzedaż usług, pozwalając uzyskać większy udział w wydatkach gospodarstw domowych na usługi telekomunikacyjne i media.

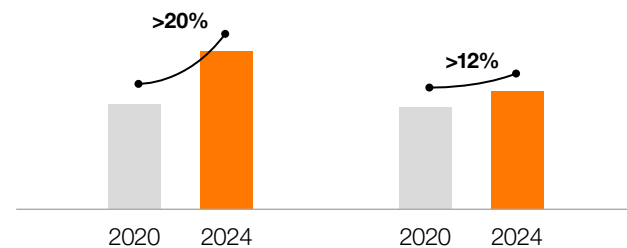
Orange Love – sprawdzona oferta

Postawiliśmy na konwergencję już w 2017 roku, wprowadzając Orange Love jako flagową ofertę dla gospodarstw domowych w Polsce. Orange Love to gotowy pakiet usług stacjonarnych i mobilnych, oferowany po stałej, atrakcyjnej cenie. Pakiet podstawowy można za dopłatą rozszerzyć o kolejne karty SIM, większe prędkości dostępu w łączu światłowodowym czy dodatkowe programy telewizyjne. Towarzyszy temu bogata oferta smartfonów w atrakcyjnych cenach. Co ważne, oferta Orange Love jest dostępna dla każdej technologii dostępu szerokopasmowego (światłowod lub kabel miedziany), a także w przypadku usługi komórkowej wykorzystywanej do użytku domowego. Dzięki temu, możemy sprzedawać tę ofertę na terenie całego kraju, co znacznie podnosi efektywność. Na koniec 2023 roku, z oferty Orange Love korzystało 1,7 mln klientów.

Dalszy potencjał konwergencji

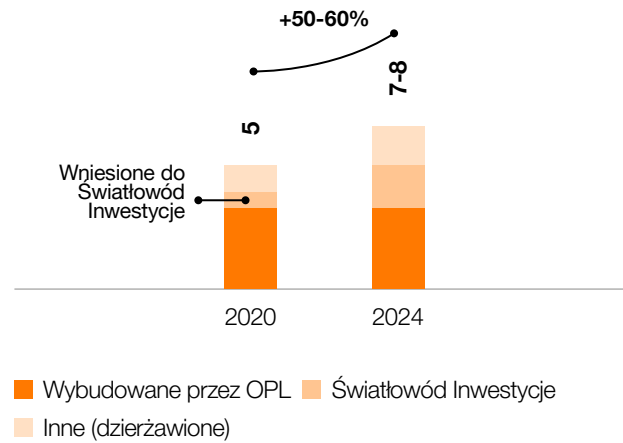
Rynek telekomunikacyjny w Polsce staje się w coraz większym stopniu konwergentny – podobnie jak w wielu innych państwach UE – ale w dalszym ciągu widzimy w konwergencji istotny potencjał, zarówno do dosprzedaży kolejnych usług gospodarstwom domowym, w których już jesteśmy obecni, jak i wejścia z naszymi usługami do nowych gospodarstw. Postawiliśmy sobie cel wzrostu bazy klientów konwergentnych o co najmniej 20% (względem poziomu z 2020 roku) do końca 2024 roku, przy jednoczesnym dalszym istotnym wzroście przychodu na klienta (ARPO). Inni operatorzy chcą również w coraz większym stopniu realizować strategię konwergencji w oparciu o szybki internet stacjonarny, co będzie oznaczało silniejszą konkurencję. Wymaga to od nas umiejętności wyróżnienia się kompleksowością oferty i jakością obsługi klienta. Wykorzystujemy w tym celu siłę naszej marki oraz bardzo dobre postrzeganie przez klientów. Odpowiadamy również na potrzeby klientów bardziej wrażliwych cenowo.

Wykres: Wzrost liczby klientów konwergentnych w wyniku rozbudowy sieci światłowodowej

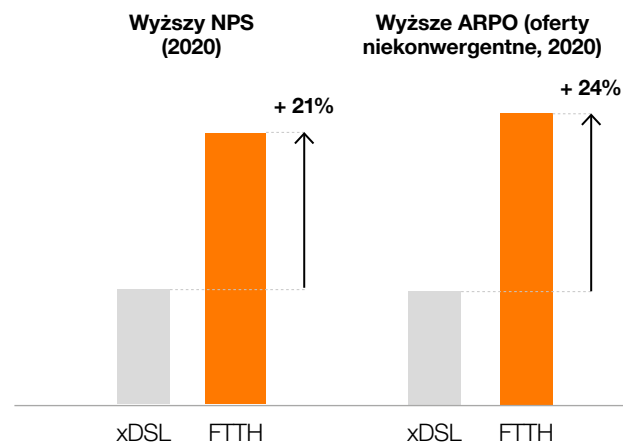


Wykres: Wzrost ARPO w wyniku strategii ukierunkowanej na wartość i dosprzedaży

Wykres: Będziemy nadal znacząco zwiększać zasięg sieci światłowodowej (w mln gospodarstw domowych)



Wykres: Tworzenie wartości przez światłowody

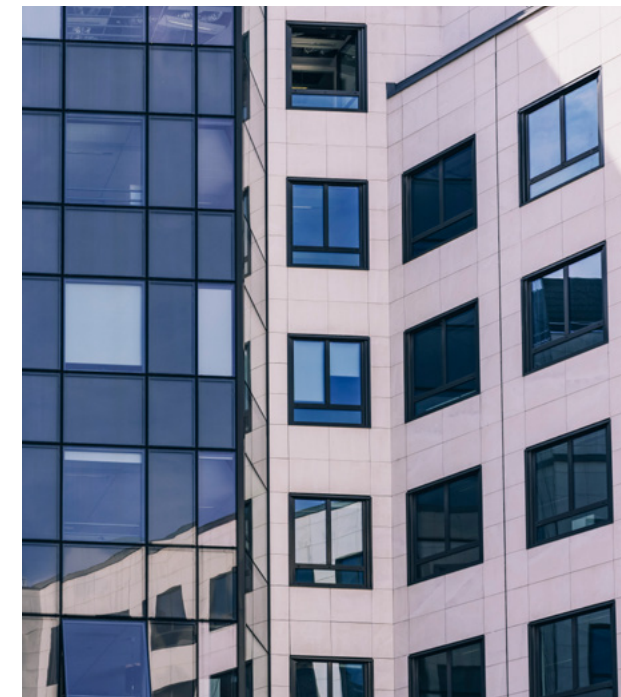


Światłowód – kluczowy czynnik sukcesu

Głównym warunkiem sukcesu w realizacji naszych zamierzeń związanych z konwergencją jest dalszy wzrost zasięgu naszej sieci światłowodowej. Do 2024 roku zaplanowaliśmy zwiększyć go o 2-3 miliony gospodarstw domowych w stosunku do stanu na koniec 2020 roku. W ciągu kilku poprzednich lat bardzo intensywnie inwestowaliśmy w budowę sieci, kreując światłowód jako synonim szybkiego i niezawodnego internetu w Polsce, co przełożyło się na postrzeganie Orange Polska jako jego dostawcy pierwszego wyboru. W końcowym okresie realizacji strategii .Grow polegamy znacznie bardziej na podłączaniu się na zasadach hurtowych do sieci innych operatorów. To głównie sieci budowane przez Światłowód Inwestycje oraz innych operatorów infrastrukturalnych. Światłowód daje nam znacznie wyższy średni przychód na klienta w porównaniu z technologiami miedzioowymi. Wynika to głównie z większych możliwości sprzedaży treści oraz wyższych oferowanych prędkości, które są coraz częściej wybierane przez klientów. Usługi światłowodowe są również znacznie lepiej postrzegane przez klientów.

Oferta TV – ważny element oferty konwergentnej

Ważnym czynnikiem sukcesu naszej strategii konwergentnej jest także jakość oferty telewizyjnej, która w przypadku polskich konsumentów odgrywa istotną rolę przy wyborze dostawcy usług. Pomimo szybkiego wzrostu popytu na usługi udostępniania treści przez internet (OTT), telewizja linearna cieszy się niezmiennie wielką popularnością. Pozostajemy wyłącznie dystrybutorem treści programowych – nasza strategia nie przewiduje znaczących inwestycji w tworzenie własnych programów. Nasza oferta TV obejmuje ponad 200 kanałów linearnych. W coraz większym stopniu promujemy też serwisy OTT. Na koniec 2023 roku liczba klientów usług TV wynosiła około 945 tys., z czego ponad 94% przypadało na technologię IPTV. Liczba klientów w tej technologii dynamicznie rośnie w związku z rozbudową sieci światłowodowej. Pozostali klienci korzystają z telewizji satelitarnej, która – jako technologia schyłkowa – nie jest już rozwijana.



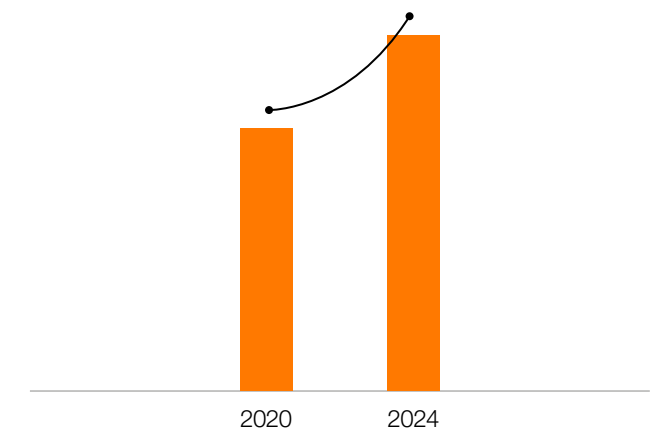
Rynek biznesowy: strategia skupiona wokół usług ICT

Orange Polska jest liderem we wszystkich segmentach biznesowych rynku telekomunikacyjnego oraz czołowym graczem na rynku ICT. Przebyliśmy długą drogę od tradycyjnego operatora telekomunikacyjnego do zaufanego partnera w transformacji cyfrowej polskich firm – co oznacza, że skutecznie łączymy usługi telekomunikacyjne oraz IT i integracji. Dwoma kluczowymi czynnikami, które umożliwiły powrót do wzrostów w usługach dla klientów biznesowych, były: monetyzacja inwestycji w łącza światłowodowe oraz koncentracja na rozwijaniu działalności ICT poprzez wzrost organiczny oraz selektywne przejęcia w celu uzupełnienia konkretnych kompetencji. W efekcie, możemy zapewnić klientom wyjątkowe połączenie usług w zakresie łączności z integracją systemów, cyberbezpieczeństwem, doradztwem oraz usługami w obszarze oprogramowania i aplikacji.

W ostatnich dwóch latach, w następstwie pandemii, transformacja cyfrowa polskich przedsiębiorstw przyspieszyła praktycznie we wszystkich sektorach gospodarki. W ramach strategii .Grow nadal umacniamy swoją pozycję jako integratora usług transformacyjnych, towarzysząc firmom w zmianach technologicznych oraz poszerzając ofertę przyszłościowych rozwiązań dla biznesu.

Omawiany plan zakładał dynamiczny wzrost przychodów z usług ICT, w tempie ok 10% rocznie do 2024 roku. Osiągamy to dzięki wykorzystaniu naszych kluczowych zasobów, czyli sieci mobilnej i światłowodowej, wzbogaconych o szeroki portfel usług tworzących pełen łańcuch wartości w zakresie transformacji cyfrowej. Kluczową rolę odgrywa dalszy stabilny rozwój naszej spółki Integrated Solutions – trzeciego co do wielkości integratora na rynku polskim. A przyspieszenie osiągamy monetyzując inwestycje w nowe obszary i kompetencje, czyli w spółki BlueSoft i Craftware. Największe wzrosty planujemy w obszarze cyberbezpieczeństwa oraz oprogramowania i aplikacji, korzystając zarówno z doświadczenia spółek zależnych jak i kompetencji budowanych na potrzeby wewnętrzne.

Wykres: Cel w zakresie przychodów z ICT ok. 10% rocznie (CAGR)



Oprogramowanie i aplikacje



Cyberbezpieczeństwo



Usługi w chmurze i CRM



Sieci i łączność



Intensyfikujemy działania w obszarze migracji do chmury. Pod względem wprowadzania rozwiązań chmurowych, firmy w Polsce nadal odstają od średniej europejskiej. Przetwarzanie danych w chmurze i wirtualizacja sieci to pierwszy krok w cyfrowej transformacji biznesu. Kolejnymi

etapami są: automatyczna analiza danych, których dzięki wdrożeniu 5G będzie coraz więcej, oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia przyszłościowych rozwiązań.

Skoncentrujemy się na usługach opartych o multichmurę

Stworzenie rozwiązania do zarządzania platformą **multichmurową**, wspierającego cały cykl życia produktów

Oferowanie rozwiązań związanych z **chmurą zarządzaną** w celu podtrzymania relacji z klientami



Silne **ekosystemy partnerskie** w celu wdrożenia podejścia hybrydowego w odpowiedzi na popyt na przechowywanie danych w chmurze

Nacisk na **przetwarzanie brzegowe** i wykorzystanie zalet 5G do tworzenia szans na rynku konsumenckim i biznesowym

Technologia 5G będzie nowym katalizatorem dla rynku ICT, w szczególności Internetu Rzeczy. Nowa sieć będzie szybsza i bardziej wydajna, a przy tym będzie mogła jednocześnie obsługiwać miliony podłączonych do niej obiektów. Firmy jako pierwsze zaczną wykorzystywać jej możliwości. Chcemy być liderem rynku w zakresie mobilnych sieci prywatnych.

Zrealizowaliśmy już pierwsze projekty w paśmie 3,6 GHz, które w przyszłości będzie wykorzystywane dla 5G. Do 2025 roku, wspólnie z naszymi klientami, chcemy utworzyć ponad 40 sieci kampusowych. Ze względu na znaczne opóźnienie w przydzielaniu częstotliwości 5G, osiągnięcie tego celu może potrwać dłużej.

Będziemy oferować przyszłościowe rozwiązania oparte na 5G



Wdrożenie sieci 5G przyniesie przedsiębiorstwom nowe korzyści i nowe możliwości rozwojowe. Internet Rzeczy, wirtualizacja codziennych operacji, automatyzacja procesów oraz właściwe wykorzystanie olbrzymich ilości danych – wsparte przez algorytmy sztucznej inteligencji – przeniosą działalność biznesową w Polsce na wyższy poziom rozwoju

cyfrowego. Realizacja strategii „Grow zapewni nam wiodącą pozycję w obszarze doradztwa i integracji kompleksowych usług transformacyjnych, pozwalających przedsiębiorstwom i instytucjom na skuteczne funkcjonowanie w nowym, cyfrowym świecie.



Rynek hurtowy: nowe możliwości biznesowe

Na rynku hurtowym współpracujemy z kilkudziesięcioma alternatywnymi operatorami telekomunikacyjnymi, udostępniając im własną infrastrukturę bądź korzystając z infrastruktury posiadanej przez innych. Taka współpraca pozwala uniknąć niepotrzebnego dublowania sieci.

W ramach strategii .Grow, szerzej otwieramy się na możliwości biznesowe na rynku hurtowym. Z jednej strony, to naturalna konsekwencja naszych inwestycji w sieć mobilną i stacjonarną (dysponujemy największą infrastrukturą telekomunikacyjną w Polsce) oraz chęć ich lepszej monetyzacji. Z drugiej strony, widzimy potencjał wynikający z rozwoju rynku szybkiego dostępu do internetu, wchodzenia innych graczy na rynek usług konwergentnych oraz stopniowego rozwoju sieci mobilnych w technologii 5G.

Dążymy do pozyskania większej liczby klientów na naszej sieci światłowodowej, obejmującej zasięgi wybudowane w latach poprzednich oraz w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC). Naszą ambicją jest zwiększenie liczby klientów pochodzących od innych operatorów co najmniej sześciokrotnie w stosunku do końca 2020 roku, kiedy ich liczba wynosiła 26 tys. Chcemy również w większym stopniu udostępniać infrastrukturę przesyłową. W ramach tego, świadczymy usługi dla spółki Światłowod Inwestycje. Widzimy tu również potencjał w odniesieniu do innych operatorów infrastruktury mobilnej zainteresowanych podłączeniem stacji bazowych do światłowodu.

W ramach rozwoju działalności hurtowej, w czerwcu 2021 roku przedłużyliśmy umowę roamingu krajowego z P4, operatorem sieci Play. Współpraca jest kontynuowana w formule „bierz lub płać”, która gwarantuje dodatkowy minimalny przychód dla Orange Polska w łącznej wysokości 300 mln zł w latach 2021-2025. Umowa dotyczy stosunkowo ograniczonego ruchu (w porównaniu do ruchu generowanego przez naszych


własnych klientów) i posiada wbudowane mechanizmy kontroli w celu zapewnienia odpowiedniej jakości usług.

Wchodzimy również na hurtowy rynek MVNO, oferując swoją sieć inwestorom stacjonarnym, którzy chcą wkroczyć na rynek usług komórkowych.

Uwolnienie potencjału poprzez cyfryzację

Aby wspierać klientów w rozwoju w realiach cyfrowego świata, sami musimy się stać bardziej cyfrowi. Naszym celem jest osiągnięcie pozycji najbardziej cyfrowego operatora w Polsce. Jako pierwsza spółka z Grupy Orange, powołaliśmy dyrektora ds. digitalizacji. Nowo utworzona jednostka organizacyjna pełni rolę centrum kompetencji, współpracując ze wszystkimi innymi działami i świadcząc na ich rzecz usługi. Dysponujemy znacznymi aktywami i doświadczeniem, na których możemy budować. Na przykład, nasza w pełni cyfrowa oferta Flex to całkowicie wyjątkowe rozwiązanie na rynku polskim; podobnie jak bot głosowy Max, który rozwiązuje proste sprawy zgłaszane przez klientów.

Przy projektowaniu Maxa wykorzystaliśmy do obsługi klientów rozwiązania oparte na przetwarzaniu dużych zbiorów danych (ang. big data – BD) i sztucznej inteligencji (ang. artificial intelligence – AI). Analiza dużych zbiorów danych pozwala nam lepiej pozycjonować i dostosowywać oferty dla konkretnych klientów, co przekłada się na większą lojalność. Narzędzia BD i AI mogą być również wykorzystywane do zarządzania sieciami i planowania ich rozwoju. Zastosowanie sztucznej inteligencji do diagnostyki sieci w oparciu o analizę danych o jej zachowaniu pomaga zapobiegać awariom. Może także wspierać procesy inwestycyjne, pomagając w wyborze konkretnych lokalizacji do rozbudowy sieci na podstawie analizy rzeczywistego ruchu i potrzeb klientów. Wchodzimy z tymi rozwiązaniami na rynek, jeszcze bardziej zwiększając monetyzację potencjału tkwiącego w obszarze BD i AI.

 **Inteligentna działalność:** poprawa efektywności operacyjnej dzięki systemom BD/AI

 **Inteligentna sieć:** niezawodne działanie i przemyślane inwestycje

 **Wzrost wartości i poprawa doświadczenia klientów** dzięki inteligentnej analizie danych

 **Nowe komercyjne produkty i usługi** oparte na BD/AI



Dążymy do tego, aby do końca 2024 roku jedna czwarta transakcji sprzedażowych oraz trzy czwarte kontaktów związanych z obsługą klientów było realizowanych przez kanały cyfrowe. To duży krok w kierunku podniesienia efektywności: automatyzacji załatwiania rutynowych spraw, a także ułatwienia i usprawnienia kontaktów z Orange oraz lepszego dostosowania ich do potrzeb klientów – w każdym miejscu, gdzie się znajdują, i o każdej porze, kiedy chcą nawiązać kontakt.

Jednocześnie, jesteśmy świadomi, że nie każdy klient będzie chciał załatwiać wszystkie sprawy z Orange przez

internet. Dlatego nastawiamy się na wielokanałowość, która ułatwia rozpoczęcie sprawy przez internet, a następnie dokończenie jej przez telefon lub w salonie, z pomocą innego człowieka. Wiemy bowiem, że relacje opierają się na empatii i towarzyszeniu – których nie da się symulować sztuczną inteligencją. Ta potrzeba kontaktu z ludźmi to kolejna rzecz, która w całej pełni ujawniła się w czasie pandemii koronawirusa. Chcemy zatem stawać się coraz bardziej cyfrowi, ale wiemy, że cyfryzacja może być skutecznie budowana tylko wokół ludzi.

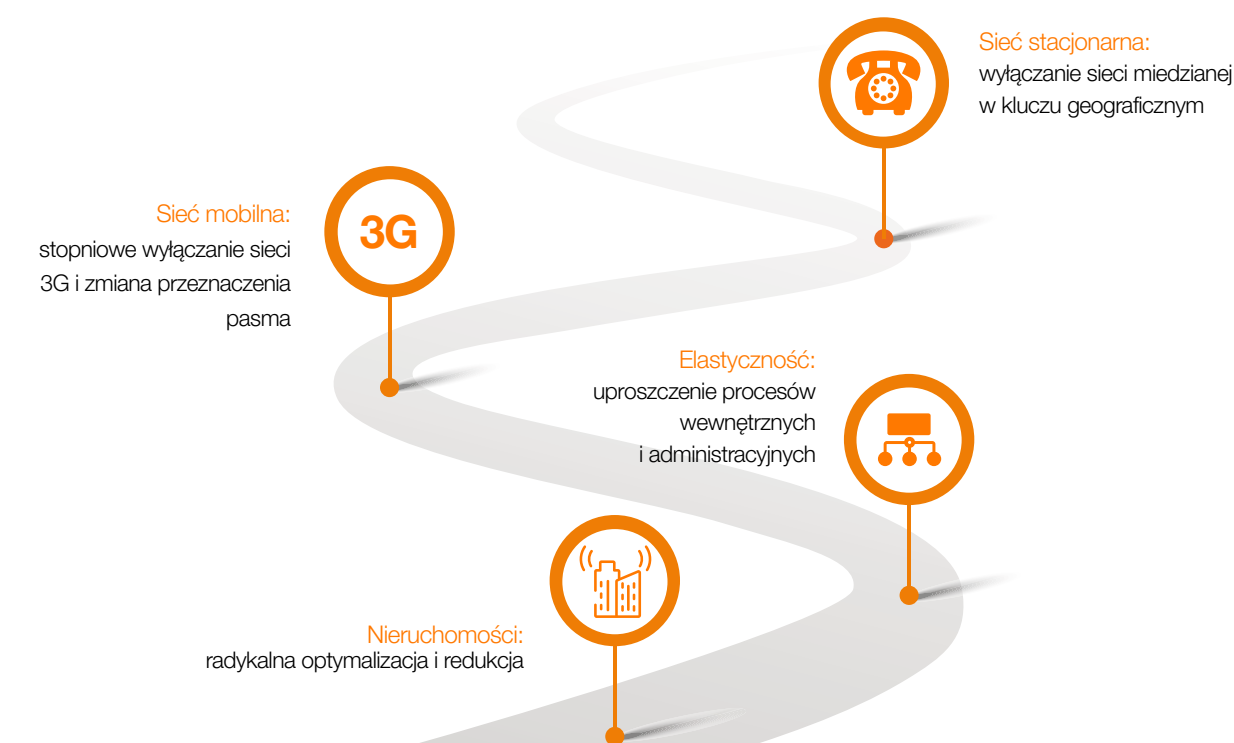


...oraz uproszczenie portfela aktywów

Aby w pełni uwolnić potencjał, musimy również w dalszym ciągu upraszczać procesy oraz koncentrować się na budowaniu silnych fundamentów na przyszłość. Musimy zrobić miejsce dla transformacji cyfrowej. Będzie się to wiązać z wygaszaniem i stopniowym zastępowaniem

starszych technologii dostępowych: 3G (do końca 2025 roku) oraz, w dłuższej perspektywie, łączy miedzianych. Ich miejsce zajmują sieci mobilne i stacjonarne nowej generacji, co podniesie efektywność i ograniczy koszty utrzymania w porównaniu do starszych systemów. To samo dotyczy naszego portfela nieruchomości – będziemy w tym obszarze kontynuować realizację przyjętej strategii.

Mapa drogowa dalszego upraszczania procesów i wygaszania technologii schyłkowych



Odpowiedzialność: ambitne cele środowiskowe i społeczne

Chcemy, żeby rozwojowi pozostałych filarów naszej działalności towarzyszył wzrost odpowiedzialności społecznej – która od zawsze była dla nas bardzo ważna. Odpowiedzialność jest wpisana w DNA naszej Spółki i logikę naszej działalności. Uważamy, że tylko autentyczne zaangażowanie przynosi korzyści wszystkim interesariuszom. Wyzaczyliśmy sobie ambitne cele w obszarze środowiskowym, społecznym i ładu korporacyjnego, a jako firma jesteśmy idealnie przygotowani do tego, żeby pomagać innym w ograniczaniu śladu środowiskowego oraz przeciwdziałać wykluczeniu cyfrowemu. Jesteśmy przekonani, że branża telekomunikacyjna ma do odegrania istotną rolę w dochodzeniu do neutralności klimatycznej.

Naszym kluczowym celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej (neutralności węglowej netto) do 2040 roku, czyli dziesięć lat przed terminem zalecanym przez Unię Europejską. Neutralność obejmie całość emisji Orange Polska, to jest zarówno zakresy 1 i 2 (własne emisje bezpośrednie i pośrednie), jak i zakres 3 (emisje w łańcuchu wartości – przez dostawców, pracowników i klientów). W pierwszym etapie działań, do 2025 roku, zmniejszymy emisję CO₂ w zakresach 1 i 2 aż o 65% względem 2015 roku. Chcemy to osiągnąć głównie poprzez zwiększenie udziału energii odnawialnej w strukturze energetycznej z 0% w 2020 roku do co najmniej 60% w 2025 roku. Oznacza to, że musimy aktywnie wyszukiwać i wspierać projekty w tym obszarze. Będziemy także nadal optymalizować zużycie energii: przez ostatnich kilka lat co roku je zmniejszaliśmy pomimo stałego wzrostu transmisji danych w naszych sieciach. Do oszczędności energii przyczyni się także wprowadzenie

nowych, znacznie efektywniejszych technologii, takich jak światłowody i 5G. Średnie zużycie prądu na jednego klienta jest w sieci światłowodowej o około 80% niższe niż w przypadku korzystania z łączy miedzianych.

Aby do 2040 roku osiągnąć założony cel, przyspieszymy działania w celu zmniejszenia emisji w całym łańcuchu wartości, w tym przez dostawców i klientów. Będzie to obejmować wdrażanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. Na przykład, we wszystkich salonach Orange będziemy odkupywać używane smartfony oraz przyjmować stare lub zepsute telefony komórkowe do recyklingu.

Włączenie cyfrowe ma dziś istotny wymiar społeczny. To z jednej strony upowszechnianie dostępu do szybkiego internetu, a z drugiej edukacja i rozwój kompetencji cyfrowych. Aktywnie działamy na obu tych polach. Inwestujemy w sieć światłowodową, także z wykorzystaniem środków publicznych, aby dotrzeć również do terenów odległych od miast, gdzie często brakuje infrastruktury i dostępu do nowoczesnych usług. A poprzez naszą Fundację Orange od ponad 15 lat wspieramy edukację cyfrową Polaków. Fundacja realizuje w szkołach programy edukacji cyfrowej, w których co roku uczestniczy ponad 5 tys. dzieci. Wspólnie z partnerami społecznymi przeszkoliliśmy też nauczycieli i nauczycieli w ramach projektu Lekcja:Enter, współfinansowanego przez UE. To największa w Polsce inicjatywa tego typu. Łącznie z programu skorzystało 75 tys. nauczycieli.

Równie istotna jest dla nas kultura otwartości i różnorodności: badania potwierdzają, że różnorodne zespoły pracują lepiej i wydajniej. Dotyczy to wszystkich szczebli organizacji: od styku z klientem po Zarząd. W poszukiwaniu nowych szans i poszerzaniu różnorodności, skupimy się na zwiększeniu udziału kobiet na kluczowych stanowiskach kierowniczych (do 35%) i wśród kadry zarządzającej (do 40%).



Środowisko

- Cel **neutralności klimatycznej** do 2040 roku
 - Redukcja emisji CO₂ o ~65% do 2025 roku, głównie dzięki odnawialnym źródłom energii
 - promocja **gospodarki o obiegu zamkniętym** (odkup i recykling używanych lub zepsutych smartfonów w każdym salonie Orange)



Spółeczeństwo

- Zmniejszenie **społecznego i cyfrowego wykluczenia** wrażliwych grup: NPS #1 w segmencie seniorów
- Edukacja cyfrowa
 - 5 500 dzieci rocznie w programach edukacyjnych (bezpieczeństwo, programowanie)
 - 75 000 nauczycieli w programie zwiększającym kompetencje cyfrowe w latach 2020-2023



Zarządzanie

- Koncentracja na równości w zatrudnieniu:
 - 40% kobiet na stanowiskach menedżerskich
 - Odpowiedzialne zarządzanie i nadzór w osiąganiu celów strategicznych
 - Przejrzyste informowanie o naszych zobowiązaniach

Strategia CSR: odpowiedzialność w działaniu

W Orange Polska już od kilku lat wdrażamy politykę społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) we wszystkich obszarach działalności. Nasza strategia CSR uwzględnia cele biznesowe firmy i wpisuje się w ich realizację. Kluczowym elementem w tworzeniu tej strategii były wnioski z dialogu z interesariuszami, trendy rynkowe oraz wyzwania społeczne dla naszej branży w Polsce i na świecie. Odpowiedzialność społeczna to dla nas kultura organizacyjna, która w tworzeniu i realizacji strategii biznesowej uwzględnia oczekiwania pracowników i innych grup interesariuszy: klientów, inwestorów, dostawców, partnerów biznesowych i społecznych oraz środowiska naturalnego. Wierzmy, że takie podejście przynosi korzyści firmie i jej otoczeniu, prowadzi do długofalowego rozwoju oraz przyczynia się do podnoszenia jakości życia nas wszystkich. Dlatego w Orange Polska stworzyliśmy strategię odpowiedzialności społecznej, skupiając się na pięciu obszarach – kluczowych z punktu widzenia naszej branży i działalności na rynku polskim.

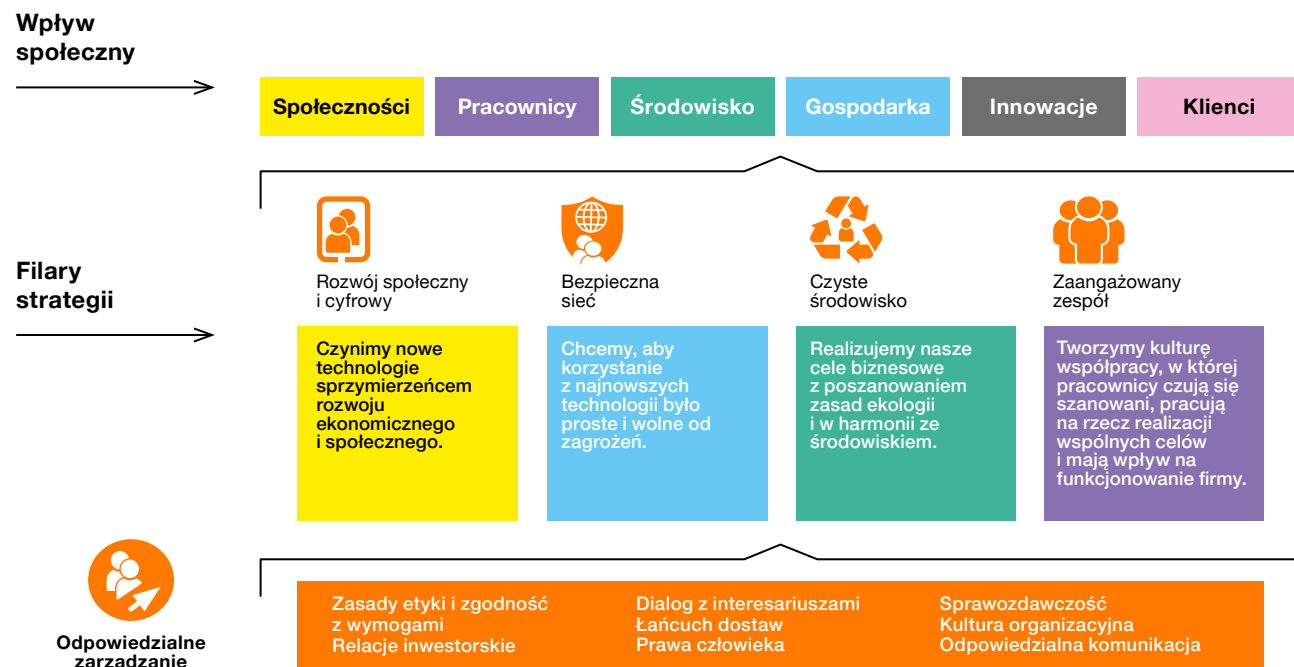
W 2021 roku przyjęliśmy nową strategię odpowiedzialności społecznej na lata 2021-2025, która przewiduje kontynuację naszych wcześniejszych działań i zobowiązań w obszarze społecznym i ochrony środowiska. Fundamentem tej strategii jest odpowiedzialne zarządzanie – nasze wartości, zasady

etyki, zgodność z wymogami oraz dialog z interesariuszami jako narzędzie poznawania ich oczekiwań. Na tym fundamencie opierają się cztery filary naszej strategii CSR:

- **Rozwój społeczny i cyfrowy** – Czynimy nowe technologie sprzymierzeńcem rozwoju ekonomicznego i społecznego.
- **Bezpieczna sieć** – Chcemy, aby korzystanie z najnowszych technologii było proste i wolne od zagrożeń.
- **Czyste środowisko** – Realizujemy nasze cele biznesowe z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem.
- **Zaangażowany zespół** – Tworzymy kulturę współpracy, w której pracownicy czują się szanowani, pracują na rzecz realizacji wspólnych celów i mają wpływ na funkcjonowanie firmy.

Odpowiedzialne zarządzanie i działania w ramach tych czterech filarów przyczyniają się do wpływu na społeczeństwo, który można analizować w sześciu obszarach: gospodarka, innowacje, klienci, środowisko, społeczność i pracownicy.

Nowa strategia .Grow jest również istotna z punktu widzenia odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju. Po raz pierwszy, odpowiedzialność społeczna znalazła się na równi z innymi filarami strategicznymi, jako jeden z czterech głównych obszarów działalności Spółki. Cele i działania w filarze „Odpowiedzialność” koncentrują się na dwóch zasadniczych kwestiach – wpływie na klimat i środowisko oraz zapewnieniu szeroko rozumianego włączenia cyfrowego.



Cele finansowe strategii .Grow: wzrost wyników i powrót do wypłacania dywidend

Poprzednia strategia przyniosła odwrócenie wieloletnich negatywnych trendów w zakresie wyników finansowych oraz poprawiła strukturę naszego bilansu. Wraz ze strategią .Grow wkroczyliśmy na ścieżkę szybszego i stabilniejszego wzrostu, opartego na solidnych fundamentach.

Planowaliśmy, że powiększając przychody skorzystamy z wysokiej dźwigni operacyjnej, co przyspieszy wzrost EBITDAaL i przepływów pieniężnych. Generowanie stabilnych zwrotów to klucz do sukcesu strategii .Grow, a zarazem element, który odróżnia ją od naszych wcześniejszych działań. W poprzedniej strategii powrót do wzrostów wynikał z olbrzymich oszczędności na kosztach pośrednich, natomiast marża bezpośrednia cały czas spadała. W strategii .Grow, EBITDAaL rośnie głównie w wyniku wzrostu

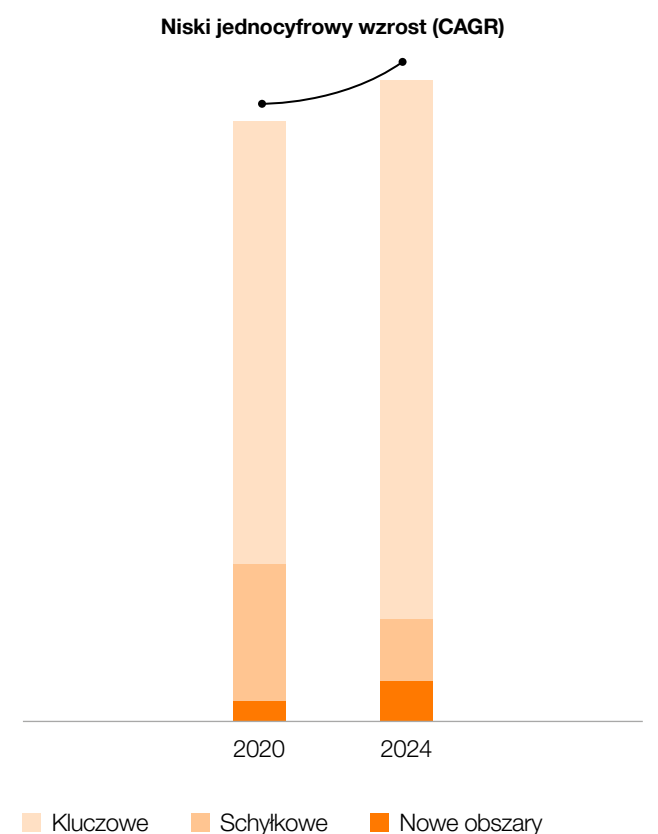
przychodów, wspieranych przez działalność komercyjną. W efekcie, wzrost ma fundamentalnie zdrowszy charakter. W latach 2020-2024 założyliśmy dalszy wzrost przychodów średnio na niskim jednocyfrowym poziomie. Zasadniczą rolę w realizacji tego celu odgrywa nasza kluczowa działalność, w tym trzy główne obszary wzrostu: konwergencja, ICT i usługi hurtowe. Planowaliśmy wzrost przychodów z ofert konwergentnych i ICT odpowiednio na poziomie co najmniej 8% i około 10% rocznie (w ujęciu CAGR). W usługach schyłkowych, obejmujących głównie tradycyjne stacjonarne usługi głosowe i połączenia międzyoperatorskie, następują spadki. Rozwijamy także nowe usługi jako dodatkowe obszary wzrostu. Choć obecnie odgrywają niewielką rolę, są bardzo przyszłościowe i będą się dynamicznie rozwijać. Przykładowo, można w tym kontekście wymienić usługi oparte na Internecie Rzeczy, analizę dużych zbiorów danych czy sieci kampusowe. Rozwój w tych obszarach nie będzie kluczowy dla naszych wyników finansowych do 2024 roku, ale zyska krytyczne znaczenie w kolejnych cyklach strategicznych.

Wzrost przychodów dzięki kluczowej działalności

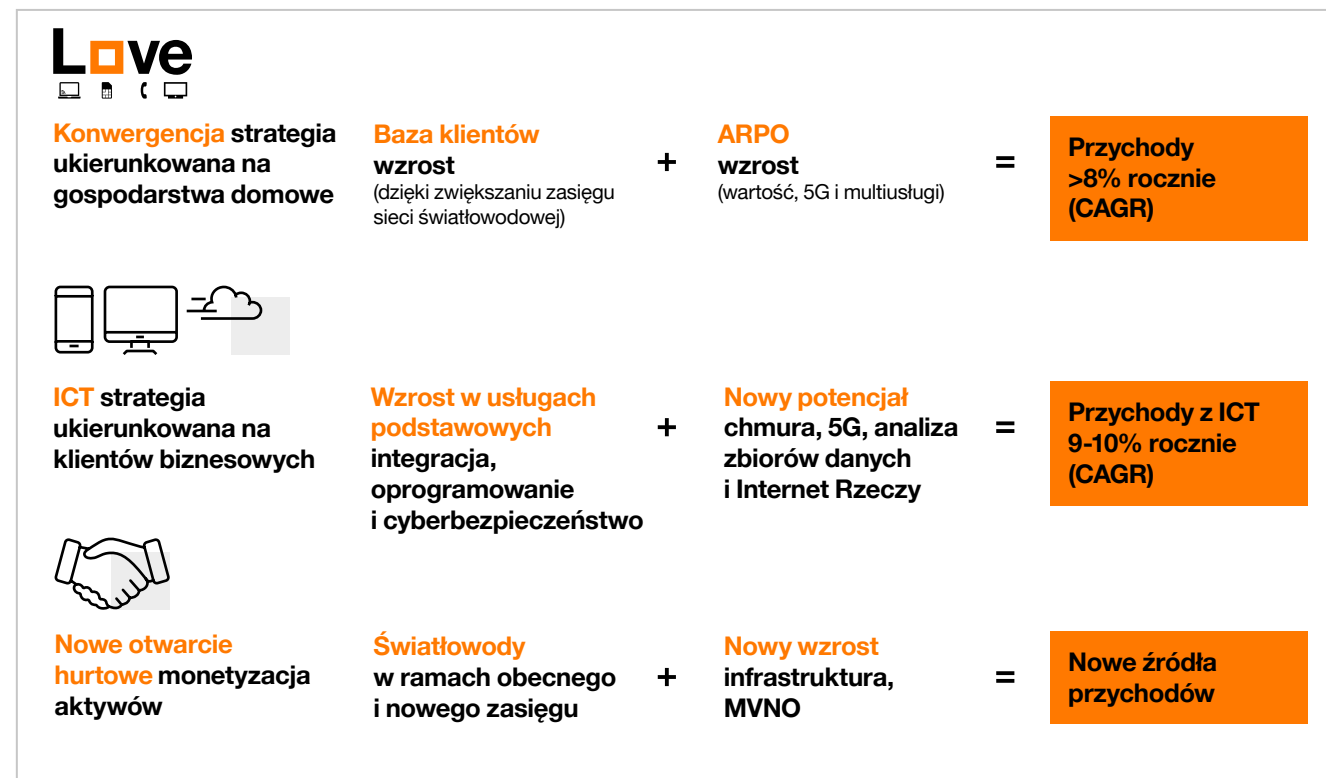
Przewidywane trendy w latach 2021-2024



Wykres: Przychody całkowite



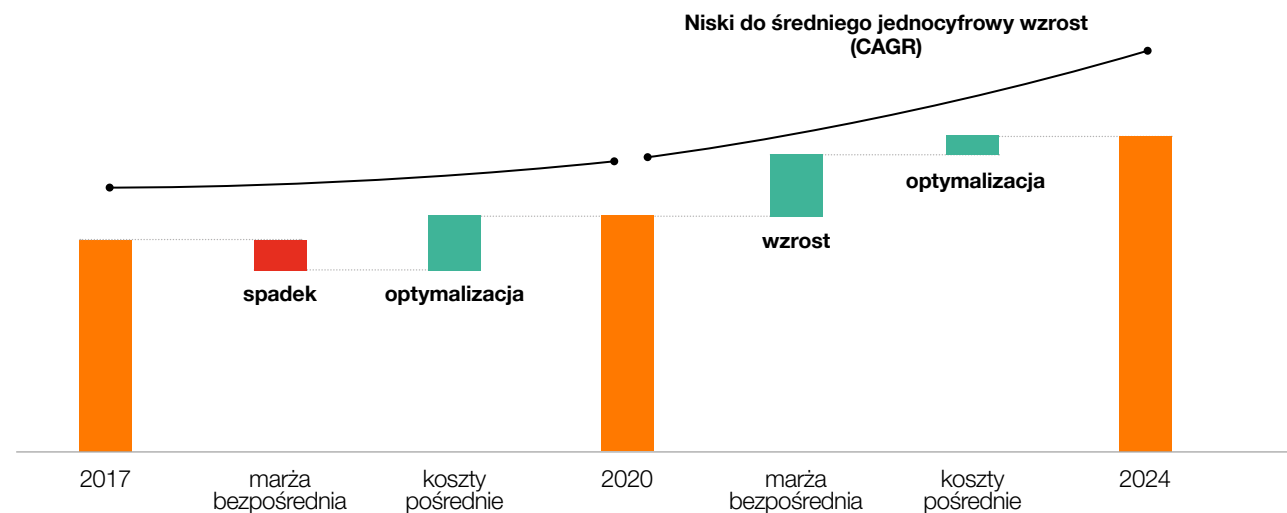
Główne obszary wzrostu przychodów z kluczowych usług



Przedstawiając strategię, założyliśmy osiągnięcie w kolejnych latach niskiego do średniego jednocyfrowego wzrostu EBITDAaL. Miała się do tego przyczynić głównie rosnąca marża bezpośrednia, gdyż oczekiwaliśmy, że wyższe przychody przełożą się na jej wzrost dzięki wysokiej dźwigni operacyjnej. Wzrost osiągany w wyniku rozwoju działalności komercyjnej zapewnia bardziej trwałe i solidne fundamenty w perspektywie długookresowej. Kontynuujemy transformację kosztową, a te same trendy

w zakresie cyfryzacji, które otwierają nam możliwości wzrostu, przyczyniają się także do dalszego ograniczania kosztów. Jednocześnie, korzystając ze sztucznej inteligencji i automatyzacji procesów, podnosimy jakość obsługi klientów – z korzyścią dla obu stron. Według naszych przewidywań presja inflacyjna częściowo zniweluje efekty tych działań, ale oczekujemy, że przełożą się one na zysk operacyjny w takim stopniu, że wzrośnie marża EBITDAaL.

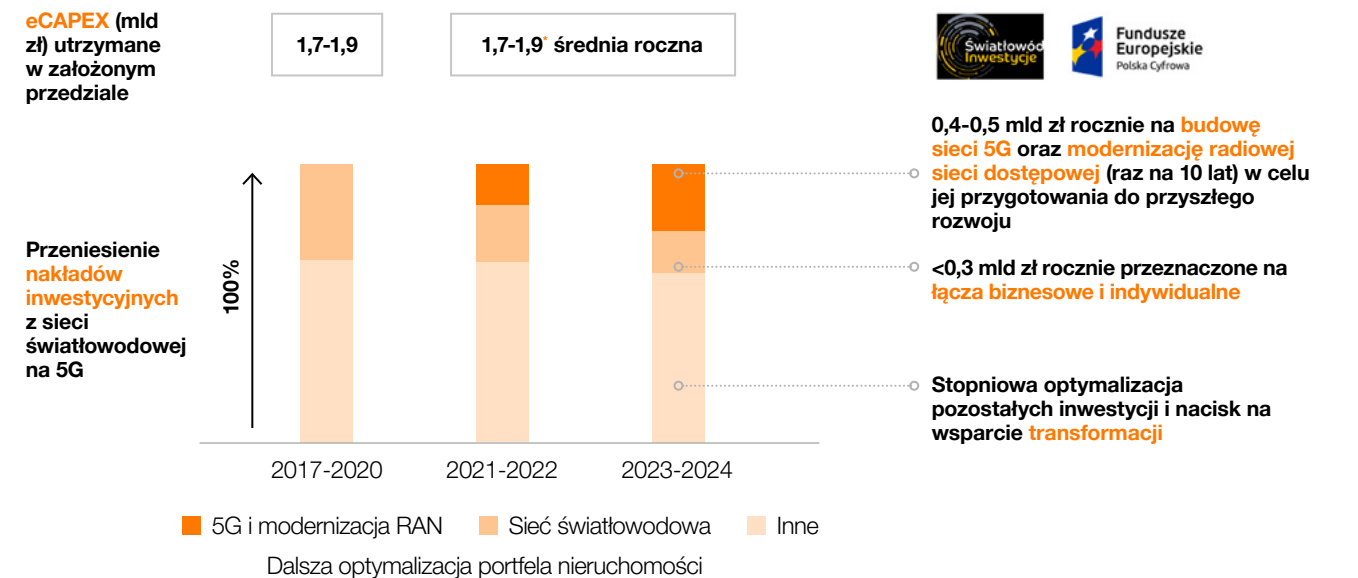
Wykres: Wzrost EBITDAaL dzięki rosnącym przychodom oraz oszczędnościom kosztowym



Nasza przemyślana strategia inwestycyjna była ukierunkowana na wzrost (zwłaszcza w usługach światłowodowych i 5G) oraz podnoszenie efektywności. Zgodnie z planem, struktura nakładów stopniowo ewoluowała od zdominowanej przez światłowody w kierunku większego udziału sieci mobilnej. Przystąpiliśmy do radykalnej modernizacji tej sieci. To projekt o krytycznym znaczeniu, pozwalający nam sprostać gwałtownemu wzrostowi transmisji danych – który już ma miejsce, a w przyszłości jeszcze się nasili. Modernizacja

infrastruktury mobilnej będzie prowadzona przy okazji budowy sieci 5G. Nadal rozszerzamy zasięg usług światłowodowych, ale nie wymaga to od nas znaczących bezpośrednich nakładów, gdyż jest realizowane głównie poprzez partnerstwa. Pomimo znaczącego poziomu inwestycji w wymienione obszary, założyliśmy utrzymanie ekonomicznych nakładów inwestycyjnych na stałym rocznym poziomie 1,7-1,9 mld zł – średnio dla całego okresu. W ten sposób wzrost przychodów przełoży się na wzrost poziomu generowanych środków pieniężnych.

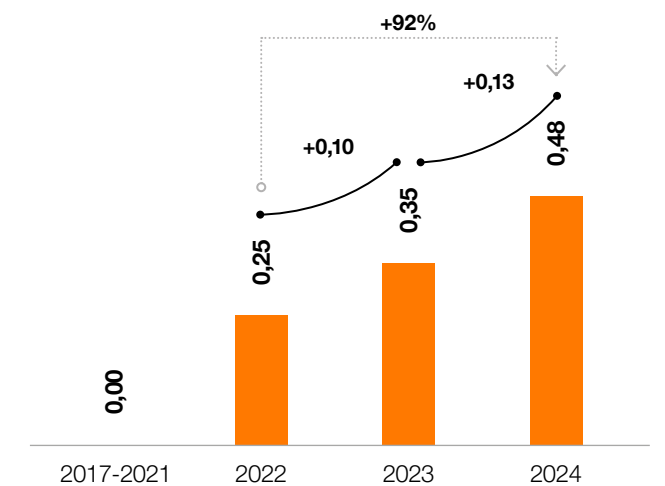
Ewolucja struktury eCapex przy utrzymaniu średniego rocznego poziomu



* Z zastrzeżeniem wpływu ustawy o cyberbezpieczeństwie; z wyłączeniem zakupu częstotliwości

W ramach strategii .Grow zdecydowaliśmy o powrocie do trwałego wynagradzania akcjonariuszy oraz przedstawiliśmy politykę dywidendową. W 2022 roku wypłaciliśmy dywidendę w wysokości 0,25 zł na akcję z zysku za 2021 rok. Była to pierwsza wypłata dywidendy od 2016 roku. W 2023 roku dywidenda wypłacona z zysku za 2022 rok została podwyższona o 40%, do 0,35 zł na akcję. Zgodnie z przyjętą przez nas polityką, ten poziom stał się nowym poziomem bazowym na przyszłość. W dniu 19 kwietnia 2024 roku Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Orange Polska podjęło uchwałę w sprawie wypłaty dywidendy w 2024 roku w wysokości 0,48 zł na jedną akcję z zysku za 2023 rok. To oznacza, że w ciągu dwóch lat wysokość dywidendy wzrosła o ponad 90%.

Wykres: Dywidenda na akcję (w zł)



Po trzech latach realizacji strategii jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia jej celów

Osiągnięte w latach 2021-2023 wyniki pokazują, że osiągamy cele strategiczne oraz zgodnie z planem realizujemy ambicje operacyjne i finansowe. Dzieje się to pomimo ogromnych i nieoczekiwanych wyzwań związanych z otoczeniem zewnętrznym, do których można zaliczyć wybuch wojny na Ukrainie oraz bardzo wysoki wzrost inflacji, zwłaszcza cen energii. Te wyniki dowodzą, że nasza działalność opiera się na bardzo mocnych fundamentach, a ponadto potrafimy na bieżąco reagować i adaptować się do zmieniającego się otoczenia. Utrzymuje się silny popyt na nasze usługi ze strony konsumentów, klientów biznesowych i klientów hurtowych. Konsekwentnie realizujemy komercyjną strategię wartości i kontynuujemy transformację kosztową.

We wszystkich kluczowych usługach abonentowych osiągnęliśmy przyrost liczby klientów, a jednocześnie wzrost średniego przychodu, jaki ci klienci generują. Usługa światłowodu Orange jest obecnie dostępna dla ponad

50% gospodarstw domowych w Polsce. Liczba klientów światłowodu przekroczyła połowę całej bazy klientów dostępu szerokopasmowego, co stanowi symboliczną cezurę w procesie transformacji technologicznej. Dzięki nowemu otwarciu w strategii hurtowej maksymalizujemy monetyzację zasobów, korzystając z popytu na naszą infrastrukturę ze strony innych operatorów. Dynamika wzrostu przychodów z usług IT i integracyjnych przekroczyła nasze oczekiwania, przy czym dzięki szerokim kompetencjom w połączeniu z dużymi możliwościami w zakresie łączności jesteśmy w wyjątkowo dobrym położeniu, aby odnosić korzyści z cyfryzacji polskich przedsiębiorstw.

Cele finansowe są realizowane zgodnie z planem, a nawet go przekraczają. Zapowiedzieliśmy, że dzięki wysokiej dźwigni operacyjnej wzrost przychodów będzie się przekładał na niski do średniego jednocyfrowy wzrost EBITDAaL. Ponadto, poprzez utrzymanie nakładów inwestycyjnych na stabilnym poziomie dążymy do znacznego zwiększenia generowanych przepływów pieniężnych oraz stopy zwrotu z zaangażowanego kapitału (ROCE). Jak pokazano w poniższej tabeli, wzrost przychodów i EBITDAaL jest bliski górnej granicy założonego celu, podczas gdy ekonomiczne nakłady inwestycyjne (eCapex) utrzymują się w pobliżu dolnej granicy przewidywanego poziomu. Pięciokrotnie zwiększyliśmy wartość wskaźnika ROCE oraz utrzymaliśmy bardzo dobrą sytuację bilansową.

Tabela: Po trzech latach realizacja strategii .Grow zgodnie z planem

	Średniookresowa prognoza finansowa (2021-24)*	Wyniki (2021-23)
Przychody	Niski jednocyfrowy wzrost (CAGR)	+4,1% CAGR
EBITDAaL	Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (CAGR)	+4,4% CAGR
eCapex	1,7-1,9 mld zł (średni roczny poziom)	1,67 mld zł (średnio 2021-23)
ROCE	Wzrost 3-4x (z poziomu 1,6% w 2020 roku)	7,6% w 2023 (wzrost 5x)
Dług netto / EBITDAaL	Naszym celem jest utrzymanie bezpiecznej sytuacji bilansowej, przy dźwigni finansowej w przedziale 1,7-2,2x**	1,1x (na koniec 2023)

* Zgodnie ze strategią .Grow przedstawioną w czerwcu 2021 roku

** Długoterminowe perspektywy długu netto do EBITDAaL





03

Orange Polska w 2023 roku

Pytania do Jacka Kunickiego, Członka Zarządu Orange Polska ds. Finansów



P: W jaki sposób, pomimo istotnych trudności wynikających z inflacji, udało się zwiększyć EBITDAaL o ponad 3% w 2023 roku?

Ubiegłoroczne wyniki potwierdziły odporność naszej działalności na trudności zewnętrzne, a także naszą zdolność do adaptowania się do tych wyzwań. Moim zdaniem, wysoka inflacja jest jednym z kluczowych ryzyk dla branży telekomunikacyjnej jako całości. Należy podkreślić, że zdecydowaną większość przychodów z usług uzyskujemy z umów abonamentowych, w których zwykle przez okres 24 miesięcy obowiązują stałe ceny. To sprawia, że w krótkim terminie mamy ograniczoną możliwość przeniesienia wyższych kosztów na klientów. Na ubiegłoroczny wzrost EBITDAaL złożyły się bardzo dobre wyniki w obszarze podstawowej działalności w połączeniu z trwającą transformacją i elastyczną adaptacją bazy kosztowej. Ograniczając wzrost kosztów pośrednich utrzymaliśmy wysoką dźwignię operacyjną, dzięki czemu wzrost marży bezpośredniej przełożył się na wzrost EBITDAaL i zysku netto.

W podstawowej działalności telekomunikacyjnej odnotowaliśmy w ubiegłym roku bardzo dobre wyniki, osiągając wzrost marży bezpośredniej o ponad 4%. Zwiększamy jednocześnie liczbę klientów podstawowych usług telekomunikacyjnych oraz średni przychód, jaki klienci tych usług generują (ARPO). Wzrost tego ostatniego wskaźnika stał się szczególnie istotny ze względu na wysoką inflację. Zintensyfikowaliśmy działania w ramach strategii ukierunkowanej na wartość, którą realizujemy nieprzerwanie od kilku lat. Jednak koncentracja wyłącznie na zwiększaniu ARPO byłaby zbyt krótkoterminowym podejściem – tylko odpowiednio zrównoważony wzrost ilościowy i wartościowy stanowi właściwe połączenie, które może zapewnić stabilny wzrost marży.

Koszty pośrednie zwiększyły się w 2023 roku o ponad 5%, głównie wskutek inflacji. Większość naszych umów najmu infrastruktury telekomunikacyjnej, punktów sprzedaży oraz powierzchni biurowych jest indeksowana do inflacji z poprzedniego roku, co w ubiegłym roku spowodowało dwucyfrowy wzrost związanych z tym kosztów. Podobnie, koszty usług zewnętrznych, koszty wsparcia technicznego oraz obsługi klienta są poddane większej presji inflacyjnej, przy czym istotnym czynnikiem w przypadku niektórych z nich jest podnoszenie minimalnego wynagrodzenia w gospodarce. W znacznym stopniu ograniczyliśmy wpływ tej presji poprzez liczne działania optymalizacyjne. Uzyskaliśmy oszczędności w zakresie kosztów utrzymania nieruchomości, utrzymania sieci, zakupów oraz różnych procesów biznesowych (dzięki ich optymalizacji poprzez automatyzację i cyfryzację). W odróżnieniu od roku 2022, kiedy nasze koszty związane z energią wzrosły w ujęciu rocznym o około 75%, w 2023 roku ta kategoria nie miała istotnego wpływu na ewolucję kosztów całkowitych, dzięki posiadanemu przez nas portfelowi umów na odbiór energii z farm wiatrowych i solarnych po cenach niższych od rynkowych.

P: Inflacja się zmniejszyła. Jakie są zatem główne wyzwania dla wzrostu w 2024 roku?

Cieszy nas znaczny spadek inflacji w pierwszych miesiącach bieżącego roku, ale skorzystamy na tym dopiero w 2025 roku. Ponieważ umowy najmu są indeksowane inflacją z poprzedniego roku, w 2024 roku będzie na nie nadal wpływać ubiegłoroczny wskaźnik inflacji na poziomie 11%. Tak więc, tegoroczny wpływ inflacji na koszty powinien być dość podobny jak w 2023 roku. To samo dotyczy wpływu płacy minimalnej, która w 2024 roku została podwyższona o dalsze 20%. Niesie to dwa skutki: powoduje presję na nasze własne koszty pracy (zwiększyliśmy najniższe pensje w Orange Polska, dostosowując je poziomu rynkowego), a także zmusza część naszych dostawców do podniesienia cen. Zatem z pewnością będziemy nadal odczuwać presję na koszty. To wymaga od nas dalszej transformacji działalności, a także maksymalizacji wartości uzyskiwanej ze wszystkich projektów i aktywów.

Podobnie jak w ubiegłych latach, kluczem do osiągnięcia wzrostu w 2024 roku będą wyniki w obszarze naszej podstawowej działalności, która ma największy wkład pod względem marży. Musimy konsekwentnie realizować strategię komercyjną ukierunkowaną na wartość, utrzymując właściwą równowagę pomiędzy wzrostem ilościowym i wartościowym w kluczowych usługach telekomunikacyjnych oraz uwzględniając silną konkurencję, zwłaszcza w obszarach konwergencji i stacjonarnego dostępu szerokopasmowego. Na początku 2024 roku wygląda na to, że osiągnięcie wzrostu w usługach IT i integracyjnych może być większym wyzwaniem niż w poprzednich latach. Ten obszar odczuwa cykliczne spowolnienie, wynikające z ogólnego pogorszenia sytuacji na rynku IT oraz niższego popytu ze strony sektora publicznego. Usługi IT i integracyjne są dla nas istotnym motorem budowania wartości, wzmacniając naszą pozycję konkurencyjną na rynku biznesowym, i jesteśmy przekonani, że tkwi w nich duży potencjał na przyszłość. Przewidujemy, że począwszy od drugiego półrocza nastąpi stopniowe odbicie w tym obszarze. Podobnie, będzie to trudniejszy rok w obszarze odsprzedaży energii ze względu na niższe ceny rynkowe oraz zmiany regulacji.

Jestem przekonany, że rok 2024 będzie kolejnym rokiem wzrostu dla Orange Polska i zrealizujemy cele strategii .Grow.

P: Zarząd zarekomendował dalsze znaczące zwiększenie dywidendy w 2024 roku. Co umożliwiło ten wzrost i co może potencjalnie sprzyjać dalszemu podnoszeniu dywidendy?

Bardzo nas ucieszyło, że mogliśmy zarekomendować dalsze istotne zwiększenie dywidendy płatnej w 2024 roku z zysku za 2023 rok. To druga kolejna podwyżka od czasu powrotu do wypłacania dywidendy w 2022 roku. W ciągu tych dwóch lat łączny wzrost dywidendy wyniósł ponad 90%. Należy również podkreślić, że ten nowy poziom 0,48 zł na akcję stał się nowym poziomem bazowym do wypłaty dywidendy w 2025 roku, co oznacza, że przyszłoroczna dywidenda będzie co najmniej na tym poziomie.

Zwiększenie dywidendy było możliwe dzięki bardzo dobrym wynikom finansowym oraz solidnej strukturze bilansu. Wyniki ostatnich trzech lat, w których realizowaliśmy strategię .Grow, pokazują, że pomimo olbrzymich wyzwań zewnętrznych osiągamy dokładnie to, co zamierzaliśmy. Na koniec 2023 roku poziom dźwigni finansowej wynosił 1,1x (1,2x po uwzględnieniu pełnej płatności za pasmo 5G, dokonanej w pierwszych dniach stycznia). Wyplacona w ostatnim roku dywidenda (w mln zł) odpowiada praktycznie całości wygenerowanych w tym okresie wolnych przepływów pieniężnych (uwzględniając wyżej wspomnianą pełną płatność za częstotliwości).

Przy ustalaniu wysokości dywidendy zawsze analizujemy długoterminowe perspektywy rentowności operacyjnej, przepływów pieniężnych oraz dźwigni finansowej. Jak wspominałem, 0,48 zł to poziom bazowy do wypłaty dywidendy w roku 2025. Ponadto, w 2024 roku będziemy pracować nad nową strategią średniookresową, która określi nasze cele w nowym okresie strategicznym.

Wyniki w 2023 roku zgodne z założeniami strategii .Grow

+4,8% r/r

Przychody z podstawowych usług telekomunikacyjnych*

+10% r/r

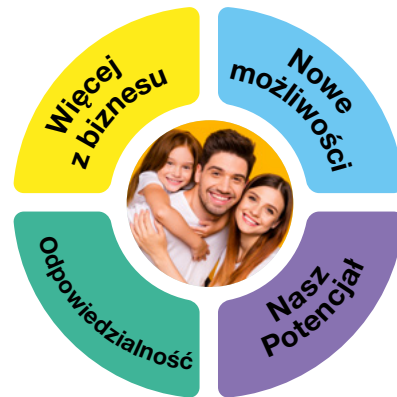
Przychody hurtowe**

-79% CO₂

Redukcja emisji CO₂ (względem 2015)

>80% nauczycieli

przeszkolonych w społeczno-cyfrowym programie dla szkół



+14% r/r

Przychody z usług ICT

>1 tys. stacji bazowych 5G (w paśmie C) dostępnych dla naszych klientów

20% (wobec 17% w 2022 r.)

Udział sprzedaży w kanałach cyfrowych

Szerokie **wprowadzanie robotów** do automatyzacji procesów

Ludzie Orange

>70% pracowników przeszkolonych w zakresie BD/AI, chmury i cyberbezpieczeństwa

* Konwergentne, wyłącznie komórkowe i wyłącznie dostępu szerokopasmowego

** Z wyłączeniem nieświatłowodowych (szybkowych) usług hurtowych i międzyoperatorskich



Wyniki modelu biznesowego

Wdrażając przyjęty model biznesowy i realizując strategiczne cele, dążymy do zapewnienia bezkonkurencyjnej transmisji danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw oraz szerokiej oferty usług dostosowanej do potrzeb klientów. Chcemy, żeby z perspektywy klienta wszystkie kontakty z firmą przebiegały w sprawny i przyjazny sposób.

Jednocześnie pragniemy być elastyczną i sprawną organizacją, stale szukającą pola do poprawy efektywności. Orange Polska rozumie także globalne wyzwania związane z ochroną środowiska i zasobów naturalnych. Realizujemy cele biznesowe z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem.



Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw

■ **Zapewnienie najlepszej jakości sieci**

- niezawodna sieć
- najlepsza jakość sieci bez względu na lokalizację

■ **Zapewnienie oferty usług dostosowanej do potrzeb klientów**

- szerokie, konkurencyjne portfolio usług telekomunikacyjnych
- odpowiednie produkty za odpowiednią cenę



Najlepsze doświadczenie klienta

■ **Optymalna struktura kanałów sprzedaży**

- optymalizacja i wzmocnienie cyfrowych kanałów sprzedaży

■ **Zapewnienie klientom sprawnej i przyjaznej obsługi**

- uproszczenie procedur i eliminacja zbędnych procedur i utrudnień
- załatwianie spraw w czasie jednego kontaktu
- wysoki wskaźnik NPS
- usługi dostępne dla wszystkich



Pełny łańcuch wartości w obszarze transformacji cyfrowej dla przedsiębiorstw

■ **Integrator i dostawca usług cyfrowych**

- doradztwo i integracja kompleksowych usług transformacyjnych dla przedsiębiorstw
- cyfrowy partner w zakresie bezpieczeństwa, rozwiązań chmurowych, infrastruktury IT i sieci



Efektywność i odpowiedzialność w działaniu

■ **Nacisk na poprawę efektywności**

- elastyczna i sprawna organizacja stale szukająca pola do poprawy efektywności
- ciągła transformacja kosztów pośrednich
- optymalizacja i automatyzacja procesów

■ **Zarządzanie wpływem na środowisko**

- realizacja celów biznesowych z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem

■ **Wpływ na społeczeństwo**

- programy społeczne

■ **Przyjazny pracodawca w cyfrowym świecie**

- inwestowanie w rozwój pracowników

Aby ułatwić ocenę postępów w budowaniu wartości dla interesariuszy i realizacji wyżej określonych celów, w niniejszym rozdziale wykorzystujemy wskaźniki KPI jako miarę sukcesu.

Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw



Zapewnienie najlepszej jakości sieci

KPI	Zakładane cele	Realizacja
Liczba gospodarstw domowych w zasięgu sieci światłowodowej	Zapewnienie najlepszej jakości sieci w technologii mobilnej i stacjonarnej dla wszystkich klientów, bez względu na lokalizację geograficzną	Liczba gospodarstw domowych w zasięgu: 2020: 5,0 mln 2021: 5,9 mln 2022: 7,1 mln 2023: 8,0 mln
Pokrycie dla sieci 4G	Zwiększenie gęstości usług z agregacją pasma LTE równolegle do wdrażania technologii 5G	Na zewnątrz budynków: 2020: 99,9% 2021: 99,9% 2022: 99,9% 2023: 99,9% Wewnątrz budynków: 2020: 97,3% 2021: 97,4% 2022: 97,6% 2023: 97,7% Agregacja pasma 4G: 90,4%

Jakość sieci jest jednym z filarów naszej strategii. W obliczu rosnącego popytu na coraz większe wolumeny i prędkości transmisji danych, dzięki inwestycjom w odpowiednio dobrany zestaw technologii oraz utrzymaniu i modernizacji istniejącej infrastruktury sieciowej, Orange Polska może nadal pozyskiwać klientów obietnicą szybkich i niezawodnych usług. W 2023 roku nadal koncentrowaliśmy się na technologii światłowodowej w celu sprostania popytowi na szybki internet, a także podnieśliśmy jakość sieci komórkowej, aby odpowiedzieć na gwałtowny wzrost przesyłu danych.

Sieć stacjonarna

Od 2015 roku jesteśmy skoncentrowani na intensywnym rozwoju sieci dostępu do internetu w technologii FTTH. Światłowód jest dla nas jednym z głównych elementów strategii marketingowej opartej na oferowaniu usług konwergentnych oraz budowaniu wartości. W 2023 roku zasięg naszych usług światłowodowych zwiększył się o 900 tys. gospodarstw domowych. Na koniec ubiegłego roku, w zasięgu tych usług znajdowało się łącznie prawie 8,0 mln gospodarstw domowych, co stanowi ponad 50% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce. Do końca roku 2020 roku zwiększanie zasięgów następowało głównie w wyniku budowy naszej własnej sieci. Od 2021 roku w dużo większym stopniu polegamy na porozumieniach z innymi operatorami,

a budowę własnej sieci ograniczamy do poszerzania zasięgu w ramach programu Polska Cyfrowa. Jednym z naszych kluczowych partnerów jest spółka Światłowód Inwestycje (w której Orange Polska posiada 50% udziałów), która buduje sieć światłowodową głównie na obszarach o małej lub średniej konkurencji. Na koniec 2023 roku wykorzystywaliśmy infrastrukturę 59 operatorów, obejmującą zasięgiem ponad 4,2 mln gospodarstw domowych.

Jesteśmy największym w Polsce dostawcą usług hurtowych dla innych operatorów. Rośnie zapotrzebowanie klientów na pasmo transmisyjne, w szczególności na łącza o przepływnościach nx10 Gb/s, 40 Gb/s i 100 Gb/s. Wychodząc naprzeciw tym potrzebom, Orange Polska systematycznie rozbudowuje krajowy szkielet optycznej sieci transmisyjnej OTN (Optical Transport Network). W 2023 roku zwiększyliśmy liczbę węzłów tej sieci, powiększając jej pojemność transportową z 17 Tb/s na koniec 2022 roku do 19,4 Tb/s na koniec 2023 roku.

Orange Polska jest jedynym operatorem w Polsce, do którego sieci są dołączone wszystkie Centra Powiadomienia Ratunkowego (CPR), obsługujące numery alarmowe 112, 997, 998, 999 oraz eCall. Do sieci Orange Polska jest dołączonych około 90% wszystkich numerów alarmowych w Polsce (ponad 500 lokalizacji). Korzyścią z tego są przychody od innych operatorów alternatywnych za zakańczanie połączeń ruchu

alarmowego w sieci Orange oraz przychody abonamentowe.

Wskaźnik jakości połączeń telefonicznych (WSPT) w sieci stacjonarnej osiągnął na koniec grudnia 2023 roku wartość 99,25%, co świadczy o bardzo wysokiej jakości usług telefonii stacjonarnej Orange Polska.

Sieć mobilna

W odpowiedzi na dynamicznie rosnący wolumen przesyłanych danych, konsekwentnie zwiększamy liczbę oraz rozbudowujemy konfigurację stacji bazowych. W 2023 roku nasi klienci otrzymali możliwość korzystania z kolejnych 262 stacji. Na koniec grudnia ubiegłego roku w zasięgu technologii 4G, z wykorzystaniem wszystkich pasm, znajdowało się 99,9% mieszkańców na 98,5% terytorium Polski. Usługi 4G były świadczone za pomocą prawie 12 300 stacji, z których ponad 11 200 pozwalało na agregację pasma.

W celu zwiększenia przepustowości sieci oraz poprawy doświadczenia klienta, kontynuowaliśmy realizację planu modernizacji radiowej sieci dostępowej, obejmującego wymianę lub odnowę istniejących urządzeń. Ten projekt, rozłożony na cztery lata, przyniesie poprawę jakości tej sieci



dzięki zwiększonej liczbie warstw LTE w paśmie 1800/2100 MHz (z poprawą przepustowości dzięki technologii MIMO4x4) oraz dodatkowym urządzeniem pracującym w pasmach 800 MHz i 2600 MHz. Jednak w naszej ocenie, najważniejszym czynnikiem prowadzącym do poprawy parametrów sieci komórkowej będzie uruchomienie technologii 5G w przeznaczonych dla niej pasmach (poczynając od pasma C, które zostało rozdzielone pod koniec 2023 roku).

Ewolucja zasięgu LTE na zewnątrz i wewnątrz budynków

Tabela: Zasięg LTE na zewnątrz budynków

Date	Zasięg – powierzchnia	Zasięg – populacja	System
31/12/2020	98,43%	99,88%	Wszystkie pasma LTE
31/12/2021	98,50%	99,89%	Wszystkie pasma LTE
31/12/2022	98,50%	99,90%	Wszystkie pasma LTE
31/12/2023	98,50%	99,90%	Wszystkie pasma LTE

Tabela: Zasięg LTE na zewnątrz budynków

Date	Zasięg – powierzchnia	Zasięg – populacja	System
31/12/2020	86,33%	97,27%	Wszystkie pasma LTE
31/12/2021	86,62%	97,41%	Wszystkie pasma LTE
31/12/2022	86,93%	97,58%	Wszystkie pasma LTE
31/12/2023	87,03%	97,70%	Wszystkie pasma LTE

Zapewnienie oferty usług dostosowanej do potrzeb klientów

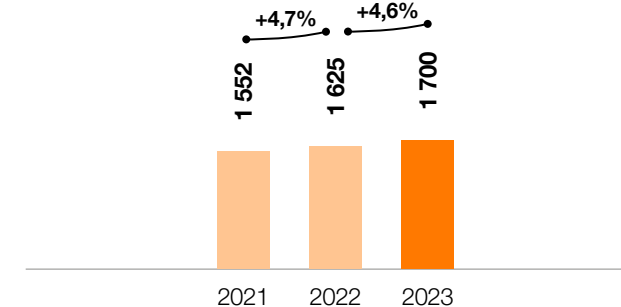
KPI	Zakładane cele	Realizacja
Liczba indywidualnych klientów konwergentnych	Zapewnienie pełnego portfolio usług, wzbogaconego o produkty dodane, w celu umocnienia naszej pozycji jako unikalnego dostawcy usług konwergentnych w Polsce	2020: 1 483 tys. 2021: 1 552 tys. 2022: 1 625 tys. 2023: 1 700 tys.
Liczba kart SIM		2020: 15 752 tys. 2021: 16 800 tys. 2022: 17 630 tys. 2023: 17 628 tys.
Liczba kart SIM dla abonamentowych usług głosowych		2020: 8 095 tys. 2021: 8 424 tys. 2022: 8 723 tys. 2023: 8 941 tys.
Liczba przedpłaconych kart SIM		2020: 4 860 tys. 2021: 4 953 tys. 2022: 5 064 tys. 2023: 4 485 tys.
Liczba detalicznych klientów internetu stacjonarnego		2020: 2 702 tys. 2021: 2 746 tys. 2022: 2 804 tys. 2023: 2 821 tys.
Liczba detalicznych klientów usług światłowodowych		2020: 725 tys. 2021: 945 tys. 2022: 1 171 tys. 2023: 1 349 tys.
Liczba hurtowych światłowodowych łączy abonenckich		2020: 26k 2021: 53k 2022: 83k 2023: 117k
Udział ofert konwergentnych wśród indywidualnych klientów internetu stacjonarnego		2020: 65% 2021: 67% 2022: 69% 2023: 71%
Liczba klientów stacjonarnych usług głosowych		2020: 2 899 tys. 2021: 2 702 tys. 2022: 2 572 tys. 2023: 2 428 tys.

W 2023 roku nasza działalność komercyjna koncentrowała się nadal na dostarczaniu pakietu usług mobilnych i stacjonarnych, co określamy mianem konwergencji. Konwergencja decyduje o naszej przewadze nad konkurencją, stanowi doskonałe narzędzie do budowania lojalności klientów oraz umożliwia dosprzedaż usług, pozwalając uzyskać większy udział w wydatkach gospodarstw domowych na usługi telekomunikacyjne i media.

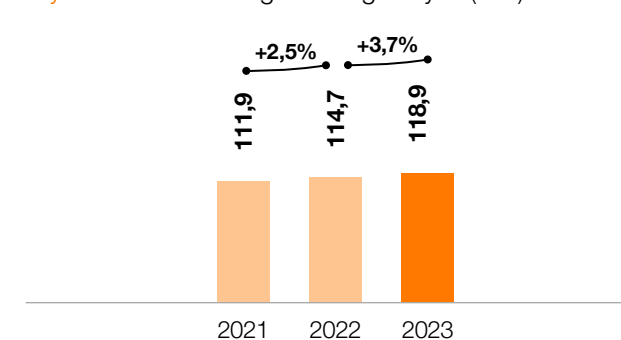
Konwergencja: odpowiedź na potrzeby gospodarstw domowych i siła napędowa strategii

Jednym z podstawowych celów strategii marketingowej Orange Polska wobec klientów indywidualnych jest maksymalizacja sprzedaży usług telekomunikacyjnych gospodarstwom domowym. Konwergencja, czyli sprzedaż pakietów usług mobilnych i stacjonarnych, kompleksowo odpowiada na potrzeby gospodarstwa domowego w zakresie takich usług oraz przyczynia się do wzrostu satysfakcji klientów i zmniejszenia wskaźnika odejść. Poprzez ofertę konwergentną jesteśmy z jednej strony w stanie wejść z naszymi usługami do nowych gospodarstw domowych, a z drugiej strony dosprzedawać kolejne usługi tam, gdzie już jesteśmy obecni, wypierając konkurentów, którzy nie są w stanie zaproponować tak kompleksowej oferty.

Wykres: Baza indywidualnych klientów konwergentnych (w tys.)



Wykres: ARPO z usług konwergentnych (w zł)



Liczba indywidualnych klientów konwergentnych wzrosła w 2023 roku o 75 tys. (niecałe 5%), osiągając 1,7 mln. Dynamika wzrostu była podobna jak w roku poprzednim. Należy wspomnieć, że poziom nasycenia bazy klientów internetowych usługami konwergentnymi przekroczył już znaczący poziom 70%. W dalszym ciągu większość usług mobilnych oraz internetu stacjonarnego jest sprzedawanych w formule pakietów konwergentnych. Należy wspomnieć,

że rynek usług konwergentnych stał się w ostatnim czasie bardziej konkurencyjny, gdyż wszyscy główni operatorzy mobilni wdrażają strategię sprzedaży kompleksowych usług dla domu. Sprzyja temu wyrównywanie zasięgów, na których operatorzy mogą oferować usługi dostępu do internetu w technologii światłowodowej, wynikające głównie z partnerstw hurtowych. Całkowita liczba usług świadczonych w ramach konwergencji wśród klientów indywidualnych osiągnęła 6,6 mln, co oznacza, że średnio każdy indywidualny klient konwergentny posiada około czterech usług w Orange.

W lipcu 2023 roku, w ramach strategii „więcej za więcej”, podnieśliśmy ceny pakietów konwergentnych Orange Love. Podwyżka wyniosła od 5 zł do 7,5 zł (w zależności od opcji szybkości światłowodu) w zamian za większy pakiet danych do wykorzystania oraz usługę CyberOchrona.

Wskaźnik ARPO z usług konwergentnych wzrósł w ujęciu rocznym o prawie 4%, do poziomu 118,9 zł. Było to przede wszystkim wynikiem strategii nastawionej na wartość oraz rosnącego udziału usług światłowodowych i TV.

Solidne wyniki komercyjne w usługach komórkowych, strategia ukierunkowana na wartość stopniowo przekłada się na wzrost ARPO

Na koniec 2023 roku liczba usług mobilnych Orange Polska wyniosła 17,6 mln i w stosunku do końca poprzedniego roku praktycznie nie uległa zmianie. Na ten wynik złożył się wzrost w usługach kontraktowych oraz spadek w usługach przedpłaconych.

W usługach kontraktowych trendy dotyczące liczby kart SIM nie uległy istotnym zmianom:

- wolumen najistotniejszych biznesowo ofert głosowych wzrósł o 2,5% rok-do-roku, co było wynikiem konsekwentnego wdrażania strategii komercyjnej opartej na wartości, skupienia się na pozyskaniu klientów w ramach oferty konwergentnej Orange Love, stabilnego wzrostu w markach nju mobile i Flex oraz pozyskiwania klientów na rynku biznesowym;
- liczba usług internetu mobilnego nadal spadała, lecz był on dużo niższy niż w poprzednich okresach i wynikał głównie ze wzrostu wielkości pakietów danych dla smartfonów w głosowych planach taryfowych;
- nadal rosła liczba kart SIM związanych z usługami telemetrii – M2M (wzrost o 12% rok do roku), głównie w wyniku popytu ze strony sektora energetycznego, branży usług ochrony i branży transportowej (wykorzystującej usługi GPS).

Liczba usług przedpłaconych zmniejszyła się w 2023 roku o 11%. Była to kontynuacja spadków z drugiej połowy 2022 roku, wynikająca głównie ze znacznego spadku aktywacji nowych kart pre-paid po wyjątkowo wysokiej liczbie tych aktywacji w pierwszej połowie ubiegłego roku (w związku z popytem ze strony uchodźców z Ukrainy). Na to nałożyły się zmiany w naszej ofercie komercyjnej, polegające głównie na skróceniu okresu ważności konta dla jednorazowo aktywowanych kart, a także silna konkurencja.

W 2023 roku skupialiśmy się głównie na monetyzacji podwyżek tariff dla klientów indywidualnych w formule „więcej za więcej”, wprowadzonych pod koniec 2022 roku. Wtedy w każdym planie abonamentowym dla klientów indywidualnych wprowadziliśmy podwyżkę o 5 zł, zwiększając pakiety danych do wykorzystania oraz dodając w cenie usługę CyberTarcza, czyli narzędzie chroniące klientów przed cyberatakami. Jednocześnie liczba planów taryfowych została zredukowana do trzech poprzez likwidację najniższego planu. Nadal podnosiliśmy również atrakcyjność oferty. Wprowadziliśmy możliwość oglądania 27 kanałów telewizji na urządzeniach mobilnych w ramach wszystkich planów taryfowych w cenie abonamentu. Pod koniec 2023 roku zwiększyliśmy pakiety danych we wszystkich planach bez zmiany ceny, zwiększając ich atrakcyjność dla klientów w okresie świątecznym. Pod koniec stycznia 2024 roku wprowadziliśmy kolejną podwyżkę wszystkich planów taryfowych o 5 zł.

Zagregowany wskaźnik ARPO dla usług wyłącznie komórkowych wyniósł w 2023 roku 21,9 zł i w ujęciu rocznym był o 7,9% wyższy. Wzrost dotyczył zarówno usług kontraktowych jak i przedpłaconych.

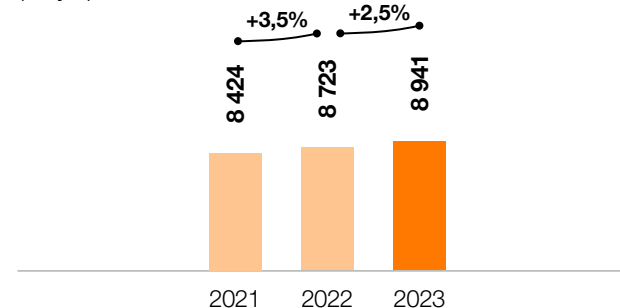
Wskaźnik ARPO z kontraktowych usług głosowych wzrósł o 3,2%, co oznacza zwiększenie dynamiki w porównaniu z 2022 rokiem, kiedy wzrost wyniósł 2,5%. Na poprawę trendu miało wpływ głównie nastawienie na wartość i związane z tym podwyżki cen w ramach strategii „więcej za więcej”, zarówno na rynku konsumenckim jak i biznesowym (dla klientów z segmentu małych firm).

Należy wspomnieć, że raportowane ARPO z usług wyłącznie komórkowych jest rozładane przez systematyczną migrację klientów głównej marki Orange do konwergencji oraz rosnący udział klientów marek Nju i Flex, które mają istotnie niższe średnie przychody na klienta.

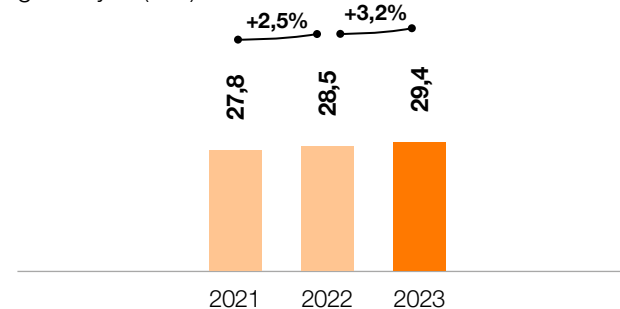
Wskaźnik ARPO z usług przedpłaconych wzrósł aż o 11%, głównie na skutek zmian w strukturze aktywacji (stopniowe wygaszanie kart aktywowanych przez uchodźców z Ukrainy

w pierwszej połowie 2022 roku), zmian w ofercie komercyjnej (polegających głównie na skróceniu ważności konta dla jednorazowo aktywowanych kart, które generują bardzo niskie ARPO) oraz strategii ukierunkowanej na wartość (podwyżki cen w taryfach cennikowych wprowadzonej w drugiej połowie 2022 roku).

Wykres: Baza klientów komórkowych usług głosowych (w tys.)



Wykres: ARPO z wyłącznie komórkowych usług głosowych (w zł)



Internet stacjonarny: usługi światłowodowe źródłem przewagi konkurencyjnej i wsparciem konwergencji

Całkowita baza klientów Internetu stacjonarnego zwiększyła się w 2023 roku o 17 tys. użytkowników. Był to wzrost mniejszy niż w 2022 roku, kiedy wyniósł 58 tys. Wynikało to przede wszystkim z większej konkurencji, głównie ze strony innych operatorów mobilnych, którzy wdrażają strategię sprzedaży usług dla domu i w większej skali niż dotychczas oferują dostęp do internetu w technologii światłowodowej. Baza detalicznych klientów światłowodowych wzrosła w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy o 178 tys. i na koniec 2023 roku wyniosła 1.349 tys. Utrzymał się dobry popyt na usługi światłowodowe, ale na nasze wyniki komercyjne wpłynęła większa konkurencja, wynikająca przede wszystkim z inwestycji innych operatorów w sieci światłowodowe oraz nawiązywania partnerstw hurtowych. Powoduje to, że pomiędzy głównymi graczami następuje wyrównanie zasięgów, na których są

oferowane usługi w technologii światłowodowej. Nasylenie sieci usługami (biorąc pod uwagę klientów detalicznych oraz innych operatorów sprzedających swoje usługi na naszej sieci światłowodowej) przekroczyło 18%. Podstawową prędkością usługi światłowodowej jest 300 Mb/s, ale w ofercie mamy również dodatkowo płatne prędkości 600 Mb/s oraz 1 Gb/s. Ich udział w nowej sprzedaży systematycznie rośnie, co sprzyja wzrostowi średnich przychodów na klienta.

Dynamiczny wzrost w usłudze światłowodu napędza transformację technologiczną naszej bazy klientów internetowych. Na koniec 2023 roku udział klientów światłowodowych osiągnął 48% w porównaniu do 42% rok wcześniej.

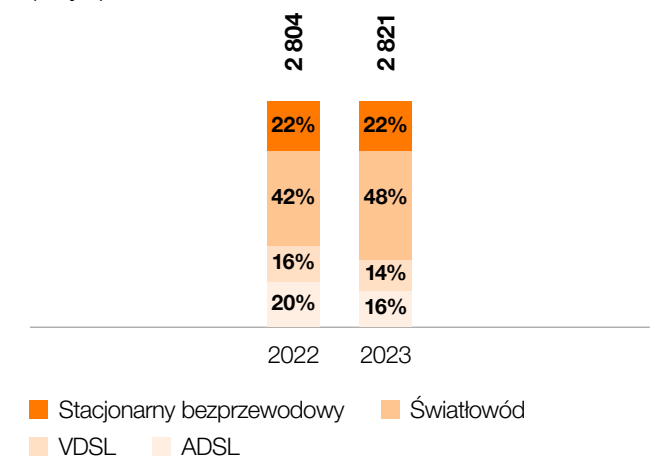
Istotnym czynnikiem w konkurowaniu o klienta internetu stacjonarnego jest jakość oferty telewizyjnej, przy czym polski rynek charakteryzuje się niewielką ekskluzywnością treści. Nawet drogie treści telewizyjne (np. prawa sportowe), których nabywcami w Polsce są głównie platformy satelitarne, są szeroko dystrybuowane do telewizji kablowych. Orange Polska kontynuuje strategię dystrybutora treści, współpracując ze wszystkimi istotnymi nadawcami treści.

Silny wzrost w usłudze światłowodu napędza transformację technologiczną naszej bazy klientów internetowych. Udział klientów światłowodowych osiągnął na koniec 2023 r. 48% w porównaniu do 42% rok wcześniej.

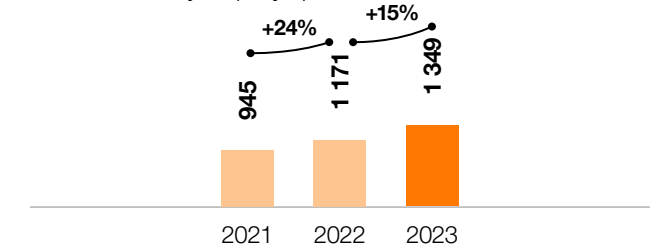
Wskaźnik ARPO z usług wyłącznie szerokopasmowych uległ dalszej poprawie. Na wzrost o prawie 4% miały głównie wpływ dwa czynniki:

- podwyżki cen wprowadzone w latach ubiegłych;
- rosnący udział bazy klientów światłowodowych, którzy generują dużo wyższy średni przychód na abonenta z uwagi na większy udział usługi telewizyjnej, rosnący udział klientów w domach jednorodzinnych (gdzie cena usługi jest wyższa) oraz rosnący udział klientów korzystających z wyższych prędkości (600 Mb/s i 1 Gb/s), które są droższe.

Wykres: Baza klientów dostępu szerokopasmowego (w tys.)



Wykres: Baza detalicznych klientów usług światłowodowych (w tys.)



Stacjonarne usługi głosowe: kontynuacja niekorzystnych trendów

W 2023 roku spadek liczby klientów telefonii stacjonarnej (z wyłączeniem technologii VoIP) wyniósł 185 tys. i był podobny jak w 2022 roku. Do spadków przyczyniają się głównie strukturalne czynniki demograficzne oraz atrakcyjność usług mobilnych w opcji z nielimitowanymi rozmowami do wszystkich sieci. Istotną rolę odgrywa również nasza strategia konwergentna, która powoduje częściową migrację klientów do technologii VoIP. Średni przychód na klienta nieznacznie spadł do poziomu 36,0 zł.



Najlepsze doświadczenie klienta



Zakładane cele	KPI	Realizacja
Zapewnienie wszystkim klientom łatwego dostępu do naszych produktów i usług poprzez różne kanały kontaktu	Liczba punktów sprzedaży	2020: 687 2021: 653 2022: 617 2023: 604
	% punktów sprzedaży przystosowanych do potrzeb klientów z niepełnosprawnością	2020: 20% 2021: 21% 2022: 22% 2023: 23%
	Liczba zmodernizowanych salonów (projekt Best Retail Network)	2020: 317 2021: 365 2022: 450 2023: 461
	% sprzedaży w kanałach cyfrowych	2020: 14% 2021: 16% 2022: 17% 2023: 20%

Intensywne działania w celu optymalizacji ścieżki sprzedaży

Nasza sieć dystrybucji nieustannie ewoluuje, żeby z jednej strony coraz lepiej wpisywać się w zmieniające się potrzeby klientów, a z drugiej polepszać swoją efektywność biznesową. W szczególności, od 2021 roku skupiliśmy się na budowaniu doświadczenia klientów w wielokanałowym modelu obsługi – ten priorytet został utrzymany w 2023 roku. Nasza strategia stawia klientów w centrum wszystkich działań i skupia się na zapewnieniu im możliwie najdogodniejszej ścieżki zakupu.

Kontynuowaliśmy rozwój pięciu filarów obsługi wielokanałowej:

- **Personalizacja** – realizowana poprzez przewidywanie potrzeb klientów i oferowanie im odpowiednio dopasowanych usług;
- Zbieranie danych w czasie kontaktów z klientami i dbanie o to, aby w każdym punkcie kontaktu (sprzedaż, obsługa klienta, biling itp.) był dostępny **widok klienta 360°**;
- **Aplikacja Mój Orange** stała się sercem zarządzania relacjami z klientami – dzięki silnemu trendowi wśród klientów, którzy coraz częściej zwracają się ku obsłudze online;
- **Jednolite zarządzanie zasobami** w ramach wspólnego systemu umożliwi zarządzanie w czasie rzeczywistym

dostępnością urzędzeń w naszym magazynie centralnym oraz wybór opcji dostawy: odbiór w salonie, kurier, paczkomat;

- **Procesy i narzędzia**, umożliwiające kontynuowanie obsługi, takie jak „przewodzenie kontaktu”, „link z ofertą” (umożliwiający dokończenie zamówienia przez internet, jeżeli nie zostało to zrobione przy pierwszym kontakcie ze sprzedawcą w salonie lub przez telefon) czy „umówienie wizyty w salonie”.

Jesteśmy przekonani, że podejście wielokanałowe jest kluczowym elementem dla zapewnienia najlepszego doświadczenia klientów w czasie procesu sprzedaży. Orange Polska zapewnia dostępność wielu kanałów sprzedaży i spełnia dzięki temu oczekiwania różnych grup klientów, niezależnie od ich preferencji i potrzeb.

Optymalizacja i zwiększenie skuteczności działania kanałów sprzedaży

Głównym celem Spółki jest rozwijanie internetowego kanału sprzedaży, a także optymalizacja i unowocześnianie salonów sprzedaży w taki sposób, by dopasować je do trendów rynkowych i konsumenckich, co ma bezpośrednie przełożenie na satysfakcję klientów i dalszą poprawę efektywności.

Dynamiczny rozwój sprzedaży internetowej oraz wszechobecna cyfryzacja wpływają na oczekiwania i preferencje zakupowe klientów. Tym samym, stopniowo zmienia się rola salonów jako głównego kanału kontaktu, w którym na zakup usług decyduje się większość nowych klientów. Jednak obecni klienci, którzy chcą dokupić dodatkowe usługi Orange, robią to w większości właśnie w salonach. Dlatego inwestujemy w rozwój sieci sprzedaży.

Największym kanałem sprzedaży pozostają fizyczne salony sprzedaży. Na koniec 2023 roku Orange Polska posiadał 604 salony sprzedaży na terenie kraju. Ich sieć podlega ciągłej modernizacji i optymalizacji. Z jednej strony oznacza to zmniejszenie ich liczby (na koniec grudnia było ich 604), z drugiej strony przeobrażenia w celu lepszego sprostania potrzebom klientów, w ramach projektu Best Retail Network (BRN; pol. najlepsza sieć sprzedaży). Rozwiązania znane wcześniej tylko z dużych salonów typu Smart Store, m.in. intuicyjne i funkcjonalne wnętrza, wykorzystujemy również w mniejszych salonach. Na koniec grudnia do nowej wizualizacji zostało łącznie zmodernizowanych 461 punktów sprzedaży (w porównaniu do 450 na koniec 2022 roku). W 2023 roku otworzyliśmy trzy punkty sprzedaży oparte na nowej koncepcji „zielonych salonów”. To unikalne rozwiązanie wśród wszystkich spółek z Grupy Orange. W zielonych salonach prezentujemy produkty i usługi oraz rozmaite rozwiązania zachęcające klientów do zmiany przyzwyczajzeń na bardziej dostosowane do zrównoważonego rozwoju w celu wspólnego dbania o planetę. Wdrażane zmiany są doceniane przez klientów, co potwierdziło przeprowadzone przez Minds & Roses badanie, w którym drugi rok z rzędu nasza sieć sprzedaży zajęła pierwsze miejsce pod względem transakcyjnego wskaźnika NPS dla salonów. To oznacza, że osoby, które odwiedzają nasze salony, deklarują, że polecąby salon Orange innym, częściej, niż robią to klienci operatorów konkurencyjnych w stosunku do ich salonów.

Kanałem, który stopniowo i systematycznie zyskuje w strukturze dystrybucji, jest kanał online. Kluczowym czynnikiem tego wzrostu jest aplikacja Mój Orange, którą stale doskonalimy, zwiększając jej atrakcyjność i użyteczność dla klientów. Ta aplikacja jest wiodącym narzędziem kontaktu z klientem, pozwalającym sukcesywnie budować ich lojalność i zaangażowanie. Kluczem do sukcesu jest ciągła optymalizacja procesów i kampanii sprzedażowych we wszystkich cyfrowych punktach styku z klientem. Komunikowanie treści w oparciu o profile behawioralne pozwala na dotarcie do odbiorców z dedykowaną ofertą w najlepszym momencie cyklu życia

klienta. W kanale online w coraz większym stopniu sięgamy po narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, intensywnie edukując klientów w zakresie wykorzystania kanałów samoobsługowych. Takie rozwiązania jak „wirtualna asysta” wydają się być przyszłością kanałów cyfrowych. Kontynuujemy również budowanie pozycji kanału online jako miejsca, w którym klient znajdzie ekskluzywne oferty (część z nich jest dostępna wyłącznie w aplikacji Mój Orange). W efekcie tych działań, udział sprzedaży przez kanały cyfrowe wzrósł do 20%.

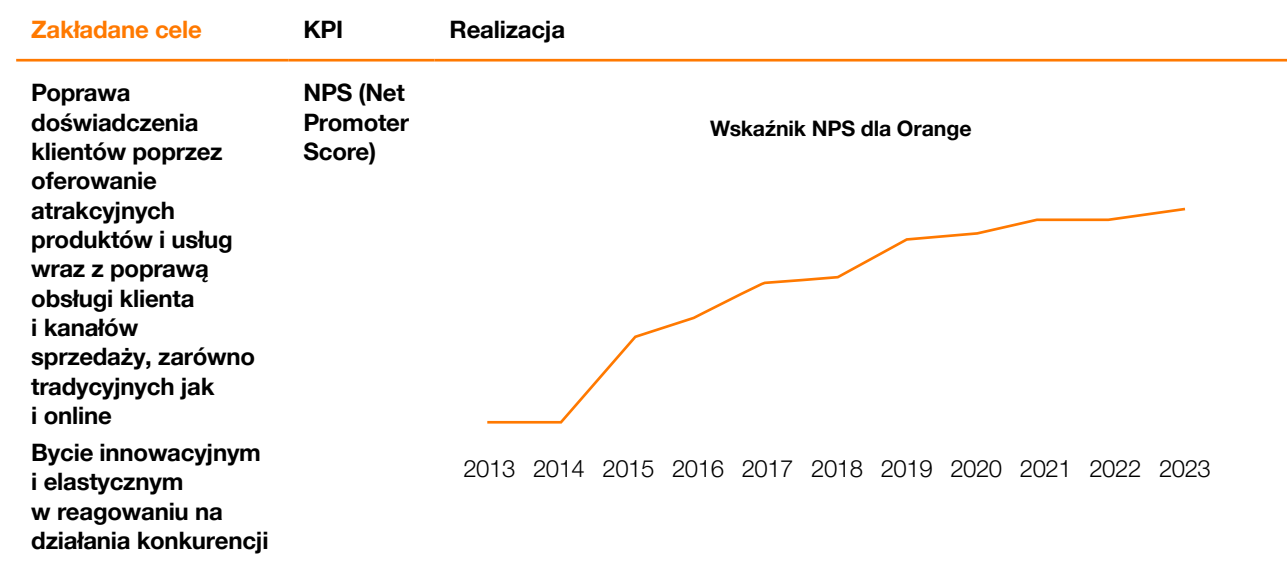
Nasza w pełni cyfrowa oferta **Orange Flex** odnotowała w 2023 roku doskonałe wyniki: liczba klientów tej usługi przekroczyła 300 tys., co znacząco przyczyniło się do wzrostu całkowitej liczby klientów komórkowych usług głosowych Orange Polska. Warto zauważyć, że ta cyfrowa oferta zyskała dużą popularność wśród cudzoziemców. W ramach rozwijania tego produktu dodaliśmy wiele nowych możliwości, odpowiadając na potrzeby klientów przekazywane przez czat, badania opinii oraz media społecznościowe. Oferta Flex stała się także elementem realizacji strategii ukierunkowanej na wartość. W 2023 roku opłata za najtańszy plan została podniesiona z 25 zł na 30 zł. W zakresie rozwoju produktu, skoncentrowaliśmy się na realizacji tego, co zgłaszali klienci (m.in. odświeżenie ekranu głównego w celu utrzymania atrakcyjności dla użytkowników; wprowadzenie pełnego, nielimitowanego dostępu do internetu; obsługa paczkomatów InPost), a także wprowadzeniu innowacyjnych rozwiązań, takich jak przeniesienie własności numeru (co na rynku telekomunikacyjnym w Polsce jest realizowane w pełni cyfrowo wyłącznie w usłudze Orange Flex).

W kanale telesprzedaży realizowaliśmy dalszy proces transformacji sieci, dopasowując ją do nowych modeli predykcyjnych, a także zwiększaliśmy wykorzystanie narzędzi sztucznej inteligencji w procesie docierania do klientów i podnoszenia efektywności kosztowej. Wdrożyliśmy nową segmentację klientów światłowodowych, zwiększając efektywność kampanii poprzez precyzyjne dostosowanie oferty, a także włączyliśmy się w proces prekomercjalizacji planowanych inwestycji światłowodowych. Równoległe z Telesprzedażą funkcjonuje infolinia obsługowa, która łączy obsługę ze sprzedażą doradcą: pod jednym numerem klienci mogą załatwić każdą sprawę z Orange, począwszy od skomplikowanych problemów technicznych, poprzez zapytania, przedłużenie umowy i zakup nowych usług, a skończywszy na zakupie smartfonów, akcesoriów i urzędzeń z obszaru Internetu Rzeczy. Około 90% naszych klientów jest zadowolonych z takiego rozwiązania. Od wielu lat w obsłudze i sprzedaży

pomaga nam Max – oparty na sztucznej inteligencji bot; systematycznie uruchamiamy jego kolejne funkcjonalności. Klienci mogą również korzystać z bezpośredniego kontaktu z przedstawicielami kanału Sprzedaży Aktywnej. Orange Polska wykorzystuje zaawansowane narzędzia geomarketingowe do efektywnego planowania obszarów pracy sprzedawców. Terenem ich pracy są najczęściej obszary inwestycji światłowodowych w miastach.

W zakresie rynku usług przedpłaconych, w 2023 roku koncentrowaliśmy się na budowaniu stabilnej sieci dystrybucji kart SIM, w tym w kanale online (m.in. w sklepie internetowym orange.pl) oraz specjalnych punktach obsługujących klientów z Ukrainy. Odnotowaliśmy kolejne rekordy sprzedaży doładowań oraz doładowań zdalnych – w bankowości internetowej oraz kanałach własnych (strona orange.pl i aplikacja Mój Orange). Pomimo rozwoju kanałów zdalnych, utrzymujemy dla klientów stałą bazę ok. 80 tys. punktów doładowań, takich jak sklepy spożywcze, kioski i stacje paliw.

Zapewnienie klientom sprawnej i przyjaznej obsługi



Budowanie pozytywnych doświadczeń klientów

W centrum wszystkiego, co robimy, są klienci. Dlatego koncentrujemy się w naszych działaniach na budowaniu pozytywnych doświadczeń klientów oraz trwałych i silnych relacji z nimi, wykorzystując nowoczesne kanały cyfrowe. Skupiamy wszystkich pracowników wokół wspólnej idei zapewnienia klientom Orange najlepszych doświadczeń, począwszy od tworzenia oferty, poprzez planowanie procesów, aż po obsługę we wszystkich kanałach kontaktu. Od wielu lat oceniamy jakość doświadczenia klientów z Orange za pomocą wskaźnika NPS (Net Promoter Score). W 2023 roku osiągnęliśmy najwyższą kiedykolwiek wartość tego wskaźnika.

Wysoka wartość wskaźnika NPS wynika przede wszystkim z następujących czynników:

- Rozwój oferty – rosnąca liczba klientów usług światłowodowych i pakietu Orange Love, uproszczenie

i lepsze dopasowanie do potrzeb klientów oferty mobilnej i stacjonarnej. W 2023 roku nasze priorytety obejmowały rozrywkę domową (światłowod jako rozwiązanie umożliwiające dostęp do najlepszej oferty TV, streamingu i gier) oraz cyberbezpieczeństwo (dostępne dla wszystkich klientów za darmo).

- Rozwój sieci – zwiększenie pojemności sieci LTE i 5G oraz poprawa zasięgu sieci mobilnej i stacjonarnej w połączeniu z polityką dotyczącą urządzeń (nowe, szybkie urządzenia pomagające klientom w przekształceniu domu w centrum rozrywki). W 2023 roku skoncentrowaliśmy się także na klientach internetu mobilnego do użytku stacjonarnego, potrzebujących urządzeń z agregacją pasma.
- Transparentna komunikacja z klientami we wszystkich kanałach – w 2023 roku skupiliśmy się na docenianiu klientów i nowej formie komunikacji (newsletter i poprzez partnera), upominkach, obchodach dnia pozytywnych doświadczeń klientów oraz silnych relacjach z seniorami.

- Transformacja zarządzania rynkiem biznesowym – usprawnienia funkcji i procesów, wynikające z kompleksowych przeglądów działalności w poszczególnych kanałach (mapa podróży klienta). W 2023 roku szczególną uwagę poświęciliśmy cyfrowemu, kompleksowemu i całościowemu rozwiązywaniu spraw klientów poprzez centrum obsługi kontaktów przychodzących (Menedżer Spraw), a także obsłudze reklamacji.

Podejście oparte na „podróży klienta” i cyfryzacji

Kompleksowe zarządzanie doświadczeniami klientów opieramy na tzw. zarządzaniu podróżą klienta (Customer Journey Management). W projektowaniu doświadczeń klientów wykorzystujemy nowoczesne metody Customer Journey Design i Design Thinking, które uwzględniają potrzeby, opinie i emocje klientów. Usprawnienia w podróży klienta są wprowadzane przy użyciu zwinnego modelu ciągłego doskonalenia.

W ostatnich latach koncentrowaliśmy się na rozwoju cyfrowych ścieżek podróży klienta, wprowadzając innowacyjne i często rewolucyjne na polskim rynku telekomunikacyjnym elementy. W 2023 roku wprowadziliśmy następujące usprawnienia:

Wsparcie techniczne:

- Dalszy rozwój narzędzia, które umożliwiła konsultantom szybszą i precyzyjniejszą diagnostykę;
- Obsługa sieci domowej w aplikacji Mój Orange;
- Wsparcie konsultantów w czasie połączeń (m.in. zaktualizowana baza wiedzy, krótkie filmiki na YouTube, dodatkowe wskazówki w aplikacjach do obsługi klientów);

- Usprawnienie funkcji samoobsługowych bota Maxa w oparciu o sztuczną inteligencję;
- Najwyższe standardy wsparcia techników, przekładające się na poprawę wskaźnika naprawialności.

Sprawna podróż klienta:

- Natychmiastowe podpisanie umowy w aplikacji w czasie rzeczywistym;
- Robotyzacja procesu przekazywania obsługi (poprawa efektywności i zmniejszenie liczby pomyłek);
- Większa elastyczność przy rejestracji kart przedpłaconych – obecnie również w kanałach cyfrowych;
- Wymiana karty SIM przez osobę upoważnioną (zwłaszcza w przypadku klientów z ograniczeniami ruchowymi);
- Jasne i czytelne opisy opłat na e-fakturach;
- Samoobsługa w zakresie reklamacji i kwestii technicznych;
- Zwiększenie uprawnień pracowników na styku z klientem (większa liczba reklamacji jest rozwiązywanych od ręki).

W rozwoju kanałów obsługi istotną rolę pełni wykorzystanie sztucznej inteligencji oraz robotyzacja. Od 2019 roku naszych klientów wspiera Max – sztuczna inteligencja Orange. Max odbiera wszystkie połączenia telefoniczne na infoliniach obsługowych oraz wspiera połączenia wychodzące, które dotyczą propozycji nabycia oferty, obsługi zaległych płatności oraz sytuacji, gdy klienci nie są zadowoleni ze sposobu załatwienia sprawy w tradycyjnych kanałach kontaktu.

Pełny łańcuch wartości w obszarze transformacji cyfrowej dla przedsiębiorstw



Zakładane cele	KPI	Realizacja
<p>Lider w obszarze doradztwa i integracji kompleksowych usług transformacyjnych dla przedsiębiorstw</p> <p>Cyfrowy partner w zakresie bezpieczeństwa, rozwiązań chmurowych, infrastruktury IT i sieci</p>	Przychody z usług ICT	Przychody z usług ICT (w mln zł)
		2020: 997
		2021: 1 186
		2022: 1 492
		2023: 1 701

Integrator i dostawca usług cyfrowych

Jednym z głównych punktów strategii dla rynku biznesowego jest posiadanie pozycji długoterminowego partnera strategicznego w cyfrowej transformacji naszych klientów. Oznacza to dostarczanie klientom nie tylko łączności,

usług telekomunikacyjnych i infrastruktury IT, ale również kompleksowej oferty rozwiązań w obszarze usług IT i integracyjnych, w szczególności inżynierii oprogramowania, chmury i cyberbezpieczeństwa. Stale zwiększamy kompetencje w zakresie ICT, oferując potencjał wzrostu



oraz istotną synergię z naszą podstawową działalnością telekomunikacyjną ze względu na procesy cyfryzacji w przedsiębiorstwach.

Realizujemy tę strategię z dużym powodzeniem. Wzrost organiczny uzupełniamy przejściami, które są starannie selekcionowane pod kątem uzupełnienia konkretnych kompetencji. W latach 2019-2020 kupiliśmy spółki BlueSoft i Craftware. Ich nabycie doskonale uzupełniło nasze kompetencje i zwiększyło przewagę konkurencyjną zarówno w stosunku do innych operatorów telekomunikacyjnych jak i firm świadczących wyłącznie usługi ICT. Jak dotąd, obie spółki spełniają oczekiwania wyznaczone przy podejmowaniu decyzji o ich zakupie.

BlueSoft świadczy szereg usług informatycznych w obszarach o dużym potencjale wzrostu, takich jak tworzenie i integracja aplikacji, dostosowanie systemów do potrzeb klienta oraz analityka i usługi w chmurze. Zdecydowana większość przychodów BlueSoft pochodzi z tworzenia i rozwoju dedykowanych aplikacji, które obejmują portale klienckie (w tym wspierające handel elektroniczny) oraz platformy i systemy back office. BlueSoft sprzedaje swoje produkty do zdedykowanego portfela dużych klientów z wielu branż, w tym bankowości i ubezpieczeń, przedsiębiorstw użyteczności publicznej, farmacji, telekomunikacji i logistyki.

Craftware zajmuje się analizą, projektowaniem i wdrażaniem systemów zarządzania relacjami z klientami (CRM). Posiada doświadczenie we wdrażaniu i integracji systemów

connected CRM w technologii Salesforce – najpopularniejszej platformy CRM na świecie, z której korzysta ponad 150 tys. firm. Baza klientów Craftware obejmuje duże firmy z branży farmaceutycznej, FMCG, handlu detalicznego i finansów. Wraz z dołączeniem Craftware do Grupy Orange Polska, zyskał dostęp do tego szybko rozwijającego się segmentu rynkowego, a także kolejne możliwości wykorzystania już posiadanych kompetencji, m.in. w dziedzinie cyberbezpieczeństwa, hybrydyzacji infrastruktury IT, integracji aplikacji czy migracji do chmury.

Rok 2023 po raz kolejny przyniósł wzrost w obszarze ICT, do czego przyczyniły się wszystkie domeny – od infrastruktury i usług IT, poprzez cyberbezpieczeństwo, po oprogramowanie i aplikacje. Skorzystaliśmy na postępujących procesach cyfryzacji, uchurowienia i automatyzacji firm. Umocniliśmy naszą pozycję jako wiodącego integratora i dostawcy pełnego łańcucha wartości w obszarze transformacji cyfrowej dla przedsiębiorstw w Polsce. W ubiegłym roku kontynuowaliśmy dynamiczny rozwój rozwiązań opartych na Internecie Rzeczy. Nasza Platforma Zarządzania Miastem zyskała uznanie ponad 100 samorządów, które korzystają z inteligentnych liczników i monitoringu do zarządzania oświetleniem zewnętrznym, siecią wodociągową i komunikacją miejską. Przychody z usług IT i integracyjnych wzrosły do 1,7 mld zł, tj. o 14% rok-do-roku.

Efektywność i odpowiedzialność w działaniu



Nacisk na poprawę efektywności

Zakładane cele	KPI	Realizacja
<p>Bycie elastyczną i cyfrową organizacją, stale szukającą pola do poprawy efektywności</p> <ul style="list-style-type: none"> ciągła transformacja kosztów pośrednich optymalizacja i automatyzacja procesów wykorzystanie narzędzi cyfrowych do poprawy efektywności 	<p>Koszty pośrednie</p>	<p>Koszty pośrednie (w mln zł)</p> <p>2020: 3 446</p> <p>2021: 3 552</p> <p>2022: 3 592</p> <p>2023: 3 779</p>

Chcemy być organizacją sprawną, cyfrową i elastyczną, silnie obecną w internecie i dysponującą wysoko zautomatyzowanymi procesami oraz zdolną do ograniczania kosztów i znajdowania oszczędności w wyniku poprawy efektywności. To podejście znajduje odzwierciedlenie w naszych działaniach komercyjnych i wynikach finansowych. W 2023 roku, zgodnie ze strategią „Grow”, kontynuowaliśmy kompleksowy program transformacji działalności w celu uproszczenia oraz, gdzie to możliwe, automatyzacji i cyfryzacji procesów biznesowych. Koszty pośrednie wzrosły w ujęciu rocznym o 5%. Zasadniczą przyczyną był wpływ inflacji i podniesienia płacy minimalnej na koszty najmu oraz różnych zakupów zewnętrznych. Większość naszych umów najmu infrastruktury telekomunikacyjnej, punktów sprzedaży oraz powierzchni biurowych jest indeksowana do inflacji z poprzedniego roku, co oznacza że związane z tym koszty bardzo wzrosły w 2023 roku oraz znacząco wzrosną także w bieżącym roku. Podobnie, koszty usług zewnętrznych, wsparcia technicznego oraz obsługi klienta są poddane większej presji inflacyjnej. Te niekorzystne czynniki zostały częściowo zrównoważone przez transformację kosztów, obejmującą między innymi cyfryzację procesów oraz dalszą redukcję zatrudnienia, co pomogło ograniczyć wzrost kosztów w krytycznym okresie wysokiej inflacji.

Bardzo ważny obszar w dążeniu do osiągnięcia wysokiej efektywności stanowi cyfryzacja, a jednym z głównych elementów służących poszerzeniu zestawu narzędzi cyfrowych jest technologia chmurowa. Wykorzystujemy rozwiązania w chmurze do tworzenia zaawansowanych narzędzi marketingowych, opartych na analizie danych, w celu lepszego pozycjonowania i dostosowania ofert dla określonych grup klientów, co przekłada się na większą

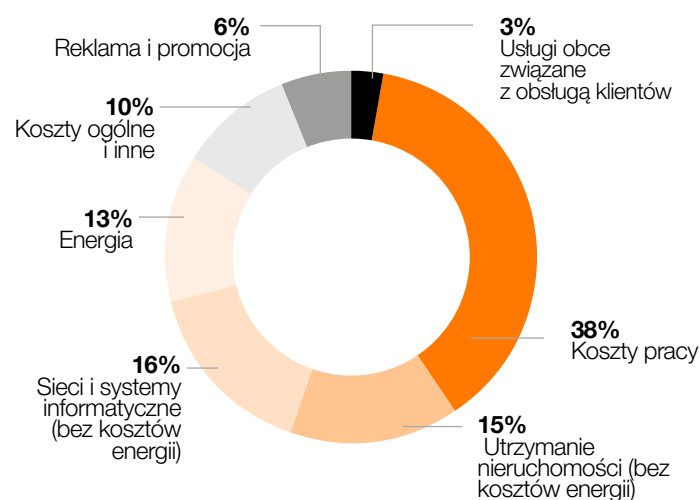
lojalność i wyższe przychody. Usprawniamy również cyfrowe kanały sprzedaży i obsługi klientów w celu zwiększenia efektywności i poprawy doświadczenia klienta. Sprzedaż przez te kanały systematycznie rośnie, a w 2023 roku przypadało na nią 20% aktów sprzedażowych. Kluczowym elementem sprzyjającym cyfryzacji kontaktów z klientami jest aplikacja Mój Orange, którą stale doskonalimy, zwiększając jej atrakcyjność i użyteczność dla klientów. Max, nasz bot głosowy i chatbot oparty o sztuczną inteligencję, z każdym rokiem coraz lepiej radzi sobie z załatwianiem spraw klientów, w coraz mniejszym stopniu wymagając pomocy człowieka. Wdrażamy także w całej Spółce robotyzację, analizę dużych zbiorów danych oraz sztuczną inteligencję. W 2023 roku podwoiliśmy liczbę robotów w ramach programu robotyzacji wykorzystującego techniki niskosodowe. W szczególności, wykorzystujemy sztuczną inteligencję do monitorowania ryzyka kredytowego, optymalizacji zużycia energii oraz zapewnienia cyberbezpieczeństwa. Pozwala to ograniczyć koszty oraz przekierować pracowników z wykonywania powtarzalnej pracy do bardziej twórczych zadań.

Według stanu na koniec 2023 roku, zatrudnienie w Grupie Orange Polska (łącznie z NetWorks) wyniosło 9 368 etatów i w stosunku do stanu z końca 2022 roku obniżyło się o 4,1%. Zmniejszenie zatrudnienia w Orange Polska to głównie efekt realizacji Umowy Społecznej zawartej na lata 2022-2023. W ramach tej Umowy, w 2023 roku ze Spółki odeszło 613 osób. Wysokość średniej odprawy dla odchodzących pracowników Orange Polska S.A. odchodzących w ramach Umowy Społecznej wyniosła w ubiegłym roku 96,7 tys. zł. W 2023 roku rekrutacja zewnętrzna w Grupie Orange Polska (w tym NetWorks) objęła 535 osób i dotyczyła głównie struktur sprzedażowych i obsługi klientów w Orange Polska S.A.

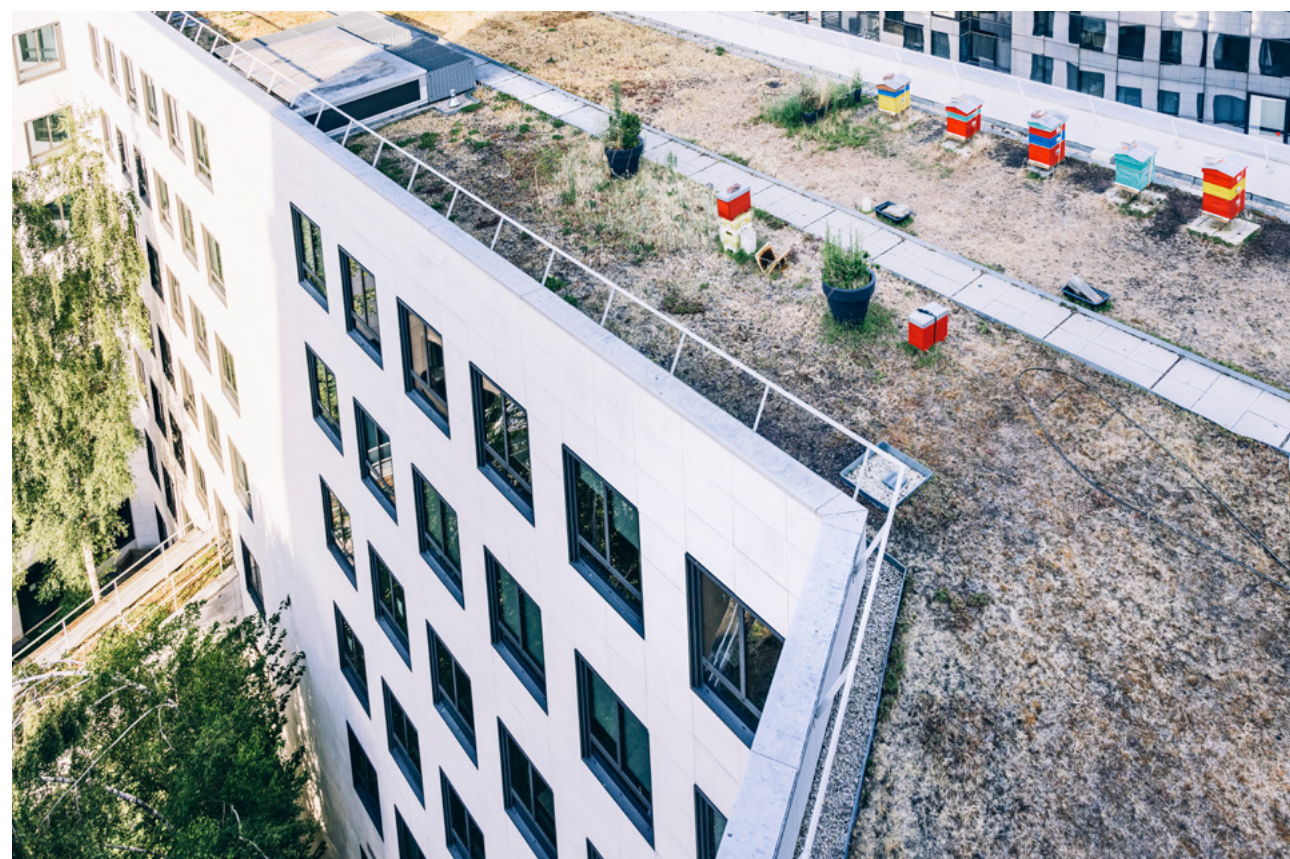
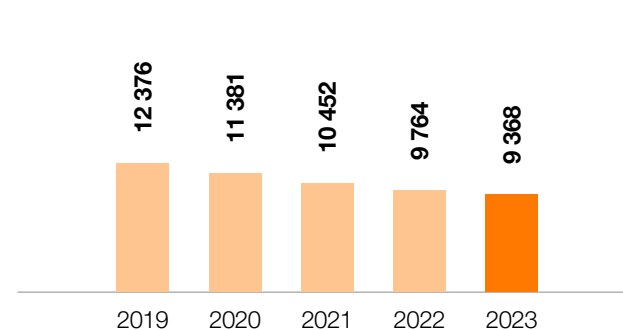
W dniu 14 grudnia 2023 r. Zarząd Orange Polska zakończył negocjacje z Partnerami Społecznymi w zakresie zapisów nowej Umowy Społecznej, która będzie obowiązywać w latach 2024-2025. Umowa Społeczna na lata 2024-2025 w szczególności ustala liczbę odejść dobrowolnych na najbliższe dwa lata na poziomie 1100 osób oraz określa pakiet finansowy dla pracowników odchodzących z Orange Polska w ramach odejść dobrowolnych.

Będziemy kontynuować transformację kosztową zgodnie ze strategią .Grow. Te same trendy w zakresie cyfryzacji, które otwierają nam możliwości wzrostu, przyczynią się także do dalszego ograniczenia kosztów. Jednocześnie, korzystając ze sztucznej inteligencji i automatyzacji procesów, podniesiemy jakość obsługi klientów – z korzyścią dla obu stron. Przewidujemy, że presja inflacyjna częściowo zniweluje efekty tych działań; tym niemniej oczekujemy, iż przełożą się one na zysk operacyjny na tyle, że wzrośnie marża EBITDAaL.

Wykres: Struktura kosztów pośrednich w 2023 roku



Wykres: Ewolucja zatrudnienia (w tys. etatów)



Minimalizacja wpływu na środowisko

Zakładane cele	KPI	Realizacja
Realizacja celów biznesowych z poszanowaniem zasad ekologii i w harmonii ze środowiskiem; optymalizacja zużycia energii w następujących obszarach: nieruchomości, infrastruktura i sieć oraz centrum przetwarzania danych; monitorowanie wpływu Orange Polska na środowisko; wzrost liczby utylizowanych i odnawianych urządzeń	Zużycie energii	Zużycie energii (GWh) 2020: 541 2021: 535 2022: 516 2023: 505
	Własne emisje CO₂ (zakresy 1 i 2)	Całkowita emisja CO₂ (tys. ton) 2020: 424 2021: 391 2022: 335 2023: 120
	Udział energii odnawialnej	2020: 0% 2021: 6% 2022: 12% 2023: 74%
Liczba utylizowanych i odnawianych urządzeń	Zbiórka telefonów (odkup i recykling)	2020: 34 tys. 2021: 38 tys. 2022: 61 tys. 2023: 47 tys.
	Sprzedaż odnowionych telefonów	2020: 12 tys. 2021: 13 tys. 2022: 16 tys. 2023: 8 tys.
	Odnowione urządzenia abonenckie	2020: 503 tys. 2021: 655 tys. 2022: 421 tys. 2023: 437 tys.

Minimalizacja wpływu na środowisko

W Orange wierzymy, że postęp technologiczny musi być dostępny dla wszystkich, ale nie może się odbywać kosztem środowiska naturalnego. Przyjmujemy odpowiedzialność za nasz wpływ na klimat. Wyzaczyliśmy sobie konkretne, ambitne cele klimatyczne, oparte na danych naukowych. Inwestujemy w nowe, energooszczędne i bardziej wydajne technologie, takie jak światłowód oraz zwiększamy udział energii ze źródeł odnawialnych, współpracując z producentami zielonej energii w oparciu o długoterminowe umowy zakupowe (PPA). Jesteśmy przekonani, że nowoczesny sektor cyfrowy może i powinien wspierać zieloną transformację wielu innych branż. Oferujemy usługi, które mogą pomóc klientom w sprostaniu wyzwaniom klimatycznym i środowiskowym.

Orange Polska, podobnie jak cała globalna Grupa Orange, dąży do osiągnięcia neutralności klimatycznej netto do 2040 roku.

Neutralność obejmie zarówno własne emisje bezpośrednie i pośrednie (zakresy 1 i 2 Protokołu GHG), jak i emisje w łańcuchu wartości (zakres 3). Cele Orange Polska w pełni wpisują się w globalne, potwierdzone naukowo (SBTi) cele klimatyczne Grupy Orange, które są zgodne z postanowieniami Porozumienia Paryskiego (ograniczenie globalnego ocieplenia w XXI wieku do poniżej 1,5°C w porównaniu do epoki przedindustrialnej).

Dzięki Programowi Oszczędności Energii sukcesywnie zmniejszamy zużycie energii. W 2023 roku zużycie energii wyniosło 505 GWh, w tym 74% pochodziło ze źródeł odnawialnych (wobec 12% w 2022 roku i 0% w 2020 roku). Przyspieszamy także działania zmierzające do zmniejszenia emisji w całym łańcuchu dostaw, tj. z uwzględnieniem dostawców i klientów. W latach 2015-2022 Orange Polska zredukował własne emisje CO₂ o 79%, pomimo znacznego

rozwoju działalności. W 2023 roku emisje CO₂ wyniosły 120 tys. ton wobec 335 tys. ton w 2022 roku, co oznacza spadek w ujęciu rocznym o 64%.

W perspektywie 2025 roku, Orange Polska koncentruje się w ramach programu #OrangeGoesGreen na trzech priorytetach: odpowiedzialności za zmniejszanie emisji CO₂; wartości, jakie chce zbudować dla klientów, akcjonariuszy i interesariuszy; oraz wpływu, jaki ma na zieloną i cyfrową transformację polskiej gospodarki.

Ponadto, Spółka wdraża zasady gospodarki o obiegu zamkniętym, starając się zredukować ślad klimatyczny w całym łańcuchu wartości: odkupujemy starsze modele smartfonów, a niesprawne telefony komórkowe przyjmujemy do recyklingu w każdym salonie Orange; co roku odnawiamy

i kierujemy do ponownego wykorzystania kilkaset tysięcy modemów i dekodery telewizyjnych; wprowadzamy innowacje w urządzeniach, które wydłużają ich życie i zmniejszają zużycie energii; pracujemy nad rozszerzeniem oferty sprzedaży odnawianych smartfonów. W 2023 roku zebraliśmy z rynku około 46,9 tys. telefonów (tj. około 5% wolumenu sprzedaży). Ponadto, odnawialiśmy stacjonarne urządzenia sieciowe (modemy i dekodery); w 2023 roku połowa urządzeń wprowadzanych przez nas na rynek przeszła proces odnowy. Orange Polska od wielu lat monitoruje swój wpływ na środowisko i zarządza nim. W firmie funkcjonuje System Zarządzania Środowiskiem, zgodny ze standardem ISO 14001, zarówno dla sieci stacjonarnej jak i mobilnej.

Więcej w rozdziale „Klimat i środowisko”.

Wpływ na społeczeństwo

Zakładane cele	KPI	Realizacja
Upowszechnienie dostępu do nowych technologii wśród mieszkańców małych miejscowości – cyfrowy rozwój społeczności lokalnych	Liczba mieszkańców małych miejscowości objętych działaniami edukacyjnymi	92 Pracownie Orange w małych miejscowościach dla 828 tys. mieszkańców
To develop digital competences among children and schools	Number of participants (schools, children) in educational programmes	150 szkół i 3 150 dzieci w programie MegaMisja 280 szkół i 2 720 dzieci w programie #SuperKoderzy
Organizowanie i wspieranie edukacji dzieci w szkołach i przedszkolach w całej Polsce w zakresie bezpiecznego korzystania z internetu	Liczba uczestników (dzieci) w programie bezpiecznego korzystania z internetu	1 019 433 dzieci korzystających z materiałów edukacyjnych

Jako dostawca infrastruktury teleinformatycznej, Orange Polska wpływa na atrakcyjność inwestycyjną poszczególnych regionów kraju i konkretnych lokalizacji jako miejsc do życia i prowadzenia biznesu. Jako dostawca usług telekomunikacyjnych, ułatwiamy ludziom komunikowanie się między sobą. Ma to swoje konsekwencje społeczne – w tym procesie niektórzy zyskują, wykorzystując nowe technologie do poprawy funkcjonowania w życiu społecznym, a inni pozostają w tyle, z uwagi na wykluczenie cyfrowe. Jako wielki podmiot gospodarczy, mamy bezpośredni wkład w rozwój poszczególnych społeczności. Na rynkach lokalnych zatrudniamy pracowników i budujemy relacje z dostawcami i partnerami biznesowymi. Świadczymy też usługi telekomunikacyjne dla samorządów. Jako jeden z liderów społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce, angażujemy się społecznie i inicjujemy wiele programów edukacyjnych i społecznych.

Dostęp do technologii, doświadczenia związane z ich wykorzystywaniem, kompetencje, jakich wymagają, a wreszcie postawy i motywacje niezbędne, by się ich uczyć – stały się obecnie kluczowym kapitałem. Deficyt tego kapitału bardziej niż kiedykolwiek wcześniej przekłada się na szanse życiowe Polaków, gdyż oznacza brak szans na dostęp do istotnych informacji, skuteczną edukację, dobrą pracę, godne życie czy rozbudowane relacje społeczne.

Dlatego Orange Polska od wielu lat przykładą dużą wagę do edukacji w zakresie mądrego i odpowiedzialnego korzystania z nowych technologii. Jest to główny obszar działania Fundacji Orange. Fundacja edukuje ludzi, jak korzystać z nowych technologii w odpowiedzialny i wartościowy sposób. Prowadzi autorskie projekty edukacyjne, w których dba o cyfrowe kompetencje dzieci, młodzieży i nauczycieli. Jej programy

powstają w oparciu o badania, analizy i konsultacje eksperckie, aby skutecznie odpowiadać na potrzeby społeczne. Mają charakter bezpłatny i ogólnopolski, a podejmowane w ich ramach działania są zaplanowane w sposób długofalowy. Wszystkie podlegają też ewaluacji. W realizacji programów Fundacja współpracuje z nauczycielami i nauczycielkami w całej Polsce, liderami i liderkami z małych miejscowości, wolontariuszami i wolontariuszkami z Orange, a także innymi organizacjami pozarządowymi.

Od 2012 roku w małych miejscowościach działają Pracownie Orange, stworzone po to, aby ułatwić mieszkańcom dostęp do informacji, wiedzy i technologii. Te świetlice są otwarte dla wszystkich – nie tylko jako miejsce rozwijania kompetencji cyfrowych, ale także przestrzeń spotkań, integracji, kursów, warsztatów i ciekawych wydarzeń. Obecnie działają 92 pracownie, które są dostępne dla 828 tys. okolicznych mieszkańców. Od 2020 roku wyposażamy Pracownie Orange w makerspace. Chcemy przenieść doświadczenie FabLabów do mniejszych miejscowości i umożliwić organizowanie warsztatów z użyciem najnowszych technologii w formie „zrób to sam”. W 2022 roku powstało Orange Digital Center, które skupia programy edukacji pozaformalnej realizowane przez Fundację Orange: Szkołę Kodowania, FabLaby powered by Orange oraz Pracownie Orange.

Wiele z naszych programów społecznych jest skierowanych do szkół. MegaMisja to 10-miesięczny cykl zajęć dla klas 1-3 szkół podstawowych, który powstał po to, aby pomóc dzieciom zadbać o równowagę i bezpieczeństwo w internecie.

Dzieci kształtują zdrowe nawyki cyfrowe oraz uczą się, jakie treści można publikować w sieci i jak chronić swoją prywatność. Poznają zasady netykiety i wymagania dotyczące praw autorskich, a także dowiadują się, jak znaleźć w sieci wiarygodne informacje, jak przestrzegać dobrych manier, jak zabezpieczać urządzenia oraz jak zachować umiar w spędzaniu czasu w sieci. W roku szkolnym 2022/2023, w programie wzięło udział 3 150 dzieci ze 190 szkół.

Natomiast #SuperKoderzy to cykl zajęć dla klas 4-8 szkół podstawowych, obejmujący naukę podstaw programowania i robotyki. Program rozwija kreatywność oraz umiejętność logicznego myślenia i pracy w zespole. Dzieci uczą się kodowania nie tylko na informatyce, ale też na innych lekcjach. Dostępny jest również moduł dla dzieci ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi. Nowe kompetencje zyskują także nauczyciele, a szkoły – dotacje na zakup urządzeń. W ubiegłym roku szkolnym w programie wzięło udział 2 720 dzieci z 280 szkół.

Dbamy też o to, aby dzieci były bezpieczne w sieci. Od kilkunastu lat współpracujemy w tym zakresie z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, ucząc dzieci, nauczycieli i rodziców, jak ustrzec się przed niebezpieczeństwami cyfrowego świata. Szacujemy, że w minionym roku z naszych materiałów edukacyjnych – kursów, zabaw edukacyjnych, scenariuszy lekcji i publikacji – skorzystało ponad 1 mln dzieci.

Więcej w rozdziale „Społeczeństwo”.

Przyjazny pracodawca w cyfrowym świecie

Zakładane cele	KPI	Realizacja
Tworzenie kultury współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani i swobodnie realizują swoje cele zawodowe i życiowe pasje	Liczba pracowników*	2020: 11 048 2021: 10 125 2022: 9 445 2023: 9 368
Zapewnienie lepszych warunków pracy, stałe doskonalenie środowiska pracy i nacisk na rozwijanie talentów	Udział kobiet na stanowiskach kierowniczych	2020: 33% 2021: 34% 2022: 35% 2023: 37%
Dalsza optymalizacja zatrudnienia we współpracy ze związkami zawodowymi	Liczba godzin szkoleń rocznie na pracownika	2020: 24,3 2021: 24,7 2022: 23,0 2023: 28,0

* Z wyłączeniem NetWorks

Budowanie dobrego środowiska pracy to jedno z kluczowych wyzwań dla każdej firmy. Nasz cel w obszarze pracowniczym to tworzenie kultury współpracy, w której pracownicy czują się szanowani oraz realizują cele zawodowe i życiowe.

Orange Polska jest największym pracodawcą w sektorze telekomunikacyjnym i jedną z większych firm w kraju. Spółka oferuje pracownikom dobre warunki pracy i rozwoju. Szczyci się też jednym z najbardziej rozbudowanych programów socjalnych, włączając w to wyjątkowy w polskich warunkach program zabezpieczeń emerytalnych. Kładzie też duży nacisk na rozwój kompetencji zawodowych pracowników i kształtowanie wysokich standardów profesjonalnych i etycznych w pracy.

Pracownicy w różnych obszarach i na różnych szczeblach struktury oraz osoby wykonujące prace na rzecz Orange Polska w ramach rozwijającego się outsourcingu niektórych obszarów działalności mogą w różnym stopniu korzystać z oferowanych świadczeń. Globalny charakter firmy sprzyja korzystaniu przez pracowników z możliwości rozwoju także poza granicami kraju.

Dla każdej firmy wyzwaniem jest zapewnienie jak najbardziej atrakcyjnych warunków pracy – szczególnie w obliczu silnej, zaostrej kryzysu konkurencji rynkowej. Utrzymywanie wysokich standardów jest jednak koniecznością dla organizacji, która chce być uważana za bliską i pozytywną oraz działającą odważnie i w prosty sposób.

Orange Polska to prawie 9 tys. osób, pracujących w ponad 90 lokalizacjach w całej Polsce. 66% spośród tych osób pracuje w 14 ośrodkach regionalnych w dużych miastach, a pozostali – w mniejszych miejscowościach. Ponad 37,6% naszej załogi stanowią kobiety. Wśród pracowników są osoby z niepełnosprawnościami. Co roku około 500 pracowników Orange Polska zostaje rodzicami. Mamy wśród nas osoby reprezentujące różne zawody i stanowiska. To wszystko sprawia, że jednym z kluczowych wyzwań w obszarze zasobów ludzkich jest zarządzanie różnorodnością.

Za kluczowe wymiary różnorodności w Orange Polska przyjmujemy: płeć; wiek; kompetencje, wiedzę, doświadczenie i sposób myślenia; zdolności psychofizyczne – (nie)pełnosprawność; status rodzicielski. Pozostałe uwzględniane wymiary to: religia i światopogląd; lokalizacja miejsca pracy (centrala lub region); forma zatrudnienia; narodowość/pochodzenie etniczne. Ważną kwestią jest uwzględnianie wszystkich tych aspektów w zarządzaniu różnorodnością poprzez dbanie o pracowników

z niepełnosprawnościami, umożliwianie międzypokoleniowej wymiany wiedzy czy też budowanie inkluzyjnej i otwartej kultury organizacyjnej.

Z punktu widzenia rozwoju firmy, ważne jest zapewnienie pracownikom szerokiego dostępu do szkoleń i rozwoju. Wyzwania związane z niezwykle szybkim postępem technologicznym, cyfryzacją oraz rozwojem analizy dużych zbiorów danych, sztucznej inteligencji i rozwiązań chmurowych niosą za sobą zapotrzebowanie na nowe kompetencje. Dlatego dużą wagę przykładamy do tego, aby pracownicy mieli jak najlepszy dostęp do oferty szkoleń. Średnio na pracownika przypadają rocznie 23 godziny szkoleniowe. Zależy nam również na tym, aby pracownicy zdobywali kompetencje przyszłości i nowe kwalifikacje, które pozwolą im lepiej odpowiadać na szybko zmieniające się oczekiwania rynku telekomunikacyjnego i technologicznego.

Więcej w rozdziale „Kapitał ludzki”.



Wyniki finansowe

Finansowe wskaźniki KPI

Dla zilustrowania osiągniętych wyników, Orange Polska stosuje szereg kluczowych wskaźników finansowych i operacyjnych (KPI), które przedstawiono poniżej.

KPI	Prognoza i cel na 2023 rok	Wyniki	Prognoza i cel na 2024 rok	Cele strategii .Grow
Przychody (w mln zł)	Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (podwyższona z niskiego jednocyfrowego wzrostu)	2020: 11 508, +0,9% r/r 2021: 11 928, +3,6% r/r 2022: 12 488, +4,7% r/r 2023: 12 970, +3,9% r/r	Niski jednocyfrowy wzrost	Niski jednocyfrowy wzrost (CAGR) (2021-2024)
EBITDAaL (in PLN million)	Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (podwyższona ze stabilnego poziomu lub niskiego jednocyfrowego wzrostu)	2020: 2 797, +2,9% r/r 2021: 2 963, +5,9% r/r 2022: 3 078, +3,9% r/r 2023: 3 179, +3,3% r/r	Niski jednocyfrowy wzrost	Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (CAGR) (2021-2024)
Marża EBITDAaL		2020: 24,3% 2021: 24,8% 2022: 24,6% 2023: 24,5%		
Ekonomiczne nakłady inwestycyjne (eCapex) (w mld zł)	1,5-1,7 mld zł	2020: 1 801 2021: 1 737 2022: 1 719 2023: 1 555	1,7-1,9 mld zł	1,7-1,9 mld zł (średni roczny poziom w latach 2021-2024)
Organiczne przepływy pieniężne (OCF) (w mln zł)		2020: 642 2021: 867 2022: 822 2023: 1 173		
Zysk netto (w mln zł)		2020: 46 2021: 1 672 2022: 724 2023: 818		
ROCE (przed podatkiem)		2020: 1,6% 2021: 4,4% 2022: 6,5% 2023: 7,6%		Wzrost 3-4x (z poziomu 1,6% w 2020 roku)
Dług netto/ EBITDAaL		2020: 2,0 2021: 1,4 2022: 1,3 2023: 1,1		Bezpieczna struktura bilansu z dźwignią finansową w przedziale 1,7-2,2x
Dywidenda na akcję – DPS (w zł)	0,35 zł jako nowy poziom bazowy na przyszłość	2020: 0 2021: 0,25* 2022: 0,35** 2023: 0,48***	0,48 zł jako nowy poziom bazowy do wypłaty w 2025 roku	

* Dywidenda z zysku za 2021 rok, płatna w 2022 roku.

** Dywidenda z zysku za 2022 rok, płatna w 2023 roku.

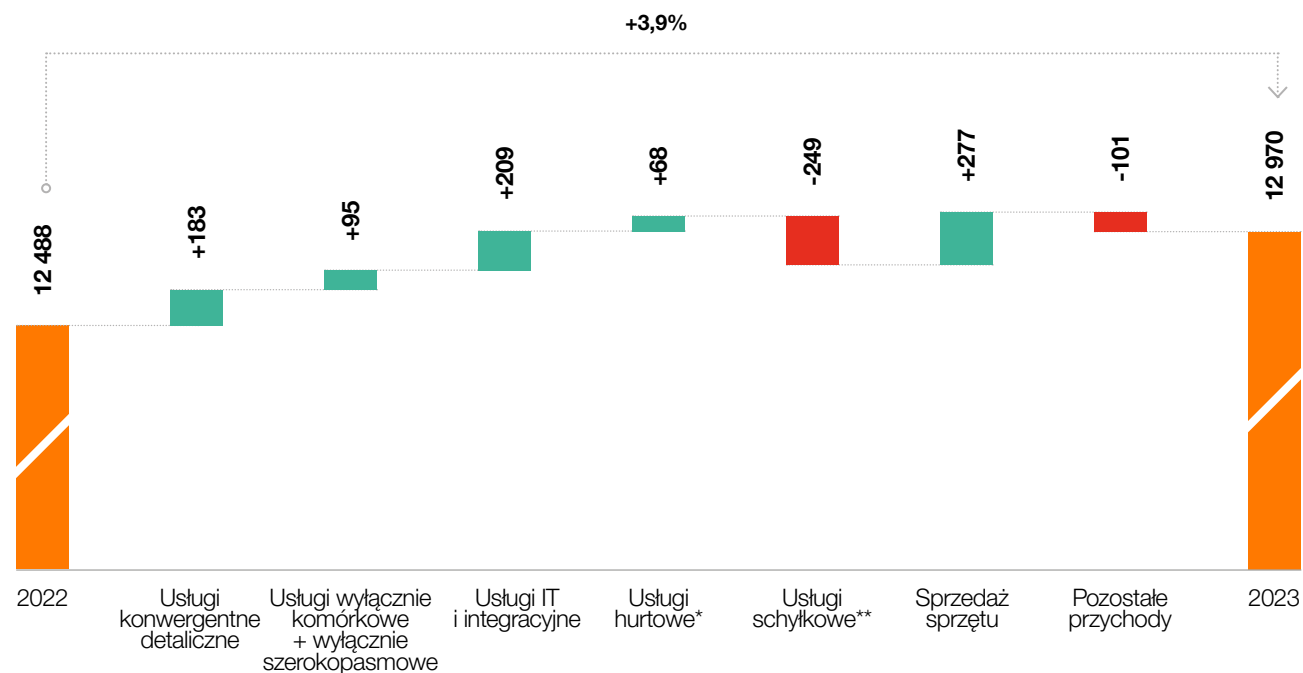
*** Dywidenda z zysku za 2023 rok, płatna w 2024 roku.

Wzrost przychodów w 2023 roku o 3,9% rok-do-roku, dzięki dobrym wynikom we wszystkich kluczowych obszarach przychodów

Przychody w 2023 roku wyniosły 12 970 mln zł i w ujęciu rocznym zwiększyły się o 482 mln zł (+3,9%). Dynamika wzrostu była nieco wolniejsza niż w roku, kiedy wzrost wyniósł 4,7%.

Głównym motorem wzrostu są nasze kluczowe usługi telekomunikacyjne, czyli konwergencja oraz usługi wyłącznie komórkowe i wyłącznie stacjonarnego dostępu szerokopasmowego. Łączne przychody z tej grupy usług wyniosły 6 119 mln zł, co oznacza wzrost o prawie 5% rok do roku. Źródłem wzrostu jest ciągły przyrost liczby klientów w podstawowych typach usług abonamentowych oraz rosnący średni przychód na klienta (ARPO), co jest wynikiem naszej strategii ukierunkowanej na wartość oraz zwiększającego się udziału klientów sieci światłowodowej. Wzrost baz klientów utrzymał się na solidnym poziomie. W szczególności, w konwergencji liczba przyłączeń klientów była nieco wyższa w porównaniu z 2022 rokiem. Natomiast w usługach światłowodowych i mobilnych wzrost liczby klientów nieco spowolnił. Wynikało to głównie z dużego popytu ze strony uchodźców z Ukrainy rok wcześniej oraz zwiększonej konkurencji na rynku internetu stacjonarnego. Warto podkreślić, że w związku z wysoką inflacją we wszystkich usługach poprawiła się dynamika wzrostu ARPO.

Wykres: Ewolucja przychodów (zmiana r/r, w mln zł)



* Usługi hurtowe bez stacjonarnych oraz bez przychodów z połączeń międzyoperatorских

** Wyłącznie wąskopasmowe + stacjonarne hurtowe bez światłowodu + przychody z połączeń międzyoperatorских

Przychody z usług IT i integracyjnych wzrosły w ujęciu rocznym o 209 mln zł, utrzymując wysoką dynamikę wzrostu (14%). Był to wzrost w całości organiczny. Z jednej strony gorsza koniunktura gospodarcza wpłynęła na spowolnienie wzrostu w naszych spółkach programistycznych, z drugiej strony zrealizowaliśmy wiele projektów integracyjnych, szczególnie dla klientów z sektora publicznego.

Wyjątkowo silny wzrost odnotowały przychody ze sprzedaży sprzętu, które zwiększyły się o 18% rok do roku. Było to wynikiem dużego popytu ze strony klientów na droższe telefony (na co wpłynęła również lepsza dostępność niektórych marek), atrakcyjnej oferty sprzedaży ratalnej (wprowadzenie rat na 36 miesięcy) oraz strategii nastawionej na wartość.

W kategorii pozostałych usług hurtowych osiągnęliśmy dynamikę wzrostu przychodów na poziomie 16%, w wyniku utrzymującego się dobrego popytu na naszą infrastrukturę ze strony innych operatorów.

Przychody w kategorii pozostałe zmniejszyły się o 19%, głównie na skutek znacznego spadku wolumenu odsprzedaży energii elektrycznej, co wynikało z ograniczenia sprzedaży kontraktów ze stałą ceną dla klientów biznesowych.

Na dynamikę przychodów w 2023 roku wpłynęły również następujące czynniki:

- dalszy strukturalny spadek przychodów z tradycyjnej telefonii głosowej (o 14% r/r);
- spadek przychodów hurtowych z usług mobilnych o 14%, z powodu kolejnych regulacyjnych obniżek stawek za zakańczanie połączeń.

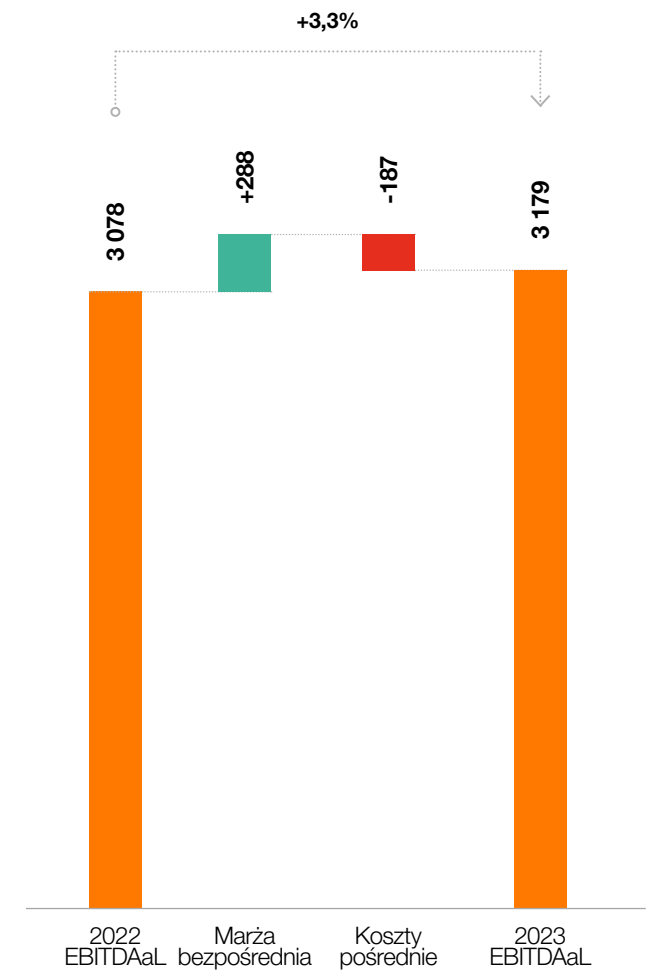
Wzrost EBITDAaL w 2023 roku o 3,3% rok-do-roku, dzięki wzrostowi marży bezpośredniej, który złagodził wpływ inflacji na koszty pośrednie

EBITDAaL za 2023 rok wyniosła 3 179 mln zł i w ujęciu rocznym zwiększyła się o 101 mln zł, tj. o 3,3%. Marża rentowności operacyjnej (EBITDAaL do przychodów) wyniosła 24,5% i praktycznie nie uległa zmianie w stosunku do 2022 roku, kiedy wyniosła 24,6%. Wzrost EBITDAaL został wygenerowany w całości przez marżę bezpośrednią, która wzrosła aż o 4,3% (286 mln zł), wobec wzrostu o 2,4% w 2022 roku. To oznacza, że wzrost przychodów był napędzany głównie przez skuteczną realizację strategii wartości w podstawowych usługach telekomunikacyjnych, usługach hurtowych (z wyłączeniem schyłkowych), usługach i produktach ICT (co wspiera sprzedaż dla klientów biznesowych), sprzedaży sprzętu oraz odsprzedaży energii elektrycznej (w tym obszarze, w 2023 roku korzystaliśmy z zakupu energii odnawialnej w ramach zawartych przez Orange Polska umów PPA). Koszty pośrednie działalności wzrosły o 5%, pod znaczącym wpływem wysokiej inflacji w roku poprzednim oraz wzrostu płacy minimalnej w gospodarce o 20%. Czynniki te wpłynęły głównie na koszty najmu oraz koszty zakupu różnych usług zewnętrznych.

Na ewolucję kosztów wpłynęły głównie następujące czynniki:

- spadek kosztów rozliczeń z innymi operatorami o 7%, głównie na skutek obniżenia stawek za zakańczanie połączeń w sieci komórkowej; ten spadek był odzwierciedleniem spadku przychodów hurtowych z usług mobilnych;
- wzrost kosztów sprzedaży o 12%, co wynikało ze wzrostu przychodów ze sprzedaży smartfonów oraz sprzętu ICT;
- wzrost kosztów IT i sieci o 9%, na co złożyły się głównie wyższe koszty energii (na skutek wzrostu taryf za dystrybucję o 40%) oraz inflacyjny wzrost kosztów utrzymania sieci;
- istotny wzrost amortyzacji praw do użytkowania oraz kosztów odsetek od zobowiązań z tytułu leasingu (łącznie o 13% dla tych dwóch kategorii) w wyniku wpływu inflacji na umowy najmu oraz wzrostu stóp procentowych (co wpłynęło na wzrost części odsetkowej zobowiązań leasingowych).

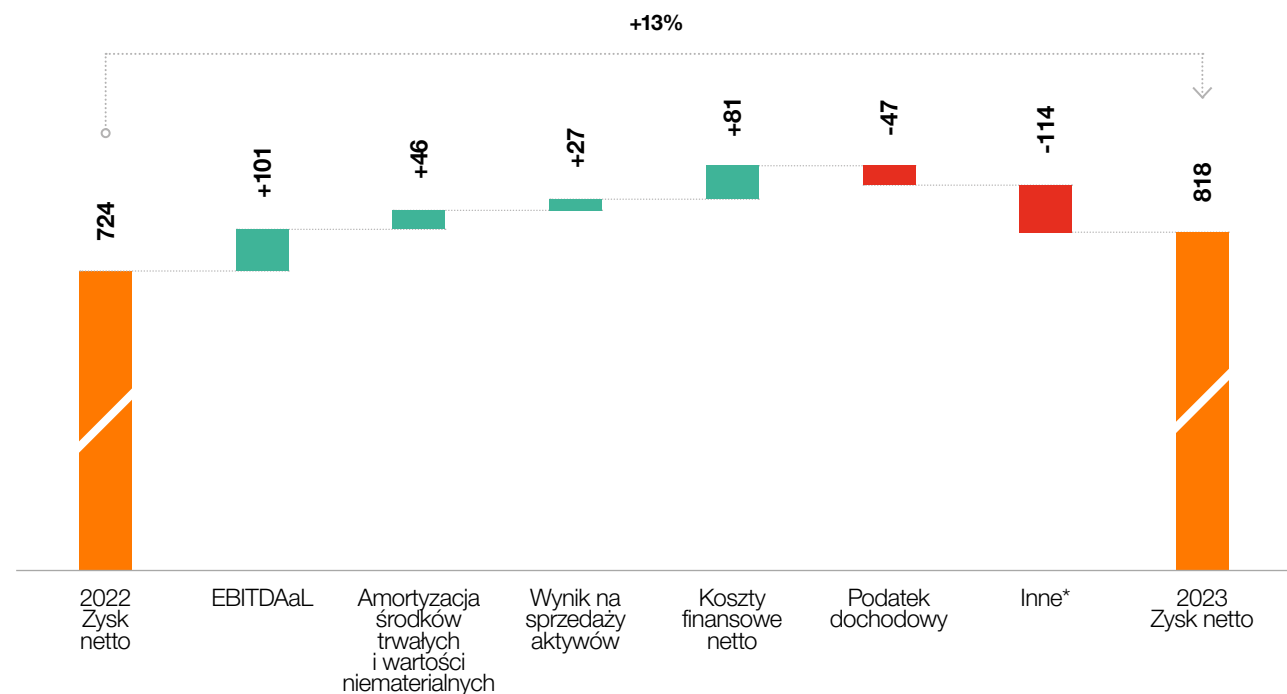
Wykres: Ewolucja EBITDAaL (zmiana r/r, w mln zł)



Wzrost zysku netto w 2023 roku o 13% r/r, dzięki wyższemu zyskowi operacyjnemu oraz niższym kosztom finansowym

Zysk netto za 2023 rok wyniósł 818 mln zł i w porównaniu z 2022 rokiem zwiększył się o 13% (94 mln zł). Przyczyniły się do tego wzrost EBITDAaL, niższa amortyzacja (o 2% rok-do-roku) oraz wyższe o 25% (27 mln zł) zyski ze sprzedaży aktywów (głównie nieruchomości, które w wyniku transformacji sieci stacjonarnej z technologii miedzianych na światłowodowe nie są już używane). Do zwiększenia zysku netto przyczynił się także spadek kosztów finansowych netto o 81 mln zł rok-do-roku, głównie dzięki dodatnim różnicom kursowych z przeszacowania długoterminowych zobowiązań z tytułu leasingu denominowanych w euro. Ponadto, na wynik netto wpłynęło zawiązanie rezerwy w wysokości 125 mln zł w związku z podpisaniem nowej Umowy Społecznej na lata 2024-2025.

Wykres: Ewolucja zysku netto (zmiana r/r, w mln zł)



* W tym rezerwa 125 mln zł na realizację nowej Umowy Społecznej na lata 2024-2025

Niższy eCapex w 2023 roku odzwierciedla opóźnienie aukcji 5G oraz wysokie wpływy ze sprzedaży nieruchomości

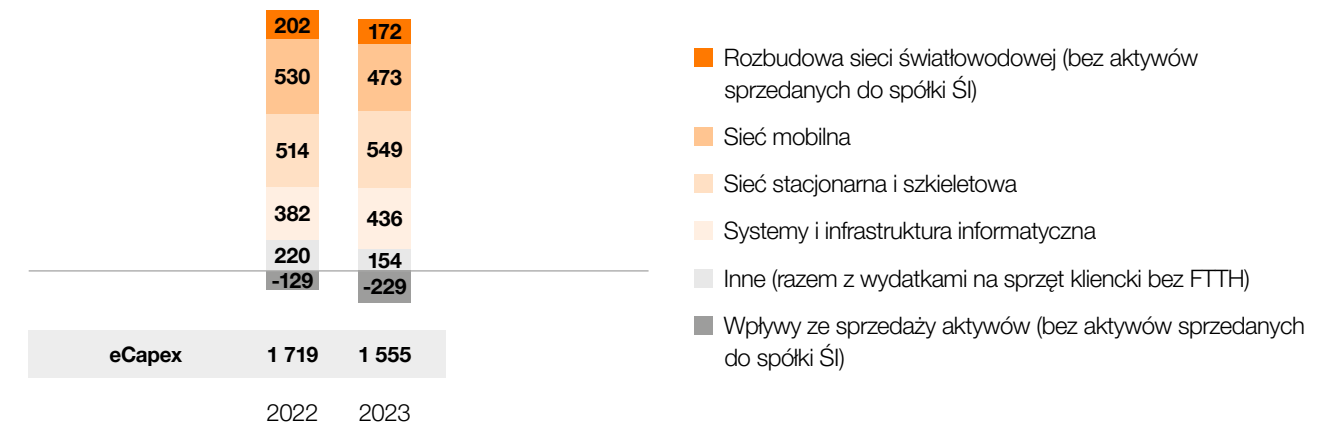
W 2023 roku ekonomiczne nakłady inwestycyjne Grupy wyniosły 1.555 mln zł i w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku były niższe o 164 mln zł.

Nakłady te obejmowały przede wszystkim:

- nakłady na sieć mobilną związane z poprawą jakości i pojemności sieci 4G (rozpoczęty w 2022 roku czteroletni projekt modernizacji sieci dostępowej) oraz rozpoczęciem przystosowania sieci mobilnej do technologii 5G w związku z planowanym pozyskaniem częstotliwości; wysokość tych nakładów była niższa niż w roku poprzednim w wyniku dalszego opóźnienia aukcji na pasmo C;

- malejące nakłady na sieć światłowodową, które po zawarciu partnerstwa ze spółką Światłowod Inwestycje są dużo niższe niż w latach ubiegłych, obejmujące głównie dalszą komercjalizację wybudowanej sieci (sprzęt kliencki i podłączanie usług) oraz budowę dedykowanych łączy światłowodowych dla klientów biznesowych;
- rozbudowę mobilnej sieci transportowej i rdzeniowej, aby sprostać rosnącemu wolumenowi przesyłu danych oraz zapewnić oczekiwaną przez klientów jakość usług;
- realizację programów transformacji działalności;
- realizację inwestycji związanych z rozwojem oferty, sprzedażą i obsługą klienta, a także modernizacją i rozwojem technicznej infrastruktury informatycznej;
- wysokie wpływy ze sprzedaży nieruchomości, których w wyniku przechodzenia z technologii miedzianych na światłowodowe nie są już używane.

Wykres: Struktura ekonomicznych nakładów inwestycyjnych – obszary inwestycji (w mln zł)

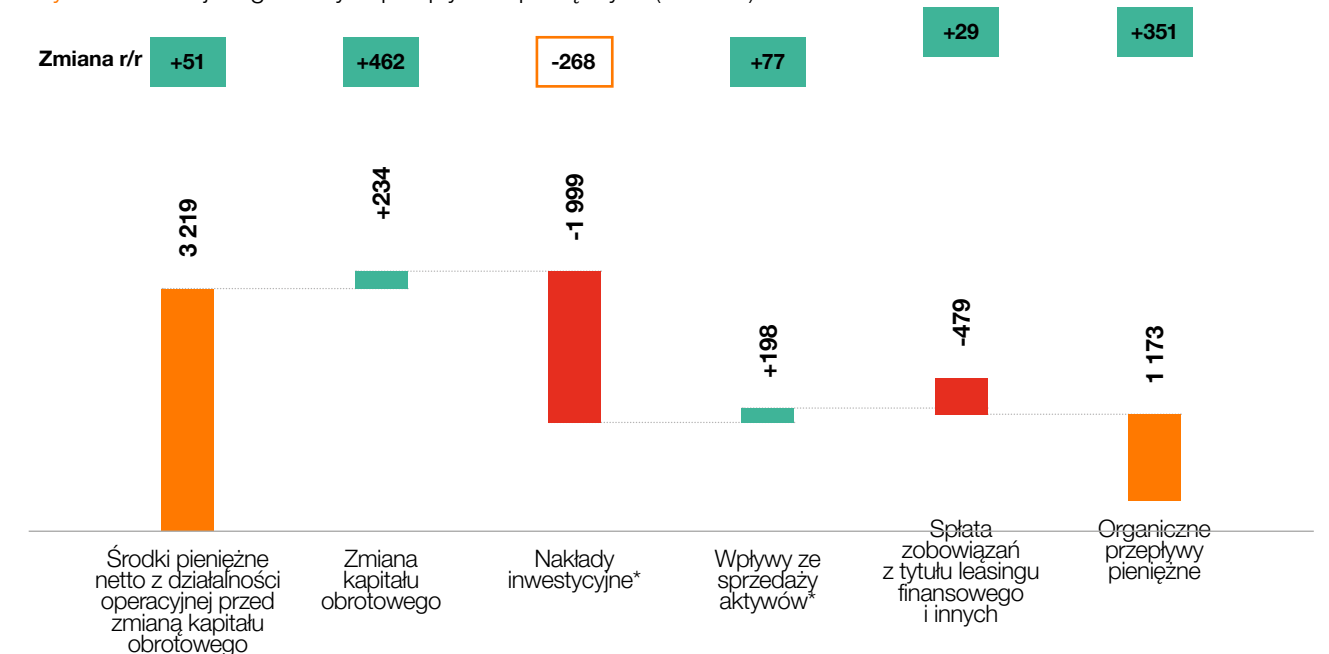


Wzrost organicznych przepływów pieniężnych w 2023 roku o 43% r/r, powyżej pułapu 1 mld zł, wsparty wzrostem EBITDAaL i redukcją zapotrzebowania na kapitał obrotowy

Organiczne przepływy pieniężne w 2023 roku wyniosły 1,173 mln zł i w porównaniu z 2022 rokiem były wyższe o 351 mln zł (tj. 43%). Do wzrostu przepływów pieniężnych przyczyniła się wyższa EBITDAaL w połączeniu z niższym zapotrzebowaniem

na kapitał obrotowy (o 462 mln zł rok-do-roku), co było głównie wynikiem rozszerzenia programu sekurytyzacji należności z ratalnej sprzedaży telefonów komórkowych. Ponadto, na przepływy pieniężne korzystnie wpłynął wzrost wpływów ze sprzedaży aktywów o 77 mln zł rok-do-roku. Pieniężne nakłady inwestycyjne były wyższe o około 270 mln zł rok-do-roku w wyniku przypadających płatności (zrealizowanych w pierwszym półroczu) za bardzo duże nakłady inwestycyjne poniesione pod koniec 4 kw. 2022 roku.

Wykres: Ewolucja organicznych przepływów pieniężnych (w mln zł)



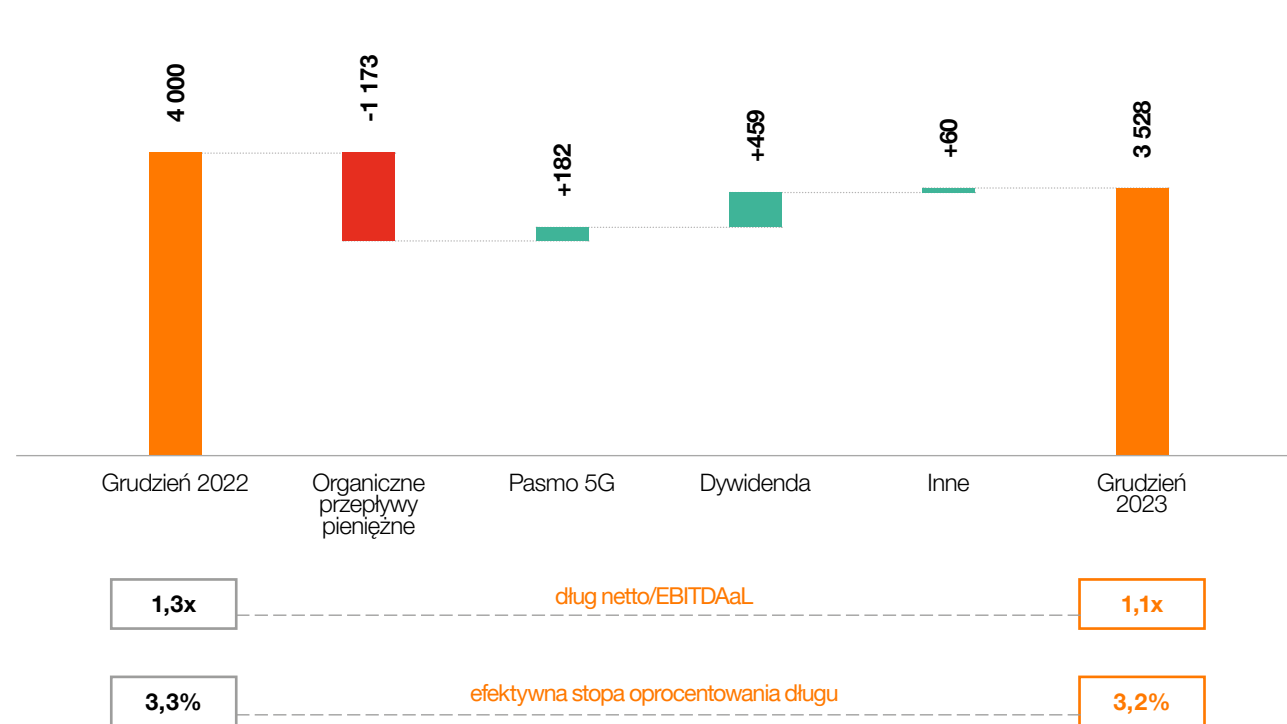
* Nakłady inwestycyjne pomniejszone o 82 mln zł wpływów ze sprzedaży aktywów sieci światłowodowej spółce Światłowod Inwestycje (wyłączonych z przychodów ze sprzedaży aktywów).

Solidna struktura bilansu z dźwignią finansową na poziomie 1,1x

W 2023 roku zadłużenie finansowe netto Grupy zmniejszyło o 472 mln zł, do poziomu 3 528 mln zł. Dźwignia finansowa osiągnęła na koniec roku poziom 1,1x. Odzwierciedla to poprawę fundamentów biznesowych oraz działania w zakresie optymalizacji bilansu. Cały dług jest

denominowany w złotych, dzięki czemu zmiany kursów walutowych nie wpływają na jego wysokość. Na dzień 31 grudnia 2023 roku, około 90% długu było oparte na stałej stopie procentowej. Dzięki tak wysokiemu poziomowi zabezpieczeń stopy procentowej, zmiany rynkowych stóp procentowych będą miały ograniczony wpływ na koszt obsługi zadłużenia Grupy w perspektywie do połowy 2024 roku.

Wykres: Ewolucja długu netto (w mln zł)

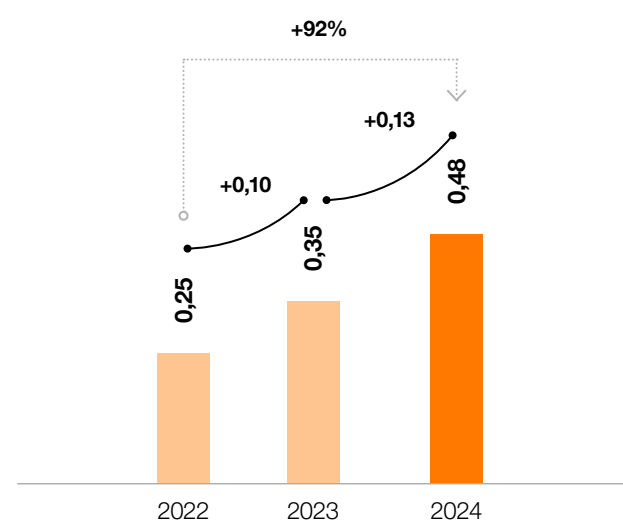


Wynagrodzenie akcjonariuszy zgodne z polityką wypłat dywidendy określoną w strategii .Grow

Zgodnie z polityką wypłat dywidendy określoną w strategii .Grow oraz biorąc pod uwagę bardzo dobre wyniki za 2023 rok i mocny bilans, w dniu 14 lutego 2024 roku Zarząd Orange Polska podjął uchwałę, w której zarekomendował Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłatę w 2024 roku dywidendy pieniężnej w wysokości 0,48 zł na akcję z zysku za 2023 rok. Propozycja została przyjęta przez WZA w dniu 19 kwietnia 2024 roku.

Propozycja zwiększenia dywidendy o 37% odzwierciedla zaufanie Zarządu co do przyszłych perspektyw Orange Polska. Spółka uznaje dywidendę w wysokości 0,48 zł na akcję jako nowy poziom bazowy dla wypłaty dywidendy w 2025 roku.

Wykres: Ewolucja dywidendy (w zł na akcję)



Perspektywy na 2024 rok: w kierunku realizacji celów strategii .Grow

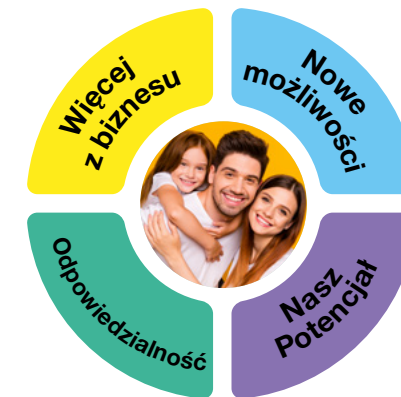
Kluczowe priorytety na 2024 rok

Konsekwentna realizacja strategii ukierunkowanej na wartość w kluczowych obszarach detalicznych

Monetyzacja sieci światłowodowej

Redukcja emisji CO₂, w tym w zakresie 3 (fańcuch wartości)

Dalszy nacisk na włączenie cyfrowe



Nowe domeny w obszarze ICT (duże zbiory danych, generatywna SI)

Budowa sieci 5G

Dalsza transformacja kosztów

Wzrost sprzedaży przez kanały cyfrowe

Ludzie Orange

Dalsze zmiany kulturowe i rozwój kwalifikacji

Rok 2024 jest ostatnim rokiem realizacji strategii .Grow. Otoczenie makroekonomiczne postaje wymagające, ale stopniowo ulega poprawie. Według konsensusu prognoz ekonomicznych, tempo wzrostu PKB w tym roku powinno się zwiększyć do około 3% (od bliskiego recesji poziomu 0,2% w 2023 roku). Rysuje się także perspektywa odblokowania funduszy europejskich, co powinno pobudzić działalność gospodarczą, w tym realizację przez nas projektów w obszarze usług IT i integracji. Cieszy nas, że inflacja spadła do średnich wartości jednocyfrowych, a w 2024 roku powinna się utrzymać na podobnym poziomie. Jednak na część naszych kosztów będzie miała wpływ ubiegłoroczna dwucyfrowa inflacja. Skupimy się na realizacji sprawdzonej strategii komercyjnej ukierunkowanej na wartość. Celem jest utrzymanie właściwej równowagi pomiędzy wzrostem liczby klientów a wzrostem ARPO. Oczekujemy, że korzystny wpływ na wskaźnik ARPO będą mieć korekty cenowe, wprowadzone głównie w poprzednich latach. W 2024 roku utrzymamy podejście oparte na wartości: w styczniu ponownie skorygowaliśmy ceny usług komórkowych w formule „więcej za więcej”. Moment wprowadzenia podwyżek nie został wybrany przypadkowo,

lecz zbiegł się z informacją o tym, że uruchamiamy technologię 5G w oparciu o nowo pozyskane częstotliwości. Nowe pasmo zapewnia większą pojemność, co pozwala nam obsługiwać stale rosnący przesył danych oraz oferować klientom większe pakiety danych, wspierające naszą strategię komercyjną. Najważniejsze zadanie polega na tym, aby skłonić klientów do przyjęcia nowych planów taryfowych, co przełoży się na wzrost ARPO i przychodów. Dalszy wzrost wskaźnika ARPO ma kluczowe znaczenie dla ograniczenia skutków inflacji. Musi temu towarzyszyć dalsza transformacja kosztów w celu zwiększenia elastyczności i efektywności. Jednym z kluczowych elementów, które temu służą, jest dalsza cyfryzacja. Dzięki niej możemy szybciej i skuteczniej reagować na potrzeby klientów, a jednocześnie zwiększać własną elastyczność i efektywność. W szczególności, mamy ambitny plan dynamicznego zwiększenia sprzedaży i działań utrzymaniowych przez kanały cyfrowe. Na rynku biznesowym będziemy nadal umacniać pozycję partnera w transformacji cyfrowej polskich firm, poszerzając synergii pomiędzy telekomunikacją a usługami IT i integracyjnymi. Dysponując nowym pasmem 5G, wreszcie

będziemy mogli intensywniej rozwijać rozmaite nowe usługi. Mamy ambitne zamierzenia dotyczące prywatnych sieci mobilnych, które chcemy tworzyć dla klientów przemysłowych, samorządów i uniwersytetów. Z drugiej strony, początek 2024 roku może wskazywać, że osiągnięcie wzrostu w obszarze ICT będzie większym wyzwaniem niż w poprzednich latach. Jest to związane z cyklicznym spowolnieniem popytu, które wynika z ogólnego pogorszenia sytuacji na rynku IT oraz spadku popytu ze strony sektora publicznego.

Ponadto, będziemy nadal podejmować inicjatywy proekologiczne, zarówno w wymiarze środowiskowym jak i społecznym. Zintensyfikujemy wysiłki na rzecz zmniejszenia emisji CO₂ w zakresie 3 – który obejmuje cały łańcuch wartości, w tym dostawców i klientów. W ramach tych działań będziemy jeszcze aktywniej wdrażać zasady gospodarki o obiegu zamkniętym. Jesteśmy przekonani, że dysponujemy odpowiednimi zasobami, aby zmierzyć się z tegorocznymi wyzwaniami i zrealizować nasze ambitne cele.

Cele na ten rok są spójne z naszą strategią, która zakłada wzrost przychodów i zysków.

Prognozujemy niski jednocyfrowy wzrost przychodów w 2024 roku. Jesteśmy przekonani, że utrzyma się solidny popyt na nasze usługi, które są istotne dla klientów. Przewidujemy dalsze wzrosty w podstawowych usługach telekomunikacyjnych (konwergentnych, komórkowych i dostępu szerokopasmowego) na rynkach detalicznych, w połączeniu z solidnymi przychodami z usług IT i integracyjnych oraz odprzedaży energii, a także utrzymanie wysokiego popytu na naszą infrastrukturę ze strony klientów hurtowych. Oczekujemy również dalszej presji na wysokomarżowe usługi schyłkowe (detaliczne i hurtowe usługi telefonii stacjonarnej). Na przychodach z rozliczeń z innymi operatorami odbije się kolejna obniżka stawek za zakańczanie połączeń w sieci komórkowej, ale będzie to mieć bardzo ograniczony wpływ na zysk. W obszarze odsprzedaży energii czeka nas trudniejszy rok ze względu na niższe rynkowe ceny prądu oraz zmiany regulacyjne. Podobnie jak w 2023 roku, oczekujemy, że EBITDAaL zostanie wsparta przez wzrost przychodów we wszystkich kluczowych obszarach naszej działalności, koncentrację

na budowaniu wartości oraz optymalizację kosztów. Spodziewamy się, że otoczenie inflacyjne będzie nadal niekorzystnie wpływać na wysokość kosztów operacyjnych, stanowiąc kluczowe wyzwanie dla wzrostu. Znaczna część naszych kosztów jest indeksowana do inflacji z poprzedniego roku (np. umowy najmu powierzchni biurowych, punktów sprzedaży i infrastruktury) bądź podlega presji wynikającej ze znacznego podniesienia płacy minimalnej. Jednak zakładamy, że będzie to mniejszym wyzwaniem niż w 2023 roku, co pozwala nam z większą pewnością podchodzić do tegorocznych perspektyw wzrostu. W efekcie, w 2024 roku przewidujemy niski jednocyfrowy wzrost procentowy EBITDAaL.

Przewidujemy, że w 2024 roku ekonomiczne nakłady inwestycyjne (eCapex) będą się mieścić w przedziale 1,7-1,9 mld zł, a zatem będą wyższe od wyjątkowo niskiego poziomu w 2023 roku. Jest to głównie odzwierciedleniem szybkiej budowy sieci 5G w oparciu o nowo nabyte częstotliwości w paśmie C. Jednocześnie będziemy realizować synergiczny projekt odnowy mobilnej sieci dostępowej. Zgodnie z przyjętą przez nas definicją, ekonomiczne nakłady inwestycyjne nie obejmują płatności za częstotliwości komórkowe.

Prognozy na 2024 rok zgodne z wszystkimi celami finansowymi strategii .Grow

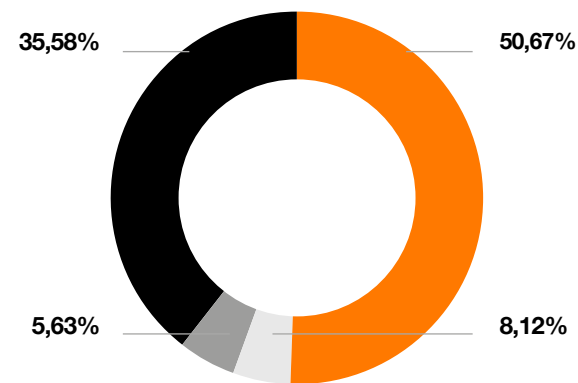
	Przychody	EBITDAaL	eCAPEX
Wyniki realizacji strategii w latach 2021-23	+4,4% (CAGR)	+4,4% (CAGR)	1,67 mld zł (średnia roczna)
Perspektywy na 2024 rok	Niski jednocyfrowy wzrost	Niski jednocyfrowy wzrost	1,7-1,9 mld zł
	Kluczowe trendy w podstawowych usługach telekomunikacyjnych, ICT i usługach hurtowych będą nadal wspierać wzrost	Wsparta przez wzrost przychodów i dalszą transformację kosztów	Dyscyplina inwestycyjna Szybka budowa sieci 5G
Wszystkie cele strategii .Grow na lata 2020-24 potwierdzone	Niski jednocyfrowy wzrost (CAGR)	Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (CAGR)	1,7-1,9 mld zł (średni roczny poziom w tym okresie)



Orange Polska na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w 2023 roku

Struktura własnościowa

Wykres: Udział w kapitale zakładowym (%)**



Liczba posiadanych akcji*

Orange S.A.	664.999.999
Allianz Polska OFE, Allianz Polska DFE	106.592.183
Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny	73.924.979
Pozostali akcjonariusze	466.840.318
Razem	1.312.357.479

* 1 akcja = 1 głos na WZA

** Informacja na dzień 19.04.2024

Wśród naszych inwestorów są akcjonariusze indywidualni i instytucjonalni. Prowadzimy aktywny dialog z inwestorami poprzez rozbudowany program relacji inwestorskich.

Notowania akcji Orange Polska S.A. na GPW

Od listopada 1998 roku akcje Orange Polska S.A. (wcześniej Telekomunikacji Polskiej S.A.) są notowane na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w systemie notowań ciągłych.

Akcje Spółki wchodzą w skład następujących indeksów:

- największych spółek WIG20 oraz WIG30,
- szerokiego rynku WIG,
- spółek zaangażowanych w społeczną odpowiedzialność biznesu WIG-ESG.

W 2023 roku Orange Polska S.A. ponownie znalazł się w prestiżowym gronie giełdowych spółek odpowiedzialnych społecznie. W ogłoszonym przez Giełdę Papierów Wartościowych składzie indeksu WIG-ESG znalazło się 60 spółek. Orange Polska S.A. jest obecny w tym zestawieniu od pierwszej edycji. Indeks WIG-ESG cieszy się coraz większym zainteresowaniem przedsiębiorców i inwestorów, dostrzegających zależność między uwzględnianiem aspektów społecznych i środowiskowych, a wynikami finansowymi przedsiębiorstwa.

Dodatkowo Orange Polska S.A. jest notowany w globalnym Indeksie FTSE Russell ESG Ratings, który uwzględnia wyniki ESG (środowiskowe, społeczne i zarządcze) poszczególnych firm.

W 2023 roku indeksy na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych zanotowały wzrosty. Akcje Orange Polska S.A. wzrosły w tym czasie o 23% (biorąc pod uwagę wypłaconą dywidendę, wzrost wyniósł 29%) a indeks dużych spółek giełdowych WIG20 zanotował wzrost o 31%.

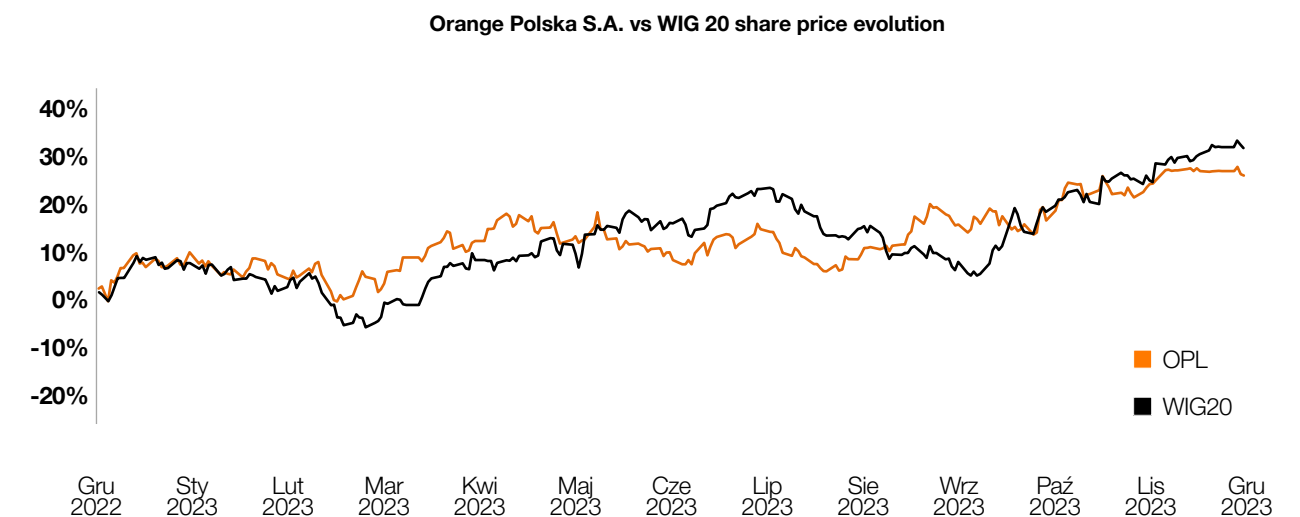
Rekomendacje oraz raporty dla akcji Orange Polska S.A. są wydawane przez następujące instytucje finansowe (według wiedzy Spółki na dzień publikacji niniejszego sprawozdania)*:

Nazwa Instytucji

- Citigroup Global Markets
- Biuro Maklerskie mBanku

- Biuro Maklerskie Pekao
- Biuro Maklerskie PKO Banku Polskiego
- Dom Maklerski Banku Ochrony Środowiska
- Dom Maklerski BDM
- Erste Group Bank
- Ipopema Securities
- Raiffeisen Bank International
- Santander Biuro Maklerskie
- Trigon Dom Maklerski
- WOOD & Company Financial Services

Wykres: Notowania akcji Orange Polska S.A. w okresie od 1 stycznia 2023 r. do 31 grudnia 2023 r.



* Aktualna lista brokerów wraz z danymi instytucji znajduje się na stronie internetowej Spółki: <https://www.orange-ir.pl/pl>

Relacje inwestorskie Orange Polska

Działalność Orange Polska w zakresie relacji inwestorskich koncentruje się przede wszystkim na zapewnieniu przejrzystej i aktywnej komunikacji z rynkiem kapitałowym poprzez czynną współpracę z inwestorami i analitykami, a także zapewnieniu wykonywania obowiązków informacyjnych w ramach obowiązujących aktów prawnych. Przedstawiciele Departamentu Relacji Inwestorskich wraz z osobami reprezentującymi Spółkę regularnie odbywają liczne spotkania z inwestorami i analitykami krajowymi i zagranicznymi oraz uczestniczą w większości regionalnych i branżowych konferencji inwestorskich.

Wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Orange Polska są prezentowane kwartalnie w ramach konferencji transmitowanych równocześnie z wykorzystaniem sieci internetowej. W 2023 roku odbyły się cztery konferencje poświęcone prezentacji wyników.

Działalność oraz wyniki Spółki są na bieżąco monitorowane przez analityków reprezentujących polskie i zagraniczne instytucje finansowe. W 2023 roku kilkanaście instytucji finansowych opublikowało raporty i rekomendacje dotyczące Spółki.

Aktualna lista analityków jest dostępna naszej stronie internetowej: <https://www.orange-ir.pl/pl/analitycy/>

W 2023 roku Spółka uczestniczyła w sześciu konferencjach dla inwestorów, zorganizowanych przez różnych brokerów, a także odbyła ponad 70 spotkań z inwestorami i analitykami z Polski i innych krajów. Angażujemy się również w dialog z inwestorami indywidualnymi, uczestnicząc w konferencjach online prowadzonych przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych. Ponadto, Orange Polska opublikował siódmy raport zintegrowany.

Działania podejmowane przez Relacje Inwestorskie w kontaktach z inwestorami mają przede wszystkim na celu umożliwienie rynkowi przeprowadzenia rzetelnej oceny sytuacji finansowej Spółki, jej pozycji rynkowej i skuteczności przyjętego modelu biznesowego, z uwzględnieniem strategicznych kierunków rozwoju w kontekście rynku telekomunikacyjnego oraz sytuacji makroekonomicznej w gospodarce krajowej i na rynkach międzynarodowych.

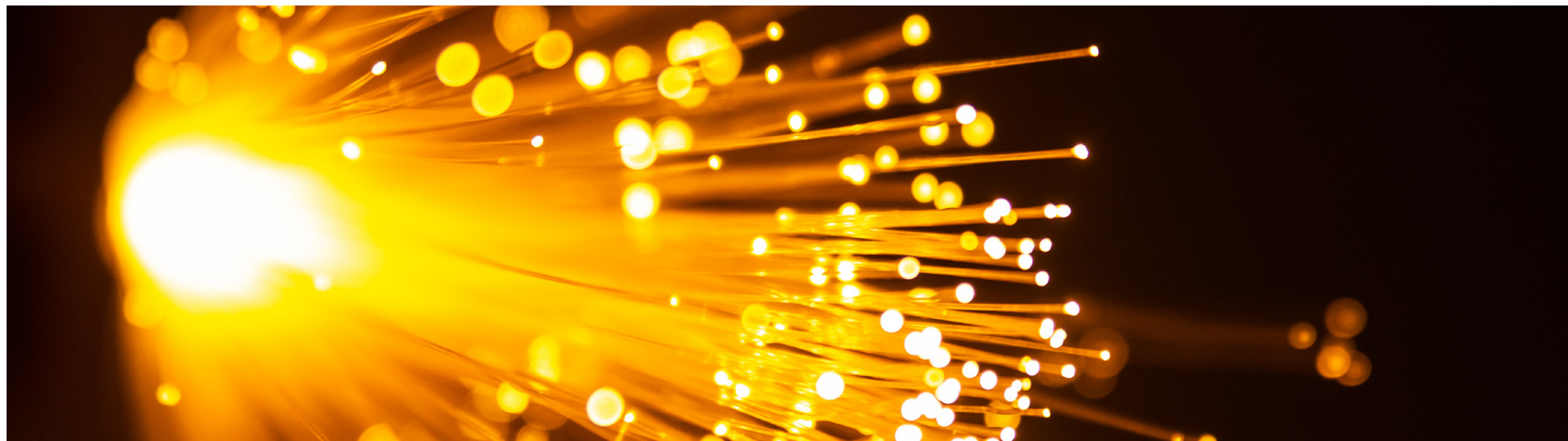
Udostępniamy społeczności inwestorów stronę internetową poświęconą relacjom inwestorskim www.orange-ir.pl/pl oraz cotygodniowy biuletyn zawierający ważne informacje dotyczące Orange Polska i całego rynku telekomunikacyjnego w Polsce.

Przestrzeganie Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW

Orange Polska S.A., jako emitent papierów wartościowych dopuszczonych do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., został zobowiązany do podejścia „przestrzegaj lub wyjaśnij” w odniesieniu do Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2021.

W 2023 roku Spółka przestrzegała wszystkich zasad Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2021.

Pełny tekst Oświadczenia Spółki o stosowaniu zasad i zaleceń dotyczących ładu korporacyjnego określonych w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2021 jest dostępny na stronie internetowej www.orange-ir.pl/pl/lad-korporacyjny/.





04

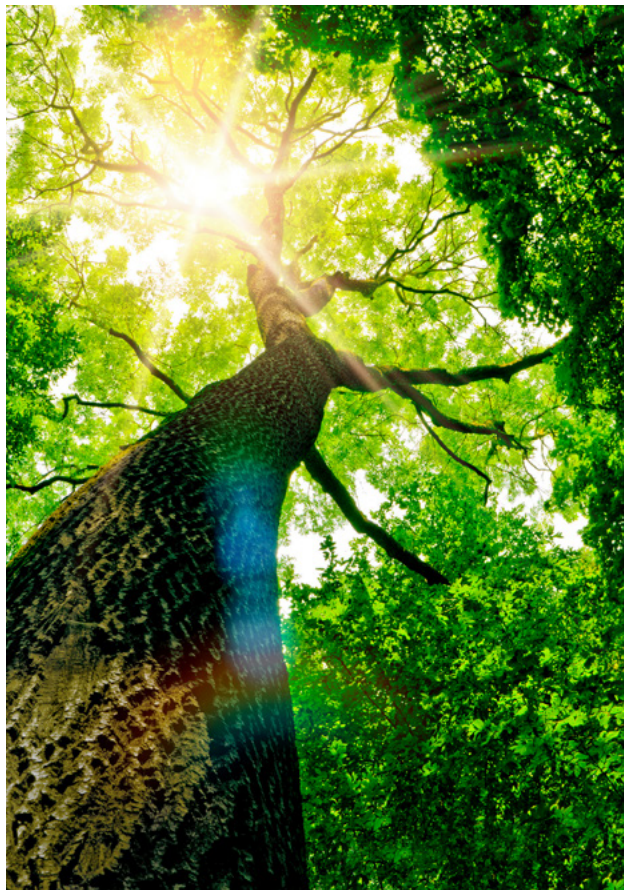
Zarządzanie kwestiami ESG

E - Klimat i środowisko

W Orange wierzymy, że postęp technologiczny jest dla wszystkich, ale nie powinno się to odbywać kosztem środowiska naturalnego. Bierzymy odpowiedzialność za nasz wpływ na klimat i środowisko.

#OrangeGoesGreen – nasze podejście do zarządzania wpływem na klimat i środowisko

Wierzymy, że tylko realne działania, oparte na konsensusie naukowym i zgodne z międzynarodowymi standardami opierającymi się na zapisach porozumienia paryskiego (takimi jak wytyczne SBTi), mogą przynosić realne, weryfikowalne skutki. Takie są również cele i działania Orange Polska w zakresie zarządzania emisjami CO₂e.



Program Orange Goes Green obejmuje działania na rzecz klimatu i środowiska naturalnego zapewniające realizację przyjętych celów klimatycznych. Cele te definiuje przyjęta w 2021 roku polityka klimatyczna Orange Polska.

Już w 2023 roku – z dwuletnim wyprzedzeniem – Orange Polska zrealizował pośrednie cele klimatyczne, wyznaczone na 2025 rok:

- 74% energii odnawialnej w strukturze zużycia względem 2015 roku (wobec celu: 60%),
- ograniczenie emisji własnych (w zakresach 1 i 2) o 79% względem 2015 roku (wobec celu: 65%).

Kolejnym krokiem będzie ograniczenie emisji w łańcuchu wartości (w zakresach 1, 2 i 3) do 2030 roku o 45% względem 2020 roku.

Globalnym celem Grupy Orange jest osiągnięcie neutralności klimatycznej netto dla wszystkich emisji (własnych i w łańcuchu wartości) najpóźniej do 2040 roku (ang. net zero carbon). Ten cel jest osadzony naukowo i zweryfikowany przez międzynarodową organizację SBTi (Science Based Targets initiative), która potwierdziła jego zgodność z zamierzeniami Porozumienia Paryskiego – ograniczeniem globalnego ocieplenia do poniżej 1,5 stopnia Celsjusza na koniec XXI wieku w porównaniu do ery przedindustrialnej. Orange Polska przyjęła ten sam cel i konsekwentnie go realizuje.

Cel obejmuje wszystkie emisje, zarówno własne (bezpośrednie i pośrednie) jak i w łańcuchu wartości (emisje dostawców, klientów i pracowników związane z działalnością Orange Polska). To tak zwane zakresy 1, 2 i 3 emisji zgodnie z metodologią Protokołu GHG.

Zakres 1

Kluczowe źródła emisji w Orange Polska w poszczególnych zakresach

Emisje własne bezpośrednie

- Paliwa samochodowe
- Opał
- Wycieki z instalacji chłodniczych

Zakres 2

Emisje własne pośrednie

- Energia elektryczna

Zakres 3

Emisje pośrednie w łańcuchu wartości

- Dostawcy** (zwłaszcza produkcja sprzętu infrastrukturalnego i abonenckiego)
- Klienci** (zwłaszcza zużycie energii elektrycznej na zasilanie urządzeń)
- Emisje Orange Energia** (liczone/wykazywane oddzielnie – inny sektor działalności – ale objęte celem neutralności klimatycznej netto do 2040 roku)

#OrangeGoesGreen

Cel Orange Polska: neutralność klimatyczna netto

Zakres 1 Spalanie paliw w pojazdach i budynkach; wycieki gazów cieplarnianych	Zakres 2 Zużycie zakupionej energii	Zakres 3 Klienci, dostawcy, pracownicy	Kompensacja emisji niemożliwych do wyeliminowania w inny sposób	0
Emisje własne – główny cel do 2025 roku „Zaczynamy od siebie” Ok. 65% do 2025 r. (względem 2015 r.), cel zrealizowany w 2023 r.		Emisje w łańcuchu dostaw Aby osiągnąć cel w 2040 r., nasilamy działania już dziś	Ostatni krok Nie przekroczy ok. 10% całości -> neutralność klimatyczna netto ma być oparta na rzeczywistej redukcji, a kompensacja będzie dotyczyć tylko emisji, których nie da się inaczej uniknąć	Neutralność netto

Cel średniookresowy Grupy Orange: redukcja o ok. 45% w 2030 r. (względem 2020 r.)

Jak najbliższej neutralności klimatycznej netto do 2040 r.

Na program Orange Goes Green składają się trzy priorytetowe osie działań:

#1. Odpowiedzialność za ograniczenie emisji CO₂ i zużycia zasobów

Orange Polska jest liderem polskiego rynku telekomunikacyjnego pod względem wyników biznesowych. Naszym celem jest być liderem pozytywnej zmiany również w aspekcie odpowiedzialności za klimat i środowisko.

Przejawem naszego negatywnego wpływu na środowisko są przede wszystkim emisje gazów cieplarnianych. Istotne znaczenie odgrywa tu energia, która jest niezbędna do świadczenia usług i oferowania produktów klientom, a także korzystania z usług Orange Polska. Dlatego też, po osiągnięciu w 2023 roku zamierzeń zaplanowanych w średnim okresie, dotyczących ograniczenia emisji związanych bezpośrednio z naszą działalnością (Zakres 1 i 2 Protokołu GHG), naszym celem jest redukcja negatywnego wpływu na klimat i środowisko w całym łańcuchu wartości.

Zarówno cel średniokresowy – ograniczenie emisji o 45% w ciągu dekady 2020-2030 – jak i ambicja osiągnięcia całkowitej neutralności klimatycznej netto do 2040 roku obejmują pełny łańcuch wartości, tj. dotyczą również emisji związanych z działalnością naszych dostawców i pracowników wynikającą z działalności Orange Polska, a także z użytkowaniem usług przez naszych klientów. Cel redukcji emisji o 45% w latach 2020-2030 będziemy realizować poprzez następujące działania:

- konsekwentne zwiększanie i ustabilizowanie udziału odnawialnych źródeł energii jako dominujących w naszej strukturze zużycia, dzięki zawieraniu długoterminowych umów zakupowych bezpośrednio z wytwórcami energii odnawialnej (tzw. umowy PPA);
- dalszą optymalizację wykorzystania energii zarówno w infrastrukturze jak i w części administracyjnej;
- wprowadzanie i rozwój nowych, bardziej wydajnych energetycznie technologii, np. światłowodu czy 5G;
- współpracę z kluczowymi dostawcami w celu ograniczenia śladu węglowego wynikającego z produkcji, instalacji i wykorzystania zasobów koniecznych w naszej działalności biznesowej;
- promowanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym i ekoprojektowania, zarówno w relacjach z klientami indywidualnymi i biznesowymi jak i w kontaktach z dostawcami.

Redukcja zużycia przez Orange Polska innych zasobów (np. papieru i plastiku) ma drugorzędne znaczenie dla kluczowego celu neutralności klimatycznej netto, ale jest również objęta niniejszym priorytetem. Jesteśmy odpowiedzialni za to, co wprowadzamy do obiegu. Działamy na rzecz ograniczenia wykorzystania tego typu zasobów m.in. poprzez upraszczanie i cyfryzację procesów czy przeglądy i usprawnianie praktyk obsługi klientów (np. fakturowanie, dostawy), a także promowanie opcji mniej obciążających klimat i środowisko w ofertach kierowanych do klientów.

#2 Wartość dla klientów i interesariuszy

Sektor cyfrowy może i powinien być częścią rozwiązania kryzysu klimatycznego. Chcemy i możemy wspierać transformację klimatyczną naszych klientów, a w ten sposób – całej gospodarki. Pamiętamy o naszym kluczowym interesariuszu: środowisku naturalnym.

Wierzmy, że odpowiedzialność za klimat i środowisko może budować wartość dla wszystkich – firm i ich udziałowców, klientów, społeczności lokalnych i naszego otoczenia. Dlatego podejmujemy następujące działania:

- rozwój i sprzedaż usług wspierających klientów indywidualnych i biznesowych w ograniczaniu negatywnego wpływu na klimat i środowisko (w tym pozwalających na redukcję emisji gazów cieplarnianych czy bardziej efektywne wykorzystywanie zasobów);
- wzmocnienie całościowego zarządzania problematyką środowiskową w doświadczeniu klientów Orange Polska, w tym rzetelna i uczciwa komunikacja oparta na faktach oraz przeciwdziałanie greenwashingowi;
- stosowanie w praktyce biznesowej działań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym poprzez:
 - wydłużanie cyklu życia telefonów komórkowych dzięki naprawie, odzyskiwaniu (w drodze odkupu lub zbiórki do recyklingu) i oferowaniu urządzeń odnowionych, czyli parasolowy Program Re, uruchomiony w 2022 roku,
 - odnowę stacjonarnych urządzeń klienckich (modemy i dekodery telewizyjne),
 - wykorzystywanie odnowionego sprzętu w sieciach Orange Polska.

#3. Wpływ na zieloną, cyfrową transformację polskiej gospodarki

Jesteśmy wiodącą, odpowiedzialną i wiarygodną firmą na rynku polskim – mamy miliony klientów oraz tysiące pracowników i partnerów. Dlatego chcemy być kluczowym graczem w transformacji klimatycznej polskiej gospodarki, zarówno poprzez wspieranie na tej drodze innych przedsiębiorstw, jak też budowanie świadomości i edukowanie o znaczeniu dbania o klimat i środowisko.

Działamy w wymiarze wewnętrznym, jak i zewnętrznym:

- edukujemy i budujemy zaangażowanie pracowników i współpracowników, aby stawali się ambasadorami zielonej zmiany;
- współpracujemy z dostawcami, zachęcamy i pokazujemy narzędzia do kalkulowania i zarządzania śladem klimatycznym; włączyliśmy odpowiedzialne podejście do wpływu na klimat i środowisko do kryteriów stosowanych w postępowaniach zakupowych;
- pokazujemy naszym klientom, że świadome wybory mają znaczenie, i dajemy im narzędzia pomagające ograniczyć ich własny ślad węglowy;
- angażujemy się na rzecz transformacji systemowej: wspieramy zmiany rynkowe i regulacyjne korzystne dla klimatu i środowiska.

Kwestie istotne dla wpływu na klimat

Emisja gazów cieplarnianych (emisje własne) / zarządzanie energią

Zużycie energii (przede wszystkim na potrzeby działania infrastruktury teletechnicznej) jest głównym źródłem emisji własnych operatora telekomunikacyjnego (zakresy 1 i 2 emisji według protokołu GHG – bezpośrednie i pośrednie emisje własne). Dla Orange Polska kluczowe są zarówno działania dotyczące optymalizacji zużycia energii, jak też zwiększania udziału energii odnawialnej w całości wykorzystywanej energii.

Od 2014 roku Spółka prowadzi kompleksowe działania mające na celu zmniejszanie zużycia energii w ramach programu optymalizacji energii. Dotąd wdrożono ponad 270 inicjatyw oszczędnościowych w różnych obszarach sieciowych, które w latach 2015-2023 przełożyły się na łączną oszczędność energii na poziomie ponad 1,4 TWh*.



* Oszczędności energii oblicza się na podstawie audytów efektywności energetycznej oraz szacunków oszczędności energii w danym roku.

Wszystkie działania realizowane w ramach programu zostały podzielone na cztery obszary:

- Inicjatywy dotyczące starszych technologii stacjonarnych (PSTN czy ATM) – klienci są przełączani na technologie nowsze i bardziej efektywne energetycznie. Optymalizuje się też starsze urządzenia poprzez „zagęszczenie” dostępow dla klientów na kartach i wyłączenie nadmiarowych kart. Dodatkowo w 2023 roku Orange Polska rozpoczął proces wygaszania sieci 3G, który zaowocuje migracją klientów do nowszych, bardziej efektywnych technologii: 4G LTE i 5G;
- Poprawa efektywności sieci RAN – działania zmniejszające zużycie energii w mobilnej radiowej sieci dostępowej. W okresie niższej aktywności abonentów, np. w nocy, wybrane zasoby zostają czasowo wyłączone, co zmniejsza zużycie energii;
- Modernizacja środowiska technicznego – zapewnienie optymalnych warunków dla pracy urządzeń telekomunikacyjnych dzięki systemom klimatyzacji, zasilania, ogrzewania itp. Główne działania to wymiana klimatyzacji na efektywniejszą oraz doposażanie pomieszczeń w układy chłodzenia oparte o wentylację (tzw. free cooling);
- Big data energy – dostępne dane energetyczne są pozyskiwane, przetwarzane i analizowane przy wykorzystaniu narzędzia business intelligence, dzięki czemu można wykryć anomalie oraz zoptymalizować koszty i zużycie energii. Przykładem jest cykliczny, indywidualny dobór taryf energetycznych dla każdego obiektu znajdującego się w sieci Orange Polska.

Potrzeby sieciowe stanowią zdecydowaną większość (ponad 90%) zużycia energii przez Orange Polska, ale działania optymalizacyjne są podejmowane również w pozostałych obszarach. Firma optymalizuje portfel nieruchomości oraz konsoliduje zespoły i przenosi je do nowych, bardziej energooszczędnych lokalizacji. Podejmujemy też działania oszczędzające energię przeznaczaną na ogrzewanie i chłodzenie nieruchomości, a także zmniejszające zużycie energii w salonach sprzedaży. Dążymy do elektryfikacji floty samochodowej, przy jednoczesnym kontynuowaniu jej optymalizacji.

Sukcesywnie zwiększamy udział odnawialnych źródeł energii w strukturze energetycznej. Orange Polska jako pierwszy operator nad Wisłą zawarł kontrakt typu power purchase

agreement (PPA) i stosuje to narzędzie do ograniczenia emisji związanych z produkcją energii elektrycznej dzięki zapewnieniu dostaw energii odnawialnej bezpośrednio od producentów. W 2023 roku, dzięki takim kontraktom, udział energii odnawialnej w strukturze zużycia wyniósł 74% (wzrost w stosunku do 2022 roku o 62 pp.). Dzięki temu Orange Polska już w 2023 roku, z dwuletnim wyprzedzeniem, zrealizował cele klimatyczne przewidziane na 2025 rok (zapewnienie co najmniej 60% udziału energii odnawialnej w strukturze zużycia energii).

Dzięki opisanym działaniom, pomimo rosnącej transmisji danych w sieciach Orange Polska zredukował emisje własne w 2023 roku o 79% w porównaniu do 2015 roku (przyjętego jako rok bazowy dla emisji w Grupie Orange – to rok podpisania porozumienia paryskiego) i o 64% w stosunku do roku poprzedniego.

Zakres 3 emisji gazów cieplarnianych (emisje w łańcuchu wartości)

Orange Polska oblicza pełną emisję gazów cieplarnianych w zakresie 3, uwzględniając emisje związane z działalnością spółki w całym łańcuchu dostaw – pochodzące od dostawców, pracowników i klientów.

Oszacowanie emisji w zakresie 3 jest prowadzone zgodnie z wytycznymi Protokołu GHG i koordynowane przez centralę Grupy Orange w oparciu o lokalne dane z poszczególnych krajów. Ze względu na trudności metodologiczne (w szczególności związane z koniecznością gromadzenia, agregowania i przeliczania zróżnicowanych danych dla szerokiego grona podmiotów w łańcuchu wartości), emisje w zakresie 3 są obecnie obliczane z rocznym opóźnieniem. W niniejszym raporcie prezentujemy ostatnie dostępne dane, podsumowujące rok 2022. Metodologia wyznaczania emisji w zakresie 3 podlega stałemu doskonaleniu, w szczególności co do maksymalizacji udziału w wyliczeniach danych fizycznych w miejsce szacunków opartych na danych finansowych. Globalny, potwierdzony naukowo cel Grupy Orange, uwzględniający zakres 3, to redukcja emisji w zakresach 1, 2 i 3 do 2030 roku o 45% (względem 2020 roku).

Emisje Orange Polska w zakresie 3 (z wyłączeniem Orange Energia – dane prezentowane oddzielnie poniżej) wyniosły 669 tys. ton CO₂e, a największymi źródłami pochodzenia emisji były:

- zakupione produkty i usługi (w szczególności udostępniane klientom urządzenia niezbędne do korzystania z usług cyfrowych),

- dobra kapitałowe (w szczególności inwestycje infrastrukturalne) oraz
- korzystanie przez klientów z produktów i usług Orange (w szczególności związane z tym zużycie energii elektrycznej).

W stosunku do bazowego roku 2020, w którym całkowite emisje (w zakresach 1, 2 i 3) wyniosły 1 069 tys. ton CO₂e, w 2022 roku były one niższe o 6%.

Oddzielną kategorią emisji w zakresie 3 są emisje związane z działalnością Orange Energia, spółki zajmującej się przede wszystkim obrotem energią elektryczną w Polsce. Zgodnie z Protokołem GHG, emisje związane z energią będącą przedmiotem obrotu należą do zakresu 3.

W uzgodnieniu z Grupą Orange, emisje Orange Energia są prezentowane oddzielnie, ponieważ nie dotyczą sektora telekomunikacyjnego i cyfrowego, będącego podstawowym obszarem działalności Orange Polska i Grupy Orange jako całości. Ze względu na bardzo wysokie uzależnienie polskiej energetyki od paliw kopalnych, energia objęta obrotem na polskim rynku jest wysokoemisyjna, co przekłada się na znaczne emisje Orange Energia; ich włączenie do pozostałych emisji Orange Polska z podstawowej działalności zaciemniłoby obraz emisji Spółki i utrudniło analizę prezentowanych danych. Jednocześnie, zarówno Grupa Orange Polska, jak i Orange Energia podejmują stałe działania na rzecz zwiększenia udziału energii odnawialnej w strukturze energetycznej.

Gospodarka o obiegu zamkniętym

Firma podejmuje działania zmierzające do redukcji emisji w priorytetowych obszarach, w szczególności w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ), m.in. prowadząc odkup i zbiórkę używanych telefonów oraz proponując klientom telefony odnawiane czy usługi naprawy. Działania te są zebrane pod wspólnym szyldem programu RE – platformy komunikacyjno-edukacyjnej promującej zasady GOZ w odniesieniu do smartfonów i urządzeń klienckich. W 2023 roku Orange Polska, jako pierwszy operator w Polsce, zrealizował kampanię zachęcającą do przedłużania życia urządzeń, z których korzystamy, i świadomego rozstawiania się z nimi. Ponadto, Spółka co roku odzyskuje od klientów, odnawia i kieruje do ponownego wykorzystania ponad 90% klienckich urządzeń sieciowych (modemy internetowe, dekodery telewizyjne).

W minionym roku blisko co drugi wydawany klientom modem

lub dekodery przeszedł proces odnowy.

Spółka również wdraża i promuje wśród klientów energooszczędne opcje w urządzeniach sieciowych. Przeprowadzona w 2023 roku aktualizacja oprogramowania i wgranie ulepszonych, bardziej komfortowego trybu energooszczędnego do jednego z modeli dekoderek umożliwiła w skali roku oszczędności rzędu 5 GWh. Jednocześnie Orange Polska bierze udział w międzynarodowych inicjatywach Grupy Orange dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym w zakresie infrastruktury sieciowej.

Zarządzanie odpadami

W wyniku działalności Spółki powstają odpady przemysłowe, takie jak zużyty sprzęt elektroniczny, zużyte baterie i akumulatory, żelazo, kable, słupy betonowe i drewniane itp. Ich zagospodarowanie następuje pod ścisłą kontrolą, zgodnie z obowiązującym prawem.

Stosujemy jednolite zasady klasyfikacji odpadów, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Klimatu z dnia 2 stycznia 2020 r. w sprawie katalogu odpadów, oraz jednolite zasady ewidencjonowania odpadów, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Środowiska w sprawie wzorów dokumentów stosowanych na potrzeby ewidencji odpadów.

Współpracujemy tylko z takimi odbiorcami, którzy w pełnym zakresie przejmują odpowiedzialność za dalsze postępowanie z przekazanymi odpadami (zbiórka, transport, odzysk lub unieszkodliwienie) oraz potrafią udokumentować poszczególne etapy, jakie przebywają odpady od podmiotu wytwarzającego do podmiotu unieszkodliwiającego. Zgodnie z ustawą o zużytych sprzęcie elektrycznym i elektronicznym (ZSEE), tego typu urządzenia – zbędne i nienadające się do dalszego użytku – są traktowane jako odpady i przekazywane odbiorcom posiadającym stosowne decyzje na gospodarowanie odpadami i zarejestrowanym w Bazie danych o produktach i opakowaniach oraz o gospodarce odpadami (BDO).

Działania na rzecz redukcji emisji w 2023 roku

Zakres 1 emisji gazów cieplarnianych:

- postępująca elektryfikacja floty samochodów Orange Polska i jej dalsza optymalizacja,
- dalsza optymalizacja portfela nieruchomości i przenoszenie pracowników do mniejszej liczby mniej energo- i zasobochłonnych biur;

- ograniczenie zimą ogrzewania w budynkach, w szczególności nieruchomościach technicznych lub niewykorzystywanych do celów bieżącej działalności; ograniczenie w ciepłych miesiącach roku klimatyzowania pomieszczeń, co przełożyło się na znaczące ograniczenie zużycia paliw na te cele;
 - wykorzystanie dodatkowego, celowego funduszu, Green CAPEX, na inwestycje w systemy chłodzenia i gaśnicze, co pozwoliło znacząco ograniczyć emisje związane z wyciekami z tych systemów.
- Zakres 2 emisji gazów cieplarnianych:
- podpisanie kolejnej długoterminowej umowy zakupu energii odnawialnej bezpośrednio od producenta (corporate power purchase agreement, cPPA) – pierwszej umowy gwarantującej Orange Polska energię z instalacji fotowoltaicznych, co pozwoli na bardziej zrównoważony udział energii odnawialnej w strukturze zużycia w ciągu roku; obowiązujące obecnie kontrakty PPA pozwalają na zabezpieczenie realizacji celów redukcji emisji o 65% względem 2015 roku oraz przynajmniej 60% udziału OZE w strukturze zużycia energii w perspektywie do 2030 roku;
 - ponad 1,4 TWh oszczędności od 2015 roku dzięki programowi optymalizacji energii;
 - działania optymalizacyjne dotyczące zużycia energii w nieruchomościach (ogrzewanie, chłodzenie, oświetlenie), w tym salonach sprzedaży.
- Zakres 3 emisji gazów cieplarnianych:
- prace nad udoskonaleniem metody obliczania emisji gazów cieplarnianych w zakresie 3;
 - wprowadzenie w postępowaniach zakupowych tzw. ankiety green, stanowiącej jeden z etapów weryfikacji oferenta pod kątem jego działań na rzecz ograniczania wpływu na klimat;
 - pierwsza w Polsce szeroka kampania komunikacyjna promująca wdrażanie zasad GOZ w odniesieniu do smartfonów, zrealizowana w ramach programu RE (zbiórka, odkup, naprawa, odnowa, recykling);
 - promowanie trybów energooszczędnych w urządzeniach stacjonarnych, w szczególności wdrożenie nowego trybu oszczędzania energii dla jednego z modeli dekoderów, co pozwoli na zaoszczędzenie nawet 5 GWh w skali roku – z tego rozwiązania korzysta 94% użytkowników posiadających ten model urządzenia;
 - kontynuacja działań dotyczących zbiórki i odnowy stacjonarnego sprzętu sieciowego;
 - wsparcie kalkulatora śladu węglowego, przygotowanego przez Climate Strategies Polska;
 - zorganizowanie pierwszego Forum Dostawców – wydarzenia dedykowanego kontrahentom Orange Polska, poświęconego wpływowi biznesu na klimat, obliczaniu tego wpływu i metodom zarządzania nim, w tym kwestiom energii odnawialnej i możliwościom pozyskania dofinansowania unijnego dla tego typu projektów;
 - przeprowadzenie drugiej i uruchomienie trzeciej edycji autorskich studiów podyplomowych Green ACCademy wraz z Collegium Civitas, a także poszerzenie dostępności programu – włączenie pracowników innych firm do grona studentów.

Cele w obszarze klimatycznym do 2025	Realizacja w 2022	Realizacja w 2023	Realizacja 2023 wobec celu na 2025
Zmniejszenie emisji CO ₂ w zakresach 1 i 2 o 65% (wobec 2015)	-41%	-79%	+14 pp.
60% zużywanej energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych	12%	74%	+14 pp.

Cele w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym	Realizacja w 2022	Realizacja w 2023
Odsetek telefonów komórkowych zebranych z rynku w stosunku do nowych urządzeń wprowadzonych na rynek	5%	5%
Liczba sprzedanych odnowionych smartfonów	15,9 tys.	8,5 tys.
Liczba urządzeń multimedialnych (szerokopasmowych) odzyskanych od klientów po zakończeniu umowy	421,4 tys.	437,5 tys.

Szczegółowe wskaźniki realizacji celów znajdują się w tabeli GRI.

Ujawnianie informacji związanych z klimatem, zgodnie z zaleceniami Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (TCFD)

Rośnie świadomość klientów, inwestorów i innych interesariuszy na temat zmian klimatycznych, a także presja regulacyjna związana z celami neutralności klimatycznej wprowadzonymi przez UE i jej państwa członkowskie. Jednocześnie w sektorze telekomunikacyjnym rozbudowa infrastruktury sieciowej i wzrost natężenia ruchu danych powodują wzrost zużycia energii, która w Polsce jest w większości produkowana z paliw kopalnych, co generuje emisje gazów cieplarnianych.

1 Zarządzanie organizacją w zakresie zagrożeń i szans związanych z klimatem

Aby lepiej zarządzać wpływem na klimat, Orange Polska w 2020 r. stworzył w 2020 roku stanowisko doradcy ds. strategii klimatycznej (climate officer), który odpowiada za koordynację działań Spółki w zakresie realizacji celów klimatycznych. Jego rolą jest opracowanie polityki klimatycznej oraz nadzorowanie jej realizacji w ścisłej współpracy z całą organizacją. Doradca ds. strategii klimatycznej podlega bezpośrednio Członkowi Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych.

Cele klimatyczne zostały włączone do przyjętej przez Spółkę strategii biznesowej .Grow, a ich realizacja jest kwartalnie raportowana Zarządowi. Stworzony został specjalny program #OrangeGoesGreen, prowadzony przez doradcę ds. strategii klimatycznej Orange Polska. Program, ma za zadanie przyspieszenie działań na rzecz klimatu i realizację celów klimatycznych. Nadzór nad realizacją programu sprawują Prezes Zarządu i Członek Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych.

Powołany został dedykowany zespół złożony z przedstawicieli różnych jednostek Spółki, w ramach którego jest obecnie realizowanych 14 projektów. Za ich realizację odpowiadają dyrektorzy: Zakupów Technologicznych i Sieciowych,

Środowiska Pracy, Zarządzania Łańcuchem Dostaw, Zarządzania Zasobami Sieci i IT, Zakupów, Rozwoju i Zarządzania Terminalami, Zarządzania Zasobami Operacyjnymi Sieci i IT, Marketingu Rynku Biznesowego, Centrum Doświadczeń Klientów oraz Orange Energia. Realizacja celów jest raportowana Zarządowi.

Zarząd zatwierdził cele klimatyczne Orange Polska 2025/2040 w formalnej uchwale i co najmniej dwa razy w roku dokonuje przeglądu postępów w ich realizacji. Redukcja emisji w zakresach 1 i 2 jest uwzględniona jako cel w systemie oceny MBO (5-10%) dla kluczowych menedżerów, Członków Zarządu (Prezes Zarządu, Członek Zarządu ds. Sieci i Technologii i Członek Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych) oraz osób bezpośrednio im podległych. Jest to również część długoterminowego programu motywacyjnego dla całego najwyższego kierownictwa firmy.

2 Zarządzanie ryzykami klimatycznymi

W Orange Polska funkcjonuje system zarządzania ryzykiem, który zapewnia identyfikację, ocenę i zarządzanie czynnikami ryzyka. System został opracowany na podstawie normy ISO 31000:2018. Przy ocenie ryzyka jest uwzględniane prawdopodobieństwo oraz wpływ zajścia określonych zdarzeń na sytuację finansową, wizerunek przedsiębiorstwa, ciągłość działania oraz życie i zdrowie ludzi. W przypadku, gdy konsekwencje wystąpienia ryzyka mają wpływ np. zarówno finansowy jak i wizerunkowy, wycenia się je według najbardziej negatywnego skutku.

Identyfikowane ryzyka są agregowane w grupy sobie podobnych (tzw. klastry). Proces oceny ryzyk jest zarządzany przez koordynatorów poszczególnych domen. Podział ryzyk na domeny ryzyk operacyjnych, utraty informacji, ciągłości działania, zarządzania zgodnością, nieprawidłowości oraz społecznych zapewnia jednolite i obiektywne podejście do oceny ryzyk o zbliżonych konsekwencjach (analiza przyczynowo-skutkowa). Ryzyka klimatyczne zostały wpisane w domenę ryzyk społecznych i stanowią oddzielny klaster. Za ocenę i zarządzanie ryzykiem, w tym identyfikację nowych i nasilających się czynników, monitorowanie ryzyka i skuteczności mechanizmów kontrolnych oraz przekazywanie odpowiednich raportów są odpowiedzialne osoby kierujące danym obszarem i funkcjami biznesowymi, a za koordynację tego procesu odpowiada opiekun domeny ryzyk społecznych.



Ryzyka oraz przypisane im działania ograniczające stanowią jedno ze źródeł wykorzystywanych do przygotowania rocznego planu audytu wewnętrznego. Do wyceny i raportowania ryzyka są stosowane m.in. mapy ryzyka (ang. heat maps), które ilustrują stopień zagrożenia ze strony poszczególnych zdarzeń. Rada Nadzorcza otrzymuje coroczne sprawozdania z wynikami oceny kluczowych ryzyk, wśród których znalazło się ryzyko klimatyczne.

Odniesienie do najbardziej istotnych ryzyk wpływu firmy na klimat

Utrata reputacji z powodu negatywnego wpływu na klimat

Brak realizacji celów przyjętych w strategii klimatycznej Orange Polska może mieć niekorzystny wpływ na reputację firmy oraz skutkować wzrostem kosztów operacyjnych i utratą części inwestorów i klientów. Może prowadzić do zmniejszenia zainteresowania inwestorów Spółką, a w dłuższym okresie przełożyć się na mniejszą satysfakcję i lojalność klientów. Stąd konieczność zmniejszania negatywnego wpływu działalności Spółki oraz oferowanych przez nią produktów i usług na środowisko naturalne.

Chociaż technologia 5G jest efektywniejsza energetycznie od starszych technologii, stale rosnąca ilość przesyłanych danych zwiększa całkowite zużycie prądu, co może

powodować wzrost emisji CO₂ (zużycie energii elektrycznej jest głównym źródłem emisji własnych w branży telekomunikacyjnej). W związku z tym, zwiększenie udziału energii odnawialnej wykorzystywanej na potrzeby Orange Polska poprzez długoterminowe umowy na zakup energii (PPA) ma kluczowe znaczenie dla zmniejszenia emisji CO₂ pomimo wzrostu ruchu w sieci operatora.

Celem Spółki jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2040 roku dla wszystkich emisji oraz znaczące zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych do 2025 roku, ze szczególną koncentracją na emisjach własnych. Realizacja tego celu będzie możliwa poprzez zakup zielonej energii w oparciu o długoterminowe umowy zawierane bezpośrednio z producentami oraz działania optymalizujące zużycie energii, m.in. poprzez ewolucję technologiczną oraz wdrażanie efektywniejszych energetycznie rozwiązań. Wsparciem dla tych działań jest otwarty dialog z interesariuszami w sprawie zaangażowania Orange Polska na rzecz klimatu oraz pozytywnego wpływu branży telekomunikacyjnej na zmniejszenie emisji w innych sektorach.

Utrata reputacji z powodu negatywnego wpływu na klimat to ryzyko krótkoterminowe.

Analiza oraz określenie poziomu i charakteru znaczenia zmian klimatycznych

W 2021 roku został przeprowadzony proces (opisany szczegółowo w poprzednich raportach) służący określeniu ryzyk i szans oraz determinant i elementów budowy scenariuszy postępowania w odniesieniu do tych ryzyk i szans w układzie macierzowym – odniesienie do poszczególnych lokalnych scenariuszy klimatycznych dla Polski (pozytywnego, neutralnego, negatywnego, bardzo negatywnego) (ujęcie scenariuszowe) oraz odniesienie krótko- (do 2025 roku), średnio- (do 2050 roku) i długoterminowe (do 2100 roku) (ujęcie czasowe). W całym procesie uczestniczył zespół złożony z przedstawicieli kierownictwa i różnych obszarów firmy, które uznane zostały za najważniejsze z uwagi na aktualny i potencjalny wpływ na środowisko. W 2023 roku przeprowadzono aktualizację wyników tego procesu (w związku z brakiem istotnych zmian w parametrach wyjściowych analizy) celem potwierdzenia dotychczasowych ustaleń i wniosków.

Proces obejmował następujące etapy:

Etap 1. Ocena narażenia Orange Polska na zmiany klimatu (w rozumieniu analizy istotności finansowej takiego narażenia) w zakresie poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

- Znaczenie negatywnych czynników klimatycznych dla Orange Polska dla poszczególnych scenariuszy klimatycznych.
- Znaczenie negatywnych czynników społeczno-gospodarczych dla Polski w rozumieniu Orange Polska dla poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

Etap 2. Ocena wrażliwości Orange Polska na zmiany klimatu (w rozumieniu analizy ryzyk klimatycznych) w zakresie poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

- Analiza wrażliwości Orange Polska na negatywne czynniki klimatyczne w aspekcie zmian społeczno-ekonomicznych dla poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

Etap 3. Określenie i klasyfikacja zdolności przystosowawczej Orange Polska do zmian klimatu (w rozumieniu analizy ryzyk klimatycznych) w zakresie poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

- Analiza zdolności przystosowawczej Orange Polska do zmian klimatu w aspekcie ryzyk i szans klimatycznych dla poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

Etap 4. Przygotowanie dostosowawczego planu działania Orange Polska do zmian klimatu (w rozumieniu analizy ryzyk klimatycznych) w zakresie poszczególnych scenariuszy klimatycznych).

- Określenie zintegrowanej oceny podatności oraz planu działania Spółki.

Metodologia

Metodologia identyfikacji, wyceny i działań łagodzących ryzyka dla Orange Polska została opracowana w oparciu o wytyczne TCFD, Międzypaństwowej Rady ds. Zmian Klimatu (IPCC) oraz regulacje taksonomiczne zrównoważonych środowiskowo inwestycji, związane z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852.

Ryzyka wyceniono w czterech scenariuszach wzrostu temperatury względem rewolucji przemysłowej (XIX w.), w tym zgodnie z dwoma skrajnymi scenariuszami przedstawionymi na szczycie klimatycznym w Paryżu w 2015 roku. Ryzyka wyceniono dla trzech okresów: 2022-2025 (okres strategii Orange Polska), 2025-2050 (cel UE osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 roku) i 2100 (prognoza szczytu klimatycznego w Paryżu przedstawiona na ten okres). Metodologia została wykorzystana przy wsparciu prof. P. Bogacza z Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie.



Ryzyka środowiskowe i klimatyczne, podobnie jak inne ryzyka społeczne, podlegają raz w roku standardowemu przeglądowi ryzyk oraz są raportowane Zarządowi i Radzie Nadzorczej. Ryzyka z kategorii TOP podlegają dodatkowej procedurze nadzoru i mogą stanowić podstawę do sporządzenia corocznego planu audytów wewnętrznych oraz oceny przez Komitet Audytowy. Jak wskazano powyżej, wśród ryzyk kluczowych znalazło się ryzyko dotyczące utraty reputacji z powodu negatywnego wpływu na klimat. Natomiast ryzyka wpływu klimatu na Orange Polska zostały powiązane z wybranymi ryzykami kluczowymi jako czynniki materializujące się w dłuższej perspektywie.

Odniesienie do najbardziej istotnych ryzyk wpływu klimatu na firmę

Grupa Orange Polska dokonała analizy wpływu zmian klimatu na sprawozdanie finansowe i stwierdziła, że te zmiany nie mają wpływu na wartość bilansową aktywów i zobowiązań na dzień 31 grudnia 2023 r. Określono, że ryzyka krótkoterminowe wiążą się przede wszystkim z niekorzystnym wpływem Orange Polska na środowisko. Ryzyka dotyczące wpływu klimatu na firmę są zatem rozpatrywane przede wszystkim w perspektywie średnio- i długoterminowej. Zmiany klimatu, tj. klęski żywiołowe oraz inne zdarzenia losowe związane z tymi zmianami, mogą doprowadzić do znacznego obniżenia wartości aktywów firmy poprzez ich

zniszczenie lub uszkodzenie, skutkując zarówno przerwami w świadczeniu usług jak i wysokimi kosztami napraw. Częstotliwość i intensywność zjawisk meteorologicznych związanych z obecnymi zmianami klimatu (powodzie, burze, fale upałów) stale rośnie, zaostrzając przebieg katastrof i zwiększając związane z nimi szkody. W perspektywie średnioterminowej, wzrost poziomu morza wywołany topieniem się lodowców i lądolodów może częściej wpływać na miejsca i instalacje w pobliżu wybrzeża. Ochrona ubezpieczeniowa roszczeń może się dalej zmniejszać, a szkody spowodowane katastrofami o dużej skali mogą skutkować znacznymi kosztami, z których część może nadal obciążać Orange Polska, a tym samym wpłynąć na sytuację finansową Spółki i jej perspektywy rozwoju.

Eksperti zidentyfikowali zagrożenia związane ze zmianami klimatu, które mogą znacząco wpłynąć na Orange Polska. Ryzyka te zostały wycenione pod względem wartości i prawdopodobieństwa w oparciu o zdyskontowane przyszłe przepływy pieniężne za okres do 2100 roku. Z kilkunastu zidentyfikowanych potencjalnie ryzyk jako materialne uznano cztery ryzyka, które mają największy poziom prawdopodobieństwa i największy wpływ na firmę. Opisano je poniżej, łącząc z poszczególnymi czynnikami klimatycznymi i skutkami ich działania.

Czynnik klimatyczny oparty na długoterminowych prognozach w różnych scenariuszach wzrostu temperatury (o 2-4°C)	Ryzyko (opisane poniżej)	Ryzyko wynikające z czynnika klimatycznego	Wartość ryzyka = przyszłe przepływy pieniężne wynikające z następujących przyczyn:
Fale upałów, ulewnych deszczy/ burz, powodzi rzecznych	a)	Uszkodzenia sprzętu spowodowane wysokimi temperaturami, falami upałów, powodziami i innymi ekstremalnymi warunkami pogodowymi	Koszty napraw uszkodzonych aktywów
Wzrost poziomu morza	a)	Uszkodzenia sprzętu z powodu wzrostu poziomu morza	Koszty odbudowy i relokacji majątku
Wzrost temperatury	b)	Zwiększona ilość wymaganej energii	Koszty dodatkowej ilości energii
Fale upałów	b)	Przerwy w dostawie energii	Utracone przychody oraz koszty kar i odszkodowań wynikających z przerw
Brak określonego czynnika klimatycznego	c)	Braki sprzętowe i opóźnienia w dostawach	Utracone marże na sprzedaży wynikające z braków i opóźnień w dostawach
Brak określonego czynnika klimatycznego	d)	Dodatkowe koszty, opłaty i podatki wynikające ze zmiany prawa, kar, migracji, braków wykwalifikowanych pracowników, chorób	Niewycenione

a) Ryzyka fizyczne ostre i długotrwałe

Uszkodzenia infrastruktury lub nieprawidłowe działanie spowodowane zmianą klimatu

Zmiany klimatu mogą skutkować uszkodzeniami lub nieprawidłowym działaniem infrastruktury, powodując awarie. Kluczowymi zagrożeniami są w tej kwestii: podwyższone temperatury (długotrwałe, częstsze fale upałów lub wyższe temperatury dzienne), ekstremalne zdarzenia pogodowe (np. burze, wichury, błyskawice), zalanie terenu (i infrastruktury) w wyniku ciężkich lub przewlekłych zmian klimatycznych (ulewne deszcze, wylewy rzek, przejściowe lub trwale zmiany poziomu morza), które w skrajnych przypadkach mogą prowadzić do niedostępności niektórych obszarów. Ze strony firmy takie sytuacje wymagają zmian w planowaniu lub parametrach inwestycji.

Głównym podejściem do zarządzania tym ryzykiem jest zrozumienie, pomiar, monitorowanie i łagodzenie możliwych wpływów w różnych scenariuszach klimatycznych/temperaturowych w krótkim, średnim i długim okresie, z uwzględnieniem wpływu na kwestie finansowe i ciągłość działania. Zidentyfikowaliśmy obszary wysokiego ryzyka na terenie kraju, aby móc uwzględnić informacje o ryzyku klimatycznym w decyzjach inwestycyjnych (planowanie przyszłych lub przenoszenie obecnych lokalizacji, wyboru projektowe, dodatkowe środki ochrony lub reagowania).

Przeglądamy i monitorujemy możliwy wpływ czynników klimatycznych na infrastrukturę, aby w uzasadnionych przypadkach wdrażać nowe rozwiązania przy projektowaniu i budowie infrastruktury (np. optymalizacja sprzętu aktywnego, umieszczanie sprzętu wyżej nad ziemią, instalacje ruchome, odpowiednia izolacja, systemy chłodzenia) lub zapewnić odpowiednie rozwiązania ochronne (np. pompy).

To ryzyko średnio- i długoterminowe.

b) Ryzyka związane z przejściem

Wpływ zmian klimatycznych na dostarczenie, zużycie i koszty energii

Zmiana klimatu (w szczególności rosnące temperatury i ekstremalne zjawiska pogodowe) będą miały prawdopodobnie znaczny wpływ na dostarczenie energii, jej wykorzystanie i koszty. Wpływ ten będzie wzrastał wraz z pogarszającym się stanem systemów zasilania i chłodzenia. Ryzyko to może mieć dwie formy: ostrą – związaną ze zdarzeniami ekstremalnymi, np. podwyższona średnia

dobowa temperatura, intensywna burza i deszcz, albo przewlekłą (długotrwałą) – np. częstsze fale upałów lub intensywne burze. Oba te rodzaje ryzyka mają podobny, istotny wpływ na dostarczenie, zużycie i koszty energii dla Orange Polska.

Dodatkowo zwiększa się obciążenie krajowego systemu energetycznego (więcej energii potrzebnej do chłodzenia i zwiększone prawdopodobieństwo awarii związanych z wyższymi temperaturami), co może skutkować niższymi dostawami energii i wyższymi cenami, a w poważniejszych przypadkach nawet lokalnymi przerwami w dostawie prądu. Należy również uwzględnić zwiększone wymagania dotyczące chłodzenia infrastruktury firmy ze względu na wyższe temperatury otoczenia.

Zarządzanie tym ryzykiem i podejście do niego w Orange Polska obejmuje utrzymywanie zaktualizowanych scenariuszy ciągłości procedur dotyczących przerw w dostawach prądu lub innych zakłóceń w dostawach energii, ze szczególnym uwzględnieniem przechowywania energii i innych niskoemisyjnych rozwiązań zasilania awaryjnego (zarówno ze względu na koszty jak i ciągłość dostaw). Spółka optymalizuje także zużycie energii w celu zmniejszenia zapotrzebowania. Program optymalizacji energii obejmuje optymalizację zużycia energii dla nieruchomości nietechnicznych oraz ewolucję w kierunku technologii bardziej energooszczędnych. Koncentrujemy się także na technologiach chłodzenia (ograniczenie zużycia energii; połączone rozwiązania pasywne/aktywne). Pozyskujemy też energię odnawialną od dostawców (umowy w formule PPA), uzupełniając to działanie o własne źródła (solar-as-a-service), gwarantujące długoterminowy dostęp do niezbędnych ilości energii.

To ryzyko krótko-, średnio- i długoterminowe.

c) Zakłócenia łańcuchów dostaw spowodowane kwestiami związanymi ze zmianami klimatu

Zakłócenia łańcuchów dostaw mogą być spowodowane kwestiami związanymi ze zmianami klimatu, a w szczególności niewystarczającą dostępnością kluczowych zasobów lub zakłóceniami od dostawców ze stref niestabilnych. Możliwe jest wystąpienie braków w zakresie dostępności niektórych kluczowych zasobów – zwłaszcza tych, które pochodzą z obszarów podatnych na ekstremalne zjawiska pogodowe (niedobory produkcji, zakłócenia szlaków transportowych) lub zakłócenia

społeczno-polityczne (zakłócenia w pozyskiwaniu). W przypadku niektórych zasobów istnieje obecnie tylko ograniczona dywersyfikacja, która może potencjalnie stanowić problem w nadchodzących latach, jeśli będzie miała miejsce nadmierna zależność od dostawców z niektórych stref. Może to powodować trudności w świadczeniu usług Orange z uwagi na braki lub opóźnienia w dostawach sprzętu, m.in. elementów infrastruktury spoza Europy. Ze względu na opóźnienia w dostawach sprzętu mogą też potencjalnie wystąpić problemy w funkcjonowaniu systemów teleinformatycznych. Istnieje też prawdopodobieństwo zmniejszonego dostępu do sprzętu i/lub wyższych cen produktów z dotychczasowych źródeł. Może to spowodować konieczność przejścia na inne technologie (wysokie koszty modernizacji).

Z punktu widzenia zarządzania, zidentyfikowaliśmy kluczowe dla ciągłości działania zasoby, których dostępność jest potencjalnie zagrożona zakłóceniami związanymi ze zmianami klimatu. W odpowiedzi na potencjalne zakłócenia zaopatrzenia podejmujemy szereg działań w postaci dywersyfikacji dostawców, pozyskania tzw. dostawców zapasowych, tworzenia zapasów, poszukiwania alternatywnych technologii oraz korzystania z innych szlaków transportowych. Kwestie związane z wpływem na klimat i środowisko są uwzględniane w weryfikacji i ocenie dostawców. Szukamy również rozwiązań opartych o gospodarkę o obiegu zamkniętym. Współpracujemy także z Grupą Orange (w tym spółką BuyIn) w celu wdrożenia odpowiednich rozwiązań na poziomie międzynarodowym. To ryzyko średnio- i długoterminowe.

d) Skutki regulacyjne i społeczno-gospodarcze związane ze zmianą klimatu

Skutki społeczne, demograficzne, gospodarcze i regulacyjne związane ze zmianą klimatu będą z czasem coraz bardziej widoczne. W krótkim okresie można oczekiwać, że zmiany prawne i regulacyjne będą odpowiedzią na potrzeby adaptacji do zmian klimatu. Zmiany te mogą mieć istotny wpływ na działalność największych przedsiębiorstw, m.in. w zakresie kosztów operacyjnych lub finansowych (np. wymaganej obowiązkowej redukcji emisji, wykorzystania energii odnawialnej, zarządzania środowiskowego, rozwiązań gospodarki o obiegu zamkniętym itp.) bądź ujawniania coraz szerszego zakresu danych związanych z wpływem firmy na klimat i wpływem klimatu na firmę – przykładem takiej

regulacji jest dyrektywa CSRD, określająca nowe zasady raportowania danych ESG przez spółki działające na terenie Unii Europejskiej. W dłuższej perspektywie, w zależności od powagi rzeczywistego scenariusza zmian klimatycznych, można się spodziewać zmian demograficznych i społeczno-gospodarczych (w szczególności masowych migracji wpływających na strukturę klientów lub potrzeby i możliwości zakupowe czy też sytuację makroekonomiczną w Polsce).

Obecnie nie zidentyfikowano poszczególnych ryzyk, które można zaliczyć do głównych ryzyk w tym obszarze. Jednak całościowe zjawisko zmian społeczno-gospodarczych i regulacyjnych związanych z klimatem jest dynamiczne i wielowymiarowe. Wpływ poszczególnych zdarzeń, w szczególności związanych z przyszłymi zmianami prawnymi, jest każdorazowo oceniany przez odpowiednich ekspertów. Wstępnie sądzimy, że wpływ ten zostanie w dużej mierze złagodzony przez wysokie standardy i ambitne cele wyznaczone we własnej strategii Orange. Obszary o możliwym największym wpływie na działalność firmy dotyczą: oczekiwanych regulacji UE dotyczących efektywności energetycznej centrów danych, rewizji przepisów dotyczących gospodarowania opakowaniami i odpadami, możliwych regulacji dotyczących odporności i ciągłości usług telekomunikacyjnych w przypadku ekstremalnych warunków pogodowych, oczekiwań regulacyjnych UE skutkujących wyższymi kosztami materiałów wysokoemisyjnych (takich jak stal czy beton), wzrostu cen energii elektrycznej (zwłaszcza opartej na paliwach kopalnych), a także zmian w strukturze społecznej oraz sytuacji gospodarczej i politycznej.

Stale monitorujemy sytuację prawnoregulacyjną z perspektywy zmian klimatu za pośrednictwem specjalnego zespołu ekspertów. Systematycznie informujemy i angażujemy kluczowych interesariuszy wewnętrznych, aby z wyprzedzeniem i jak najlepiej odpowiadać na zachodzące zmiany. Współpracujemy także z interesariuszami zewnętrznymi (władzami europejskimi, krajowymi i lokalnymi oraz otoczeniem biznesowym) w celu przewidywania, przygotowania i reagowania na zmieniające się przepisy i standardy. Na bieżąco monitorujemy szersze zmiany społeczno-gospodarcze i demograficzne w Polsce i na świecie, które mogą mieć istotny wpływ na sytuację i działalność Orange Polska.

To ryzyko średnio- i długoterminowe.

Szanse związane z polityką klimatyczną

Orange Polska postrzega działania na rzecz ochrony klimatu również jako szanse, które obejmują między innymi:

- wyrastanie wpływu na klimat jako istotnego czynnika konkurencyjności, co biorąc pod uwagę intensywne działania Spółki w zakresie ograniczania emisji może stanowić o jej przewadze;
- wzrost zainteresowania klientów rozwiązaniami o ograniczonym i kontrolowalnym śladzie węglowym oraz wpływie na środowisko, a co za tym idzie, pole do rozwoju ofert kierowanych do tej właśnie grupy klientów, jak np. portfolio odnowionych smartfonów;
- rozwój oferty Smart City opartej o Internet Rzeczy dla miast i spółek miejskich, pozwalającej na lepsze gospodarowanie zasobami, zmniejszenie zużycia energii elektrycznej i emisji gazów cieplarnianych oraz poprawę komfortu mieszkańców;
- stabilizacja kosztów energii elektrycznej dzięki postępującemu przechodzeniu na energię ze źródeł odnawialnych w oparciu o wieloletnie kontrakty zawierane bezpośrednio z producentami (PPA);
- potencjał wykorzystywania środków europejskich na projekty wpisujące się w niezbędną zieloną i cyfrową transformację.

3 Wpływ ryzyk i szans związanych z klimatem na strategię firmy

W ramach podejścia #OrangeGoesGreen Spółka przyjęła strategię klimatyczną, która określa jej zobowiązania w zakresie ochrony klimatu.

Nadrzędnym celem Orange Polska jest osiągnięcie neutralności klimatycznej w całym łańcuchu wartości (tj. w zakresach 1, 2 i 3) do 2040 roku. Na drodze do tego celu Spółka określiła cele pośrednie:

- przynajmniej 60% energii odnawialnej w strukturze zużycia energii do 2025 roku (względem 2015 roku),
- ograniczenie emisji własnych (w zakresach 1 i 2) do 2025 roku o 65% (względem 2015 roku),
- ograniczenie emisji w łańcuchu wartości (w zakresach 1, 2 i 3) do 2030 roku o 45% (względem 2020 roku).

Obliczanie emisji i monitorowanie realizacji celów odbywa się zgodnie ze standardami wyznaczonymi przez Protokół GHG. Nadrzędny cel osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2040 roku wpisuje się w działania zmierzające do ograniczenia globalnego ocieplenia do poniżej 1,5°C do końca XXI wieku.

Ambicje klimatyczne Orange Polska są w pełni zgodne z celami międzynarodowej Grupy Orange, potwierdzonymi przez SBTi (Science Based Targets initiative).

Emisje Orange Energia są również objęte strategicznym celem klimatycznym Orange Polska – neutralności klimatycznej netto do 2040 roku dla całości emisji (zakresy 1, 2 i 3). W 2022 roku emisje Orange Energia wyniosły 642 tys. ton CO₂e. Spółka ta w ramach swojej strategii przewiduje w kolejnych latach rosnący udział sprzedaży energii z OZE oraz przechodzenie w coraz większym stopniu na sprzedaż energii pochodzącej ze źródeł wytwórczych. W okresie od 2022 roku do 2024 roku Orange Energia planuje ponad trzykrotnie zwiększyć udział sprzedaży zielonej energii (zarówno pochodzącej z OZE jak i objętej gwarancjami pochodzenia) klientom końcowym – z 14% do 50%. Ponadto, od początku 2023 roku, Orange Energia sprzedaje wszystkim klientom wyłącznie zieloną energię.

Określone ryzyka i szanse związane ze zmianami klimatu są integralną częścią strategii Orange Polska. Odniesienia do nich można znaleźć m.in. w następujących elementach:

- kryteria zakupowe, odnoszące się do efektywności energetycznej urządzeń;
- ankieta dla dostawców, weryfikująca ich podejście do zmian klimatu i efektywności energetycznej;
- polityka środowiskowa firmy, potwierdzona certyfikacją ISO 14001;
- system zarządzania energią Orange Polska, oparty na optymalizacji zużycia i maksymalizacji udziału odnawialnych źródeł energii w zaspokajaniu potrzeb spółki;
- komunikacja z klientami prowadzona w ramach programu RE (pokazującego korzyści finansowe i środowiskowe związane z wdrażaniem zasad gospodarki o obiegu zamkniętym do decyzji zakupowych), oparta o rzetelną komunikację prezentującą konkretne rozwiązania i ich wpływ;
- rozwój i promowanie rozwiązań z obszaru Internetu Rzeczy/Smart City, pozwalających na bardziej efektywne i racjonalne zarządzanie zasobami;
- aktywny udział Orange Polska na forach branżowych i gospodarczych w dyskusjach i konsultacjach związanych z transformacją klimatyczną (np. Komitet Klimatu i Środowiska Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji, Chapter Zero Poland, United Nations Global Compact czy Lewiatan).

S – Kapitał ludzki

Budowanie dobrego środowiska pracy to jedno z kluczowych wyzwań dla każdej firmy. Nasz cel w obszarze pracowniczym to tworzenie kultury współpracy, w której pracownicy czują się szanowani oraz realizują cele zawodowe i życiowe.

Priorytety zmiany kulturowej – co robimy, aby być blisko, prosto, odważnie i pozytywnie.

Kultura organizacyjna

Budujemy naszą kulturę organizacyjną poprzez otwarty dialog z pracownikami, badania opinii pracowników, regularne informacje zwrotne oraz otwarte spotkania. Zdefiniowaliśmy cztery obszary priorytetowe dla zmiany kulturowej:

- Kultura innowacji
- Motywacja i dobre samopoczucie
- Efektywna współpraca
- Rozwój i mobilność

Kultura innowacji

Naszą ideą jest...

Budowanie kultury innowacji w odniesieniu do całego środowiska organizacyjnego, która będzie pobudzać kreatywność, zwiększać odwagę w podejmowaniu ryzyka oraz gotowość do popełniania błędów i uczenia się na nich.

Nasze inicjatywy:

- Fale Innowacji – kompleksowy program adresowany do zainteresowanych pracowników i ukierunkowany na inkubację innowacyjnych rozwiązań w obszarze określonym w danej edycji (fali);
- Kluby słuchamy i odpowiadamy – projekt zachęcający pracowników do proponowania i wdrażania usprawnień w firmie;
- Tablica pomysłów – inicjatywa wspierająca innowacyjność i współpracę między pracownikami;
- Inspirujące webinaria i oferta rozwojowa dotycząca kreatywności i innowacji, hackathony.

Motywacja i dobre samopoczucie

Naszą ideą jest...

Po pierwsze, budowanie kultury doceniania poprzez przejrzystą komunikację i wspólne świętowanie sukcesów pracowników. Po drugie, wspieranie dobrego samopoczucia pracowników i ich zaangażowania poprzez dostarczanie im odpowiednich narzędzi do dbania o kondycję fizyczną i psychiczną.

Nasze inicjatywy:

- Docenienie (finansowe i pozafinansowe);
- Coroczne gale wręczenia nagród (Prezesa i szefów funkcji);
- Integracja Orange – budżet na integrację zespołów, przekazywany menedżerom;
- O!klaski – aplikacja umożliwiająca pracownikom wyrażenie wdzięczności, podziękowanie za współpracę i docenienie codziennych sukcesów;
- Webinaria dotyczące dobrego samopoczucia oraz dedykowane programy promujące zdrowy styl życia, m.in. Power Meetings, Akademia Lekkiej Głowy, Szczęście w pracy;
- Wzmacnianie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz odporności psychicznej, w tym poprzez korzystanie z platformy Mindgram (indywidualne wsparcie na czacie ze strony specjalisty: psychologa, dietetyka, trenera biznesu, psychologa dziecięcego, doradcy prawnego, eksperta finansowego, seksuologa i psychoterapeuty par, a także nagrania: uważność, trening relaksacyjny, medytacja, sesje psychoterapeutyczne);
- Ambasadorzy Dobrostanu z całej Polski, przekazujący wskazówki, jak dbać o zdrowie i dobre samopoczucie, a także społeczność #dbamyosiebie.

Efektywna współpraca

Naszą ideą jest...

Zapewnienie tego, że nasza codzienna współpraca i komunikacja będzie efektywniejsza, bardziej bezpośrednia, prostsza i szybsza, aby nasza firma stała się organizacją zwinną i innowacyjną.

Nasze inicjatywy:

- Uproszczenie procesów w całej organizacji;
- Hybrydowy model pracy (2 dni w biurze / 3 dni w domu);
- Wdrażanie modelu pracy agile;
- Dynamiczne i efektywne spotkania, godzina bez spotkań w ciągu dnia (13.00-14.00);
- Kultura informacji zwrotnej (informacja zwrotna 360° raz na 2 lata; comiesięczny Pulsometr – badanie opinii zespołu, nastawione na współpracę i osiągnięcie celów);
- Wdrażanie efektywnych rytuałów pracy oraz zarządzania zadaniami przy użyciu nowoczesnych narzędzi (Teams, MS 365, Jira itp.);
- #bezcukru – cykliczne spotkania Członków Zarządu z pracownikami (średnio co dwa tygodnie – ponad 2000 pracowników uczestniczy w streamingu wideo online).

Rozwój i mobilność

Naszą ideą jest...

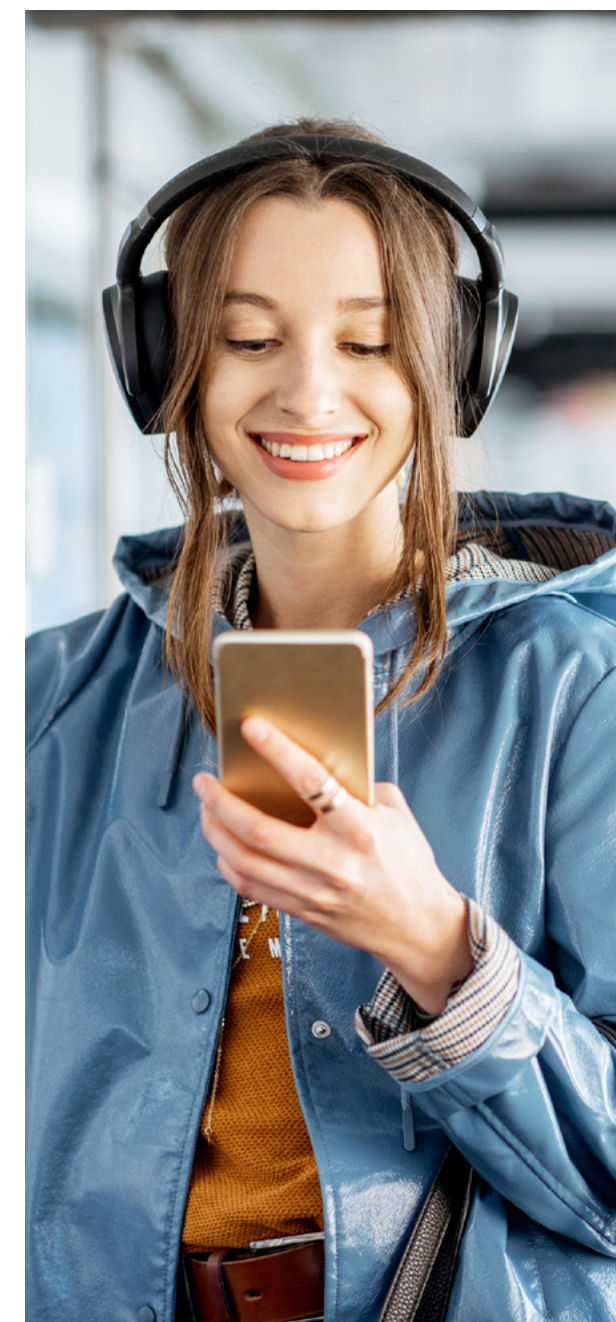
Budowanie organizacji uczącej się poprzez zapewnienie rozwoju pracowników, z naciskiem na kompetencje przyszłości, wzmacniane przez szkoły zawodowe, nowe programy rozwojowe, mobilność wewnętrzną i uczenie się w ramach społeczności.

Nasze inicjatywy:

- SkillsUp – program mapowania kompetencji, dzięki któremu pracownicy otrzymują wskazówki dotyczące kluczowych umiejętności w ich profilu oraz wsparcie w planowaniu rozwoju;
- Reskilling – program umożliwiający przeszkolenie do wybranych ról zawodowych;
- Jump – program mobilności wewnętrznej;
- Szkoły zawodowe – Data & AI, IT Academy, Cyberbezpieczeństwo, DigitalLove;
- Narzędzia programistyczne – Orange Learning, Coursera, e-learning, webinaria;

- Czas na rozwój (zarezerwowany czas w kalendarzu co piątek);
- Profesjonalne społeczności edukacyjne – Data Freaks, Lider w akcji.

W 2023 roku ponownie (13 raz z rzędu) otrzymaliśmy tytuły Top Employer Polska, Top Employer Europe i Top Employer Global oraz certyfikat HR Najwyższej Jakości. To potwierdzenie naszego zaangażowania w tworzenie odpowiednich warunków pracy, dbałości o rozwój pracowników oraz wdrażania dobrych praktyk w zakresie kapitału ludzkiego i nieustannego ich doskonalenia.



Zarządzanie różnorodnością

Orange Polska posiada „Politykę Zarządzania Różnorodnością”, która została przyjęta decyzją Prezesa Zarządu w 2016 roku. Spółka posiada również polityki zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej.

Orange Polska zobowiązuje się do poszanowania różnorodności i równych szans w aspektach takich, jak:

- płeć;
- wiek;
- kompetencje / wiedza / doświadczenie / sposób myślenia;
- zdolności psychofizyczne – (nie)pełnosprawność;
- status rodzicielski;
- religia / światopogląd;
- lokalizacja miejsca pracy (centrala / region);
- narodowość / pochodzenie etniczne/ rasa;
- orientacja seksualna;
- rodzaj zatrudnienia;
- przynależność związkowa;
- przekonania polityczne.

Polityka Zarządzania Różnorodnością obejmuje następujące obszary:

- tworzenie środowiska pracy otwartego na różnorodne sposoby myślenia,
- budowanie kultury organizacyjnej czerpiącej z różnorodności,
- zapewnienie pracownikom odpowiednich warunków do rozwoju,
- wspieranie zaangażowania wszystkich pracowników,
- podnoszenie jakości zarządzania ludźmi w firmie.

Za realizację tej polityki odpowiada Komitet ds. równości płci w miejscu pracy oraz różnorodności w Orange Polska. Spółka posiada certyfikat Gender Equality European and International Standard, a ponadto jest sygnatariuszem i opiekunem Karty Różnorodności w Polsce. W 2023 roku w Orange Polska zostały przyjęte Zasady postępowania ze zgłoszeniami zachowań nieakceptowalnych. W dokumencie sformułowano nowe zasady postępowania w odniesieniu do zachowań przemocowych, tj. dyskryminacji, molestowania, molestowania seksualnego, seksizmu i mobbingu.

Orange Polska jest sygnatariuszem i opiekunem Karty Różnorodności w Polsce. Karta Różnorodności to międzynarodowa inicjatywa podjęta w 26 krajach Europy. Jest zobowiązaniem podpisywanym przez organizacje, firmy i instytucje, które chcą wprowadzić zakaz dyskryminacji w miejscu pracy i podjąć działania na rzecz tworzenia i promocji różnorodności oraz wyrażają gotowość do zaangażowania w te działania wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych i społecznych. Organizacje, które decydują się wprowadzić to narzędzie, działają na rzecz spójności i równości społecznej.

W odpowiedzi na potrzebę zapewnienia kobietom większego wsparcia w rozwoju, dostępu do stanowisk, ale także możliwości godzenia roli zawodowej i rodzinnej, stworzyliśmy program Razem.

Misją programu jest zapewnienie równej roli kobiet i mężczyzn w Orange poprzez:

- wspieranie kobiet w rozwoju zawodowym i osobistym,
- budowanie świadomości i potrzeby funkcjonowania zrównoważonych zespołów,
- kulturę równych szans jako warunek dla realizacji celów biznesowych.

Program Razem obejmuje następujące obszary:

- wsparcie rozwoju osobistego (JA) – program rozwojowy dla kobiet, mentoring, coaching oraz doradztwo rekrutacyjne (m.in. Liderki Razem);
- budowanie mechanizmów wspierających różnorodność (FIRMA) – monitoring luki płacowej, zasady rekrutacji, sukcesji i awansów uwzględniające cele w zakresie różnorodności;
- zachęcanie kobiet do pracy w technologiach (RYNEK) – programy pokazujące obecność kobiet w informatyce i zachęcające je do pojęcia pracy na stanowiskach technologicznych (m.in. Hi-Tech Girls);
- tworzenie społeczności wewnątrz firmy i w koalicji z innymi organizacjami – budowanie wewnętrznej sieci kobiet i społeczności kobiet w technologiach, współpraca i wymiana doświadczeń z innymi firmami i organizacjami społecznymi.

Cele programu Razem do 2025 roku:

- Wzmocnienie roli kobiet w Orange Polska:
 - % kobiet na stanowiskach kierowniczych = % kobiet w firmie
 - 37% kobiet na pozycjach liderek,

- 50% kobiet w sukcesji,
- równe płace;
- Zwiększenie liczby kobiet w obszarach technicznych:
 - 25% kobiet w obszarach technicznych;
- Dbalność o równość/różnorodność w zespołach:
 - przy rekrutacji zawsze minimum jedna kobieta w komisji,
 - wśród kandydatów na krótkiej liście reprezentanci obu płci.

Wybrane inicjatywy na rzecz różnorodności w 2023 roku

Liderki Razem

Liderki Razem to autorski, 12-miesięczny program rozwojowy dedykowany liderkom w Orange Polska.

Jego celem jest rozwój umiejętności oraz przekazanie wiedzy i „dobrych praktyk” w obszarze zarządzania. W ramach programu przygotowujemy liderki do zrobienia odważnego kroku na ścieżce zawodowej. Ważnym elementem działań jest stworzenie społeczności kobiet-liderek oraz stymulowanie ich do tworzenia autorskich projektów biznesowych lub społecznych, które zmieniają Orange Polska i/lub otoczenie. Program kończy się certyfikacją.

W 2023 roku uruchomiliśmy trzecią edycję programu, w której wzięło udział 51 uczestniczek.

Konkurs Hi-Tech Girls

W Orange od lat stawiamy na aktywne budowanie zespołów opartych o różnorodność kompetencji i doświadczenia. Dlatego rozpoczęliśmy inicjatywę WłączOne, zachęcającą kobiety do rozwijania kariery w obszarach technologicznych. Jej częścią jest konkurs Hi-Tech Girls. Jego celem jest wykreowanie jak najlepszych możliwości rozwoju dla ambitnych studentek i otwarcie dla nich drogi do kariery w technologiach przyszłości. Konkurs kierujemy do studentek politechnik i uniwersytetów od 3 do 5 roku studiów oraz absolwentek tych uczelni do roku po zakończeniu nauki. Zadania konkursowe są realizowane w obszarach Cloud, Data: AI lub Digital Analytics, Cybersecurity oraz Software Development Frontend lub Backend. Nagrodami w konkursie są praktyki w Orange Polska, mentoring z naszymi menedżerami i bony na szkolenia specjalistyczne do zrealizowania w Future Collars. W 2023 roku wyłoniliśmy 10 laureatek pierwszej edycji konkursu: 8 ukończyło praktykę

w Orange Polska, z czego 6 rozpoczęło następnie stałą współpracę z Orange. W drugiej edycji konkursu wyłoniliśmy kolejnych 13 laureatek, które rozpoczęły praktyki w naszej firmie.

Bądź sobą

Inicjatywa „Bądź sobą” w Orange to sieć pracownicza, która promuje wsparcie i integrację pracowników LGBTQ+. Firma stworzyła platformę współpracy i wymiany doświadczeń dla społeczności LGBTQ+. Wpisuje się to w naszą szeroko rozumianą politykę różnorodności i inkluzywności. Działania sieci obejmowały spotkania zainteresowanych pracowników Orange Polska, spotkania z siecią w Grupie Orange i współpracę z międzyfirmową inicjatywą LGBTQ+ Network of Networks. Aktywność sieci obejmowała edukację, budowanie świadomości, szacunku i tolerancji dla różnorodności wśród wszystkich pracowników oraz tworzenie przyjaznego środowiska pracy.

Zdrowie na TAK

Orange Polska, jako pracodawca odpowiedzialny społecznie i Opiekun Karty Różnorodności, działa na rzecz równego traktowania w zatrudnieniu i pracy zawodowej oraz zapobiega wykluczeniu społecznemu osób z niepełnosprawnościami, zgodnie z hasłem: „W pracy jesteśmy tacy sami”. W Orange Polska pracuje 2% pracowników z niepełnosprawnościami.

Program Zdrowie na TAK ma na celu budowanie otwartego i przyjaznego środowiska pracy, w szczególności dla pracowników z niepełnosprawnościami. Jest częścią programu #dbamyosiebie oraz Polityki inwestycji w jakość zdrowia i samopoczucia pracowników w Orange Polska.

W ramach programu mamy specjalną ofertę dla pracowników z niepełnosprawnościami, zawierającą wsparcie finansowe (pakiet adaptacyjny), pakiet dodatkowych usług medycznych, dodatkowe wyposażenie stanowiska pracy i możliwość uzyskania miejsca parkingowego na wewnętrznych parkingach.

Ważnym elementem programu jest edukacja dotycząca zarówno aspektów prawnych zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami, jak również kwestii savoir-vivre. Został powołany wewnętrzny zespół ekspercki, który służy pracownikom i menedżerom poradami i konsultacjami oraz wspiera menedżerów w zarządzaniu różnorodnymi zespołami. W sieci wewnętrznej utworzono stronę programu Zdrowie na TAK z najważniejszymi kwestiami, które dotyczą

m.in. uprawnień osób z niepełnosprawnościami wynikających z przepisów prawa, zakresu wsparcia ze strony pracodawcy oraz savoir-vivre. Dla menedżerów mających w zespołach osoby z niepełnosprawnościami opracowano poradnik z najważniejszymi informacjami.

Inkluzywne przywództwo

W strategii Orange przyjęliśmy cele w zakresie różnorodności i zmiany modelu przywództwa na bardziej inkluzywny. Realizujemy je między innymi poprzez szkolenia o budowaniu kultury włączającej. Uczestniczyło w nich już 226 naszych

menedżerów i menedżerek. Wszystkich uczestników zaprosiliśmy do autodiagnozy. W efekcie każdy, kto wziął udział w szkoleniu, otrzymał indywidualny raport z oceną stylu przywództwa pod kątem kultury inkluzyjnej oraz spersonalizowane wskazówki rozwojowe i podpowiedzi, jak radzić sobie w zarządzaniu różnorodnym zespołem. Ponadto, 50 kluczowych menedżerów i menedżerek zaprosiliśmy na warsztaty. Ich efektem było rozpoczęcie w naszej firmie wielu nowych inicjatyw, np. związanych ze wsparciem dla społeczności pracowników LGBTQ+ czy osób neuro różnorodnych.

Cele w zakresie różnorodności w obszarze pracowniczym do 2025	Realizacja w 2023
Polityka różnorodności	
% kobiet na stanowiskach kierowniczych = % kobiet w firmie (37%)	36,8%
37% kobiet na pozycjach liderek	37%
25% kobiet w obszarach technicznych	20%
2% pracowników z niepełnosprawnościami	2%



Miejsce pracy

Staramy się, aby nasz model i miejsce pracy było przyjazne dla pracowników oraz zapewniało im odpowiedni komfort i warunki pracy.

Model pracy SMILE

Hybrydowy sposób pracy jest jednym z filarów nowego modelu pracy, który nazwaliśmy SMILE (Spokojni o bezpieczeństwo, Mobilni, Integracja w zespołach, Liderzy, Efektywni i Zaangażowani). Przyjęliśmy zasadę: 3 dni w domu, 2 dni w biurze. Rytm biuro/dom może się zmieniać w zależności od tego, jakie zadania realizuje zespół. W 2023 roku dostosowaliśmy ten model do wymogów ustawy o pracy zdalnej. Wprowadzamy pilotażowe rozwiązania dla określonych grup pracowników (np. centrów zdalnej obsługi).

W 2023 roku kontynuowaliśmy zmiany w sposobie pracy w oparciu o narzędzia informatyczne. Skupiliśmy się na rozwiązaniach M365 i edukacji pracowników. Wprowadziliśmy także aplikację mobilną dla pracowników, dzięki której mogą między innymi sprawdzić wiadomości korporacyjne, zarezerwować biurko lub miejsce parkingowe, zmienić plan urlopowy czy wystawić lub przyjąć delegację. Program Smart Office, będący częścią SMILE, ma za zadanie

przygotować pracowników i biura Orange do nowego, hybrydowego modelu pracy. Projekty realizowane w ramach Smart Office obejmują swoim zakresem pięć głównych obszarów:

- Nowy format biura – nowa funkcja biura wspierająca pracę zespołową, wdrożenie nowych standardów oraz zmiana aranżacji zwiększająca udział przestrzeni do współpracy;
- Doświadczenia cyfrowe – rozwiązania wspierające efektywne i elastyczne planowanie miejsca do pracy (indywidualnej i zespołowej);
- Biuro przyjazne dla środowiska – lokalizacja z zielonym certyfikatem, dostęp do ekologicznych środków transportu oraz minimalizacja śladu węglowego generowanego przez biura;
- Odpowiedzialność społeczna – powoływanie Rad Miasteczkowych, aktywizacja lokalnych społeczności Orange oraz współpraca z samorządami lokalnymi;
- Efektywność – optymalne wykorzystanie przestrzeni biurowej oraz ponowne wykorzystanie zasobów środowiska pracy, w tym zbędnego wyposażenia biurowego.

Zmiany w modelu pracy są wspierane przez edukację pracowników. Zapewniliśmy szkolenia i inne działania rozwojowe związane z pracą zdalną i umiejętnościami cyfrowymi, a także narzędzia wspierające stały kontakt i pracę zespołową. Pracowników zapraszamy też na cykliczne webinaria dotyczące organizacji pracy zdalnej, kondycji psychicznej i fizycznej, zdrowego stylu życia oraz zarządzania relacjami z bliskimi i swoimi emocjami.

Środowisko pracy

W Orange Polska budujemy przyjazne środowisko pracy w celu stworzenia pracownikom warunków do rozwoju, większej kreatywności i zaangażowania w realizowane zadania. Aby to osiągnąć, wdrażamy rozwiązania i narzędzia wspierające dobrostan pracowników i ułatwiające zachowanie równowagi między życiem prywatnym i zawodowym.

W polityce inwestycji w jakość zdrowia i samopoczucia pracowników Orange Polska zdefiniowaliśmy cele, które holistycznie odnoszą się do potrzeb pracowników w zakresie dobrostanu:

- fizycznego – zapewniamy pracownikom kompleksową opiekę medyczną, organizujemy bezpłatne badania lekarskie w biurach, wspieramy potrzeby osób

z niepełnosprawnościami, zachęcamy pracowników do aktywności fizycznej i wdrażania zdrowych nawyków żywieniowych,

- psychicznego – wspieramy budowanie odporności psychicznej pracowników, zapewniamy wsparcie psychologiczne w sytuacji kryzysowej, edukujemy oraz wdrażamy rozwiązania wspomagające zachowanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym, promujemy rozwiązania i narzędzia zwiększające poczucie szczęścia w pracy,
- społecznego – tworzymy kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy są szanowani, swobodnie realizują cele zawodowe i życiowe pasje, a także wspieramy zaangażowanie pracowników w działania społeczne w ramach wolontariatu pracowniczego,
- finansowego – oferujemy szeroki wachlarz świadczeń, które pomagają pracownikom radzić sobie z wysoką inflacją, rosnącymi ratami kredytów i wzrostem cen energii.

Prowadzenie biznesu w świecie polikryzysów (pandemia COVID-19, wojna na Ukrainie, kryzys gospodarczy, kryzys środowiskowy), dynamicznego rozwoju technologii i przebudzowania informacjami stawia liczne wyzwania przed organizacją. Aby stawić im czoła, pomagamy pracownikom budować i rozwijać kompetencje w obszarze radzenia sobie ze stresem, zarządzania emocjami, większej elastyczności i dostosowania się do dynamicznych zmian. Organizujemy webinaria z ekspertami, warsztaty i szkolenia. Zapewniamy dostęp do platformy wsparcia psychologicznego, a także prowadzimy szkolenia z zarządzania sytuacją kryzysową w zespole.

Jako firma oferująca klientom rozwiązania cyfrowe, stawiamy mocno na upraszczanie i cyfryzację procesów wewnętrznych oraz wykorzystanie w pracy nowoczesnych narzędzi, kładziemy duży nacisk na budowanie kultury pracy opartej na dwóch filarach: nawykach i rytuałach w pracy oraz towarzyszących im narzędziach. Promujemy zasady wspierające dobrostan cyfrowy i oferujemy szkolenia z wdrażanych narzędzi, w tym obsługi MS Teams.

Minimalizujemy negatywny wpływ wzrostu kosztów życia na dobrostan pracowników poprzez szeroki wachlarz świadczeń:

- pracowniczy program emerytalny,
- pożyczki i zapomogi z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych,

- pożyczki na cele mieszkaniowe i instalację rozwiązań ekologicznych z Centralnego Funduszu Mieszkaniowego,
- dofinansowanie wypoczynku pracowników i ich dzieci,
- pożyczka „na Zdrowie” na cele prozdrowotne,
- zniżki na produkty i usługi Orange oraz u partnerów Grupy w ramach programu Oferta dla Ciebie,
- bezpłatne konsultacje ze specjalistami (psycholog, dietetyk, ekspert finansowy, doradca prawny, psycholog dziecięcy),
- ubezpieczenie na życie dla pracowników i członków rodziny,
- pakiet adaptacyjny dla pracowników z niepełnosprawnością.

Wszystkie wymienione świadczenia są dostępne dla pracowników niezależnie od wymiaru etatu. Natomiast dla pracowników zatrudnionych na umowę o pracę na czas określony jest dostępna opieka medyczna i oferty promocyjne, natomiast nie są dostępne świadczenia wymagające długookresowych zobowiązań, takie jak Fundusz Świadczeń Socjalnych i Program Emerytalny.

Bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP)

Zarówno prawo pracy jak i regulaminy wewnętrzne Spółki przewidują działania mające na celu zapewnienie wszystkim pracownikom bezpieczeństwa pracy, ochrony zdrowia oraz

ciągłej poprawy warunków pracy. Dążymy do włączenia elementów BHP we wszystkie działania Orange Polska i na wszystkich szczeblach zarządzania w celu zapewnienia bezpiecznych warunków pracy tak, aby wszyscy nasi pracownicy mogli dobrze wykonywać swoje codzienne obowiązki w przyjaznym środowisku.

Nasze podejście do bezpieczeństwa i higieny pracy jest ujęte w Regulaminie Pracy oraz w Polityce bezpieczeństwa i higieny pracy. Nadzór wewnętrzny nad przestrzeganiem przepisów i zasad BHP sprawuje zespół specjalistów BHP.

Realizując wszystkie zadania BHP wynikające z prawa pracy, szczególnie duży nacisk kładziemy na:

- bieżącą aktualizację oceny ryzyka zawodowego – uwzględnienie nowych zagrożeń związanych z dynamicznymi zmianami w firmie, m.in. w zakresie zadań realizowanych przez pracowników,
- zapewnienie zgodności nowych inwestycji w zakresie warunków pracy z obowiązującymi wymogami prawnymi dotyczącymi BHP i ergonomii poprzez aktywne uczestnictwo specjalistów BHP w procesie modernizacji i przebudowy obiektów, a także udział w ich przekazywaniu do użytkownika,

- zapewnienie pracownikom stałego dostępu do informacji z zakresu BHP poprzez HR Portal, w tym m.in. analiz stanu BHP, analiz wypadków przy pracy oraz porad/prezentacji związanych z profilaktyką zdrowotną i bezpieczeństwem pracy,
- współpracę z partnerami społecznymi w ramach Komisji BHP – wspólne przeglądy warunków pracy i formułowanie wniosków dotyczących ich poprawy,
- bieżące monitorowanie warunków pracy,
- zapewnienie badań profilaktycznych pracowników oraz szkoleń BHP.

Duże znaczenie dla profilaktyki zdrowotnej naszych pracowników ma łatwy dostęp do usług medycznych w PZU Zdrowie – nie tylko z zakresu profilaktycznych badań lekarskich w ramach medycyny pracy, ale również szeroko pojętej ochrony zdrowia, badań i konsultacji lekarzy specjalistów. Promujemy też aktywność sportową i prozdrowotną pracowników.

Dla wszystkich stanowisk pracy w Spółce zostały zidentyfikowane i ocenione ryzyka zawodowe, co udokumentowano w kartach oceny ryzyka, dostarczających pracownikom informacji o zagrożeniach związanych z wykonywaną pracą. Pracownicy są informowani o stosowanych środkach technicznych, organizacyjnych i ludzkich w celu ograniczenia tych zagrożeń. Aktualizacja oceny ryzyka zawodowego opiera się głównie na informacjach uzyskanych podczas przeglądów BHP, współpracy przy ustalaniu m.in. standardów pracy w salonach sprzedaży czy opracowaniu podręczników BHP. Ważnym aspektem oceny ryzyka jest również analiza zgłoszonych zdarzeń wypadkowych i chorób zawodowych.

W Orange Polska działa Komisja BHP, która składa się w równej liczbie z przedstawicieli pracowników i pracodawcy. Komisja spotyka się co najmniej cztery razy w roku. Zadaniem Komisji jest dokonywanie przeglądu warunków pracy, okresowa ocena stanu bezpieczeństwa i higieny pracy, opiniowanie działań podejmowanych przez pracodawcę w celu zapobiegania wypadkom przy pracy i chorobom zawodowym, formułowanie propozycji poprawy warunków pracy oraz współpraca z pracodawcą w realizacji jego obowiązków w zakresie BHP.

W 2023 roku działania w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy skupiły się przede wszystkim na edukacji, cyfryzacji i zacieśnieniu współpracy z europejskimi spółkami z Grupy

Orange. W ramach edukacji, w stosunku do 2022 roku podwojono liczbę pracowników przeszkolonych w zakresie pierwszej pomocy; zrealizowano także takie szkolenia dostosowane do indywidualnych potrzeb poszczególnych jednostek organizacyjnych. Wdrożono nową wersję szkolenia wstępnego z elementami interaktywnymi i z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi. W zakresie cyfryzacji procesów, opracowano i wprowadzono nowy, elektroniczny sposób zapoznawania pracowników z ryzykiem zawodowym. Opracowano wewnętrzne regulacje z zakresu BHP dotyczące pracy zdalnej i wdrożono elektroniczny sposób wnioskowania o możliwość świadczenia pracy w takiej formie. W ramach współpracy ze spółkami z Grupy Orange, rozpoczęto działania zmierzające do wprowadzenia Polityki BHP. Ponadto, kontynuowano przeglądy warunków pracy w salonach sprzedaży, a także w ścisłej współpracy z PZU Zdrowie zakończono proces realizacji badań okresowych, wstrzymanych w okresie pandemii COVID-19.

Wynagrodzenia i rozwój

Wynagrodzenia

Polityka wynagrodzeń określa główne kierunki i zasady kształtowania wynagrodzeń w Orange Polska, wspierając pozyskiwanie, utrzymywanie oraz motywowanie najlepszych menedżerów i profesjonalistów. Wynagrodzenia są określane w sposób zapewniający równowagę i spójność w całej Grupie Orange.

Polityka wynagradzania jest zgodna z obowiązującymi regulacjami w zakresie prawa pracy i ładu korporacyjnego. Zasady wynagrodzeń dla pracowników Orange Polska S.A., którzy są objęci Ponadzakładowym Układem Zbiorowym Pracy, powstają we współpracy ze związkami zawodowymi.

System wynagrodzeń składa się z następujących elementów:

- wynagrodzenie zasadnicze – uwzględniające rynkowe standardy wynagrodzeń dla poszczególnych stanowisk, indywidualne kompetencje i wkład pracowników oraz zasady niedyskryminacji,
- premia uzależniona od wyników – system premiowania jest przeznaczony dla specjalistycznych stanowisk sprzedażowych oraz całej kadry menedżerskiej i ma za zadanie motywowanie pracowników do osiągania wysokich wyników w pracy poprzez realizację wyznaczonych i uzgodnionych celów, wspierających realizację strategii Spółki,



- nagrody uznaniowe,
- benefity,
- składki na PPE – w Orange Polska składka wynosi 7%.

Rozwój i szkolenia

Orange Polska, jako firma technologiczna, stawia na rozwój pracowników dostosowany do wyzwań zmieniającego się świata. Rozwój ludzi, szczególnie w obszarze kompetencji specjalistycznych, to fundament strategii .Grow. Aby sprostać nowym ambicjom, zdefiniowaliśmy kluczowe obszary kompetencyjne, mające największe przełożenie na realizację celów biznesowych. Wśród nich są: zarządzanie danymi i sztuczna inteligencja, wirtualizacja i rozwiązania w chmurze, programowanie, cyberbezpieczeństwo, technologie sieciowe, cyfrowa sprzedaż i obsługa, zwinne metodologie i zarządzanie projektami oraz ekologia i społeczna odpowiedzialność biznesu.

Budując organizację opartą o kompetencje, jesteśmy w stanie szybciej reagować na zmiany i stale zwiększać potencjał naszej firmy. Dlatego też zachęcamy naszych pracowników do podnoszenia kompetencji (kształcenie ustawiczne) oraz brania odpowiedzialności za swój rozwój.

Rozwój pracowników jest realizowany poprzez wprowadzenie spójnego modelu/procesu, specjalnego narzędzia oraz oferty rozwojowej w formie długofalowych ścieżek edukacyjnych. Aby zapewnić spójny model zarządzania kompetencjami, uruchomiliśmy projekt transformacyjny SkillsUp, którego celem jest zapewnienie kompetencji niezbędnych do realizacji strategii Orange Polska dzięki wykorzystaniu potencjału każdego z nas i trafnym inwestycjom w rozwój. W 2023 roku zrealizowaliśmy projekt SkillsUp w pełnej skali. Do procesu zaprosiliśmy ponad 12 tys. pracowników i współpracowników, spośród których 88% dokonało samooceny w oparciu o 205 profili kompetencyjnych, przygotowanych wspólnie z ekspertami biznesowymi (etap AS IS). Kolejnym etapem będzie określenie przez szefów struktur potrzeb kompetencyjnych w długofalowej, trzyletniej perspektywie (etap TO BE) oraz przygotowanie adekwatnej oferty rozwojowej.

Efektom rozwoju opartego o SkillsUp jest zarówno upskilling (podnoszenie kwalifikacji) jak i reskilling (przygotowanie do nowej roli zawodowej). Podejście do rozwoju zakłada jego długofalowość oraz korzystanie z różnorodnych metod rozwojowych na różnych poziomach zaawansowania – szkolenia, kursy online, platformy edukacyjne, filmy, dzielenie się wiedzą w ramach programu Eksperci dla ekspertów,

mentoring koleżeński czy aktywność w społecznościach edukacyjnych.

Tego typu programy rozwojowe funkcjonują już w obszarze zarządzania danymi i sztucznej inteligencji, rozwiązań w chmurze, IT, cyberbezpieczeństwa oraz zwinnych metodyk i zarządzania projektami. W 2023 roku uruchomiliśmy szkołę zawodową w obszarze sprzedaży i obsługi cyfrowej oraz projektowania doświadczeń użytkowników. W sumie w szkoleniach w tych obszarach wzięło już udział prawie 90% pracowników.

Inne korzyści z programu SkillsUp to baza wiedzy o kompetencjach, rekrutacja do projektów i staży, dzielenie się wiedzą oraz budowanie wewnętrznego rynku pracy.

Rozwój menedżerów jest oparty o model lidera, na który składa się 10 zasad Lidera w akcji. W oparciu o te zasady oferujemy menedżerom specjalne ścieżki rozwojowe oraz wspieramy społeczność liderów. W trafnym określeniu celów rozwojowych i wyborze działań rozwojowych pomaga budowana w firmie kultura informacji zwrotnej oraz narzędzia, tj. przeglądy menedżerskie, informacja zwrotna 360 oraz Pulsometr, czyli comiesięczne badanie dotyczące realizacji celów i atmosfery w zespołach.

W 2022 roku uruchomiliśmy program Lider.Grow, w ramach którego wspieramy menedżerów w prowadzeniu zespołów poprzez zmianę kulturową, technologiczną i ukierunkowaną na wykorzystanie danych. Do tej pory zrealizowaliśmy dwa moduły: w obszarze kluczowych kompetencji (Zarządzanie danymi i sztuczna inteligencja, rozwiązania w chmurze i cyberbezpieczeństwo) oraz w zakresie budowania kultury innowacyjności i stosowania zwinnych sposobów i narzędzi pracy. W pierwszym module wzięło udział 70% menedżerów, a w drugim – prawie 60%. W 2023 roku zaprosiliśmy menedżerów do udziału w trzecim i ostatnim module, dotyczącym obszaru cyfrowych doświadczeń klienta.

W zakresie wiedzy specyficznej dla Orange Polska i niezbędnej do wykonywania zadań, szkolimy również współpracowników Grupy.

Dialog z pracownikami

Regulamin Pracy

W Orange Polska S.A., organizację i porządek w procesie pracy oraz związane z tym prawa i obowiązki pracownika określa Regulamin Pracy, który obejmuje m.in.:

- organizację pracy oraz wyposażenie pracowników w narzędzia i materiały,
- systemy i rozkłady czasu pracy oraz przyjęte okresy rozliczeniowe czasu pracy,
- termin, miejsce, czas i częstotliwość wypłaty wynagrodzenia,
- wykazy prac wzbronionych pracownikom młodocianym oraz kobietom,
- wykaz prac i stanowisk dozwolonych pracownikom młodocianym w celu odbywania przygotowania zawodowego,
- obowiązki dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony przeciwpożarowej, w tym także sposób informowania pracowników o ryzyku zawodowym,
- sposób potwierdzania przez pracowników przybycia i obecności w pracy oraz usprawiedliwiania nieobecności w pracy.

Treść Regulaminu Pracy i wszelkie w nim zmiany są ustalane przez pracodawcę w uzgodnieniu z zakładowymi organizacjami związkowymi.

Dialog społeczny

Szanujemy prawo pracowników do zrzeszania się w związkach zawodowych (partnerzy społeczni) i prowadzimy z nimi stały dialog. W ramach tego dialogu są zawierane m.in. porozumienia, umowy i inne dokumenty, których sygnatariuszami są organizacje związkowe działające w Orange Polska S.A. W firmie działa także Rada Pracowników, z którą zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami są konsultowane stan, struktura i przewidywane zmiany zatrudnienia oraz działania mające na celu utrzymanie poziomu zatrudnienia, a także istotne zmiany w organizacji pracy lub podstawach zatrudnienia.

W Orange Polska S.A. obowiązuje Ponadzakładowy Układ Zbiorowy Pracy dla Pracowników Orange Polska S.A. (PUZP), który reguluje m.in. zasady zatrudniania pracowników i rozwiązywania stosunku pracy, czas pracy, kwestię urlopów, zasady wynagradzania i przyznawania innych świadczeń związanych z pracą oraz sprawy związane z BHP, szkoleniami, wsparciem socjalnym i opieką medyczną. Zarząd Orange Polska S.A. zawiera również Umowę Społeczną z partnerami społecznymi. Obecna Umowa Społeczna została podpisana w dniu 14 grudnia 2023 r. i obowiązuje na lata 2024-2025. Umowa określa m.in. limit odejść dobrowolnych i wysokość pakietu finansowego dla pracowników odchodzących z firmy w ramach odejść dobrowolnych, możliwość podwyżek wynagrodzeń zasadniczych, wysokość dodatkowego odszkodowania dla pracowników, którzy osiągną wiek emerytalny w ciągu najbliższych czterech lat, miejsce i rolę mobilności wewnętrznej przy wsparciu programu alokacyjnego oraz możliwość skorzystania z udziału w programie wsparcia w poszukiwaniu pracy (outplacement). Zapisy Umowy Społecznej na lata 2024-2025 przewidują również działania na rzecz przyjaznego środowiska pracy oraz utrzymanie pakietu opieki medycznej. Ponadto, Orange Polska S.A. zadeklarował utrzymanie budżetu szkoleniowego w latach 2024-2025 na poziomie z lat 2022-2023.

W dniu 14 grudnia 2023 r. zostało również zawarte z partnerami społecznymi Porozumienie, które określa szczegółowe zasady zwolnień grupowych oraz postępowania w sprawach realizacji Umowy Społecznej na lata 2024-2025 w roku 2024. W ramach Porozumienia ustalono limit odejść pracowników w 2024 roku na poziomie 590, zasady odejść dobrowolnych, a także wysokość odpraw i dodatkowych odszkodowań dla pracowników odchodzących w 2024 roku. Porozumienie określa również zasady i kryteria doboru, jakie pracodawca stosuje wobec pracowników, którym wypowiada umowy o pracę z przyczyn niedotyczących pracowników.

Tabela: Kluczowe wskaźniki dla dialogu społecznego

Dialog społeczny	2022	2023
Liczba zakładowych związków zawodowych	17	17
% pracowników w związkach zawodowych	28,8%	28,3%
% pracowników objętych Ponadzakładowym Układem Zbiorowym Pracy	90,9%	96%

Słuchanie głosu pracowników

Co dwa lata w Orange ma miejsce Badanie Kultury Organizacyjnej (ang. Organisational Health Survey – OHS). Badanie jest prowadzone przez renomowaną międzynarodową firmę doradztwa strategicznego McKinsey & Company. W Orange Polska przeprowadzono je już cztery razy. Pierwsze badanie OHS miało miejsce w 2017 roku i rozpoczęło proces zmiany kultury organizacyjnej w Spółce. W listopadzie 2022 roku przeprowadzono w Orange Polska czwartą edycję badania OHS, a jego wyniki stanowią podstawę do określenia kierunków dalszych zmian kultury organizacyjnej tak, aby jak najlepiej wspierały realizację celów firmy. W badaniu wzięło udział 87% pracowników. Mimo niewielkiego spadku (73% wobec 78% w 2020 roku), Orange Polska utrzymuje wysoki poziom kondycji organizacyjnej. Najwyżej oceniono obszary: Odpowiedzialności (83%) i Przywództwa (82%). Jako obszar do poprawy wskazano Motywację (51%). W odpowiedzi na to wyzwanie firma wdrożyła program rozwoju kompetencji SkillsUp, szereg różnego rodzaju usprawnień w zakresie środowiska pracy oraz kampanię komunikacyjną do pracowników „Lubię tu być”.

Kwestionariusz oceny zdrowia organizacji pozwala zbadać jej kondycję w dziewięciu najważniejszych obszarach: kierunek i wizja, odpowiedzialność, koordynacja i kontrola, orientacja zewnętrzna, przywództwo, innowacje i wiedza, kompetencje, motywacja oraz kultura i środowisko pracy. Wyniki ankiety umożliwiają zdefiniowanie mocnych i słabych stron firmy na tle globalnych wskaźników porównawczych oraz zaplanowanie ewentualnych działań naprawczych w kilku obszarach o priorytetowym znaczeniu dla Orange Polska.

W 2023 roku zdecydowaliśmy się na zastąpienie dotychczasowych badań satysfakcji pracowników Nasz Barometr nowym kwestionariuszem oceny, wspólnym dla całej Grupy, Voice Up.

Voice Up wspiera realizację przyjętej przez Grupę Orange strategii Lead the Future. Celem badania jest zebranie potrzeb, odczuć i oczekiwań pracowników. Wyniki badania pomagają określić obszary satysfakcji oraz zidentyfikować globalne i lokalne obszary wymagające poprawy.

Voice Up to dla każdego okazja do podzielenia się spostrzeżeniami na temat funkcjonowania firmy i doświadczeniami w miejscu pracy. Pytania są zbliżone do tych z poprzednich badań i dotyczą satysfakcji z pracy oraz oceny poszczególnych obszarów funkcjonowania firmy. Kwestionariusz ocenia zaangażowanie, zaufanie

i efektywność pracowników w całej Grupie. Badanie po raz pierwszy przeprowadzono w styczniu 2024 roku i wzięło w nim udział 84% pracowników.

Badanie pokazało, że:

- Mocne strony Orange Polska tkwią w naszej efektywności i wydajności. Jest to widoczne w dążeniach do osiągnięcia wyników.
- Przewodujemy w zakresie skutecznej organizacji pracy i sprawnego podejmowania decyzji.
- Pracownicy doceniają możliwości osobistego i zawodowego rozwoju, w tym dostęp do szkoleń i zaangażowanie w ciekawe projekty oraz dostęp do nowych technologii.
- Wskazują również klarowność ról, silne poczucie współpracy, szczególnie na poziomie zespołów, oraz naszą odpowiedzialność społeczną, zwłaszcza w zakresie zrównoważonego rozwoju (ekologii) i różnorodności.

Otrzymaliśmy niższą ocenę w zakresie zaangażowania i motywacji. Po pogłębionej analizie przyczyn (m.in. dzięki wnikliwemu przestudiowaniu 17 tys. komentarzy w odpowiedzi na pytania otwarte), Zarząd uznał, że kluczowym wyzwaniem w 2024 roku jest wspólne wypracowanie rozwiązań w zakresie: usprawnienia współpracy międzyobszarowej, lepszej priorytetyzacji zadań i klarowności celów strategicznych oraz poprawy dobrostanu w celu zapewnienia równowagi między pracą a życiem prywatnym.



S - Społeczności

Włączenie cyfrowe ma dziś istotny wymiar społeczny. To z jednej strony upowszechnianie dostępu do szybkiego internetu, a z drugiej edukacja i rozwój kompetencji cyfrowych w obszarach społecznym i klienckim. Aktywnie działamy na obu tych polach. Inwestujemy w sieć światłowodową, także z wykorzystaniem środków publicznych, aby dotrzeć również do terenów odległych od miast, gdzie często brakuje infrastruktury i dostępu do nowoczesnych usług. A poprzez naszą Fundację Orange od ponad 16 lat wspieramy edukację cyfrową Polaków. Fundacja realizuje w szkołach programy edukacji cyfrowej. Dbamy też o dostępność naszych usług dla klientów z niepełnosprawnościami, a seniorów uczymy jako korzystających z nowych technologii.

Włączenie cyfrowe – rozwój infrastruktury

Orange Polska bardzo świadomie uczestniczy poprzez swoje działania w budowie społeczeństwa informacyjnego, zdając sobie sprawę, że ważnym elementem dla rozwoju gospodarczego Polski jest dalsza cyfryzacja, opierająca się na rozwijaniu nowoczesnych sieci telekomunikacyjnych.

W zasięgu superszybkiego internetu światłowodowego od Orange znajduje się obecnie ponad 7,97 mln gospodarstw domowych, a z usług korzysta ponad 1,35 miliona klientów, którzy cieszą się dzięki temu dostępem do internetu o prędkości nawet do 2 Gb/s. Od 2015 roku Orange Polska zainwestował w rozwój sieci światłowodowej około 4 mld zł. Zasięg światłowodu Orange to zarówno sieć wybudowana przez Spółkę jak i łącza dostępne dzięki współpracy z kilkudziesięcioma innymi operatorami. Jednocześnie, wybudowane przez Orange Polska łącza światłowodowe są udostępniane na rynku hurtowym innym operatorom.

Rozwój współpracy międzyoperatorskiej to istotny element strategii .Grow. Ambicją Orange Polska jest sześciokrotny wzrost liczby hurtowych klientów światłowodowych do końca 2024 roku. Dalsze zwiększanie dostępności usług światłowodowych będzie realizowane głównie w oparciu o współpracę z innymi operatorami, w tym z operatorem hurtowym Światłowód Inwestycje. Orange Polska rozbudowuje sieć światłowodową nie tylko w dużych

miastach, ale również w małych ośrodkach i na terenach wiejskich. Nasze inwestycje otwierają nowe możliwości rozwoju lokalnym społecznościom i przedsiębiorcom.

Do końca 2024 roku w zasięgu naszych usług światłowodowych znajdzie się dalsze 700 tys. gospodarstw domowych, zarówno dzięki naszym własnym inwestycjom jak i dostępowi do sieci innych operatorów. Zasięg usług będzie nadal rozwijany głównie w oparciu o współpracę z innymi operatorami, w tym z utworzoną w 2021 roku spółką Światłowód Inwestycje. Orange jest liderem pod względem dostarczania usług szerokopasmowych w małych lokalizacjach w Polsce. 38% szybkich stacjonarnych łączy internetowych na wsi to łącza dostarczane przez Orange.

Dostarczyliśmy już szybkie łącza do 3140 szkół działających w Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (OSE). Łącza zostały zrealizowane na bazie przetargów rozpisanych przez NASK, który jest operatorem OSE.

Projekty inwestycyjne z dofinansowaniem ze środków unijnych

Orange Polska rozbudowuje sieć światłowodową uczestnicząc w programach realizowanych z dofinansowaniem ze środków Unii Europejskiej. Celem tych programów jest budowa otwartej sieci szerokopasmowego internetu w regionach i miejscowościach, w których brakuje nowoczesnej infrastruktury – na terenach tzw. białych plam.

W ramach zakończonego już Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC), w latach 2014-2020 Orange Polska wybudował ponad 25 tys. kilometrów światłowodu, docierając do przeszło 4,2 tys. miejscowości. Zasięgiem sieci światłowodowej zostało objętych 3 tys. szkół oraz 400 tys. gospodarstw domowych na terenach wykluczonych cyfrowo. Kolejnymi programami, które skupiają się na przeciwdziałaniu wykluczeniu cyfrowemu, są Krajowy Plan Odbudowy (KPO) oraz Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy 2021-2027 (FERC). Orange Polska jest beneficjentem obu tych programów i w najbliższych latach będzie w dalszym ciągu realizować inwestycje światłowodowe z dofinansowaniem ze środków unijnych.

W ramach KPO zrealizujemy inwestycje na 24 obszarach, a zasięgiem światłowodu zostanie objętych około 134 tys. gospodarstw domowych. Kwota przyznanych dotacji to prawie 566 mln zł.

W ramach programu FERC zbudujemy sieć światłowodową na czterech obszarach, obejmującą prawie 21 tys. gospodarstw domowych. Kwota pozyskanych dotacji to ponad 97 mln zł.

Powyższe projekty zostaną zrealizowane w latach 2024-2026. Ze środków własnych zaangażujemy w nie około 300 mln zł.

Te inwestycje mają ogromny wpływ na poprawę jakości życia na obszarach, które mierzyły się z wykluczeniem

cyfrowym. Przynoszą rozwój lokalnych społeczności oraz wzrost konkurencyjności obszarów pozbawionych wcześniej możliwości, jakie daje cyfryzacja. Pozwalają przełamać bariery dostępu do zdalnej pracy i edukacji oraz wszelkiego rodzaju e-usług i rozrywki.

Szacujemy, że inwestycje w szerokopasmowy internet przekładają się wprost na wzrost PKB. Według ekonomistów Banku Światowego, wzrost penetracji szerokopasmowego internetu o 10 pp. powoduje przyspieszenie potencjalnego tempa wzrostu gospodarczego o 0,3-1,5%. Na tej podstawie szacujemy, że dzięki szerokopasmowemu internetowi od Orange Polska, PKB Polski wzrósł w latach 2004-2023 o 11,7%.

rzecz włączenia cyfrowego w obszarze klienckim (działania na rzecz klientów starszych i z niepełnosprawnościami) oraz społecznym. Zależało nam na tym, aby myślenie o wykluczeniu społeczno-cyfrowym znalazło swój praktyczny wymiar także w naszych działaniach prospołecznych.

Fundacja Orange od kilkunastu lat prowadzi programy edukacji cyfrowej, kierując swoją ofertę do szkół i małych społeczności, a za ich pośrednictwem do dzieci, rodziców, edukatorów, liderów społecznych i mieszkańców małych miejscowości.

Postanowiliśmy przyjrzeć się naszym programom skierowanym do szkół – MegaMisja i #SuperKoderzy – z punktu widzenia dotarcia do tych rejonów, w których wskaźnik wykluczenia społeczno-cyfrowego jest najwyższy.

Dzięki zespołowi badaczy Fundacji Stocznia zbudowaliśmy Indeks Wykluczenia Lokalnego, oparty na analizie blisko 30 wskaźników opisujących kondycję społeczną, demograficzną i ekonomiczną społeczności lokalnych (gmin) w Polsce, obejmujący cztery wymiary:

- **Wykluczenie społeczne:** różnice związane z natężeniem problemów ubóstwa, bezrobocia i niskiego stanu kapitału ludzkiego;
- **Wykluczenie ekonomiczne:** różnice w kondycji lokalnej gospodarki, aktywności przedsiębiorstw i koniunktury;
- **Wykluczenie cyfrowe:** lokalne dysproporcje w dostępie do infrastruktury telekomunikacyjnej oraz możliwościach oferowanych przez tę infrastrukturę;
- **Wykluczenie edukacyjne:** różnice w wykształceniu rodziców dzieci w wieku szkolnym (ponieważ działania Fundacji Orange dotyczą głównie tej grupy docelowej) oraz wynikach edukacyjnych na poziomie szkół podstawowych.

Ten wskaźnik nałożyliśmy na mapę Polski, chcąc zobaczyć, gdzie powinniśmy trafić z naszymi programami edukacyjnymi, aby pomagać tym, którzy bardziej potrzebują tej pomocy. Indeks Wykluczenia Lokalnego wskazuje, że ponad 40% gmin w Polsce jest szczególnie zagrożonych wykluczeniem (gminy o najwyższej wartości Indeksu). Placówki na tych terenach zyskują dodatkowe punkty w programach edukacyjnych Fundacji Orange.

Fundacja Orange

Działania Fundacji Orange, która realizuje cele społeczne w imieniu Grupy Orange Polska, zostały zdefiniowane w strategii na lata 2021-2023. Obejmuje ona realizację celów w zakresie edukacji cyfrowej i zapobiegania wykluczeniu

cyfrowemu poprzez prowadzenie długofalowych programów społecznych, opartych na rzetelnej diagnozie społecznych potrzeb i oczekiwań. Najważniejsze programy Fundacji Orange to: MegaMisja, #SuperKoderzy, Pracownie Orange, FabLab powered by Orange i #BurzaMózgów, a ich uzupełnieniem jest program wolontariatu pracowniczego oraz działania z obszaru bezpiecznego korzystania z nowych technologii przez dzieci i młodzież. Strategia przewiduje kontynuację długofalowych programów realizowanych w latach wcześniejszych.

MegaMisja

MegaMisja to ogólnopolski program edukacyjny dla szkół podstawowych. Może być realizowany w ramach zajęć lekcyjnych, dodatkowych lub w świetlicy szkolnej. Adresujemy go do nauczycieli oraz dzieci w klasach 1-3 (w wieku 6-10 lat). Naszym celem jest podniesienie wiedzy i cyfrowych kompetencji nauczycieli, wychowawców świetlic oraz ich uczniów. Zależy nam, aby najmłodszy byli bezpiecznymi i świadomymi użytkownikami multimediów, a nauczyciele mieli dostęp do sprawdzonych materiałów, dzięki którym mogą prowadzić nowoczesne zajęcia dla dzieci. MegaMisja daje solidną bazę do mądrego i bezpiecznego poruszania się w świecie, w którym nie obędziemy się bez technologii, oraz nabywania i ćwiczenia przydatnych w życiu kompetencji społeczno-emocjonalnych.

Kluczowe wskaźniki i cele dla Programu MegaMisja

MegaMisja	2022	2023
Liczba przeszkolonych dzieci	3 800	3 150
Liczba przeszkolonych nauczycielek i nauczycieli	190	150

*Dane za 2022 rok dotyczą roku szkolnego 2021/2022, a za rok 2023 – roku szkolnego 2022/2023.

#SuperKoderzy

#SuperKoderzy to ogólnopolski program edukacyjny skierowany do uczniów i nauczycieli ze szkół podstawowych z klas 4-8. Jego kluczowym elementem jest nauka programowania i wprowadzenie w świat nowych technologii, ale realizowane w innowacyjny sposób – nie tylko na lekcjach informatyki, ale również na zajęciach przedmiotowych,

Zasięg sieci – kluczowe wskaźniki

	31.12.2022	31.12.2023
Usługi mobilne		
Zasięg sieci 4G na zewnątrz budynków	98,5% powierzchni 99,9% populacji	98,5% powierzchni 99,9% populacji
Zasięg sieci 4G wewnątrz budynków	86,9% powierzchni 97,6% populacji	87% powierzchni 97,7% populacji
Usługi szerokopasmowego dostępu do internetu		
Penetracja usług dostępu szerokopasmowego w populacji	27%	28%*
Całkowita liczba łączy szerokopasmowych w Polsce (w tys.)	10 155	10 502*
Udział ilościowy Orange Polska w rynku	28%	27%*
Gospodarstwa domowe w zasięgu światłowodu Orange Polska (w mln)	7,08	7,97*

*Wartości szacunkowe

Wyłączenie społeczno-cyfrowe

Włączenie społeczno-cyfrowe to ważna część strategii społecznej odpowiedzialności Orange Polska.

Dziś, w dobie społeczeństwa informacyjnego, nierówności w dostępie do internetu i umiejętnościach cyfrowych oraz różnice w poziomie świadomości i motywacji do korzystania z usług cyfrowych prowadzą do różnicowania szans życiowych jednostek w wielu wymiarach (od edukacji, przez pracę, po konsumpcję), w tym większym stopniu, im bardziej rośnie znaczenie usług cyfrowych w życiu społecznym i gospodarczym. Ma to tym większe znaczenie, że nierówności społeczne i ekonomiczne (dysproporcje

dochodowe, nierówności edukacyjne, różnice w kapitale kulturowym) same także warunkują dostęp do nowych technologii i możliwości ich wykorzystania. Dlatego mówimy łącznie o wykluczeniu społeczno-cyfrowym.

Wśród grup najbardziej narażonych na wykluczenie społeczno-cyfrowe znalazły się osoby starsze, osoby z niskim wykształceniem, mieszkańcy wsi, osoby z niepełnosprawnościami, osoby z w kryzysie bezdomności oraz dzieci w wieku szkolnym (zob. raport Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce – stan zjawiska, trendy, rekomendacje, Fundacja Orange, Fundacja Stocznia, 2021).

Wyniki raportu posłużyły nam do planowania działań na

np. przyrodzie, matematyce, historii, muzyce czy języku polskim. Wszystkie materiały dydaktyczne (dostępnych jest 15 zestawów scenariuszy) są przygotowywane w oparciu o obowiązującą podstawę programową. Młodzi #SuperKoderzy uczą się pracy zespołowej oraz rozwijają kreatywność i umiejętność logicznego myślenia. Przygotowano również materiały dla dzieci o specjalnych potrzebach edukacyjnych. biorący udział w programie Nauczyciele uczestniczą w szkoleniach i zawsze mogą liczyć na wsparcie merytoryczne profesjonalnych edukatorów. Część materiałów jest dostępna także w języku ukraińskim.

Kluczowe wskaźniki i cele programu #SuperKoderzy

#SuperKoderzy*	2022	2023
Liczba przeszkolonych dzieci	2 708	2 720
Liczba przeszkolonych nauczycielek i nauczycieli	280	280

*Dane za 2022 rok dotyczą roku szkolnego 2021/2022, a za rok 2023 – roku szkolnego 2022/2023.

#BurzaMózgów

#BurzaMózgów jest kursem e-learningowym, w którym wyjaśniamy zjawisko sztucznej inteligencji od strony etycznej i społecznej. Jest to kurs internetowy połączony z cyklem webinarów, który pomaga przede wszystkim nauczycielkom i nauczycielom oraz edukatorkom i edukatorom poszerzyć świadomość zjawisk i mechanizmów, w których uczestniczymy korzystając z internetu i usług cyfrowych, w szczególności po to, aby mogli wspierać uczennice i uczniów w rozumieniu wpływu zjawiska, jakim jest sztuczna inteligencja, a także wiedzieli, jak można ją pozytywnie i kreatywnie wykorzystywać w edukacji. Program skierowany jest przede wszystkim do osób uczących w klasach 4-8 szkół podstawowych (dzieci w wieku 10-15 lat). Uczestniczki i uczestnicy na zakończenie kursu otrzymują certyfikat Niepublicznego Ośrodka Doskonalenia Nauczycieli.

Kluczowe wskaźniki i cele programu #BurzaMózgów

#BurzaMózgów	2023
Liczba osób, które zgłosiły się na kurs	1 380
Liczba osób, które ukończyły kurs i otrzymały certyfikat	227

Lekcja:Enter

Lekcja:Enter to projekt edukacji cyfrowej, który był skierowany do nauczycielek i nauczycieli, a jego celem było doskonalenie ich kompetencji cyfrowych. W latach 2020-2023, zostało przeszkolonych ponad 82 tys. dydaktyków z całego kraju. To niemal 20% wszystkich nauczycielek i nauczycieli w Polsce. Dzięki Lekcji:Enter, wykorzystując narzędzia cyfrowe w ramach projektu, wzmocnili kompetencje metodyczne w zakresie stosowania aktywizujących metod nauczania, a także kompetencje cyfrowe w zakresie stosowania i modyfikacji dostępnych e-zasobów oraz samodzielnego tworzenia własnych.

Projekt realizowany był we współpracy z Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego oraz Instytutem Spraw Publicznych. Działania w systemie regrantowym były realizowane przez placówki doskonalenia nauczycieli. W okresie realizacji projektu udzieliłmy dofinansowania i wsparliśmy merytorycznie 143 projekty grantowe. W szkoleniach wzięło udział 82 247 nauczycielek i nauczycieli z ponad 10 400 szkół. 65% uczestniczek i uczestników szkoleń pracowało w placówkach edukacyjnych na terenie gmin wiejskich, miejsko-wiejskich i miejskich poniżej 20 tys. mieszkańców.

Projekt był współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa. Kwota dofinansowania wyniosła niemal 50 mln złotych.

Kluczowe wskaźniki i cele programu Lekcja:Enter

Lekcja:Enter	2020–2023
Liczba nauczycielek i nauczycieli, którzy wzięli udział w szkoleniach	82 247
Liczba osób, które ukończyły szkolenie i otrzymały zaświadczenie	75 763

Orange Digital Center: Pracownie Orange, FabLaby i Szkoła Kodowania

W październiku 2022 roku powstało Orange Digital Center, które skupia programy edukacji pozaformalnej realizowane przez Fundację Orange: Szkołę Kodowania, FabLaby powered by Orange oraz Pracownie Orange.

Aby ułatwić mieszkańcom małych społeczności dostęp do informacji, wiedzy i technologii, stworzyliśmy Pracownie Orange. Są to multimedialne centra edukacji cyfrowej zlokalizowane w małych miejscowościach, do 40 tys. mieszkańców. Firma pomaga w ich prowadzeniu, zapewniając dostęp do bezpłatnego internetu, natomiast Fundacja Orange wyposażyła je i zapewnia ofertę edukacyjną i rozwojową. Celem programu Pracownie Orange jest wzmacnianie lokalnej aktywności mieszkańców małych miejscowości poprzez tworzenie nowoczesnych wspólnych przestrzeni oraz wsparcie w rozwoju kompetencji. Wspieramy liderki i liderów w kierowaniu tymi nowoczesnymi i atrakcyjnymi placówkami poprzez profesjonalne szkolenia i wsparcie grantowe. Dotąd powstało ponad 100 Pracowni Orange w całej Polsce. Liderki i liderzy Pracowni Orange korzystają z internetowej platformy wymiany wiedzy wraz z bazą gotowych do wdrożenia projektów i modulem grywalizacji, który wykorzystuje mechanizmy gier do podnoszenia kompetencji społecznych i motywowania mieszkańców do działania na rzecz swojej okolicy. Realizowane w pracowniach projekty są skierowane do różnych grup odbiorców, z których największą stanowią dzieci.

W 2023 roku otworzyliśmy 20 nowych Pracowni Orange, które zostały wyposażone w zestawy komputerowe, drukarki 3D, zestawy robotów, urządzenia wielofunkcyjne, konsole do gier, telewizory i meble. Ponadto, kontynuowaliśmy projekt edukacyjny dotyczący rozszerzonej rzeczywistości, dzięki czemu kolejne 17 Pracowni zostało wyposażone w gogle VR. Przy 18 Pracowniach Orange działają makerspace'y (przestrzenie wyposażone w drukarki 3D, zestawy do elektroniki, maszyny do szycia lub plotery laserowe), z czego 8 zostało uruchomionych w 2023 roku. W 2023 roku, z zajęć w 92 Pracowniach skorzystało ponad 70 tys. osób.

W dwóch miastach – Warszawie i Gdańsku – działają FabLaby, czyli otwarte miejsca, w których chętne osoby mają możliwość nauczyć się twórczo korzystać z nowych technologii. Można w nich tworzyć wydruki 3D, a także korzystać z ploterów laserowych, frezarek CNC i sprzętu elektronicznego. W FabLabach oferujemy wsparcie doświadczonych edukatorów, profesjonalny sprzęt oraz bezpłatne warsztaty dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Ponadto w FabLabie w Warszawie są realizowane dwa projekty długoterminowe: Maker Woman skierowany do kobiet, które chcą zdobyć nowe umiejętności techniczne i cyfrowe, oraz YouthLab skierowany do osób w wieku 16-25 lat. W obu projektach są tematyczne ścieżki prowadzone w języku ukraińskim. W 2023 roku w bezpłatnych warsztatach i projektach społecznych w FabLabach uczestniczyło 3 380 osób.

Szkoła Kodowania to bezpłatne, profesjonalne kursy programowania dla młodych osób (18-35 lat), które chcą się rozwijać, podnosić kompetencje lub się przekwalifikować. Oprócz zajęć merytorycznych, program oferuje webinaria z ekspertami rynku IT, networking, spotkania inspiracyjne oraz indywidualne doradztwo zawodowe, w tym badanie poziomu kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej. W 2023 roku zajęcia odbywały się stacjonarnie w Warszawie i online, a także w wybranych powiatach. Do wyboru były trzy ścieżki: Java, Python i UX. Do projektu zgłosiło się prawie 4 000 osób, spośród których wybrano 105 – w zdecydowanej większości kobiety z małych miejscowości. Wszyscy uczestnicy ukończyli kursy.

Kluczowe wskaźniki i cele programu Orange Digital Center

	2022	2023
Pracownie Orange		
Liczba aktywnych Pracowni	76	92
Liczba użytkowników	54 219	70 950
Liczba mieszkańców miejscowości z dostępem do Pracowni	684 000	828 000
FabLab powered by Orange		
Liczba uczestników projektów i warsztatów w FabLabie Warszawa	1 408	2 520
Liczba uczestników projektów i warsztatów w FabLabie Gdańsk	1 228	860
Szkoła Kodowania		
Liczba uczestników kursów	–	105

Program wolontariatu pracowniczego

W Orange Polska od 20 lat działa największy w Polsce program wolontariatu pracowniczego. Nasi pracownicy dzielą się wiedzą, umiejętnościami, doświadczeniem i dobrym sercem z innymi, m.in. ucząc dzieci i seniorów, jak świadomie i mądrze korzystać z internetu. Realizują także autorskie projekty dla społeczności lokalnych przy wsparciu Fundacji Orange.

W 2023 roku wolontariuszki i wolontariusze zrealizowali ponad 250 akcji wolontariackich na rzecz społeczności lokalnych. Były to inicjatywy oddolne w ramach 2. edycji konkursu grantowego, m.in. na rzecz podopiecznych organizacji pozarządowych, domów dziecka, seniorów oraz osób z niepełnosprawnościami, samotnych i w kryzysie bezdomności.

Wolontariuszki i wolontariusze prowadzili zajęcia edukacyjne dla dzieci i młodzieży na temat bezpieczeństwa w internecie, oszczędzania energii i ekologii. Ponadto, 30 z nich utworzyło pary z emigrantkami i emigrantami, prowadząc dla nich przez trzy miesiące lekcje języka polskiego.

Pracownicy Orange Polska wspierają też sześć organizacji pozarządowych, które prowadzą zajęcia pozalekcyjne, edukacyjne i rozwojowe dla dzieci i młodzieży z Ukrainy przy domach dla uchodźców oraz w świetlicach i szkołach.

W 2023 roku pomoc 3 146 wolontariuszek i wolontariuszy Fundacji Orange objęła 20 300 osób.

Kluczowe wskaźniki programu wolontariatu pracowniczego

Wolontariat pracowniczy	2022	2023
Liczba wolontariuszek i wolontariuszy	3 030	3 146
Liczba godzin wolontariackich	23 200	23 030

**Podsumowanie celów społecznych Fundacji Orange****Kluczowe cele dla obszaru społecznego i ich realizacja**

Kluczowe cele w obszarze społecznym zdefiniowane w strategii Fundacji Orange na lata 2021-2023 są następujące:

Kluczowe wskaźniki i zobowiązania programu Orange Digital Center

Cele w obszarze społecznym	Realizacja w 2023	Cel roczny
Programy edukacyjne dla szkół (MegaMisja #SuperKoderzy)		
Liczba przeszkolonych dzieci	5 780	5 500
Liczba przeszkolonych nauczycielek i nauczycieli	430	430
Liczba szkół w programach	290	290
Pracownie Orange		
Utrzymanie aktywnych Pracowni (ze 100 utworzonych)	92	80
Liczba mieszkańców miejscowości z dostępem do Pracowni	828 000	720 000
Wolontariat pracowniczy		
Liczba pracowników zaangażowanych w wolontariat	3 221	3 000



Inna działalność społeczna

Sponsoring

Orange Polska posiada politykę w zakresie sponsoringu. Strategia sponsoringowa Spółki jest pochodną globalnej strategii sponsoringowej Grupy Orange. W strategicznym obszarze sponsoringu, jakim jest obecnie muzyka, Orange Polska tworzy projekty ogólnopolskie, kompleksowe, długofalowe i skierowane do jak najszerszego grona

klientów (obecnych i potencjalnych). Angażuje się w projekty długofalowe, a nie jednorazowo. Realizacja kluczowych projektów sponsoringowych jest zatwierdzana przez Zarząd. W celu realizacji strategii centralizacji zarządzania projektami sponsoringowymi w Grupie Orange Polska, został powołany Komitet ds. Sponsoringu.

Kluczowe wskaźniki dla sponsoringu

W 2023 roku odbyły się dwa festiwale muzyczne sponsorowane przez Orange – Orange Warsaw Festival i Open'er Festival Powered by Orange

Sponsoring	2022	2023
Sponsoring muzyczny – Orange Warsaw Festival		
Liczba uczestników	50 000	40 000
Ekwiwalent reklamowy publikacji (w mln zł)	6,2	5,2
Liczba publikacji	969	1 980
Sponsoring muzyczny – Open'er Festival Powered by Orange		
Liczba uczestników	150 000	110 000
Ekwiwalent reklamowy publikacji (w mln zł)	2,1	2,2
Liczba publikacji	8 477	8 065

Darowizny

W ramach polityki darowizn Orange Polska posiada sformalizowane zasady funduszu darowizn, które zostały określone decyzją Członka Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych.

Orange Polska przestrzega jasnych i przejrzystych zasad przyznawania darowizn:

- każda darowizna wymaga analizy i rekomendacji,
- każda darowizna jest akceptowana przez Prezesa Zarządu Orange Polska,
- każda darowizna jest realizowana na podstawie umowy darowizny w formie pisemnej,
- wszystkie darowizny są realizowane przelewami i rejestrowane w systemach księgowych Orange Polska,

- w każdej umowie jest zawarte postanowienie o konieczności potwierdzenia realizacji darowizny zgodnie z przedmiotem tej darowizny.

Dodatkowo, Orange Polska nieodpłatnie uruchamia specjalne numery charytatywne SMS, z których całkowity dochód jest przekazywany na cele społeczne, m.in. wsparcie akcji i programów społecznych, pomoc w sytuacjach klęsk żywiołowych i katastrof czy ratowanie życia lub zdrowia ludzi.

Od wielu lat udostępniamy SMS charytatywny m.in. Caritas Polska, Fundacji Polsat, Fundacji TVN, Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy i Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia. W 2023 roku numery zostały uruchomione dla ponad 14 organizacji, które uzyskały łącznie ponad 4,8 mln zł.

Kluczowe wskaźniki dla darowizn

Wydatki ponoszone na wspieranie instytucji charytatywnych, organizacji społecznych w zakresie pomocy społecznej, edukacji, zdrowia, kultury, działalności sportowej i innych.

Darowizny	2022	2023
Wysokość udzielonego wsparcia w postaci darowizn (w mln zł)	9,9	12,8

Pomoc humanitarna

Wojna w Ukrainie zmusiła miliony osób do ucieczki i przekroczenia granic Polski. Bardzo ważny stał się dla nich dostęp do informacji oraz możliwość pozostawania w kontakcie z bliskimi. Dlatego z punktu widzenia Orange Polska, zapewnienie działania sieci i dystrybucja kart SIM z bezpłatnymi usługami na granicy polsko-ukraińskiej były jednymi z najważniejszych działań humanitarnych.

Od razu uruchomiliśmy specjalną ofertę bezpłatnych połączeń na Ukrainę oraz preferencyjne usługi roamingowe. Do końca 2023 roku przekazaliśmy ponad milion kart SIM. Nadal funkcjonuje preferencyjna oferta mobilna dla obywateli Ukrainy.

Dla zapewnienia dobrej łączności i sprawnego dostępu do internetu konieczne było wzmocnienie i doposażenie sieci komórkowej. Dlatego we współpracy z T-Mobile w ramach sieci współdzielonych, w pobliżu terenów przygranicznych rozmieściliśmy 6 mobilnych stacji bazowych, zwiększyliśmy przepustowość w innych lokalizacjach poprzez rozbudowę stacji (łącznie 16) oraz uruchomiliśmy 2 nowe stacje bazowe. Pozwoliło to na poprawę dostępności naszych usług przede wszystkim na przejściach granicznych i w ośrodkach recepcyjnych. Kolejne były dworce kolejowe i punkty informacyjne, które potrzebowały bezpłatnego Wi-Fi, a wreszcie punkty, które przyjmowały uchodźców oraz udzielały im pierwszej pomocy i zakwaterowania. Starając się odpowiedzieć na te potrzeby, Orange Polska uruchomił i utrzymuje hot spoty w lokalizacjach, które nadal tego potrzebują.

Dostęp do informacji i dobra łączność stały się kluczowe dla wielu organizacji społecznych i ośrodków pomocy tworzonych przez władze lokalne. Dużym zainteresowaniem cieszyły się telefony, karty SIM, routery, centrale czy infolinie. Chodziło o to, aby móc sprawnie zarządzać zbiórkami

darów, transportami, wolontariuszami czy ustaleniami dotyczącymi zakwaterowania. W pierwszym kroku nawiązaliśmy współpracę z Polską Akcją Humanitarną, dostarczając pomoc technologiczną, sprzętową i usługową dla zorganizowanych centrów zarządzania kryzysowego. Podjęliśmy także współpracę z Domem Ukraińskim, uruchamiając centrum zarządzania kryzysowego. Ponad 50 organizacji (fundacji, stowarzyszeń, organizacji kryzysowych, samorządów itp.) otrzymało ponad 8 tys. kart SIM zapewniających dostęp do bezpłatnych usług, ponad 1 tys. telefonów oraz 30 routerów mobilnych. Dzięki naszym usługom powstały ośrodki pomocy prawnej, socjalnej i psychologicznej. Do dziś wspieramy sprzętem i usługami te organizacje, które kontynuują pomoc dla uchodźców z Ukrainy.

Od października 2022 roku w naszym dawnym biurcu w Łodzi gościmy wspólnie z Fundacją im. Leny Grochowskiej ponad 150 uchodźców.

W pomoc dla Ukrainy zaangażowali się też pracownicy firmy. Zorganizowaliśmy zbiórki w naszych 14 największych biurach. Wolontariusze organizują lokalne edukacyjne i integracyjne projekty pomocowe. W 2023 roku Fundacja Orange przyznała 19 mikrograntów na takie inicjatywy. Wsparta też grantami sześć organizacji prowadzących długoterminową, systemową pomoc dla obywateli Ukrainy, m.in. Fundację Leny Grochowskiej i Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej. Fundacja Orange wspiera również działanie numeru 116 111 Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę – infolinii pomocy psychologicznej dla dzieci i młodzieży z Ukrainy.

Pomoc dla obywateli Ukrainy, szczególnie edukacyjną, integracyjną, rozwojową i w poszukiwaniu pracy, Fundacja Orange realizuje także w wielu swoich programach – Maker Woman (pomoc kobietom w zdobyciu nowych kompetencji i wejściu na rynek pracy, 120 beneficjentek z Ukrainy w 2023 roku); YouthLab (pomoc młodym ludziom w wieku 16-25 lat w znalezieniu pracy i przekwalifikowaniu, 15 beneficjentów z Ukrainy); warsztaty w FabLabie w Gdańsku dla ponad 30 obywateli Ukrainy; #SuperKoderzy – scenariusze zajęć Scratch w języku ukraińskim; współpraca z Fundacją Ukrainka w Polsce (warsztaty edukacyjne o bezpieczeństwie cyfrowym i warsztaty w FabLabie w Warszawie dla młodzieży z Ukrainy).

Współpraca z partnerami

Orange Polska od lat współpracuje z wieloma organizacjami społecznymi i instytucjami. Nasze partnerstwa opierają się na długofalowej i systematycznej współpracy. Wspierając organizacje społeczne uczymy się, jak lepiej i bardziej efektywnie pomagać w rozwiązywaniu problemów społecznych.

Co roku współpracujemy z wieloma organizacjami społecznymi i instytucjami. Niektóre z nich są naszymi partnerami od wielu lat.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

– Stowarzyszenie wspiera firmy w stawianiu się bardziej odpowiedzialnymi, buduje koalicje firm wokół rozwiązywania problemów społecznych oraz tworzy społeczność firm zaangażowanych społecznie i przestrzeń do wymiany doświadczeń pomiędzy firmami, administracją publiczną, środowiskiem akademickim i organizacjami społecznymi. Orange Polska jest partnerem FOB i opiekunem Karty Różnorodności w Polsce.

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę

– Fundacja od ponad 30 lat chroni dzieci przed przemocą. Zapewnia dzieciom i ich opiekunom wsparcie oraz profesjonalną pomoc psychologiczną i prawną. Uczy dorosłych, jak mądrze i skutecznie reagować na przemoc wobec dzieci, oraz co robić, gdy podejrzewają, że dziecko jest krzywdzone. Orange Polska współpracuje z Fundacją w zakresie bezpieczeństwa dzieci w sieci i jest partnerem technologicznym telefonu zaufania dla dzieci i młodzieży 116 111.

Fundacja Dorastaj z Nami

– Fundacja pomaga dzieciom i rodzinom bohaterów, którzy zginęli lub zostali poszkodowani na służbie, oraz buduje szacunek dla służb publicznych. Fundacja Dorastaj z Nami została powołana w 2010 roku przez 27 czołowych polskich firm w uznaniu pracy i poświęcenia ludzi, którzy stracili życie lub zdrowie w służbie publicznej. Jednym członków założycieli jest Orange Polska.

Fundacja Itaka – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych

– Fundacja Itaka jest organizacją pozarządową, która szuka zaginionych oraz wspiera ich rodziny. Orange Polska udziela wsparcia technologicznego i finansowego dla Telefonu w sprawie zaginionego dziecka 116 000.

Fundacja Integracja i Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji

– To organizacje pożytku publicznego, które od blisko 30 lat działają na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Celem Fundacji jest tworzenie sprzyjających warunków, dzięki którym osoby z niepełnosprawnościami będą mogły w jak najszerszym wymiarze uczestniczyć w życiu społecznym. Orange Polska jest partnerem technologicznym Fundacji oraz wspiera Galę Przyjaciół Integracji i konkurs Człowiek bez barier.

Fundacja Widzialni

– Od 2009 roku zajmuje się przeciwdziałaniem wykluczeniu cyfrowemu i społecznemu. Orange Polska współpracuje z Fundacją w zakresie dostępności stron internetowych, edukacji w tym zakresie oraz popularyzacji standardów dostępności w Polsce.

Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej

– Misją Fundacji jest gromadzenie wiedzy i przygotowywanie rozwiązań mających na celu dostosowanie gospodarki i społeczeństwa do długowieczności. Organizacja prowadzi działania na rzecz seniorów. Orange Polska współpracuje z KIGS w zakresie edukacji cyfrowej seniorów.

Orange Polska podpisał **Deklarację współpracy na rzecz bezpieczeństwa dzieci i młodzieży w internecie**. Jej sygnatariuszami są Minister Cyfryzacji, Minister Edukacji Narodowej, Rzecznik Praw Dziecka oraz przedstawiciele instytucji państwowych, mediów, portali internetowych i operatorów telekomunikacyjnych. Została powołana Grupa Robocza ds. Bezpieczeństwa Dzieci i Młodzieży w Internecie. Priorytetem pracy tego zespołu jest wypracowywanie rozwiązań i przedstawianie proponowanych działań w kwestii bezpiecznego dostępu do internetu dla najmłodszych użytkowników.

Orange Polska jest także sygnatariuszem **Paktu na rzecz Dostępności plus 2018-2025**. Pakt stanowi zobowiązanie do współpracy na rzecz realizacji założeń rządowego programu Dostępność plus w celu likwidacji barier w życiu osób z niepełnosprawnościami. Sygnatariusze dokumentu zobowiązują się kierować ideą dostępności i równego traktowania oraz wspólnie dążyć do wyrównania szans i dostępu wszystkich obywateli do otoczenia fizycznego, społecznego, kulturalnego, rekreacji, wypoczynku, sportu, opieki zdrowotnej, edukacji, pracy, transportu, informacji i środków komunikacji.

Inteligentne rozwiązania dla społeczności

Wzrost cen energii, wyzwania klimatyczne, zatłoczone ulice – to problemy, z którymi borykają się miasta całego świata. Choć są to wyzwania globalne, to w skali lokalnej odpowiedzialność za jakość życia mieszkańców i środowisko spoczywa na barkach samorządów i spółek miejskich. Z pomocą przychodzą im nowe technologie, a w szczególności rozwiązania dla inteligentnych miast.

Już ponad 120 miast z całej Polski razem z Orange zmienia się w smart city, z korzyścią dla mieszkańców, budżetów miejskich i środowiska naturalnego. W ten sposób współtworzymy miasta, w których po prostu żyje się lepiej.

Oszczędność energii: Smart Light

Oświetlenie uliczne pochłania aż 19% zużycia prądu na świecie i stanowi nawet 60% miejskich rachunków za energię elektryczną. Oszczędności mogą zapewnić zintegrowane systemy, takie jak Smart Light od Orange. W pierwszym kroku modernizacji oświetlenia wymieniamy lampy sodowe i rtęciowe na LED-owe, co pozwala obniżyć rachunki za prąd o około połowę. Następny krok to wprowadzenie Smart Light, który daje kolejne 20% oszczędności. System pozwala na zdalne zarządzanie zarówno grupami jak i poszczególnymi oprawami z uwzględnieniem zmiennych poziomów świecenia opraw. Kolejne ułatwienie to scenariusze świecenia oparte o czas astronomiczny lub pomiar natężenia światła naturalnego, a nawet lokalizację. W ostatnim przypadku lampy mogą świecić mocniej na przykład w pobliżu przejść dla pieszych, a słabiej w mniej uczęszczanych lokalizacjach. Ze Smart Light od Orange korzysta już 26 miejscowości w całej Polsce.

Oszczędność wody: Smart Water

Oszczędzanie wody powinno być sprawą kluczową dla miast i wsi: według Banku Światowego nawet 40% oczyszczonej wody nie trafia do kranów. Z pomocą przychodzi rozwiązanie Smart Water od Orange, które ogranicza „znikanie” wody np. przez wycieki, zbyt późno diagnozowane awarie czy po prostu kradzieże. Zapobiegają temu inteligentne nakładki montowane na wodomierzach, które wysyłają dane o przepływach w czasie rzeczywistym. Zdalny odczyt wodomierzy (bez inkasenta), codzienne bilansowanie przepływów i monitoring sieci wodnokanalizacyjnej przez całą dobę to najważniejsze zalety Smart Water. System umożliwia też generowanie faktur jednym kliknięciem, co ułatwia pracę przedsiębiorstw wodno-kanalizacyjnych.

Ze Smart Water korzysta już 46 miast w Polsce.

Mniej spalin w mieście i ułatwienie dla mieszkańców: Smart Bike

Prawie 30% całkowitej emisji CO₂ w UE pochodzi z transportu, z czego 72% z transportu drogowego. Z tej perspektywy rowery w mieście to znacznie więcej niż tylko udogodnienie dla mieszkańców. Jako stały element tzw. miksu transportowego, mają wpływ na jakość powietrza i rozładują korki. Smart Bike od Orange to system rowerów miejskich oparty o technologię IoT. Dla użytkowników oznacza to wiele ułatwień. Nie trzeba np. szukać stojaka (stacji dokującej) po zakończonej jeździe. Wystarczy zostawić rower w określonej strefie, oznaczonej w aplikacji. System generuje też wiele informacji użytecznych z punktu widzenia zarządcy. Za jednym kliknięciem dostępna jest lokalizacja rowerów, liczba i czas wypożyczeń, przejechana trasa i prędkość. Analiza tych danych pomaga w planowaniu inwestycji – miasto dostaje „na tacy” informacje, gdzie nowe ścieżki rowerowe są najbardziej potrzebne.

W 2023 roku, rowerzyści z 35 miast przejechali na Smart Bike blisko 3,5 miliona kilometrów.

Inne rozwiązania Smart City od Orange

Nasze rozwiązania Smart City to także:

- **SMART Energy** – oferta instalacji fotowoltaicznych i zarządzania przepływem energii. Smart Energy wykorzystuje system do zdalnego monitorowania paneli, który dostarcza informacji na temat zużycia i produkcji energii oraz działania paneli.
- **SMART Astro** – system do monitorowania i zdalnej konfiguracji zegarów astronomicznych wykorzystywanych do sterowania oświetleniem ulicznym. Zegar astronomiczny, na podstawie informacji o bieżącej dacie, współrzędnych geograficznych i lokalizacji, samoczynnie wyznacza dobowy czas świecenia latarni, zgodnie z astronomicznymi czasami wschodu i zachodu słońca.
- **SMART Crossing** – inteligentny system aktywnych przejść dla pieszych. Wbudowane czujniki ruchu już z kilkunastu metrów wykrywają pieszego, aktywując świetlną i dźwiękową sygnalizację ostrzegawczą. Dzięki temu zwiększają bezpieczeństwo wszystkich uczestników ruchu drogowego.
- **SMART Waste Management & Bins** – inteligentny śmietnik monitorujący poziom zapelnienia odpadami, z którym można się komunikować za pomocą sieci GSM.
- **SMART Charger** – szeroka gama inteligentnych ładowarek, produkowanych w Polsce i zgodnych z ustawą o elektromobilności.

- SMART Gate i SMART Parking – ułatwiają sprawne korzystanie z parkingów. Umożliwiają automatyczne otwieranie bram lub szlabanów dla pojazdów uprawnionych (rozpoznawanie tablic) oraz zarządzanie dostępnością miejsc parkingowych.
- SMART Sensor Air & Noise – inteligentne czujniki jakości powietrza i wody oraz pomiaru hałasu.

Zarządzanie rozwiązaniami Smart City w mieście

Wyzwaniem dla wielu miast w Polsce jest rozproszona infrastruktura i wielość systemów zarządzania. Z pomocą przychodzi Platforma Zarządzania Miastem. Dzięki niej, samorządy mogą po raz pierwszy w zintegrowany sposób zarządzać pełnym środowiskiem wielu usług miejskich. Jeden system integruje podpięte do niego usługi i technologie, tworząc inteligentne miasto. Platforma ma wiele funkcjonalności, dzięki czemu dostosowuje się do unikalnych potrzeb danej miejscowości. Można podpiąć do niej nieskończoną liczbę urządzeń różnych producentów i zarządzać nimi bez konieczności logowania się do innych systemów. W czytelny sposób przedstawia w jednym miejscu dane z różnych systemów: odczyty, alarmy, raporty i statystyki. Umożliwia też wysyłanie powiadomień lub alarmów w formie SMS lub e-maila. Dzięki temu, powiadomienia błyskawicznie trafiają do odpowiednich służb.

Edukacja na temat Smart City

Na podstawie badania ankietowanego „Czy polskie miasta są gotowe na rozwiązania smart city?“, zrealizowanego przez Orange, zidentyfikowaliśmy główne bariery we wdrażaniu rozwiązań dla inteligentnych miast. Okazało się, że największą przeszkodą jest niska świadomość ich możliwości i korzyści, a także brak specjalistów w samorządach, którzy mogliby skoordynować takie działania. Rozwiązania smart city były postrzegane jako ekstrawagancki wydatek, na który stać tylko największe i najbogatsze metropolie, w których pracują rzesze specjalistów od technologii. Problemem zgłaszanym przez miasta była też troska o odbiór społeczny. Włodarze obawiali się, że mieszkańcy nie zareagują pozytywnie na nowe rozwiązania technologiczne w mieście; wielu nie miało też doświadczenia w komunikowaniu tego typu inicjatyw.

Dlatego zdecydowaliśmy się na niestandardowe działania edukacyjne i komunikacyjne skierowane do samorządów i mieszkańców, aby zwiększyć ich świadomość na

temat inteligentnych rozwiązań, które mogą usprawnić funkcjonowanie miast.

Akademia Lidera Smart City

To pierwszy tego typu program edukacyjny, w którym wzięli udział przedstawiciele ponad 50 miast. Do poprowadzenia spotkań w ramach Akademii zaprosiliśmy uznanych ekspertów w obszarze smart city. Postawiliśmy na praktyków, którzy mają na koncie wiele zrealizowanych projektów dla inteligentnych miast.

Zakres tematyczny Akademii zawierał kluczowe tematy związane z praktyką rozwoju inteligentnych miast, zobrazowane konkretnymi przykładami z Polski i ze świata. Podczas Akademii mówiliśmy o konkretnych rozwiązaniach m.in. w zakresie mobilności, usprawnienia infrastruktury czy tak ważnych dziś sposobów na zmniejszenie zużycia energii elektrycznej w miastach dzięki nowym technologiom. Skupiliśmy się też na metodyce przygotowania formalności do realizacji takich inwestycji oraz konsultacjach społecznych, które obecnie stanowią nieodzowny element angażowania mieszkańców podczas planowania i wdrażania projektów smart city.

Spotkania w ramach Akademii podzielono na osiem bloków tematycznych, a cały kurs trwał 1,5 miesiąca. Ze względu na ogólnopolski charakter projektu i duże rozproszenie uczestników, warsztaty miały formę online. Finał Akademii Lidera Smart City, wraz z wręczeniem certyfikatów uczestnikom, miał miejsce w czasie gali Smart City Forum we Wrocławiu. Udział w Akademii był całkowicie bezpłatny.



S - Klienci i użytkownicy

Sektor usług telekomunikacyjnych jest szczególnie narażony na zagrożenia bezpieczeństwa danych, ponieważ przedsiębiorstwa zarządzają coraz większą ilością danych klientów, w tym danymi osobowymi, a także demograficznymi, behawioralnymi i lokalizacyjnymi. Częste ataki na infrastrukturę telekomunikacyjną oraz zasoby danych wskazują na potrzebę zwiększenia bezpieczeństwa sieci.

Z punktu widzenia operatora telekomunikacyjnego, kluczowe kwestie dla klientów i użytkowników to przede wszystkim zapewnienie prywatności poprzez identyfikację zagrożeń związanych z gromadzeniem, przechowywaniem i wykorzystywaniem wrażliwych danych osobowych oraz budowanie odporności systemów i procesów przetwarzających te dane. Dlatego kwestie odpowiednich zabezpieczeń sieci przed cyberatakami, usługi i produkty zwiększające bezpieczeństwo klientów czy też edukacja użytkowników internetu są ważne dla Orange Polska.

Szczególną uwagę kierujemy na bezpieczeństwo najmłodszych uczestników cyfrowego świata – dzieci i młodzież, dając im oraz ich rodzicom i opiekunom odpowiednie narzędzia ochrony i wiedzę, jak być bezpiecznym w cyfrowym świecie.

Kolejnym ważnym zagadnieniem dla klientów i użytkowników usług telekomunikacyjnych jest ich dostępność dla wszystkich, a szczególnie osób starszych i z niepełnosprawnościami. Zapewnienie dostępu do usług wszystkim klientom, niezależnie od ich sprawności, wieku, umiejętności czy sytuacji ekonomicznej, jest jednym z najważniejszych zadań odpowiedzialnego operatora telekomunikacyjnego.

Bezpieczeństwo danych osobowych

Jesteśmy administratorem znacznych ilości danych osobowych, w tym klientów, pracowników, kontrahentów itp.

Dane osobowe są jedną z kategorii informacji chronionych – wraz z danymi stanowiącymi tajemnicę telekomunikacyjną i tajemnicę przedsiębiorstwa. W celu zapobieżenia ewentualnym naruszeniom bezpieczeństwa informacji, w tym danych osobowych, wdrożyliśmy zabezpieczenia zgodne z międzynarodowymi standardami.

W Spółce działa certyfikowany System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji, zgodny z normą ISO 27001. Orange Polska uzyskał także certyfikat zgodności z wymaganiami normy ISO 27018. Ponadto, Spółka regularnie odnawia certyfikaty FIRST oraz Trusted Introducer dla jednostki CERT Orange Polska.

Na każdym etapie gromadzenia i przetwarzania danych dbamy o obowiązek informowania klienta, m.in. o celu i zakresie przetwarzania danych, prawie dostępu do nich oraz możliwości ich poprawiania. Ze względu na charakter współczesnych zagrożeń w zakresie technologii informatycznych stosowanych do przetwarzania informacji, w tym danych osobowych, pomimo podejmowanych działań zapobiegawczych nie da się całkowicie wyeliminować ryzyka naruszenia bezpieczeństwa tych informacji.

Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych (RODO) ułatwia dochodzenie odszkodowań w ramach odpowiedzialności cywilnej. Ewentualne naruszenie bezpieczeństwa danych osobowych może mieć znaczące niekorzystne skutki dla wizerunku Spółki oraz wiązać się z poważną odpowiedzialnością (potencjalnie również karną), co może mieć negatywny wpływ na przyszłe wyniki finansowe Orange Polska.

Zgodnie z RODO i normą ISO 29134:2017 oraz wytycznymi Grupy Roboczej Art. 29, od 2018 roku wprowadziliśmy proces oceny oraz przeciwdziałania skutkom naruszenia praw i wolności osób fizycznych, których dane są przetwarzane przez Orange Polska. Prowadzimy również odpowiednie szkolenia dla pracowników i współpracowników Orange Polska oraz szkolenia wstępne dla nowozatrudnionych pracowników Spółki, a ponadto wprowadziliśmy szkolenia e-learningowe z zakresu bezpieczeństwa informacji i ochrony danych osobowych.

Bezpieczeństwo sieci naszym najwyższym priorytetem

Cyberbezpieczeństwo to dla nas priorytet. W naszych strukturach od ponad 25 lat działa zespół dbający o bezpieczeństwo polskich internautów – CERT Orange Polska. Funkcjonalnością, która wspomaga naszych ekspertów w codziennej pracy, jest ich autorskie rozwiązanie CyberTarcza.

CyberTarcza to mechanizm, który na podstawie monitorowania ruchu sieciowego wychwytuje próby zestawienia połączeń do adresów sklasyfikowanych jako szkodliwe i blokuje je. Mechanizmami CyberTarczy objęliśmy strony phishingowe, wytudzające od użytkowników różnego rodzaju dane (na przykład dane logowania do bankowości internetowej, portali społecznościowych, kont i serwisów internetowych), fałszywe bramki płatnicze, strony podszywające się pod znanych usługodawców i nakłaniające do instalacji złośliwego oprogramowania oraz adresy Command & Control botnetów (z którymi komunikuje się szkodliwe oprogramowanie).

To narzędzie, wspierane przez sztuczną inteligencję, stało się nieodzownym i bardzo skutecznym elementem ochrony w polskim cyberświecie – każdego roku chroni miliony internautów przed utratą danych i pieniędzy. W 2023 roku CyberTarcza zablokowała 360 tys. stron phishingowych (prawie trzykrotnie więcej niż w 2022 roku), chroniąc ponad 5,5 mln internautów przed utratą wrażliwych danych lub oszczędności.

Najpopularniejsze przez lata phishingowe oszustwa „na fałszywe inwestycje” prowadziły w skali popularności do połowy 2023 roku, by na koniec znacząco ulec nowemu liderowi – fałszywym płatnościom. W tej grupie mieszczą się zarówno oszustwa „na kupującego” jak i rzekome niedostarczone przesyłki kurierskie czy też witryny usiłujące pod pozorem przedłużenia/odnowienia dostępu do Netflix'a wytłuzić login/hasło lub dane karty płatniczej. Trzeci rodzaj oszustw należy do kategorii „media społecznościowe” i jest oparty m.in. na wytudzeniach poświadczeń logowania do Facebooka.

Zależy nam na tym, aby także polskie firmy bez przeszkód wykorzystywały szanse związane z cyfryzacją. Do tego jednak niezbędny jest odpowiedni zakres bezpieczeństwa.

Zapewniamy je użytkownikom na wszystkich poziomach: urządzeń końcowych, sieci, infrastruktury, aplikacji i przetwarzania danych.

Konsekwentnie edukujemy i zwiększamy świadomość w tym zakresie. Od ponad dekady zachęcamy klientów do korzystania z doświadczenia naszych ekspertów w dbaniu o cyberbezpieczeństwo przedsiębiorstw. W 2023 roku otrzymaliśmy tytuł Marka Godna Zaufania w kategorii Cyfrowe mury, jako firma, która oferuje przedsiębiorcom najlepszy pakiet usług i rozwiązań dbających o bezpieczeństwie cybernetycznym firmy. To wyróżnienie jest przyznawane przez polskich przedsiębiorców w ogólnopolskim głosowaniu, które przeprowadza Kantar Polska.

Nasi internauci zawsze mogą liczyć na pomoc i wsparcie ze strony ekspertów CERT Orange Polska. Podejrzenie wiadomości można przesyłać na adres cert.opl@orange.com lub SMS-em na numer 508 700 900.

Dopuszczalny poziom pól elektromagnetycznych w Polsce

Telefony komórkowe

Wszystkie telefony komórkowe dostępne w ofercie Orange Polska odpowiadają standardom emisji ustalonym przez Międzynarodową Komisję Ochrony przed Promieniowaniem Niejonizującym (ICNIRP). Dbamy o to, żeby przechodziły odpowiednie testy, a bezpieczeństwo ich użytkowania było weryfikowane poprzez badania zgodności z zasadniczymi wymaganiami. Wszystkie urządzenia mobilne w ofercie Orange Polska są bezpieczne dla zdrowia i posiadają dołączoną informację o wartości współczynnika SAR, która jest zawsze mniejsza od ustalonych limitów bezpieczeństwa (poniżej 2 W/kg). Współczynnik absorpcji swoistej (SAR) dla telefonu komórkowego oznacza maksymalny poziom fal radiowych, jakiemu może być poddany użytkownik w trakcie rozmowy. Informację o wartości współczynnika SAR dla danego telefonu można znaleźć w jego instrukcji obsługi (specyfikacji technicznej), dołączonej przez producenta. Ponadto, wartość SAR dla każdego telefonu znajdującego się w ofercie Orange Polska publikujemy przy modelach widocznych w naszym e-sklepie.



Stacje bazowe

Sieć komórkowa Orange Polska wykorzystuje wyłącznie sprawdzone, stosowane na całym świecie i bezpieczne dla wszystkich użytkowników techniki łączności bezprzewodowej. W Polsce od 1 stycznia 2020 roku stosuje się limity ekspozycji na pola elektromagnetyczne zgodne z Zaleceniem Rady 1999/519/WE. Nowe limity zostały określone w Rozporządzeniu Ministra Zdrowia z dnia 17 grudnia 2019 r. w sprawie dopuszczalnych poziomów pól elektromagnetycznych w środowisku (Dz.U. z 2019 r., poz. 2448). Zastąpiło ono Rozporządzenie Ministra Środowiska z dnia 30 października 2003 r. w sprawie dopuszczalnych poziomów pól elektromagnetycznych w środowisku oraz sposobów sprawdzania dotrzymania tych poziomów (Dz.U. nr 192, poz. 1883).

Orange Polska spełnia wszystkie normy dotyczące poziomów pól elektromagnetycznych (PEM) wokół stacji bazowych i nadawczych. Wprowadzamy rozwiązania techniczne związane z ochroną przed polami elektromagnetycznymi emitowanymi przez instalacje radiokomunikacyjne stacji bazowych, budowanych w ramach naszych inwestycji lub eksploatowanych w naszej sieci. Zapewniamy zgodność z odpowiednimi przepisami poprzez następujące działania:

- wykonywanie odpowiednich obliczeń oddziaływania PEM na środowisko w ramach projektów nowych lub modernizowanych stacji radiowych;
- wykonywanie pomiarów dopuszczalnych poziomów pól elektromagnetycznych i przekazywanie protokołów pomiarowych do właściwych organów odpowiedzialnych za ochronę środowiska, które podejmują decyzje o tym, czy należy przeprowadzić konsultacje społeczne; dialog i konsultacje społeczne dotyczące obiektów sieciowych są prowadzone w ramach postępowania administracyjnego i są inicjowane i nadzorowane przez właściwe urzędy.

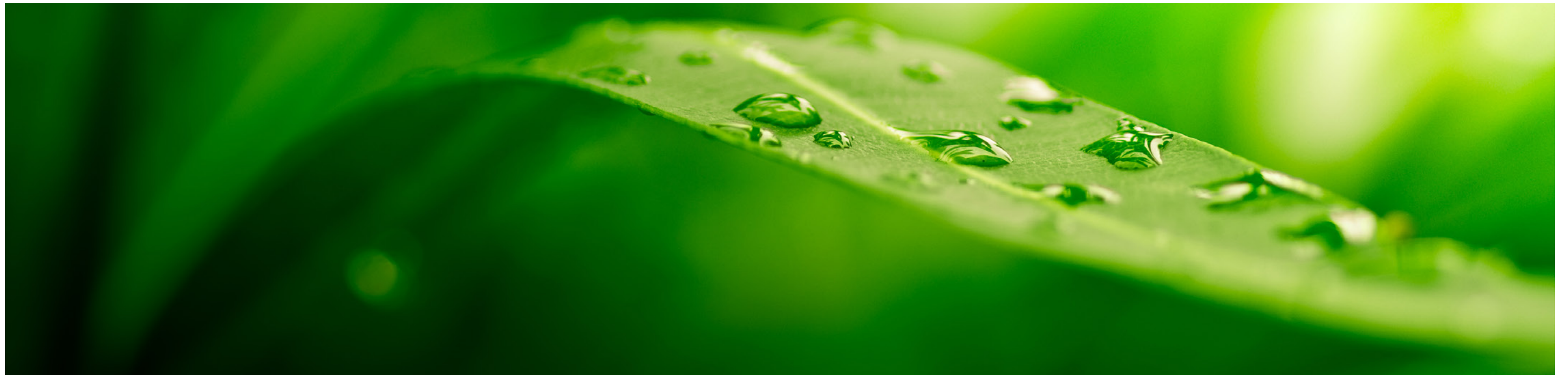
Orange Polska i pozostali operatorzy komórkowi dostarczyli dane wejściowe (parametry stacji bazowych i wyniki

pomiarów PEM) do Instytutu Telekomunikacji. Te dane umożliwiły uruchomienie systemu SI2PEM w dniu 20 lipca 2021 roku. System, dostępny przez internet, zawiera informacje o wynikach pomiarów i przewidywanych poziomach PEM w całej Polsce, a użytkownicy mogą otrzymać dane dotyczące wartości PEM w dowolnych interesujących ich miejscach.

Technologia 5G

Sieć 5G nie ma żadnego potwierzonego negatywnego lub pozytywnego wpływu na ludzi – zarówno jeśli chodzi o natężenie pola elektromagnetycznego jak i zakres wykorzystywanych częstotliwości. Pod względem ekspozycji na pola elektromagnetyczne, sieci 5G mają ten sam wpływ co wcześniejsze sieci 2G, 3G i 4G. Stosowane w technologii 5G urządzenia nie spowodują przekroczenia obowiązujących w Polsce norm dotyczących natężenia pola elektromagnetycznego. Normy te zostały ustalone w oparciu o badania naukowe z takich dziedzin jak medycyna, epidemiologia, biologia i dozymetria, zgodnie z wytycznymi Międzynarodowej Komisji ds. Ochrony przed Promieniowaniem Niejonizującym (ICNIRP).

Fale radiowe to fale elektromagnetyczne o częstotliwości mniejszej niż podczerwień czy światło widzialne (które są również falami elektromagnetycznymi). Oznacza to, że fale radiowe nie są promieniowaniem jonizującym (jak np. promieniowanie rentgenowskie), a ich natężenie stosowane w sieciach komórkowych zapewnia bezpieczeństwo z dużym marginesem ochrony. Pola elektromagnetyczne wykorzystywane w telefonii komórkowej nie mają żadnego potwierzonego niekorzystnego wpływu na człowieka. Fale radiowe i mikrofały nie są uznawane przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) za potencjalną przyczynę powstawania nowotworów. Zostały zaliczone do kategorii zjawisk i substancji, których wpływ na rozwój nowotworów wymaga dalszych badań, ale nie oznacza to, że zdaniem WHO taki wpływ istnieje.



Bezpieczne korzystanie z nowych technologii przez dzieci

Jednym z ważnych dla nas tematów jest bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w internecie i przygotowanie młodych ludzi do świadomego korzystania z nowych mediów. Cele te są realizowane poprzez działania edukacyjne Fundacji Orange oraz usługi Orange związane z bezpieczeństwem klientów.

Wspieramy edukację dzieci ze szkół w całej Polsce w kwestii zasad bezpiecznego korzystania z internetu i higieny cyfrowej. Fundacja Orange, we współpracy z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, oferuje wiele narzędzi i materiałów edukacyjnych, takich jak platforma e-learningowa, portale informacyjne oraz broszury i zasady w wersji elektronicznej dla dzieci, rodziców i nauczycieli. Dorośli, zwłaszcza nauczyciele i specjaliści od edukacji, mogą uczestniczyć w konferencjach, seminariach i warsztatach, a także skorzystać z internetowego kursu dla rodziców i opiekunów, który pokazuje, jak chronić dzieci w sieci.

W 2023 roku zainicjowaliśmy kampanię „Dopamina”. Jej osią był kilkunastominutowy film edukacyjny, który promował wśród młodzieży wiedzę z zakresu świadomego i bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych. We wrześniu 2023 roku film „Dopamina” wraz z konspektami

lekcji dla uczniów i uczennic 13+ trafił do szkół podstawowych i ponadpodstawowych w całej Polsce. Szacujemy, że w 2023 roku z naszych materiałów edukacyjnych dla rodziców i wychowawców skorzystało 83 tys. osób. Edukacja dzieci – obejmująca dedykowane strony internetowe z kursami e-learningowymi, firmy edukacyjne, gry i zabawy, wydarzenia i kampanie informacyjne – dotarła do ponad 1 mln dzieci. W działaniach skierowanych do szkół wzięło udział ponad 11,8 tys. placówek.

Orange Polska jest także partnerem technologicznym telefonu zaufania dla dzieci i młodzieży 116 111. Infolinię prowadzi Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, bezpłatnie pomagająca najmłodszym, którzy doświadczyli różnych form przemocy. Linia 116 111 jest bezpłatna i czynna całodobowo. Dzięki wsparciu międzynarodowej Grupy Orange dostępna jest także w języku ukraińskim.

Spółka prowadzi także stronę internetową poświęconą bezpieczeństwu dzieci w sieci. Strona jest przeznaczona głównie dla rodziców i opiekunów dzieci, którzy chcą zadbać o ich bezpieczne i odpowiedzialne relacje z nowymi technologiami.

Strona jest umieszczona na naszym głównym portalu www.orange.pl, pod adresem: www.orange.pl/razemwsieci. Jest dostępna poprzez odsyłacz na stronie głównej, a także z innych powiązanych stron.

Strona zawiera następujące sekcje:

- Odpowiedzialny rodzic – ile czasu dziecko może spędzać przed ekranem oraz inne ustalone z dzieckiem zasady dotyczące nowych technologii;
- Bezpieczny internet – zasady bezpieczeństwa w sieci, jak zabezpieczyć urządzenia, kontrola rodzicielska, prywatność w sieci, sharenting;
- Rodzina w cyfrowym świecie – umowa z dzieckiem dotycząca korzystania z nowych technologii, dobre i inspirujące sposoby korzystania z internetu, portale polecane dla dzieci i rodziców;
- Nadużywanie internetu – jak zapobiegać, jak rozpoznać problem, co zrobić, gdy dziecko nadużywa internetu;
- Niebezpieczne relacje w sieci – niebezpieczne kontakty, media społecznościowe, cyberprzemoc, seksting;
- Szkodliwe treści – treści niedostosowane do wieku, hejt, fake newsy, treści obraźliwe, patotreści, mowa nienawiści.
- Na stronie można również znaleźć:
- Materiały edukacyjne – dla dzieci i rodziców;
- Kontakty do organizacji zajmujących się bezpieczeństwem dzieci i młodzieży oraz instytucji, do których można zwracać się o pomoc i zgłaszać nieprawidłowości.

Dodatkowo, Orange Polska oferuje usługi kontroli rodzicielskiej, które zwiększają bezpieczeństwo korzystania z internetu przez dzieci poprzez blokowanie nieodpowiednich treści, takie jak aplikacja Chroń Dzieci w Sieci oraz Bezpieczny Starter.

Usługa Chroń Dzieci w Sieci to kompleksowa ochrona online dla dzieci korzystających ze smartfonów i tabletów, także w sieci Wi-Fi. Program służy do filtrowania treści stron w internecie, ustalania czasu korzystania z aplikacji i przeglądania stron oraz weryfikacji uruchamianych programów. Aplikacja Chroń Dzieci w Sieci pomaga rodzicom zachować odpowiedni poziom bezpieczeństwa, jednocześnie nie ograniczając w całości swobody dziecka. Nie tylko chroni dziecko przed niewłaściwymi treściami, ale daje też możliwość odpowiedniej regulacji czasu na korzystanie z internetu. W 2023 roku z aplikacji korzystało ponad 107 tys. rodziców.

Oferujemy również Bezpieczny Starter, który działa na zasadzie kategoryzacji stron www. Wszelkie zabezpieczenia są zainstalowane na poziomie sieci – co z jednej strony nie pozwala na ich odinstalowanie, a z drugiej nie obciąża telefonu. Starter blokuje niebezpieczne treści, m.in. dostęp do pornografii, złośliwego oprogramowania, witryn spamowych i phishingowych, treści ekstremalnych i obrzydliwych czy witryn o charakterze pedofilskim. Bezpieczny Starter zapewnia też możliwość kontaktu z rodzicem nawet przy braku środków na koncie. W 2023 roku usługę zakupiło ponad 36 tys. osób.

Orange bez barier

Jednym z ważnych zadań w zakresie integracji cyfrowej, będącej częścią strategii społecznej odpowiedzialności Orange Polska, jest odpowiedź na potrzeby klientów z niepełnosprawnościami.

Klientom z niepełnosprawnościami zapewniamy możliwość korzystania ze 140 dostępnych salonów (1/5 wszystkich), które znajdują się w całej Polsce. W salonach tych zapewniamy:

- swobodny dostęp bez barier architektonicznych;
- dodatkowo przeszkolonych konsultantów;
- możliwość otrzymania wydrukowanych powiększoną czcionką dokumentów, takich jak regulaminy, cenniki i wzory umów;
- możliwość otrzymania informacji o oferowanych udogodnieniach dla klientów z niepełnosprawnościami w formie drukowanej (powiększoną czcionką), elektronicznej lub poprzez wskazanie na stronie internetowej.

Wejście do dedykowanych salonów Orange zostało oznaczone odpowiednimi symbolami oraz dodatkowo znakiem certyfikatu OK Senior. W każdym salonie zapewniamy możliwość:

- złożenia zlecenia na otrzymywanie faktury i najważniejszych dokumentów wydrukowanych powiększoną czcionką lub w alfabecie Braille'a bądź w pliku elektronicznym;
- wyboru telefonu z udogodnieniami dla osób z niepełnosprawnościami;
- skorzystania z pomocy doradcy w konfiguracji urządzenia;
- skorzystania z pomocy tłumacza języka migowego przez internet.

Klienci niesłyszący mogą także skorzystać z pomocy tłumacza migowego podczas kontaktu z infolinią: tłumacz dzwoni na infolinię i pomaga w uzyskaniu potrzebnych informacji. Z tej usługi można korzystać od poniedziałku do piątku, w godzinach 8.00-20.00.

Przygotowaliśmy również filmy instruktażowe, które pokazują, jakie udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami posiadają smartfony wyposażone w system Android, iOS i Windows. Na kanale YouTube Orange Ekspert są udostępniane filmy instruktażowe dotyczące naszych usług i ofert z napisami i tłumaczeniem migowym. Pracujemy też nad tym, aby nasza strona internetowa www.orange.pl była dostosowana do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami.

Orange dla seniora

Osoby w wieku 65+ stanowią już 25% bazy klientów. Jednocześnie, prowadzone na zlecenie Orange Polska badania konsumenckie pokazują, że jest to grupa wewnątrz różnicowana. Wyzwaniem jest dopasowanie obsługi do potrzeb tej grupy.

Do obsługi klientów 65+ na infolinii stworzono dedykowany zespół. Składa się on z doświadczonych konsultantów, którzy zostali przygotowani do obsługi seniorów, a ich wskaźniki biznesowe (np. czas rozmowy z klientem) zostały dopasowane do profilu tej grupy. Działają w oparciu o specjalnie stworzony standard obsługi klienta seniora, który zawiera m.in. zasady prostej komunikacji czy wskazówki dla starszych klientów zaczynających korzystać ze smartfona lub internetu.

Jakość dedykowanej obsługi dla seniorów potwierdzają wskaźniki satysfakcji (procent promotorów wyższy o ok. 5 pp. wobec standardowej obsługi). Obsługa jest wspierana przez dodatkowe działania komunikacyjne, np. newslettery dla starszych klientów, dopasowane tematycznie i pod względem formy (powiększona czcionka).

Również pracownicy salonów są przygotowani i uwrażliwieni na potrzeby seniorów – m.in. dzięki specjalnemu szkoleniu „Senior – klient przyszłości”. Mają również możliwość drukowania dokumentów obsługowych i umów powiększoną czcionką. Ponadto, w wybranych salonach są organizowane warsztaty „Mój pierwszy smartfon”, na których trenerzy Orange uczą seniorów, jak komfortowo i bezpiecznie korzystać z nowych technologii. Seniorzy odwiedzający salony Orange mogą liczyć na infrastrukturę dopasowaną do potrzeb osób o ograniczonych zdolnościach ruchowych.

Nasze wysokie standardy obsługi zostały potwierdzone przez certyfikat OK Senior (uzyskany dla infolinii w 2016 roku oraz dla salonów w 2018 roku, a następnie podlegający ponownej certyfikacji co dwa lata). Niezależni audytorzy sprawdzają, czy nasza obsługa jest: bezpieczna, zrozumiała, przystępna i odpowiadająca na potrzeby starszego klienta. Audyt obejmuje wizyty Tajemniczych Klientów oraz wywiady audytorów z pracownikami obsługi.

Wiemy, że osoby starsze są grupą najbardziej narażoną na wykluczenie cyfrowe. Badania pokazują, że seniorzy nie korzystają z nowych technologii, bo nie widzą takiej potrzeby. Chcemy towarzyszyć seniorom w stawianiu pierwszych kroków w świecie cyfrowym, dając im wiedzę i umiejętności, jak poruszać się w sieci, oraz usługi i narzędzia, które mogą im to ułatwić.

Z myślą o seniorach przygotowaliśmy portal internetowy www.orange.pl/dlaseniora, na którym zgromadziliśmy nasze filmy edukacyjne oraz wszelkie informacje o rekomendowanych dla seniorów urządzeniach czy usługach. Stronę internetową oraz filmy edukacyjne obejrzało 100 tys. osób.

Seniorów zapraszamy również na kursy „Mój pierwszy smartfon”, dostępne zarówno online jak i w salonach. W czasie warsztatów, które prowadzimy od ponad czterech lat, pokazujemy starszym osobom, jak internet pomaga w codziennym życiu oraz jak bezpiecznie z niego korzystać. W 2023 roku ponad 7 000 seniorów wzięło udział w naszych kursach, dowiadując się, jak włączyć internet w telefonie, wysłać maila, zainstalować aplikację czy porozmawiać z bliskimi na czacie komunikatora. Z kursów online skorzystało 6 500 osób, a ponad 500 uczestniczyło w spotkaniach stacjonarnych. To ponad trzykrotnie więcej niż w 2022 roku.



G - Ład korporacyjny

Orange Polska – jako spółka notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW) w Warszawie – stosuje zasady ładu korporacyjnego, zachowując krajowe i międzynarodowe standardy właściwego zarządzania spółką, w szczególności Dobre Praktyki GPW.

List Przewodniczącego Rady Nadzorczej

Szanowni Akcjonariusze,

Bardzo dobre wyniki operacyjne i finansowe osiągnięte w 2023 roku potwierdzają, że Orange Polska ma mocne fundamenty i właściwą strategię, która zdaje test również w trudnym otoczeniu makroekonomicznym i przy silnej konkurencji. Osiągnięcia minionych trzech lat pokazują, że Spółka jest na dobrej drodze do realizacji celów strategii .Grow. Rada Nadzorcza jest pełna uznania dla wysiłków zespołów Orange Polska w obliczu wyzwań. Cieszy mnie również, że Spółka jest w stanie w coraz większy sposób dzielić się korzyściami z sukcesu wdrażania strategii z Akcjonariuszami w postaci dywidend.

Przedmiotem analiz Rady Nadzorczej oraz Komitetu ds. Strategii w ubiegłym roku była sytuacja konkurencyjna na rynku. W ciągu ostatnich dwóch lat główne pole walki konkurencyjnej przesunęło się z pojedynczych ofert na pakiety usług. Główne motory tego procesu to konsolidacja oraz partnerstwa hurtowe, które powodują, że zasięgi usług na technologii światłowodowej wyrównują się. Powoduje to większą konkurencję o klienta detalicznego oraz przesunięcie jej na rynki lokalne. Osiągnięte w ubiegłym roku bardzo dobre wyniki komercyjne potwierdziły, że Spółka właściwie dostosowała swoje działania marketingowe przy jednoczesnym utrzymaniu strategii ukierunkowanej na wartość.

Rada Nadzorcza uważnie śledziła rozwój sytuacji w procesie ogłaszania i przebiegu aukcji na częstotliwości 5G w paśmie C. Kluczową kwestią była wycena tego spektrum oraz zobowiązania inwestycyjne. Zobowiązania te dotyczą pokrycia siecią oraz spełnienia szeregu warunków jakościowych. Nowe pasmo częstotliwości niemalże podwoiło całkowite zasoby spektrum mobilnego Orange Polska, znacznie poprawi przepustowość sieci dla naszych klientów oraz w dłuższym okresie odblokuje nowe możliwości biznesowe.

Zarząd konsultował z Radą Nadzorczą strategię partycypacji w konkursach na budowę sieci światłowodowych w białych plamach z wykorzystaniem środków unijnych. W rezultacie podpisanych umów Spółka pokryje szybkim internetem kolejne 150 tys. gospodarstw domowych, korzystając z dofinansowania na kwotę ponad 600 mln zł, będąc ich największym beneficjentem. Inwestycje Orange Polska posłużą rozwojowi gospodarki i będą przeciwdziałać wykluczeniu cyfrowemu.

Rada Nadzorcza, jak co roku, brała również udział w podejmowaniu wszystkich innych decyzji o kluczowym znaczeniu dla Orange Polska. Monitorowaliśmy działania Zarządu w zakresie kierowania działalnością Spółki, dbając o ich zgodność z prawem oraz standardami i zasadami wewnętrznymi, a także celowość i efektywność.

Na każdym posiedzeniu Rada Nadzorcza szczegółowo omawiała aktualne wyniki finansowe i operacyjne Spółki w odniesieniu do przyjętego na początku roku budżetu. Bardziej szczegółową ocenę sytuacji Spółki przez Radę Nadzorczą przedstawiono w dalszej części sprawozdania. Warto wspomnieć, że w zakresie dbania o najwyższe standardy ładu korporacyjnego, Zarząd, wykonując zalecenie Rady Nadzorczej, wzmocnił nadzór nad spółkami zależnymi. Częstotliwość posiedzeń Rady Nadzorczej i jej komitetów wskazuje, że mamy ścisły kontakt z Zarządem. W 2023 roku odbyło się 5 posiedzeń Rady Nadzorczej i 15 posiedzeń jej komitetów. Średnia frekwencja na posiedzeniach wynosiła 98%.

Bieżący rok jest ostatnim rokiem realizacji strategii .Grow. Zdaniem Rady Nadzorczej, kluczowe zadania stojące przez Zarządem obejmują z jednej strony dokończenie realizacji wszystkich jej celów, a z drugiej strony prace nad nową strategią, która powinna być zaprezentowana rynkowi finansowemu w pierwszej połowie 2025 r. Jestem przekonany, że pomimo ewidentnych wyzwań, stanie się ona platformą do osiągnięcia dalszego wzrostu wartości dla akcjonariuszy. Działamy na atrakcyjnym, rosnącym rynku, a Spółka posiada odpowiednie zasoby i aktywa żeby w pełni wykorzystać możliwości, które on oferuje.

Maciej Witucki

Przewodniczący Rady Nadzorczej

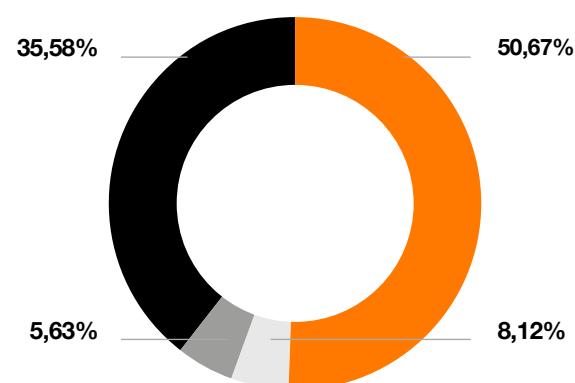


Nasze podejście do ładu korporacyjnego

Orange Polska – jako spółka notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW) w Warszawie – stosuje zasady ładu korporacyjnego, zachowując krajowe i międzynarodowe standardy właściwego zarządzania spółką. Przykładem takiego działania są Dobre Praktyki, Karta Różnorodności, raporty zintegrowane czy Kodeks Etyki Orange Polska. Jesteśmy przekonani, że transparentne zarządzanie przedsiębiorstwem jest jedynym właściwym podejściem, dostosowanym do otoczenia rynkowego. Jest to podejście, które zapewnia równowagę pomiędzy interesami wszystkich podmiotów zaangażowanych w funkcjonowanie Orange Polska.

Więcej informacji nt. stosowania Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW w sekcji Orange Polska na GPW, s. 91.

Wykres: Udział w kapitale zakładowym (%)**



Liczba posiadanych akcji (w szt.)*

Orange S.A.	664 999 999
Allianz Polska OFE, Allianz Polska DFE	106 592 183
Nationale-Nederlanden OFE	73 924 979
Pozostali akcjonariusze	466 840 318
Razem	1 312 357 479

* 1 akcja = 1 głos na posiedzeniu WZA

** Informacja aktualna na 19 kwietnia 2024 r.

Nasi udziałowcy to zarówno inwestorzy indywidualni jak i instytucjonalni. Prowadzimy aktywny dialog z naszymi inwestorami za pomocą szerokiego programu relacji inwestorskich.

Więcej informacji nt. relacji inwestorskich w sekcji Orange Polska na GPW, s. 91.

Rola akcjonariuszy

Orange Polska zachęca akcjonariuszy do odgrywania aktywnej roli w ramach ładu korporacyjnego. Zgoda akcjonariuszy jest wymagana przy podejmowaniu kluczowych decyzji, takich jak: rozpatrywanie i zatwierdzanie sprawozdań finansowych i sprawozdań Zarządu, rozpatrywanie i zatwierdzanie wniosków Zarządu w sprawie wypłat dywidendy lub pokrycia strat, rozpatrywanie i zatwierdzanie przygotowanej przez Radę Nadzorczą oceny sytuacji Spółki oraz, począwszy od 2021 roku, podjęcie uchwały opiniującej sprawozdanie o wynagrodzeniach, powoływanie Członków Rady Nadzorczej (oraz w razie potrzeby ich odwoływanie), zmiana Statutu Spółki, podwyższenie i obniżenie kapitału zakładowego oraz skup akcji własnych.

Każda akcja Orange Polska daje prawo do jednego głosu na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Poza uczestnictwem w WZA, członkowie ścisłego kierownictwa i Członkowie Zarządu Orange Polska prowadzą aktywny dialog z akcjonariuszami. Aby umożliwić środowisku inwestorów wyważoną ocenę uzyskanych przez Spółkę wyników, Członkowie Zarządu – z Prezesem Zarządu i Członkiem Zarządu ds. Finansów na czele – organizują także regularnie prezentacje dla inwestorów instytucjonalnych oraz przedstawicieli krajowych i międzynarodowych instytucji finansowych.

Wysokie standardy ładu korporacyjnego w Orange Polska

Ład korporacyjny w Orange Polska ma zagwarantować odpowiedzialne zarządzanie i nadzór w celu realizacji strategicznych celów Spółki i zwiększenia jej wartości. Stworzyliśmy sprawnie działające ramy ładu korporacyjnego, które obejmują mechanizmy pomagające osiągać wzrost. Składają się one ze struktur, procesów i mechanizmów kontroli, które umożliwiają Spółce skuteczne działanie i ograniczają ryzyko. Zdolność Spółki do tworzenia wartości jest zapewniona przez posiadanie kompetentnych organów, cechujących się właściwym podziałem obowiązków oraz optymalnym połączeniem doświadczenia, umiejętności i wykształcenia. Zrównoważony rozwój Spółki jest zabezpieczony przez zdolność alokowania wytworzonej

wartości w sposób rzetelny i trwałe, co jest niezbędne dla jej długofalowego sukcesu.

Zarząd pełni rolę kierowniczą, sterując działalnością Spółki w kierunku realizacji celów strategicznych. Wprowadza polityki i zasady dla zapewnienia wewnętrznej spójności organizacji. Członkowie Zarządu sprawują funkcję wykonawczą, a Członkowie Rady Nadzorczej – nadzorczą. Te dwie funkcje są rozłączne i ściśle przypisane do obu tych organów. W Radzie Nadzorczej zasiadają przedstawiciele akcjonariuszy, powoływani przez Walne Zgromadzenie. W celu wykonywania swoich obowiązków, Rada Nadzorcza może badać wszelkie dokumenty Spółki, żądać od Zarządu i pracowników sprawozdań i wyjaśnień oraz dokonywać rewizji stanu majątku Spółki. Gdy wymaga to specjalistycznej wiedzy lub kwalifikacji, Rada może zobowiązać Zarząd do zlecenia doradcom opracowania ekspertyz lub opinii na jej użytek. Aby zapewnić wysoką jakość podejmowanych decyzji, Rada Nadzorcza powołała określone komitety jako ciała doradcze. Członkowie komitetów są specjalistami w danej dziedzinie i doradzają Radzie Nadzorczej w kwestiach wymagających pogłębionej analizy. Komitet Audytowy służy Radzie Nadzorczej wiedzą na temat finansów, księgowości

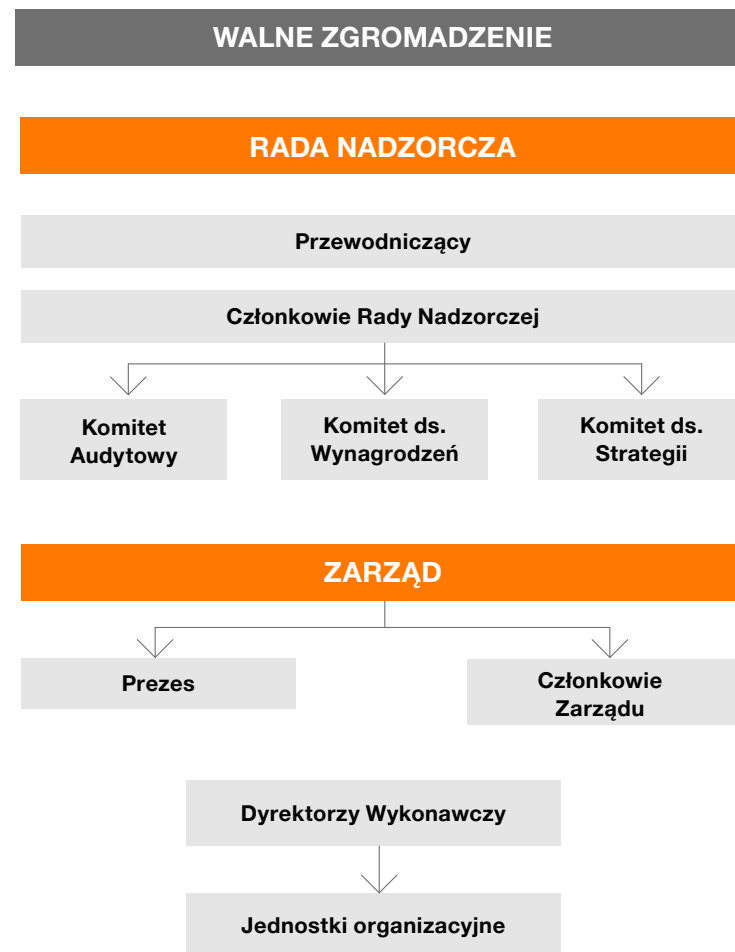
i audytu. Komitet ds. Wynagrodzeń zajmuje się ogólną polityką wynagrodzeń oraz udziela rekomendacji dotyczących powołania Członków Zarządu. Komitet ds. Strategii odpowiada za formułowanie rekomendacji w sprawie planów strategicznych i procesów planowania strategicznego realizowanych przez Zarząd.

Celem opisanego wyżej modelu ładu korporacyjnego jest właściwe rozłożenie odpowiedzialności w Spółce oraz ścisłe określenie funkcji jej kluczowych organów, co z kolei usprawnia proces podejmowania decyzji. Strukturalne elementy tego procesu i powiązania między nimi gwarantują przejrzystość kluczowych decyzji w zarządzaniu Spółką. Spółka Orange Polska jest w pełni odpowiedzialna wobec interesariuszy, jasno komunikując postępy w realizacji celów biznesowych i wypełnianiu obowiązków. Chcemy w ten sposób budować zaufanie do Spółki ze strony inwestorów, klientów, pracowników i opinii publicznej. Przykładamy najwyższą wagę do tworzenia ładu korporacyjnego, który promuje etyczne, odpowiedzialne i przejrzyste praktyki. Wdrożenie tych zasad potwierdza, że Spółka stosuje najwyższe standardy zarządzania, które będą spełniać oczekiwania wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy.



Struktura zarządzania

Organami spółki Orange Polska są:



Walne Zgromadzenie

Do kompetencji WZA w szczególności należy:

- rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdania finansowego za ubiegły rok obrotowy,
- powzięcie uchwały o podziale zysku lub o pokryciu straty,
- udzielanie Członkom Zarządu i Rady Nadzorczej absolutorium z wykonania przez nich obowiązków,
- zmiana Statutu Spółki, w tym podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego,
- połączenie i przekształcenie Spółki,
- powoływanie i odwoływanie Członków Rady Nadzorczej,

- ustalenie wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej,
- wyrażanie opinii o Sprawozdaniu o wynagrodzeniach, sporządzonym przez Radę Nadzorczą.

Szczegółowy opis spraw zastrzeżonych do kompetencji Walnego Zgromadzenia można znaleźć na naszej witrynie internetowej, pod adresem: www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2022/12/Statut-OPL_2022.pdf, www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2022/12/Articles-of-Association_2022.pdf oraz www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin_WZA_OPL_2020.pdf.

Walne Zgromadzenie – podstawowe informacje

Zwyczajne Walne Zgromadzenie jest zwoływane przez Zarząd (lub Radę Nadzorczą w przypadku, gdy Zarząd nie zwoła go w terminie określonym prawem) i odbywa się w ciągu sześciu miesięcy po upływie każdego roku obrotowego. Walne Zgromadzenie jest ważne bez względu na ilość reprezentowanych na nim akcji. Porządek obrad Walnego Zgromadzenia ustala organ, który je zwołuje. Wszystkie sprawy wnoszone pod obrady Walnego Zgromadzenia, Zarząd przedstawia Radzie Nadzorczej do zaopiniowania. Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów oddanych, o ile przepisy Kodeksu spółek handlowych lub Statut nie stanowią inaczej. Głosowanie jest jawne. Tajne głosowanie zarządza się przy wyborach oraz nad wnioskami o odwołanie członków organów Spółki lub likwidatorów bądź o pociągnięcie ich do odpowiedzialności, jak również w sprawach osobowych. Ponadto tajne głosowanie zarządza się na żądanie choćby jednego z akcjonariuszy obecnych lub reprezentowanych na Walnym Zgromadzeniu.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje:

- Zarząd Spółki z własnej inicjatywy bądź na pisemny wniosek Rady Nadzorczej lub akcjonariusza albo akcjonariuszy przedstawiających co najmniej jedną dwudziestą część kapitału zakładowego, przy czym w takim przypadku Zarząd uwzględni w porządku obrad sprawy zgłoszone przez akcjonariusza lub akcjonariuszy żądających zwołania tego zgromadzenia,
- Rada Nadzorcza, jeżeli uzna to za wskazane,
- akcjonariusz albo akcjonariusze reprezentujący co najmniej połowę kapitału zakładowego lub co najmniej połowę ogółu głosów w Spółce.

Rada Nadzorcza oraz akcjonariusze przedstawiający co najmniej jedną dwudziestą część kapitału zakładowego mogą żądać umieszczenia poszczególnych spraw na porządku obrad najbliższego Walnego Zgromadzenia.

Rada Nadzorcza

sprawuje nadzór nad działalnością Orange Polska (w tym nad działalnością spółek zależnych) oraz reprezentuje Orange Polska przy zawieraniu umów między Spółką a Członkami Zarządu oraz w razie ewentualnych sporów między Spółką a Członkami Zarządu. Członkowie Rady są także zobowiązani zapewnić, aby sprawozdania finansowe i sprawozdania z działalności były zgodne z wymogami przepisów dotyczących rachunkowości.

Do najważniejszych obowiązków Rady Nadzorczej należy:

- ocena rocznych sprawozdań finansowych,
- ocena sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz wniosków Zarządu co do podziału zysków lub pokrycia strat, a także składanie Walnemu Zgromadzeniu pisemnego sprawozdania z wyników powyższych czynności,
- powoływanie, odwoływanie i zawieszanie z ważnych powodów poszczególnych lub wszystkich Członków Zarządu, a także ustalanie zasad wynagrodzenia i wysokości wynagrodzeń dla Członków Zarządu,
- wyбір biegłego rewidenta do przeprowadzenia badań lub przeglądu sprawozdań finansowych,

- opiniowanie rocznych i wieloletnich strategii i planów ekonomiczno-finansowych oraz rocznego budżetu,
- wyrażanie opinii dotyczącej zaciągania zobowiązań przekraczających równowartość 100 000 000 EUR oraz zbywania składników majątkowych o wartości przekraczającej równowartość 100 000 000 EUR,
- przedkładanie Walnemu Zgromadzeniu zwięzłej oceny sytuacji Spółki,
- przedkładanie Walnemu Zgromadzeniu sprawozdania o wynagrodzeniach.

Szczegółowy opis spraw zastrzeżonych do kompetencji Rady Nadzorczej można znaleźć na naszej witrynie internetowej, pod adresem: www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2022/12/Statut-OPL_2022.pdf oraz www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2023/06/Regulamin-Rady-Nadzorczej_2022.pdf

Rada Nadzorcza – podstawowe informacje

Rada Nadzorcza składa się z dziewięciu do szesnastu członków, przy czym co najmniej 1/3 powinni stanowić Członkowie niezależni. Rada Nadzorcza odbywa posiedzenia co najmniej raz na kwartał. Rada Nadzorcza powołuje i odwołuje Prezesa Zarządu oraz innych Członków Zarządu. O ile Statut nie stanowi inaczej, Rada Nadzorcza podejmuje uchwały w głosowaniu jawnym, zwykłą większością głosów oddanych, przy obecności co najmniej połowy składu Rady Nadzorczej. Rada Nadzorcza wybiera ze swego grona Przewodniczącego, który zwołuje posiedzenia Rady i im przewodniczy. W przypadku głosowania, w którym oddano taką samą liczbę głosów za oraz przeciw, Przewodniczącemu przysługuje głos rozstrzygający. Rada Nadzorcza powołała trzy Komitety jako organy doradcze:

- Komitet Audytowy
- Komitet ds. Wynagrodzeń
- Komitet ds. Strategii

Członkiem Komitetu może być wyłącznie Członek Rady Nadzorczej. Komitety podejmują decyzje zwykłą większością głosów. Przewodniczących Komitetów powołuje Rada Nadzorcza. Przewodniczący kieruje pracami Komitetu, zwołuje posiedzenia, a w przypadku głosowania, w którym oddano równą liczbę głosów za oraz przeciw, przysługuje mu głos rozstrzygający.

Zadania oraz zasady działania Rady Nadzorczej i jej stałych komitetów są określone w Regulaminie Rady Nadzorczej, który jest dostępny na stronie internetowej Spółki.

Zarząd Spółki

kieruje działalnością Orange Polska, zarządza jej majątkiem oraz reprezentuje Spółkę na zewnątrz. Do zakresu działania Zarządu należą wszelkie sprawy związane z prowadzeniem Spółki niezastrzeżone Kodeksem spółek handlowych albo Statutem do kompetencji Walnego Zgromadzenia lub Rady Nadzorczej. Zarząd wprowadza w życie uchwały Walnego Zgromadzenia, Rady Nadzorczej i własne oraz odpowiada za ich realizację.

Uchwał Zarządu wymaga podejmowanie decyzji w sprawach Spółki dotyczących w szczególności:

- ustalania strategii Spółki oraz zatwierdzania wieloletnich programów rozwoju poszczególnych obszarów jej działalności,
- zatwierdzania i aktualizacji budżetu Spółki,
- ustalania wielkości nakładów inwestycyjnych oraz źródeł ich finansowania,
- zaciągania kredytów i innych zobowiązań finansowych,
- ustalania polityki kadrowej i zasad wynagradzania w Spółce,
- przyjmowania rocznych sprawozdań finansowych oraz sprawozdań Zarządu z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej,
- wniosku do Walnego Zgromadzenia, dotyczącego podziału zysków lub pokrycia strat,

- przekształceń własnościowych Spółki oraz publicznego obrotu jej papierami wartościowymi,
- wykonywania nadzoru właścicielskiego nad spółkami z udziałem Orange Polska S.A.,
- uczestnictwa w spółkach,
- zawierania i realizacji porozumień pomiędzy Spółką i działającymi w niej organizacjami związków zawodowych,
- negocjacji i rozstrzygania sporów zbiorowych,
- zasad obsadzania stanowisk najwyższej kadry menedżerskiej, w tym ustalania warunków zatrudnienia oraz wysokości wynagrodzeń.

Szczegółowy opis spraw zastrzeżonych do kompetencji Zarządu można znaleźć na naszej witrynie internetowej, pod adresem: www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2022/12/Statut-OPL_2022.pdf oraz www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin_Zarządu_2020.pdf

Dyrektorzy Wykonawczy

odpowiadają za kierowanie określonymi funkcjami w Spółce. Obszary ich odpowiedzialności określono szczegółowo w Regulaminie Organizacyjnym Orange Polska S.A.

Zarząd – podstawowe informacje

Prezes Zarządu pełni rolę przewodniczącego i kieruje pracami Zarządu. W wypełnianiu swoich obowiązków Członkowie Zarządu podlegają Prezesowi Zarządu, który monitoruje i ocenia wyniki ich prac.

Członkowie Zarządu prowadzą bezpośrednio sprawy Spółki, zgodnie z podziałem określonym w Regulaminie Organizacyjnym Orange Polska. Posiedzenia Zarządu odbywają się w terminach określonych w harmonogramach, średnio dwa razy na miesiąc. Udział Członków Zarządu w posiedzeniach Zarządu jest

obowiązkowy, przy czym każdy Członek Zarządu może wnieść sprawę na posiedzenie. Decyzje o obecności innych osób na posiedzeniach podejmuje Prezes Zarządu, który przewodniczy posiedzeniom. Uchwały Zarządu zapadają bezwzględną większością głosów pełnego składu powołanego Zarządu. Uchwała może być podjęta także bez odbycia posiedzenia (w trybie obiegowym), bezwzględną większością głosów, jeżeli wszyscy Członkowie Zarządu zostali powiadomieni o treści projektu uchwały.



- sformułowanie procedur informowania przez poszczególne osoby o istniejących i potencjalnych konfliktach interesów,
- określenie sposobu zarządzania takimi sytuacjami.

Metody zarządzania konfliktami interesów w Orange Polska wynikają z przepisów prawa, standardów etycznych i branżowych oraz dobrych praktyk rynkowych, a także uwzględniają rozwiązania stosowane przez Grupę Orange.

Postanowienia Polityki stanowią uzupełnienie Kodeksu Etyki, Polityki Antykorupcyjnej oraz Procedury nadzorowania transakcji z podmiotami powiązanymi Orange Polska.

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej mogą się zwracać do Arbitra ds. Konfliktów Interesów w celu uzyskania informacji bądź wyjaśnienia wątpliwości dotyczących potencjalnego lub istniejącego konfliktu interesów.

Funkcję Arbitra ds. Konfliktów Interesów pełni Przewodniczący Rady Nadzorczej Orange Polska. Arbitr może – jeżeli uzna to za właściwe – zwrócić się o opinię lub rekomendację do Dyrektora ds. Bezpieczeństwa i Zarządzania Zgodnością Orange Polska.

Członek Rady powinien podejmować odpowiednie działania służące zapobieganiu powstawania konfliktów interesów oraz mające na celu rozwiązywanie już istniejących konfliktów interesów, a także jest obowiązany do niezwłocznego poinformowania Przewodniczącego Rady o zaistniałym konflikcie interesów lub możliwości jego powstania. Jest także obowiązany do niezwłocznego poinformowania Spółki o zaistnieniu powiązania z akcjonariuszem dysponującym akcjami reprezentującymi nie mniej niż 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki oraz kwartalnego przekazywania Spółce podsumowania na temat swoich powiązań tego rodzaju. Obowiązek ten dotyczy powiązań

Regulacje dotyczące konfliktu interesów

Pełniąc swoje funkcje, Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej działają w najlepszym interesie Orange Polska. Zapobieganie powstawaniu konfliktom interesów oraz odpowiednie zarządzanie nimi, na wszystkich szczeblach organizacji, jest częścią naszej kultury korporacyjnej.

Aby zapewnić, że decyzje Zarządu i Rady Nadzorczej, jako kluczowych organów Spółki, będą podejmowane w sposób uczciwy, przejrzysty i bezstronny, przyjęliśmy Politykę dotyczącą konfliktów interesów w odniesieniu do Członków Zarządu i Rady Nadzorczej (zwaną dalej „Polityką”).

Celem tej Polityki jest wprowadzenie dobrych praktyk oraz zapewnienie przejrzystych procesów decyzyjnych w Orange Polska poprzez:

- przekazanie Członkom Zarządu i Rady Nadzorczej informacji pozwalających stwierdzić kiedy zachodzi konflikt interesów,

natury ekonomicznej, rodzinnej lub innej, mogących mieć wpływ na stanowisko Członka Rady Nadzorczej w sprawach rozstrzyganych przez Radę.

Członkowie Zarządu powinni niezwłocznie informować Spółkę o każdym konflikcie interesów, który uniemożliwia lub ogranicza możliwość pełnienia przez nich funkcji Członka Zarządu.

Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej są zobowiązani do składania kwartalnych oświadczeń zawierających dodatkowe informacje wymagane przez prawo i regulacje związane z notowaniem akcji na rynkach regulowanych, co ma zapewnić Spółce wiedzę o potencjalnym konflikcie interesów.

W sytuacji konfliktu interesów, Członek Zarządu lub Rady Nadzorczej nie powinien brać udziału w omawianiu danej sprawy ani podejmowaniu decyzji na żadnym szczeblu, a w przypadku zarządzania głosowania powinien nie brać w nim udziału lub oddać głos wstrzymujący, i żądać zaznaczenia tego w protokole.

W szczególnych przypadkach, Arbiter, po konsultacji odpowiednio z Sekretarzem Rady Nadzorczej Orange Polska lub Prezesem Zarządu Orange Polska, może sporządzić decyzję określającą sposób zarządzania konfliktem interesów lub stwierdzającą jego brak w danej sytuacji.

W przypadku zgłoszenia potencjalnego lub istniejącego konfliktu interesów przez Przewodniczącą Rady Nadzorczej lub Prezesa Zarządu, taka osoba zostaje wyłączona z podejmowania decyzji w danej sprawie, a jej obowiązki przejmują inne osoby wskazane do udziału w procesie zarządzania konfliktem interesów.

Komitet Audytowy analizuje i opiniuje dla Zarządu i/lub Rady Nadzorczej istotne transakcje z podmiotami powiązanymi, w rozumieniu regulacji korporacyjnych.

Na posiedzeniach Rady Nadzorczej i Komitetu Audytowego oraz w przypadku uchwał podejmowanych w trybie obiegowym, osoby nominowane przez Orange S.A. są wyłączone z głosowań dotyczących transakcji ze spółką Orange S.A. lub jej spółkami zależnymi. Ponadto, inni Członkowie Rady Nadzorczej piastujący stanowiska w spółkach, które zawierają transakcje ze Spółką, nie biorą udziału w podejmowaniu decyzji dotyczących takich transakcji.

Działalność organów Spółki w 2023 roku

Działalność Walnego Zgromadzenia w 2023 roku

W dniu 29 czerwca 2023 roku odbyło się w Warszawie Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które między innymi:

- zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki Orange Polska S.A. oraz Grupy Kapitałowej Orange Polska w roku obrotowym 2022,
- zatwierdziło sprawozdanie finansowe Spółki Orange Polska S.A. za rok obrotowy 2022,
- zatwierdziło skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2022,
- udzieliło członkom organów Orange Polska S.A. absolutorium z wykonania przez nich obowiązków w roku obrotowym 2022,
- podjęło uchwałę w sprawie podziału zysku za rok obrotowy 2022, na podstawie której zysk netto Spółki Orange Polska S.A. w kwocie 756.729.492,64 zł wykazany w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok obrotowy 2022 przeznaczony został na:
 - dywidendę – 459.325.117,65 zł. Kwota dywidendy wynosiła 0,35 zł na każdą uprawnioną akcję.
 - kapitał rezerwowy, o którym mowa w § 30 ust. 3 Statutu Spółki – 15.134.589,85 zł
- kapitał rezerwowy, w kwocie 282.269.785,14 zł,
- zatwierdziło sprawozdanie Rady Nadzorczej za rok obrotowy 2022,
- wyraziło pozytywną opinię o sporządzonym przez Radę Nadzorczą corocznym sprawozdaniu o wynagrodzeniach.

Działalność Rady Nadzorczej w 2023 roku

Skład Rady Nadzorczej (na dzień 31 grudnia 2023 roku)

1. **Maciej Witucki** Przewodniczący Rady Nadzorczej
2. **Marie-Noëlle Jégo-Laveissière** Zastępca Przewodniczącego
3. **Laurent Martinez** Zastępca Przewodniczącego
4. **Marc Ricau** Sekretarz Rady Nadzorczej
5. **Philippe Béguin** Członek Rady Nadzorczej
6. **Bénédicte David** Członek Rady Nadzorczej
7. **Bartosz Dobrzyński** Niezależny Członek Rady Nadzorczej
8. **Clarisse Heriard-Dubreuil** Członek Rady Nadzorczej
9. **John Russell Houlden** Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodniczący Komitetu Audytowego
10. **Monika Nachyła** Niezależny Członek Rady Nadzorczej
11. **dr Maria Pasło-Wiśniewska** Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodnicząca Komitetu ds. Wynagrodzeń
12. **Wioletta Rosołowska** Niezależny Członek Rady Nadzorczej
13. **Jean-Michel Thibaud** Członek Rady Nadzorczej
14. **Jean-Marc Vignolles** Członek Rady Nadzorczej, Przewodniczący Komitetu ds. Strategii

W 2023 roku w skład Rady Nadzorczej wchodziło pięciu Członków niezależnych: Bartosz Dobrzyński, John Russell Houlden, Monika Nachyła, dr Maria Pasło-Wiśniewska i Wioletta Rosołowska.

W dniu 9 lutego 2024 roku na skutek śmierci wygał mandat Wioletty Rosołowskiej, niezależnego członka Rady Nadzorczej Orange Polska.

Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 19 kwietnia 2024 roku powołało Adama Uszpolewicza na nowego niezależnego członka Rady Nadzorczej.

W dniu 24 kwietnia, ze skutkiem na 30 kwietnia 2024 r., z udziału w Radzie Nadzorczej zrezygnował Jean-Michel Thibaud, z powodu podjęcia wyzwań zawodowych poza Grupą Orange.



Sylwetki Członków Rady Nadzorczej



Maciej Witucki

Zakres obowiązków:

Przewodniczący Rady Nadzorczej

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

wrzesień 2013

Kwalifikacje:

Studiował na Politechnice Poznańskiej. Studia podyplomowe ukończył we Francji, w Ecole Central Paris, na kierunku zarządzania systemami przemysłowymi. Specjalizował się w dziedzinie badań operacyjnych i wspomagania decyzji.

Doświadczenie zawodowe:

W 2006 roku dołączył do Grupy Orange: w latach 2006-2013 był prezesem Zarządu, a 19 września 2013 roku objął stanowisko Przewodniczącego Rady Nadzorczej Orange Polska. Od stycznia 2016 roku do lutego 2019 roku pełnił funkcję prezesa Zarządu Work Service S.A. Zasiada w radach nadzorczych spółek UNIQA, TISE i Krynica Vitamin. Od 2010 do 2017 roku był Prezesem Francuskiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Polsce (CCIFP). Od czerwca 2019 roku jest Prezydentem Konfederacji Lewiatan – największej organizacji w Polsce zrzeszającej przedsiębiorców.



Mari-Noëlle Jégo-Laveissière

Zakres obowiązków:

Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

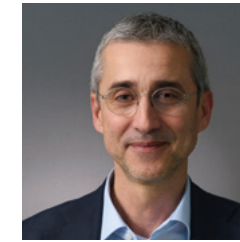
październik 2020, Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej od lutego 2023

Kwalifikacje:

Ukończyła studia inżynierskie w Ecole des Mines w Paryżu, a następnie studia podyplomowe z chemii kwantowej na Uniwersytecie Paryskim XI – Waterloo i École Normale Supérieure w Paryżu, uzyskując stopień doktora.

Doświadczenie zawodowe:

Od 1 września 2020 roku pełni funkcję Wiceprezesa wykonawczego i Dyrektora Generalnego Orange Europe w Orange SA. W 2014 roku weszła w skład Komitetu Wykonawczego Grupy Orange, jako Wiceprezes ds. technologii i innowacji globalnych. Z Grupą France Telecom związała się w 1996 roku i od tego czasu zajmowała w niej różne stanowiska kierownicze. Zasiada w zarządach Fundacji Orange oraz spółki Valeo. Działa w fundacji Médecins du Monde (Lekarze Świata). Jest także przewodniczącą Rady Szkoły Wyższej Télécom ParisTech.



Laurent Martinez

Zakres obowiązków:

Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

czerwiec 2023

Kwalifikacje:

Ukończył studia inżynierskie w dziedzinie elektroniki i telekomunikacji na Politechnice w Tuluzie (ENSEEHT) oraz studia magisterskie w dziedzinie rachunkowości i finansów. Od 2003 roku jest członkiem rady nadzorczej firmy Henkel.

Doświadczenie zawodowe:

Członek Zarządu ds. Finansów w Grupie Orange od 1 września 2023 roku. Wcześniej piastował analogiczne stanowisko w firmie Alstom (kwiecień 2018 – lipiec 2023). W 1996 roku Laurent Martinez związał się z firmą Astrium (obecnie Airbus Defence and Space), w której zajmował różne stanowiska związane z kontrolingiem finansowym. W 2001 roku, po utworzeniu European Aeronautic Defence and Space Company (EADS), został mianowany dyrektorem ds. kontrolingu w dziale obrony i kosmosu tej spółki, z siedzibą w Monachium. W 2004 roku został członkiem zarządu ds. finansów Astrium Space Transportation. W 2009 roku przeszedł do Grupy Airbus, gdzie objął stanowisko dyrektora ds. kontrolingu, efektywności i rachunkowości. W latach 2015-2018 kierował globalnym działem usług tej grupy.



Marc Ricau

Zakres obowiązków:

Sekretarz Rady Nadzorczej, Członek Komitetu Audytowego i Komitetu ds. Wynagrodzeń

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

listopad 2012

Kwalifikacje:

Ukończył Instytut Nauk Politycznych w Paryżu (IEP) oraz Krajową Wyższą Szkołę Poczty i Telekomunikacji (ENSPTT). Uzyskał dyplom studiów magisterskich w zakresie metod statystycznych i programistycznych.

Doświadczenie zawodowe:

Pracuje w Grupie France Telecom (Orange) od 1986 roku. W branży telekomunikacyjnej piastował różne stanowiska – głównie w działach sprzedaży i obsługi klienta, ale także finansów i zarządzania sieciami. W 2009 roku rozpoczął pracę w Orange AMEA (strukturze obejmującej Afrykę, Bliski Wschód i Azję), jako Wiceprezes Strefy AMEA ds. Krajów i Partnerstwa i do początku 2013 roku był członkiem rad nadzorczych kilku spółek zależnych Grupy w Afryce. W październiku 2012 roku rozpoczął pracę jako wiceprezes zespołu Orange Europa, w którym odpowiada za działalność operacyjną Grupy w Polsce. W lipcu 2015 roku został także powołany na członka rady dyrektorów w Orange Slovensko s.a. Obecnie odpowiada za wsparcie operacji w Polsce i na Słowacji w ramach zespołu Orange Europa.



John Russell Houlden

Zakres obowiązków:

Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodniczący Komitetu Audytowego

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

kwiecień 2014

Kwalifikacje:

Ukończył z wyróżnieniem Warwick Business School, a także studia menedżerskie w INSEAD, Stanford i London Business School. Jest członkiem Instytutu Rachunkowości Zarządczej (CIMA), Dyplomowanym Globalnym Księgowym Zarządczym (CGMA) oraz członkiem brytyjskiego Stowarzyszenia Skarbników Korporacyjnych (ACT). Został uhonorowany nagrodą dla „Najlepszego dyrektora finansowego spółki giełdowej w Anglii Północno-Zachodniej” (w latach 2013 i 2014), wspólną nagrodą za „Budowanie zaufania publicznego” w kategorii „Wybitnych osiągnięć w zakresie sprawozdawczości” (2015) oraz nagrodą „Finanse dla przyszłości” w kategorii „Promowanie podejścia zintegrowanego” (2016).

Doświadczenie zawodowe:

Zdobyl bogate doświadczenie w zakresie księgowości i audytu, pełniąc szeroki zakres ról finansowych w Spicer & Oppenheim (obecnie Deloitte), ICI i BT. Pełnił rolę dyrektora finansowego w Lovells (2002-2008), członka zarządu ds. finansów w firmach Telecom New Zealand (2008-2010) i United Utilities Group (2010-2020). W latach 2011-2013 był członkiem brytyjskiego rządowego Zespołu ds. Rynków Usług Ekosystemowych, a od 2014 do 2020 – członkiem Komitetu Głównego oraz Przewodniczącym Komitetu ds. Sprawozdawczości Finansowej „Grupy 100” (który reprezentuje wspólne stanowisko spółek FTSE 100 wobec Rady MSR, Europejskiego Urzędu Nadzoru Giełd i Papierów Wartościowych oraz innych organów regulacyjnych). W latach 2020-2022 pełnił funkcję Przewodniczącego Komitetu Audytu Babcock International Group (spółki z grupy FTSE 250). Obecnie jest partnerem operacyjnym w Investcorp Corsair Infrastructure Partners oraz dyrektorem niewykonawczym w Kelda Holdings i Yorkshire Water.



Maria Pasło-Wiśniewska

Zakres obowiązków:

Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodnicząca Komitetu ds. Wynagrodzeń, Członek Komitetu ds. Strategii

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

kwiecień 2015

Kwalifikacje:

Dr socjologii, ekonomistka, ukończyła Akademię Ekonomiczną w Poznaniu oraz Kellogg School of Management na Uniwersytecie Northwestern w Chicago.

Doświadczenie zawodowe:

W latach 1998-2003, jako prezes zarządu banku Pekao S.A., przeprowadziła fuzję czterech banków Grupy Pekao S.A., a następnie prywatyzację i restrukturyzację banku. W latach 2008-2012 piastowała stanowisko prezesa zarządu Corporation of European Pharmaceutical Distributors NV w Amsterdamie. Pełniła także szereg innych funkcji, m.in. przewodniczącej rad nadzorczych Allianz Bank Polska S.A. (2008-2011) i DOZ S.A. (2008-2012) oraz niewykonawczego członka rady dyrektorów UAB NFG (2010-2012). W latach 2005-2007 posłanka na Sejm RP V Kadencji. Pracownik naukowy i wykładowca na Wydziale Artes Liberales Uniwersytetu Warszawskiego.



Jean-Marc Vignolles

Zakres obowiązków:

Członek Rady Nadzorczej, Przewodniczący Komitetu ds. Strategii

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

kwiecień 2018

Kwalifikacje:

Ukończył studia podyplomowe z zakresu anglistyki w 1977 roku. Jest absolwentem francuskich uczelni wyższych: Instytutu Nauk Politycznych w Paryżu (1976) oraz Ecole Normale Supérieure (1973).

Doświadczenie zawodowe:

Został mianowany na stanowisko Dyrektora Operacyjnego Orange na Europę w maju 2018 roku i był Członkiem Komitetu Zarządzającego Grupy Orange aż do przejścia na emeryturę w lipcu 2021 roku. Od lipca 2018 roku jest członkiem Rady Dyrektorów Orange Belgium. Od marca 2016 roku Jean-Marc Vignolles pełnił funkcję Zastępcy Dyrektora Generalnego i Dyrektora Operacyjnego w holdingu Orange Middle East and Africa (OMEA), nadzorując działalność operacyjną spółek Orange w regionie Bliskiego Wschodu i Afryki. Zasiadał także w radach nadzorczych firm z Grupy Orange w kilku krajach Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki. W latach 2007-2015, Jean-Marc Vignolles był Prezesem Zarządu spółki Orange Hiszpania, która pod jego kierownictwem – oraz w wyniku przejścia firmy Jazztel w 2015 roku – osiągnęła drugą pozycję na rynku hiszpańskim.



Philippe Béguin

Zakres obowiązków:

Członek Rady Nadzorczej, Członek Komitetu ds. Strategii

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

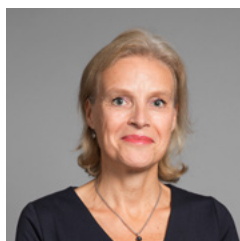
czerwiec 2021

Kwalifikacje:

Jest absolwentem francuskich uczelni wyższych: École Normale Supérieure oraz École Nationale Supérieure des Télécommunications.

Doświadczenie zawodowe:

Pełni w Orange S.A. funkcję Dyrektora ds. Regulacyjnych. Karierę zawodową rozpoczął w 1997 roku, jako kierownik projektu, odpowiedzialny za wdrożenie sieci internetowych w Grupie France Telecom (Orange). Później kierował działem systemów informatycznych dla sieci IP i ATM. Następnie pracował w Pionie Rynku Hurtowego, początkowo jako dyrektor ds. marketingu, a potem Dyrektor ds. Sieci Szerokopasmowych, odpowiadając za przygotowanie i promocję oferty hurtowych usług światłowodowych Orange oraz zarządzanie sieciami zbudowanymi z inicjatywy publicznej. W 2017 roku przeszedł do Działu Spraw Regulacyjnych, gdzie zajmował się zagadnieniami regulacyjnymi we Francji.



Bénédicte David

Zakres obowiązków:

Członek Rady Nadzorczej, Członek Komitetu ds. Strategii i Komitetu ds. Wynagrodzeń

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

czerwiec 2021

Kwalifikacje:

Jest absolwentką francuskiej uczelni wyższej École Normale Supérieure (ENS) w Paryżu, ze specjalizacją w dziedzinie fizyki. Ukończyła także studia magisterskie w dziedzinie telekomunikacji na Politechnice Paryskiej. Ponadto uzyskała certyfikat studiów podyplomowych w dziedzinie zarządzania, organizowanych przez Szkołę Zarządzania CEDEP w Fontainebleau, we Francji.

Doświadczenie zawodowe:

Pracuje w Pionie Rynku Hurtowego i Sieci Międzynarodowych, gdzie odpowiada za usługi hurtowe świadczone przez wszystkie międzynarodowe spółki Orange w Europie (z wyjątkiem Orange France), na Bliskim Wschodzie i w Afryce. Do Orange dołączyła we wrześniu 1989 roku, a całą jej karierę zawodową jest związana ze wspieraniem kluczowych przekształceń w ramach Grupy. Zajmowała szereg wyższych stanowisk kierowniczych w Orange France, a następnie w Pionie Innowacji Grupy Orange, gdzie odpowiadała między innymi za uruchomienie Centrów Innowacji obsługujących filie Orange na Bliskim Wschodzie i w Afryce. W 2015 roku przeszła do strefy obejmującej Bliski Wschód i Afrykę, początkowo jako Dyrektor ds. Strategii i Doświadczenia Klientów, a od grudnia 2016 roku, jako Dyrektor Strefy Afryki Środkowo-Zachodniej. Na tym stanowisku odpowiadała za sześć spółek z Grupy Orange, zasiadając w ich Radach Nadzorczych, przy czym w Radach Nadzorczych Orange Kamerun i Orange Republika Środkowoafrykańska była Przewodniczącą.



Bartosz Dobrzyński

Zakres obowiązków:

Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Członek Komitetu Audytorowego, Komitetu ds. Strategii i Komitetu ds. Wynagrodzeń

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

kwiecień 2022

Kwalifikacje:

Jest absolwentem Uniwersytetu Warszawskiego (dziennikarstwo, MBA) oraz IESE w Barcelonie (Advanced Management Program).

Doświadczenie zawodowe:

Rozpoczął karierę zawodową jako dziennikarz w latach 90-tych, po czym podjął pracę w marketingu. Przez ponad 20 lat pracował w sektorze telekomunikacyjnym w Polsce, w szczególności jako szef ofert dla klientów indywidualnych w Orange (2001-2008), a następnie Członek Zarządu ds. Marketingu w Play (2008-2018). Podczas jego pracy w Play, ta firma stała się jednym z wiodących operatorów na rynku komórkowym. Po opuszczeniu Play zajmował się doradztwem dla firm i startupów w obszarach kształtowania modelu biznesowego i marketingu.



Clarisse Heriard Dubreuil

Zakres obowiązków:

Członek Rady Nadzorczej

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

czerwiec 2023

Kwalifikacje:

Ukończyła Francuską Szkołę Biznesu w 1996 roku. W lipcu 2021 roku uzyskała certyfikat członka zarządu IFA / Instytutu Nauk Politycznych w Paryżu. Jest Członkiem Rady Nadzorczej Orange Belgium, Orange Money Romania, Orange Romania Communications oraz członkiem Rady Nadzorczej i Przewodniczącą Komitetu Audytorowego Orange Spain.

Doświadczenie zawodowe:

Pełni funkcję Dyrektora Kontrolingu Grupy Orange. Karierę zawodową rozpoczęła w dziale finansowym Air France. W 1999 roku związała się z Grupą Orange, w której piastowała szereg stanowisk związanych głównie z finansami i zasobami ludzkimi, we Francji i innych krajach. W 2012 roku została zastępcą dyrektora ds. finansów notowanej na giełdzie spółki Orange Belgium, a w 2020 roku została mianowana dyrektorem finansowym dywizji europejskiej. Wcześniej, przez trzy lata, była dyrektorem działu zasobów ludzkich ds. finansów. W ramach pełnionych obowiązków realizowała szeroko zakrojone projekty transformacji. Zajmowała się także przygotowaniem istotnych przejęć w ramach Grupy.



Monika Nachyła

Zakres obowiązków:

Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Członek Komitetu Audytorowego i Komitetu ds. Strategii

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

kwiecień 2019

Kwalifikacje:

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej. Posiada także dyplomy studiów podyplomowych w zakresie psychologii społecznej i rolnictwa.

Doświadczenie zawodowe:

W latach 2000-2011 działała w sektorze inwestycji w aktywa niepubliczne (private equity). Od 2013 do 2015 roku pełniła funkcję Wiceprezesa Zarządu BGŻ odpowiedzialnego za obszar strategii i rozwoju oraz strategiczny obszar działalności banku – rolnictwo. Od maja 2017 roku jest Partnerem w Abris Capital Partners, firmie zarządzającej funduszami aktywów niepublicznych w Europie Środkowej, gdzie odpowiada m.in. za działania związane z relacjami inwestorskimi, public relations, ESG (standardy odpowiedzialnego biznesu) oraz nadzór nad wybranymi spółkami portfelowymi. Jest też członkiem Komitetu Inwestycyjnego Abris. W ostatnich latach pełniła również funkcję niezależnego członka rad nadzorczych (BGŻ BNP Paribas, Allianz Polska, Euler Hermes Polska, Mykogen), koncentrując się na monitorowaniu kluczowych parametrów efektywności, budowaniu wartości dla akcjonariuszy i coachingu wyższej kadry kierowniczej. Aktualnie członek Rady Nadzorczej spółki Graal oraz członek Rady Nadzorczej i Przewodnicząca Komitetu Audytorowego Siauliu Bankas AB (Litwa).



Adam Uszpolewicz

Zakres obowiązków:

Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Członek Komitetu Audytowego

Powołanie w skład Rady Nadzorczej:

kwiecień 2024

Kwalifikacje:

Jest absolwentem Uniwersytetu w Kopenhadze i posiada certyfikat ACCA. Jest członkiem Rady Ekonomicznej British Chambers of Commerce. Obecnie pełni funkcję doradcy Polsko Brytyjskiej Izby Handlowej.

Doświadczenie zawodowe:

Jest doświadczonym menadżerem wyższego szczebla z ponad 30-letnim doświadczeniem w sektorze usług finansowych, w tym w ubezpieczeniach, zarządzaniu aktywami, bankowości i sektorze usług doradczych, zarówno w Polsce, jak i za granicą. Przez ponad 20 lat pełnił funkcję prezesa w wielu spółkach. Zasiadał w licznych radach nadzorczych spółek ubezpieczeniowych i inwestycyjnych m.in. w Polsce, Luksemburgu, Francji, Turcji i na Litwie. Kariere zawodową rozpoczął w Price Waterhouse, następnie pełnił funkcję dyrektora ds. rozwoju biznesu w GE Capital, nadzorując działalność w zakresie fuzji i przejęć w Europie Środkowej i Wschodniej. Od 1999 do 2006 był związany z grupą ubezpieczeniową Nationwide, gdzie najpierw pełnił rolę prezesa w Polsce a potem szefa biznesu europejskiego grupy na wielu rynkach. W latach 2007-2022 pracował dla grupy Aviva w Polsce, Wielkiej Brytanii i Singapurze. Od 2007 do 2008 roku pełnił funkcję prezesa zarządu Aviva Polska. Następnie od 2009 do 2013 roku pracował w międzynarodowych strukturach Aviva, gdzie odpowiadał za rozwój biznesu i marketing na rynku europejskim i azjatyckim. W 2013 roku został ponownie powołany na stanowisko prezesa zarządu Aviva Polska. Zasiada w Radzie Nadzorczej Fundacji WWF Polska oraz pełni funkcję Przewodniczącego Komitetu Audytowego Rady Nadzorczej największego polskiego ubezpieczyciela PZU S.A.

Kryteria niezależności Członków Rady Nadzorczej

Niezależny Członek Rady Nadzorczej Orange Polska spełnia następujące warunki:

- 1)** nie należy ani w okresie ostatnich pięciu lat nie należał do kadry kierowniczej wyższego szczebla, w tym nie jest ani nie był Członkiem Zarządu Spółki lub jednostki z nią powiązanej;
- 2)** nie jest i nie był w ciągu ostatnich trzech lat pracownikiem Spółki lub jednostki z nią powiązanej, zależnej ani stowarzyszonej, jak również nie jest związany z tymi podmiotami umową o podobnym charakterze;
- 3)** nie otrzymuje ani nie otrzymał dodatkowego wynagrodzenia w znaczącej wysokości od Spółki lub jednostki z nią powiązanej oprócz wynagrodzenia otrzymywanego jako Członek Rady Nadzorczej, w tym jako członek Komitetu Audytowego;
- 4)** nie sprawuje kontroli nad Spółką w rozumieniu ustawy o rachunkowości ani nie reprezentuje w żaden sposób akcjonariusza, osób lub podmiotów sprawujących kontrolę nad Spółką;
- 5)** nie utrzymuje obecnie ani nie utrzymywał w ciągu ostatniego roku istotnych stosunków gospodarczych ze Spółką lub jednostką z nią powiązaną, bezpośrednio lub będąc właścicielem, współnikiem, akcjonariuszem, dyrektorem, członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego, lub osobą należącą do kadry kierowniczej wyższego szczebla, w tym członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego podmiotu utrzymującego takie stosunki. Stosunki gospodarcze obejmują sytuację bycia znaczącym dostawcą towarów lub usług (w tym usług finansowych, prawnych, doradczych lub konsultingowych), znaczącym klientem i organizacją, która otrzymuje znacznej wysokości wkłady od Spółki lub jej Grupy;
- 6)** nie jest obecnie i w ciągu ostatnich trzech lat nie był:
 - a)** właścicielem, współnikiem (w tym komplementariuszem) lub akcjonariuszem obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nią powiązanej, lub
 - b)** członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki, lub

- c)** pracownikiem lub osobą należącą do kadry kierowniczej wyższego szczebla, w tym członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nią powiązanej, lub
- d)** osobą, z której usług korzystała lub którą nadzorowała obecna lub poprzednia firma audytorska lub biegły rewident działający w jej imieniu;
- 7)** nie jest członkiem zarządu lub innego organu zarządzającego jednostki, w której Członek Zarządu Spółki jest członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego, i nie posiada innych znaczących powiązań z Członkami Zarządu Spółki przez udział w innych spółkach lub organach;
- 8)** nie jest Członkiem Rady Nadzorczej Spółki dłużej niż dwanaście lat;
- 9)** nie jest członkiem bliskiej rodziny Członka Zarządu Spółki lub osób, o których mowa w pkt. 1-8, w szczególności nie jest małżonkiem, osobą pozostającą we wspólnym pożyciu, krewnym lub powinowatym w linii prostej, a w linii bocznej do czwartego stopnia, Członka Zarządu Spółki lub osoby, o której mowa w pkt. 1-8;

10) nie pozostaje w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli z Członkiem Zarządu Spółki lub z osobą, o której mowa w pkt. 1-8.

Dodatkowe wynagrodzenie, o którym mowa w pkt. 3 powyżej:

- a)** obejmuje w szczególności udział w systemie przydziału opcji na akcje lub w innym systemie wynagradzania za wyniki,
- b)** nie obejmuje otrzymywania kwot wynagrodzenia w stałej wysokości w ramach planu emerytalnego (w tym wynagrodzenia odroczonego) z tytułu wcześniejszej pracy w Spółce w przypadku, gdy warunkiem wypłaty takiego wynagrodzenia nie jest kontynuacja zatrudnienia w Spółce. Za powiązanie z akcjonariuszem wykluczające przymiot niezależności Członka Rady Nadzorczej w rozumieniu pkt. 2 powyżej rozumie się także rzeczywiste i istotne powiązania z akcjonariuszem posiadającym co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w Spółce.

Każdy kandydat/kandydatka na Członka Rady Nadzorczej składa oświadczenie, że spełnia powyższe kryteria niezależności lub ich nie spełnia. Po swoim powołaniu, oświadczenie takie składa co kwartał.



Tabela: Macierz umiejętności członków Rady Nadzorczej**

Imię i nazwisko	Audyt / Ryzyka	Finanse / Rachunkowość / Przejęcia	Zarządzanie	Prawo / Zgodność / Ład korporacyjny / Etyka	Cyberbezpieczeństwo / Informatyka / Technologia	Zasoby ludzkie	Handel / Marketing	CSR i zrównoważony wzrost (Klimat i środowisko)	Otoczenie regulacyjne	Kommunikacja i otoczenie regulacyjne	Produkcja / Bezpieczeństwo / Łańcuch dostaw
Maciej Witucki			■	■	■		■	■	■	■	
Marie-Noëlle Jégo- Laveissière	■	■	■	■						■	■
Laurent Martinez	■	■	■	■		■	■	■		■	■
Marc Ricau	■	■	■	■	■		■	■			
Philippe Béguin			■	■	■		■		■		
Bénédicte David	■	■	■	■	■	■	■	■			
Bartosz Dobrzyński		■	■	■			■			■	■
Clarisse Heriard Dubreuil	■	■	■	■		■				■	
John Russell Houlden	■	■	■	■	■			■	■	■	
Monika Nachyla	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
dr Maria Pasto-Wiśniewska	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
Wioletta Rosołowska			■	■		■	■	■			
Jean-Michel Thibaud	■	■	■	■	■					■	
Jean-Marc Vignolles			■	■	■	■	■			■	

**na dzień 31 grudnia 2023 roku

Szczegółowe życiorysy zawodowe Członków Rady Nadzorczej są zamieszczone na stronie internetowej Spółki:

<https://www.orange-ir.pl/pl/lad-korporacyjny>.



Różnorodność w Radzie Nadzorczej

Jesteśmy przekonani, że różnorodność organów zarządzających i nadzorujących jest korzystna z punktu widzenia rozwoju firmy. Dlatego dbamy o to, aby nasza Rada Nadzorcza i Zarząd składały się z osób, które różnią się pod względem wieku, płci, wykształcenia i doświadczeń zawodowych. Dzięki temu, że reprezentują one różne środowiska i mają zróżnicowaną wiedzę i umiejętności, mogą spojrzeć z różnych perspektyw na zarządzanie firmą i jej efektywne funkcjonowanie na rynku.

Od roku 2016 Orange Polska posiada **Politykę Zarządzania Różnorodnością** w postaci jednego kompleksowego dokumentu, określającego różnorodne sfery zarządzania. Ponadto, zgodnie z Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych w Warszawie, Rada Nadzorcza w dniu 3 listopada 2021 roku przyjęła Politykę zarządzania różnorodnością w odniesieniu do **Członków Zarządu**, a Zwyczajne Walne Zgromadzenie w dniu 22 kwietnia 2022 roku przyjęło Politykę zarządzania różnorodnością w odniesieniu do **Członków Rady Nadzorczej**.

Celem tej Polityki jest:

- określenie standardów, które muszą być spełnione, aby stanowiska w organach zarządczych Spółki były zajmowane przez osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje, wiedzę merytoryczną, umiejętności, doświadczenie zawodowe, predyspozycje i reputację właściwą do pełnienia tej funkcji, oraz
- wdrożenie rozwiązań na rzecz równego traktowania i różnorodności w odniesieniu do Zarządu Orange Polska.

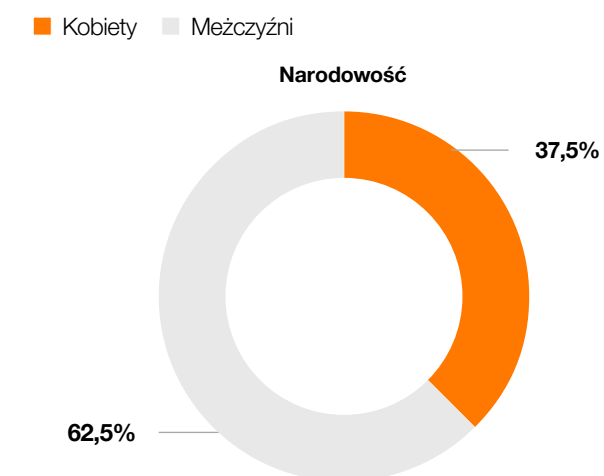
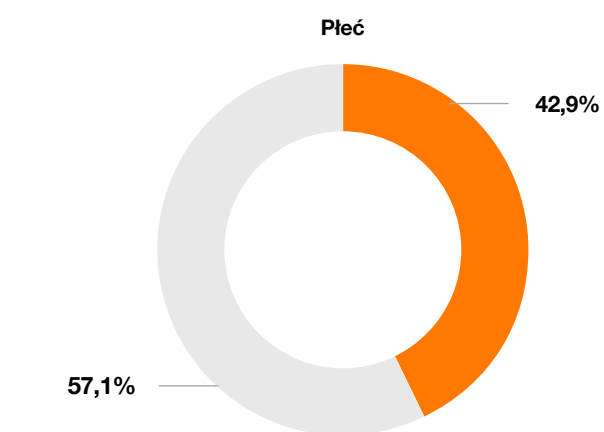
W procesie doboru członków Zarządu Orange Polska Rada Nadzorcza:

- kieruje się jawnością zasad i kryteriów wyboru kandydatów.
- podjmuje decyzje o wyborze członków Zarządu w oparciu o odpowiedni poziom wiedzy, umiejętności, wykształcenia, kompetencji i doświadczeń zawodowych kandydatów.

- dba, aby wśród członków Zarządu znalazły się osoby różnorodne pod względem płci, wieku, wiedzy specjalistycznej, wykształcenia i doświadczeń zawodowych.
- w zakresie zróżnicowania pod względem płci, dąży do zapewnienia udziału kobiet na poziomie nie niższym niż 30%.

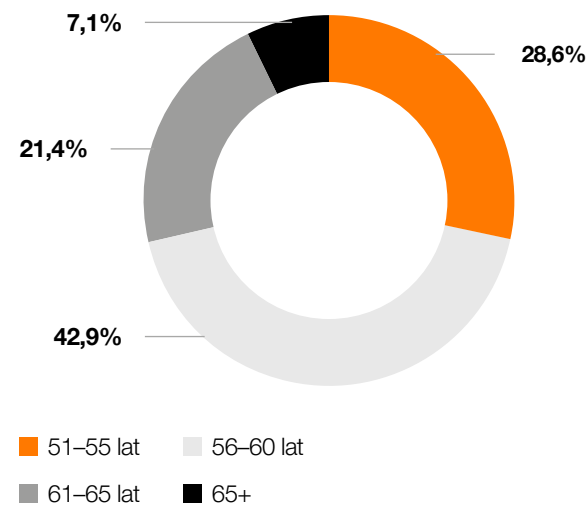
Powyższe wymagania są przez Spółkę spełniane. Na 31 grudnia 2023 roku udział kobiet w Radzie Nadzorczej wynosił 42,9%, a w Zarządzie 37,5%.

Wykres: Różnorodność w Radzie Nadzorczej*

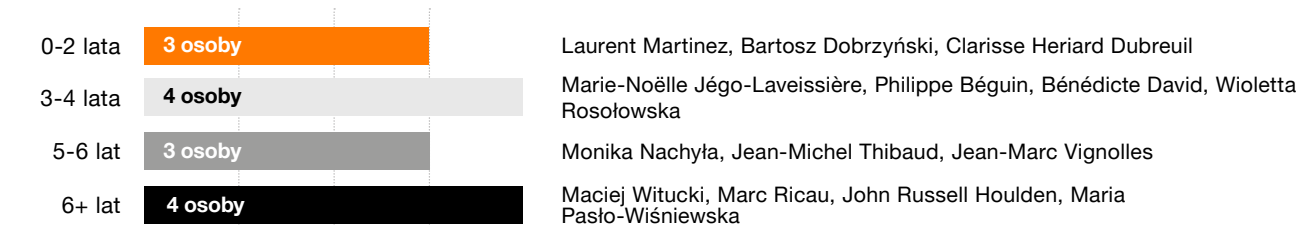


*na dzień 31 grudnia 2023 roku

Wykres: Profil wiekowy członków Rady Nadzorczej*



Wykres: Okres sprawowania funkcji członka Rady Nadzorczej*



*na dzień 31 grudnia 2023 roku

Główne obszary działalności Rady Nadzorczej w 2023 roku

W 2023 roku, działalność Rady Nadzorczej koncentrowała się w szczególności na następujących zagadnieniach:

a) Otoczenie konkurencyjne na rynku telekomunikacyjnym w Polsce

Rynek telekomunikacyjny w Polsce pozostaje silnie konkurencyjny, przy czym zasadnicze pole walki konkurencyjnej przesunęło się z pojedynczych ofert na pakiety usług. W 2022 roku w Play sfinalizował przejęcie największego operatora kablowego, UPC. W efekcie, na rynku ofert konwergentnych pojawił się nowy istotny gracz. W 2023 sieć UPC została wydzielona do osobnej spółki, która jest joint venture pomiędzy Iliad (właścicielem Play i UPC) oraz funduszem infrastrukturalnym InfraVia. Powstał na rynku nowy podmiot wyłącznie infrastrukturalny. Partnerstwa hurtowe powodują, że zasięgi, na których operatorzy mogą oferować usługi na technologii światłowodowej wyrównują się. Powoduje to większą konkurencję o klienta



detailed, szczególnie, że niektórzy operatorzy dopiero zdobywają ten rynek stosując czasami agresywne strategie marketingowe. Powoduje to również, że konkurencja na rynku stacjonarnym ma charakter dużo bardziej lokalny, zależny w dużym stopniu od liczby operatorów oferujących swoje usługi w danej lokalizacji. Rada Nadzorcza i Komitet ds. Strategii przeanalizowały potencjalny wpływ tej sytuacji na działalność Orange Polska, dochodząc do wniosku, że wymaga ona od Spółki, z jednej strony dostosowania działań marketingowych, a z drugiej strony kontynuacji realizacji strategii ukierunkowanej na wartość. Osiągnięte w ubiegłym roku bardzo dobre wyniki komercyjne i operacyjne potwierdzają słuszność tego podejścia.

b) Nabycie nowego pasma częstotliwości do technologii 5G

Rada Nadzorcza uważnie śledziła rozwój sytuacji w procesie ogłoszenia i przebiegu aukcji na częstotliwości 5G w paśmie C. Od ogłoszenia pierwszych konsultacji w grudniu 2022 do momentu formalnego ogłoszenia aukcji minęło 6 miesięcy.

W toku konsultacji bloki częstotliwości zostały zwiększone z 80MHz do 100MHz każdy, przy czym cena wywoławcza za blok nie została zwiększona wobec pierwotnych założeń, co oczywiście było pozytywną okolicznością. Kluczową kwestią będącą przedmiotem analiz była wycena tego spektrum oraz zobowiązania inwestycyjne. Zobowiązania te dotyczą pokrycia siecią oraz spełnienia szeregu warunków jakościowych. Nowe pasmo częstotliwości niemalże podwoiło całkowite zasoby spektrum mobilnego Orange Polska, znacznie poprawi przepustowość sieci dla naszych klientów oraz w dłuższym okresie odblokuje nowe możliwości biznesowe.

c) Udział w konkursach na wykorzystanie środków unijnych na budowę sieci światłowodowej

Dalsze zwiększanie zasięgu sieci światłowodowej jest jednym ze strategicznych celów Spółki. Jest to motor napędowy sprzedaży usług konwergentnych, które są podstawą strategii komercyjnej. W 2023 agenda rządowa CPPC rozpięła konkursy na budowę sieci światłowodowych z dofinansowaniem z Funduszy Europejskich na Rozwój Cyfrowy (FERC) oraz z Krajowego Planu Odbudowy Polski (KPO). Celem jest budowa społeczeństwa gigabitowego poprzez dotarcie z internetem światłowodowym do jak największej liczby gospodarstw w Polsce. Zarząd konsultował z Radą Nadzorczą oraz Komitetem ds. Strategii strategię brania udziału w tych konkursach przez Spółkę. W rezultacie kilku rund rozstrzygnięć i wewnętrznych analiz Spółka podpisała umowy na 26 obszarów z dofinansowaniem na ponad 600 mln zł. Budowa tych sieci pozwoli na dotarcie z szybkim internetem do około 150 tys. gospodarstw domowych zlokalizowanych w białych plamach. Głównym kryterium doboru obszarów była przewidywana stopa zwrotu, biorąca pod uwagę również synergie z obecną infrastrukturą Spółki.

d) Strategia zwiększania zasięgu usług światłowodowych poprzez akwizycje

Osobnym tematem, który był przedmiotem dyskusji i na posiedzeniach Rady Nadzorczej i Komitetu ds. Strategii było zwiększanie zasięgu usług światłowodowych poprzez akwizycje. W Polsce jest około 1000 lokalnych małych sieci światłowodowych wśród których następuje konsolidacja. Według opinii Rady Nadzorczej, Orange Polska, dysponując mocnym bilansem, jest dobrze pozycjonowany, żeby brać udział w tym procesie. Spółka aktywnie monitoruje rynek

i bierze udział w procesach sprzedaży takich sieci lub podmiotów. Głównie kryteria przy podejmowaniu decyzji to cena oraz kwestie związane z prawną i techniczną integracją. Pod koniec 2023 r. Spółka przejęła sieć operatora Timplus, mającą dostęp do około 46 tys. gospodarstw domowych.

e) Monitorowanie wyników operacyjnych i finansowych oraz wykonania budżetu

Rada Nadzorcza stale monitorowała wyniki komercyjne i finansowe Orange Polska oraz wykonanie budżetu na 2023 rok. Było to szczególnie ważne w świetle wyzwań związanych ze skutkami wpływu bardzo wysokiej inflacji na koszty operacyjne Spółki. Większość umów najmu jest indeksowana do inflacji z poprzedniego roku, co oznacza ich bardzo istotny wzrost w ubiegłym roku. Podobnie, koszty usług doradczych oraz innych usług zewnętrznych, koszty wsparcia technicznego oraz obsługi klienta były poddane większej presji inflacyjnej. Istotnym czynnikiem w przypadku niektórych z nich będzie podniesienie minimalnego wynagrodzenia w gospodarce o ponad 20%. Wysoko inflacyjne środowisko powoduje konieczność działań mitygacyjnych po stronie przychodów oraz kontynuacji transformacji kosztowej Spółki. Wyniki pokazały, że Spółka bardzo dobrze poradziła sobie z wyzwaniami.

W 2023 roku Rada Nadzorcza odbyła 5 posiedzeń.

Frekwencja na posiedzeniach wyniosła 97,1% oraz 97,7% łącznie z komitetami.



Tabela: Udział członków Rady Nadzorczej w posiedzeniach w 2023 r.

	Rada Nadzorcza	Komitet Audytowy	Komitet ds. Wynagrodzeń	Komitet ds. Strategii
Maciej Witucki	5/5			
Marie-Noëlle Jégo-Laveissière	5/5			
Laurent Martinez	2/2			
Ramon Fernandez	1/1			
Marc Ricau	5/5	6/6	6/6	
Philippe Béguin	5/5			3/3
Bénédicte David	5/5		6/6	3/3
Bartosz Dobrzyński	5/5	3/3	6/6	3/3
Clarisse Heriard Dubreuil	2/2			
John Russell Houlden	4/5	6/6		
Patrice Lambert-de Diesbach	3/3			1/1
Monika Nachyła	5/5	5/6		3/3
dr Maria Pasło-Wiśniewska	5/5	3/3	6/6	3/3
Wioletta Rosołowska	5/5			3/3
Jean-Michel Thibaud	4/5	6/6		
Jean-Marc Vignolles	5/5			3/3

■ Liczba posiedzeń, w których uczestniczyli ■ Maksymalna liczba zaplanowanych posiedzeń, w których mogli uczestniczyć

Rada Nadzorcza na bieżąco nadzorowała wykonanie swoich uchwał i zaleceń, analizując informacje przedstawiane przez Zarząd.

Rada Nadzorcza sformułowała szereg zaleceń, uwag i wniosków dla Zarządu, odnoszących się do różnych aspektów działalności Spółki.

W swojej działalności Rada Nadzorcza korzystała z opinii przekazywanych w odpowiednich sprawach przez jej komitety (Komitet Audytowy, Komitet ds. Wynagrodzeń i Komitet ds. Strategii).

Przy omawianiu poszczególnych spraw na posiedzeniach, Przewodniczący poszczególnych komitetów przedstawiają Radzie Nadzorczej odpowiednie rekomendacje i propozycje dotyczące decyzji Rady. Ponadto, Rada regularnie otrzymuje protokoły z posiedzeń komitetów.

Komitety Rady Nadzorczej otrzymywały od Zarządu terminowo właściwe oraz rzetelne informacje i raporty, co umożliwiło komitetom realizację ich zadań w 2023 roku.

Zadania oraz zasady funkcjonowania Rady Nadzorczej i jej stałych komitetów określa Regulamin Rady Nadzorczej, który jest dostępny na stronach internetowych Spółki: www.orange-ir.pl/pl/lad-korporacyjny/.

Ocena sytuacji Grupy Kapitałowej Orange Polska

Niniejsza ocena sytuacji Grupy Orange Polska w ujęciu skonsolidowanym w 2023 roku została sporządzona przez Radę Nadzorczą na podstawie art. 382 § 3 ust. 3) i § 31 ust. 2) Kodeksu spółek handlowych oraz zgodnie z zasadą 2.11.3. Dobrych Praktyk Spółek Notowanych 2021,

wprowadzonych przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie. Ocena ta jest oparta na wynikach finansowych Grupy (Spółki oraz jej spółek zależnych) w 2023 roku, a także informacjach uzyskanych przez Radę Nadzorczą w trakcie wypełniania przez nią obowiązków statutowych.

Rada Nadzorcza, działając poprzez komitety oraz wszystkich członków (w tym członków niezależnych), brała aktywny udział w procesie oceny najważniejszych inicjatyw, mając na względzie interes wszystkich interesariuszy Grupy, w tym akcjonariuszy. Ponadto, Rada sprawowała nadzór nad realizacją celów operacyjnych i finansowych Grupy poprzez analizę sporządzanych przez Zarząd raportów kwartalnych, jak również – poprzez Komitet Audytowy – prowadziła nadzór nad rzetelnością sprawozdawczości finansowej oraz funkcjonowaniem systemu kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance oraz funkcji audytu wewnętrznego.

Działalność operacyjna Grupy

W 2023 roku kluczowe cele Grupy przedstawiały się następująco:

- konsekwentna realizacja strategii komercyjnej ukierunkowanej na wartość we wszystkich kluczowych obszarach w celu przynajmniej częściowego odzwierciedlenia wyższych kosztów operacyjnych w cenach usług,
- dalsza transformacja kosztów, pozwalająca sprostać wyzwaniom inflacyjnym, w tym osiągnięcie dalszych korzyści z cyfryzacji i automatyzacji procesów biznesowych,
- dalsze rozwijanie kluczowych obszarów wzrostu, w tym usług konwergentnych, mobilnych, światłowodowych, ICT i hurtowych,
- nabycie częstotliwości 5G,
- transformacja kultury organizacyjnej w kierunku większej elastyczności i efektywności kosztowej,
- dalsza realizacja celów programu #OrangeGoesGreen na odcinku środowiskowym i społecznym,
- wypełnienie przedstawionych prognoz finansowych dotyczących przychodów, EBITDAaL i nakładów inwestycyjnych,
- stopniowe przygotowanie założeń na nowy okres strategiczny po roku 2024.
- wypełnienie przedstawionych prognoz i oczekiwań finansowych dotyczących wzrostu przychodów i wskaźnika EBITDAaL.

Rok 2023 był trzecim rokiem wdrażania strategii .Grow, przedstawionej w 2021 roku. W tym okresie nagromadziły się wyjątkowe przeciwności, takie jak wojna na Ukrainie, rozległy kryzys na rynku energii i dwucyfrowa inflacja. Pomimo tych trudnych i niespodziewanych uwarunkowań Grupa zrealizowała wszystkie cele strategiczne – co zdaniem Rady Nadzorczej jest osiągnięciem zasługującym na uznanie. To dowód na mocne podstawy, na jakich opiera się działalność Orange Polska.

W 2023 roku kluczowym wyzwaniem było ograniczenie skutków wpływu inflacji na koszty Spółki. Większość naszych umów najmu jest indeksowana do inflacji z poprzedniego roku, co oznacza, że ich koszt istotnie wzrósł w roku 2023. Podobnie koszty różnych usług zewnętrznych były poddane większej presji inflacyjnej. Istotnym czynnikiem w przypadku niektórych z nich jest podnoszenie minimalnego wynagrodzenia w gospodarce, które w latach 2022-2024 wzrosło o ponad 40%. Wpływ inflacji na koszty ubiegłego roku to około 200 milionów zł. Odpowiedzią na to wyzwanie była dalsza optymalizacja kosztowa, ale przede wszystkim konieczność intensyfikacji strategii wartości po stronie przychodów.

Grupa zrealizowała wszystkie założone cele finansowe i utrzymała solidną dynamikę komercyjną. Ten drugi element jest szczególnie ważny wobec intensyfikacji konkurencji głównie w obszarze internetu światłowodowego i usług konwergentnych. Wynika to z tego, że w ostatnich latach wykształcił się w Polsce segment operatorów czysto infrastrukturalnych, którzy zawierają umowy na hurtowy dostęp do swoich sieci ze wszystkimi chętnymi graczami detalicznymi. To powoduje, że zasięgi, na których operatorzy mogą oferować usługi na technologii światłowodowej wyrównują się. Powoduje to większą konkurencję o klienta detalicznego, szczególnie, że niektórzy operatorzy dopiero zdobywają ten rynek stosując czasami agresywne strategie marketingowe. Spółka też korzysta na tym trendzie poprzez 50% udział w spółce Światłowod Inwestycje. Na tym tle wzrost bazy klientów konwergentnych w 2023 roku na tym samym poziomie co roku poprzednim (5%) oraz 15% wzrost liczby klientów naszych usług światłowodowych należy uznać za bardzo dobry wynik. Tym bardziej, że towarzyszyło temu przyspieszenie wzrostu ARPO, co jest szczególnie istotne z uwagi na inflację.

Spółka osiągnęła też dalszy postęp w procesie cyfryzacji, która stanowi jedno z kluczowych narzędzi zwiększania efektywności wewnętrznej oraz pozwala lepiej reagować na potrzeby klientów. Platforma marketingowa, oparta na analizie dużych zbiorów danych, która ma poprawić zarządzanie wartością klienta i przełożyć się na lepszą sprzedaż usług przynosi coraz lepsze efekty. Systematycznie rośnie udział kanałów cyfrowych w całości sprzedaży, w 2023 roku było to już 20%. Kluczowym motorem wzrostu w tym obszarze jest aplikacja Mój Orange, którą stale poszerzamy o nowe, użyteczne funkcje dla klientów. W ciągu dwóch lat liczba osób korzystających z tej aplikacji wzrosła o połowę.

W 2023 roku jedną z kluczowych kwestii dla Rady Nadzorczej była sytuacja związana z aukcją na częstotliwości 5G w paśmie C. Stanowiska konsultacyjne jakie Spółka przedstawiała były konsultowane z Radą Nadzorczą. Analizowane były również zobowiązania inwestycyjne. W toku konsultacji bloki częstotliwości zostały zwiększone z 80MHz do 100MHz każdy, przy czym cena wywoławcza za blok nie została zwiększona wobec pierwotnych założeń, co oczywiście było pozytywną okolicznością. Aukcja była przeprowadzona sprawnie, na przewidywalnych zasadach. Za Spółką trzy z czterech lat obecnego cyklu strategicznego. W opinii Rady Nadzorczej, osiągnięte do tej pory wyniki demonstrują, że Spółka jest na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele, pomimo wymagającego i pełnego wyzwania otoczenia zewnętrznego.

Sytuacja finansowa Grupy

Zarząd na bieżąco informował Radę Nadzorczą o wynikach finansowych. Komitet Audytowy Rady Nadzorczej stale nadzorował rzetelność sprawozdawczości finansowej i przedstawiał swoje opinie Radzie Nadzorczej przed publikacją wyników za kolejne okresy sprawozdawcze.

Grupa zrealizowała wszystkie założone cele finansowe na 2023 rok, osiągając bardzo dobre wyniki na wszystkich poziomach, pomimo wymagającego otoczenia zewnętrznego. Wzrosły przychody i zyski, organiczne przepływy pieniężne oraz stopa zwrotu z zaangażowanego kapitału, przy utrzymaniu bezpiecznej struktury bilansu. Wyniki za cały rok na poziomie zysku EBITDAaL okazały się nieco lepsze od początkowych oczekiwań zawartych w prognozie podanej na rynek.

Najistotniejszy dla wzrostu zysku EBITDAaL o ponad 3% był wzrost przychodów w kluczowych obszarach działalności

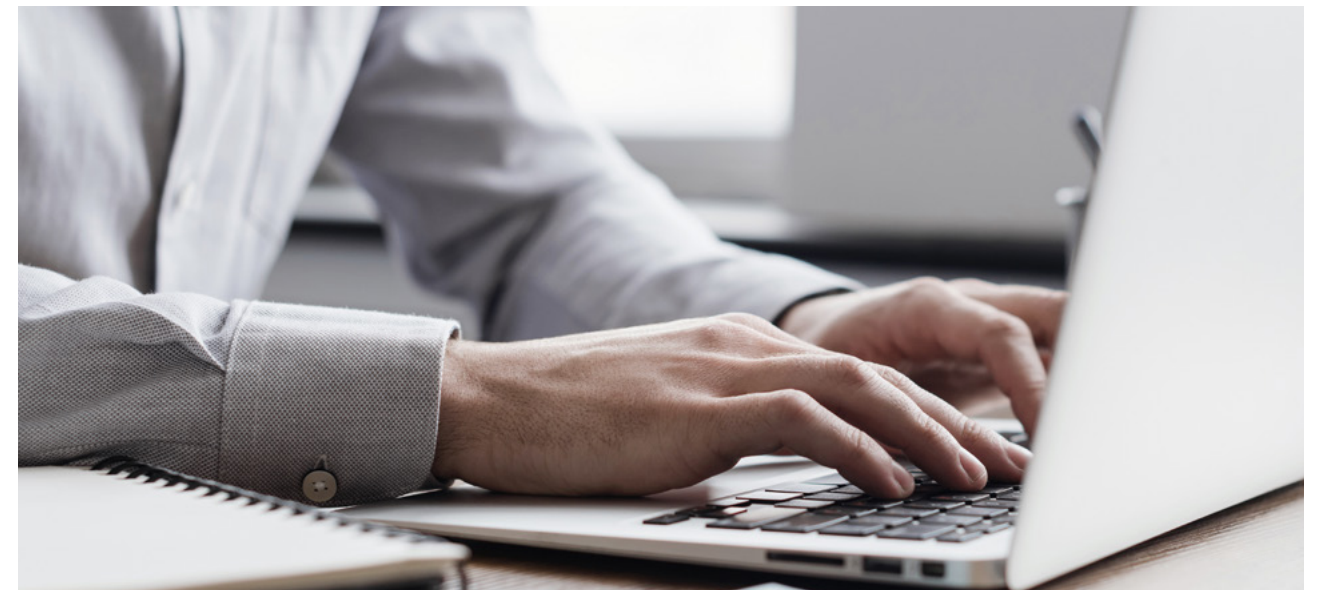
– usługach dla klientów indywidualnych i biznesowych oraz usługach hurtowych. W działalności komercyjnej Spółka była w stanie zachować właściwą równowagę między wzrostem baz klientów, a wzrostem ARPO. Dzięki wysokiej dźwigni operacyjnej, wyższe przychody przełożyły się na wyższy zysk, gdyż działania optymalizacyjne ograniczyły wzrost bazy kosztowej.

W 2023 roku całkowite przychody zwiększyły się o 3,9%. Wszystkie główne linie biznesowe przyczyniły się do tego wzrostu. Oprócz kluczowych usług telekomunikacyjnych (konwergentnych, wyłącznie komórkowych i wyłącznie stacjonarnego dostępu szerokopasmowego), istotnie wzrosły przychody z usług IT i integracyjnych, które wspierają sprzedaż do klientów biznesowych. Kolejny rok był to wzrost powyżej wzrostów na całym rynku, który był tym bardziej niełatwy, bo otoczenie makroekonomiczne (niski wzrost gospodarczy, wysoka inflacja) było niesprzyjające. Dalej rósł popyt na naszą infrastrukturę, co spowodowało 10% wzrost przychodów z rosnących usług hurtowych (z wyjątkiem usług schyłkowych). Wreszcie, do wzrostu przychodów znacząco przyczynił się 18% wzrost przychodów ze sprzedaży telefonów komórkowych. Wynikało to z popytu na droższe telefony oraz strategii wartości realizowanej przez Spółkę.

Zysk netto za 2023 rok przekroczył 800 mln zł i – pomijając wpływ transakcji dotyczących spółki Światłowod Inwestycje w 2021 roku – był to najwyższy jego poziom od ponad dziesięciu lat. Przyczyniły się do tego wzrost EBITDAaL, niższa amortyzacja oraz niższe koszty finansowe.

Organiczne przepływy pieniężne osiągnęły prawie 1,2 miliarda zł, rosnąc o ponad 40% w stosunku do roku 2022. To poziom ostatnio notowany ponad dziesięć lat temu. Wynikało to ze wzrostu EBITDAaL, dużo niższego zapotrzebowania na kapitał obrotowy oraz wysokich przychodów ze sprzedaży nieruchomości. Nakłady inwestycyjne zgodnie z planem spadły, głównie z powodu opóźnień w aukcji częstotliwości, co przesunęło inwestycje w budowę sieci 5G.

Dźwignia finansowa na poziomie 1,1x (lub 1,2x jeśli weźmie się pod uwagę pełną płatność za częstotliwości, która nastąpiła na początku stycznia 2024) odzwierciedla silną strukturę bilansu Spółki, co jest istotnym atutem przy obecnym otoczeniu. Należy podkreślić, że koszt obsługi zadłużenia wyniósł jedynie 3,2%, wykazując odporność na znaczące podwyżki stóp procentowych dzięki skutecznym instrumentom zabezpieczającym.



W 2023 roku Orange Polska podniósł poziom wypłaconej dywidendy, co zostało pozytywnie ocenione przez Radę Nadzorczą. Sytuacja Spółki umożliwia podzielenie się płynącymi ze wzrostu korzyściami z akcjonariuszami. Zarząd zarekomendował kolejne zwiększenie dywidendy w 2024 roku o 37%, do poziomu 0,48 zł na akcję.

Wyniki finansowe w minionych trzech latach pokazują, że Spółka precyzyjnie realizuje przyjęte założenia i jest na dobrej drodze, aby osiągnąć cele strategii **.Grow**.

Wnioski i zalecenia na 2024 rok

W realizacji planu strategicznego **.Grow** na lata 2021-2024, Orange Polska wkroczył w ostatni rok. Wyniki trzech lat wdrażania tej strategii potwierdzają, że to właściwa strategia na trudne czasy, a Spółka jest na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele. Według przewidywań, rok 2024 przyniesie poprawę otoczenia makroekonomicznego w Polsce. Inflacja spadła do wartości jednocyfrowych. Rysuje się także perspektywa odblokowania funduszy europejskich, co powinno pobudzić działalność gospodarczą. Z drugiej strony konkurencja rynkowa pozostaje silna, a koszty Spółki będą pod wpływem dwucyfrowej inflacji roku poprzedniego. Na pewno Spółce wyzwania nie zabraknie, jednak Rada Nadzorcza jest przekonana, że Grupa wdrożyła właściwe działania, aby w pełni wykorzystać swoje aktywa i wartości i będzie to kolejny rok wzrostów dla Orange Polska. Wypełniając strategię **.Grow**, w obecnym roku Spółka powinna wypracować konkretne założenia pod nowy plan

strategiczny, który powinien być ogłoszony w 1 połowie 2025 r. Rada Nadzorcza podziela opinię Zarządu, że w 2024 roku Grupa powinna się w swojej działalności skoncentrować w szczególności na następujących kluczowych aspektach:

- konsekwentnej realizacji strategii komercyjnej ukierunkowanej na wartość we wszystkich kluczowych obszarach,
- dalszej transformacji kosztów, w tym osiągnięciu dalszych korzyści z cyfryzacji i automatyzacji procesów biznesowych,
- budowie sieci 5G,
- dalszym rozwijaniu kluczowych obszarów wzrostu, w tym usług konwergentnych, mobilnych, światłowodowych, ICT i hurtowych,
- dalszej realizacji celów filaru odpowiedzialność w obszarze środowiskowym i społecznym,
- wypełnieniu przedstawionych prognoz finansowych dotyczących przychodów, EBITDAaL i nakładów inwestycyjnych,
- przygotowaniu nowej strategii, po roku 2024.

Ocena systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem, compliance i audytu wewnętrznego

Rada Nadzorcza odpowiada za nadzór nad efektywnością systemu kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem w Grupie, opracowanego i wdrożonego przez Zarząd,

a także nad systemem zapewniania zgodności działalności z normami lub mającymi zastosowanie praktykami (compliance) oraz audytu wewnętrznego.

System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem umożliwia zarządzanie ryzykami, które mogą mieć wpływ na realizację celów biznesowych, a także w istotnym stopniu zabezpiecza Spółkę przed poważnymi nieprawidłowościami w sprawozdawczości i stratami (zarządzanie ryzykiem nie oznacza jego całkowitej eliminacji, lecz lepsze rozpoznanie zagrożeń i podejmowanie odpowiednich działań w sytuacjach uzasadnionych). Odpowiednie procesy zostały zaprojektowane tak, aby w rozsądnym stopniu zapewnić, że istotne dla Grupy ryzyka zostaną w Spółce zidentyfikowane, a odpowiednie działania zostaną podjęte – ale tego nigdy nie da się zapewnić w sposób absolutny.

Spółka, w sposób ciągły monitoruje rozwój i bieżącą sytuację środowiska kontrolnego. Zapewnia to, że wszystkie znaczące zmiany są wystarczająco kontrolowane,

a jakiegokolwiek zidentyfikowanie nieefektywności systemu kontroli wewnętrznej mają wyznaczone adekwatne plany naprawcze. W każdym kwartale, system kontroli wewnętrznej jest monitorowany poprzez narzędzie do samooceny efektywności kontroli wdrożone przez Spółkę, a kadra zarządzająca potwierdza efektywność działania systemu kontroli wewnętrznej. Co roku kontrole są przedmiotem testów przez zespół Kontroli Wewnętrznej oraz audytorów wewnętrznych i zewnętrznych, a rezultaty raportowane są na Komitet Audytowy Rady Nadzorczej.

Najważniejsze elementy systemu kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem zostały przedstawione w sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy za 2023 rok, które zostało opublikowane w dniu 14 lutego 2024 roku.

W 2023 roku Spółka ponownie przeprowadziła całościową ocenę kontroli wewnętrznej w zakresie raportowania finansowego. Stwierdzone niedociągnięcia w sposobie zaprojektowania i wdrożenia systemu kontroli wewnętrznej zostały skorygowane bądź został względem nich przygotowany plan naprawczy. Na podstawie przeprowadzonej oceny Zarząd stwierdził, że na dzień 31 grudnia 2023 roku żadne ze zidentyfikowanych słabości nie miały istotnego wpływu na system kontroli wewnętrznej oraz raportowanie finansowe.

Również audytorzy wewnętrzni oraz biegli rewidenci Spółki zgłaszają Zarządowi oraz Komitetowi Audytowemu wszelkie słabości systemu kontroli, które identyfikują podczas audytu, a ich rekomendacje są na bieżąco wdrażane.

Najważniejsze ryzyka są corocznie aktualizowane i przedstawiane przez Zarząd Radzie Nadzorczej.

Zagadnienia związane z compliance są raportowane Komitetowi Audytowemu Rady Nadzorczej w następujących obszarach: etyka, ogólna zgodność z przepisami prawa i regulacjami, zwalczanie nadużyć telekomunikacyjnych i finansowych, bezpieczeństwo i działania antykorupcyjne związane z Polityką antykorupcyjną Orange Polska zakładającą zasadę „zero tolerancji” wobec korupcji i płatnej protekcji. Funkcja Compliance prowadzi działania zapewniające dostosowanie funkcjonujących w spółce regulacji wewnętrznych i mechanizmów między innymi do wymogów Grupy, w zakresie bieżących regulacji antykorupcyjnych.

Polityka Antykorupcyjna Orange Polska, uzupełniona o szczegółowe regulacje wewnętrzne, określa wymagane standardy postępowania pracowników. Na podstawie odpowiednich zapisów Polityki zostały określone potencjalne konsekwencje w przypadku naruszenia procedur antykorupcyjnych. Funkcja Compliance prowadzi również cykliczne przeglądy ryzyk korupcyjnych uwzględniające mechanizmy kontrolne oraz odpowiednie środki zapobiegawcze.

W Spółce funkcjonuje także polityka dotycząca konfliktu interesów, pokazująca jak uniknąć sytuacji, które mogą się przerodzić w niewłaściwe zachowanie prowadzące np. do korupcji.

W ramach stosowanego procesu due diligence prowadzona jest weryfikacja obecnych i przyszłych partnerów biznesowych w zakresie zagrożeń związanych z korupcją, nadużyciami, niezgodnościami z sankcjami gospodarczymi, praniem brudnych pieniędzy i finansowaniem terroryzmu.

W oparciu o wdrożoną w Orange Polska politykę zgodności z sankcjami gospodarczymi oraz zasadami kontroli handlu funkcja Compliance prowadzi również działania zapewniające zgodność z obowiązującymi programami sankcji i regulacjami mającymi zastosowanie w działalności firmy, w szczególności przestrzeganie ograniczeń wobec niektórych krajów, osób

i podmiotów znajdujących się na listach sankcyjnych wydanych przez Polskę oraz Unię Europejską i jej państwa członkowskie, Organizację Narodów Zjednoczonych i Stany Zjednoczone.

Pracownicy, a także wszyscy interesariusze, mogą korzystać z dedykowanych kanałów, aby zgłosić wątpliwości lub poprosić o radę w zakresie przekupstwa, konfliktu interesów, jak również, jeśli mają podejrzenia jakichkolwiek naruszeń regulacji wewnętrznych Grupy bądź przepisów prawa. Osoby zgłaszające nieprawidłowości mogą to zrobić bez obawy przed negatywnymi konsekwencjami.

Prowadzone działania szkoleniowe uwzględniające ekspozycję poszczególnych obszarów na ryzyko korupcji oraz działania komunikacyjne mają na celu stałe poszerzanie wiedzy i budowanie świadomości pracowników. Orange Polska prowadzi również regularne przeglądy w tym zakresie, wprowadza niezbędne usprawnienia oraz monitoruje prawidłowość dokonywanych płatności.

Działania funkcji Compliance, wyniki planowych kontroli, a także wyniki kontroli zapoczątkowanych zgłoszeniem nieprawidłowości (whistle-blowing) monitorowane są na podstawie cyklicznie składanych raportów. Stosowane działania i mechanizmy zapewniają skuteczność funkcji Compliance oraz zapewniają utrzymanie standardów Grupowych regulacji antykorupcyjnych.

Radzie Nadzorczej corocznie przedstawiana jest także informacja z wdrożenia i skuteczności programu zgodności, dotyczącego walki z korupcją wraz z mapą ryzyk oraz odpowiednim planem działania na kolejny rok.

Funkcja audytu wewnętrznego, podlegająca bezpośrednio Prezesowi Zarządu, zapewnia obiektywną i niezależną ocenę adekwatności, efektywności i jakości kontroli wewnętrznych w Grupie. Audyt wewnętrzny działa zgodnie z regulaminem zatwierdzonym przez Komitet Audytowy. Komitet dokonuje również przeglądu rocznego planu i analizuje sprawozdania Audytu Wewnętrznego Orange Polska.

Ocena stosowania zasad ładu korporacyjnego oraz sposobu wypełniania obowiązków informacyjnych dotyczących ich stosowania

Niniejsza ocena sposobu wypełniania przez Orange Polska S.A. obowiązków informacyjnych dotyczących stosowania

zasad ładu korporacyjnego określonych w Regulaminie Giełdy oraz przepisach dotyczących informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych została sporządzona przez Radę Nadzorczą zgodnie z zasadą 2.11.4. Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2021.

Orange Polska S.A. jako emitent akcji dopuszczonych do obrotu na rynku regulowanym podlega zasadom zawartym w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW. Orange Polska wypełniała obowiązki informacyjne dotyczące stosowania zasad ładu korporacyjnego określone w Regulaminie Giełdy, jak też w przepisach dotyczących informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

Zasady przekazywania raportów bieżących dotyczących stosowania zasad szczegółowych ładu korporacyjnego określa Uchwała Zarządu GPW nr 692/2021 Zarządu Giełdy z dnia 1 lipca 2021 roku. Zgodnie z Regulaminem Giełdy, w przypadku gdy określona zasada ładu korporacyjnego nie jest stosowana w sposób trwały lub jest naruszona incydentalnie, spółka ma obowiązek opublikowania na swojej stronie internetowej raportu w tej sprawie w trybie analogicznym do stosowanego do przekazywania raportów bieżących. Raporty dotyczące stosowania szczegółowych zasad ładu korporacyjnego są przekazywane za pośrednictwem Elektronicznej Bazy Informacji (EBI). Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku precyzuje, jakie informacje powinny być zawarte w oświadczeniu o stosowaniu ładu korporacyjnego, stanowiącym odrębną część sprawozdania Zarządu z działalności Spółki.

Rada Nadzorcza zapoznała się z oświadczeniem o stosowaniu ładu korporacyjnego zamieszczonym w Sprawozdaniu Zarządu z działalności Orange Polska S.A. oraz Grupy Orange Polska w roku 2023. Oświadczenie to w sposób szczegółowy opisuje zagadnienia z zakresu ładu korporacyjnego i zawiera informacje wyszczególnione w Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.



W powyższym oświadczeniu, Zarząd poinformował o przestrzeganiu przez Spółkę wszystkich obowiązujących zasad ładu korporacyjnego.

Na dzień 31.12.2023 Spółka spełniała wszystkie wymogi Polityki różnorodności w odniesieniu do członków Rady Nadzorczej i Zarządu. Obecnie udział kobiet w Radzie Nadzorczej wynosi 42,9%, a w Zarządzie 37,5%.

Zgodnie z zasadą 1.1. Dobrych Praktyk, Orange Polska prowadzi stronę internetową w języku polskim i angielskim, na której zamieszcza wszystkie przewidziane prawem i dobrymi praktykami dokumenty i informacje, w tym informację nt. stosowania przez Spółkę zasad i rekomendacji zawartych w Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW.

W ocenie Rady Nadzorczej, informacje udostępniane przez Orange Polska są zgodne z wymogami i rzetelnie przedstawiają stan stosowania zasad ładu korporacyjnego, a Spółka właściwie wypełnia obowiązki informacyjne dotyczące stosowania zasad ładu korporacyjnego, określone w Regulaminie Giełdy oraz przepisach dotyczących informacji bieżących i okresowych.

Ocena racjonalności polityki sponsoringowej i prospołecznej

Niniejsza ocena zasadności prowadzonej przez spółkę polityki wspierania kultury, sportu, instytucji charytatywnych, mediów, organizacji społecznych, związków zawodowych

itp. w 2023 roku została sporządzona przez Radę Nadzorczą zgodnie z zasadą 2.11.5. Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2021.

Rada Nadzorcza przeanalizowała kwoty, jakie Grupa Orange Polska przeznaczyła w 2023 roku na wsparcie kultury, sportu, inicjatyw charytatywnych, mediów, organizacji społecznych, związków zawodowych itp.

Rada Nadzorcza ocenia, że prowadzona przez Spółkę strategia sponsoringowa, skoncentrowana w 2023 roku na muzyce jako głównym obszarze wspierającym markę, przyniosła właściwą efektywność finansową i wizerunkową. Zgodnie z przyjętą strategią, w strategicznym obszarze sponsoringowym Orange Polska tworzy projekty ogólnopolskie, kompleksowe, długofalowe, skierowane do jak najszerszego grona swoich klientów (obecnych i potencjalnych).

Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia prowadzoną przez Orange Polska działalność prospołeczną, zarówno poprzez Fundusz Darowizn, jak i poprzez utworzoną przez Spółkę fundację korporacyjną - Fundację Orange. Fundacja Orange poprzez swoje autorskie programy działa na rzecz nowoczesnej edukacji dzieci i młodzieży, bezpieczeństwa w sieci, budowania społeczności przy wykorzystaniu nowych technologii, włączenia społeczno-cyfrowego.

Działalność Komitetu Audytowego w 2023 roku

Zadaniem Komitetu jest dokonywanie przeglądu rzetelności informacji finansowych przekazywanych zewnętrznie, niezależności i obiektywizmu audytorów zewnętrznych Grupy Orange Polska, charakteru i zakresu audytu oraz pracy audytorów, jak również audytu wewnętrznego, systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem oraz znaczących transakcji z podmiotami powiązаныmi, a także doradzanie Radzie Nadzorczej w tych kwestiach, w stosownych przypadkach.



List Przewodniczącego Komitetu Audytowego

Szanowni Akcjonariusze,

Mam przyjemność przedstawić sprawozdanie z działalności Komitetu Audytowego za ostatnie 12 miesięcy.

Komitet Audytowy był ściśle zaangażowany w ocenę wpływu na Orange Polska oraz odpowiedzi Grupy w odniesieniu do znaczących wydarzeń i przemian w kraju i za granicą, takich jak wojna w Ukrainie oraz inne okoliczności geopolityczne i ekonomiczne skutkujące gwałtownymi zmianami w gospodarce światowej, w tym wysoka inflacja, wahania cen energii, ograniczenie dostępu do kluczowych surowców energetycznych i zmiany dotyczące źródeł energii, wzrost stóp procentowych, przerwanie łańcuchów dostaw, a także

pogorszenie uwarunkowań środowiskowych oraz perspektyw ograniczenia zmian klimatycznych i ich wpływu na planetę. Komitet Audytowy monitorował proces identyfikacji ryzyk i oceny ich wpływu na Grupę, a także działania podejmowane przez Zarząd w odpowiedzi na te ryzyka oraz ich właściwe przedstawianie w sprawozdaniach finansowych.

Ponieważ do najważniejszych zadań Komitetu Audytowego należy zapewnienie prawidłowości sprawozdań finansowych Spółki i Grupy, Komitet Audytowy dokonywał przeglądu wszystkich znaczących interpretacji, szacunków i subiektywnych ocen proponowanych przez Zarząd.

Komitet Audytowy przystąpił także do analizy działalności Grupy pod kątem standardów ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego (ESG). W 2023 roku Komitet Audytowy monitorował przygotowania Grupy do nowych wymogów sprawozdawczych w zakresie zrównoważonego rozwoju, które zaczną obowiązywać w Unii Europejskiej od 2024 roku. Zrównoważony rozwój Grupy – oparty na zachowaniu odpowiedniej równowagi pomiędzy wynikami finansowymi a zagadnieniami ESG oraz ukierunkowany na zapewnienie długofalowego, stabilnego wzrostu – ma kluczowe znaczenie inwestorów. W 2024 roku i kolejnych latach Komitet Audytowy planuje nadal zajmować się tym obszarem.

Komitet Audytowy uczestniczył w przeglądzie systemu kontroli wewnętrznej i zapewnienia zgodności oraz zarządzania ryzykiem. W szczególności, Komitet Audytowy dbał o zagwarantowanie niezależności biegłego rewidenta i audytorów wewnętrznych. Komitet odbył spotkania, bez udziału kierownictwa Spółki, z biegłym rewidentem (KPMG) oraz Dyrektorem Audytu Wewnętrznego, aby umożliwić im poruszenie wszelkich kwestii, jakie mogły wyniknąć w toku współpracy z Zarządem.

Komitet Audytowy opracował rozszerzony zbiór Wskaźników Jakości Audytu w celu lepszego monitorowania jakości pracy biegłego rewidenta.

Ponadto, niezależni członkowie Komitetu Audytowego analizowali, i w razie potrzeby kwestionowali, warunki istotnych transakcji z podmiotami powiązаныmi, zwłaszcza z akcjonariuszem większościowym Orange S.A.

Poniżej przedstawiono bardziej szczegółowe omówienie działalności Komitetu Audytowego.

Russ Houlden

Przewodniczący Komitetu Audytowego

Skład Komitetu Audytowego w 2023 roku

1. **John Russell Houlden** Przewodniczący (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
2. **Monika Nachyła** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
3. **dr Maria Pasło-Wiśniewska** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej) – do 29 lipca 2023 roku
4. **Bartosz Dobrzyński** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej) – do 29 lipca 2023 roku
5. **Marc Ricau**
6. **Jean-Michel Thibaud**

Pracem Komitetu przewodniczy John Russell Houlden, niezależny Członek Rady Nadzorczej, który posiada odpowiednie doświadczenie i kwalifikacje w kwestiach finansowo-księgowych oraz audytu. Inni niezależni członkowie Komitetu to Bartosz Dobrzyński i Monika Nachyła.

19 kwietnia 2024 roku, na mocy uchwały Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy, do grona członków Komitetu Audytowego i Rady Nadzorczej dołączył Adam Uszpolewicz. Z dniem 30 kwietnia z udziału w Komitecie Audytowym i Radzie Nadzorczej zrezygnował Jean-Michel Thibaud.



Główne zadania Komitetu

Najważniejsze zadania Komitetu Audytowego, wyszczególnione w jego Regulaminie, stanowiącym załącznik do Regulaminu Rady Nadzorczej, obejmują między innymi: (i) nadzorowanie rzetelności informacji finansowych przekazywanych przez Spółkę, (ii) przegląd systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem Grupy, (iii) przegląd programu prac Audytu Wewnętrznego i jego raportów, (iv) analizę i opiniowanie istotnych transakcji z podmiotami powiązаныmi, (v) udzielanie rekomendacji dotyczących wyboru firmy audytorskiej i przedłużenia z nią umowy, (vi) monitorowanie niezależności i obiektywizmu biegłych rewidentów Spółki, natury i zakresu badania oraz pracy biegłych rewidentów, (vii) przedstawianie Radzie Nadzorczej zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności opisu oraz adekwatności procesu sprawozdawczości finansowej oraz informacji przekazywanych przez Spółkę i Grupę.

W 2024 roku, zakres zadań Komitetu Audytowego zostanie poszerzony o nadzorowanie rzetelności informacji w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Komitet Audytowy składa się z co najmniej trzech członków, z których większość, w tym Przewodniczący Komitetu, jest niezależna od Spółki. Posiedzenia Komitetu odbywają się (fizycznie lub wirtualnie) nie rzadziej niż raz na kwartał, przed opublikowaniem przez Spółkę sprawozdań finansowych.

Komitet Audytowy odbył w 2023 roku sześć planowych posiedzeń. W posiedzeniach uczestniczyli z zasady Prezes Zarządu, Członek Zarządu ds. Finansów i Dyrektor Audytu Wewnętrznego oraz przedstawiciele zewnętrznego biegłego rewidenta Spółki – firmy KPMG. Inni członkowie Zarządu, Dyrektorzy Wykonawczy i inni menedżerowie oraz zaproszeni goście uczestniczyli w posiedzeniach w zależności od poruszanych zagadnień.

Podejście do monitorowania procesu sprawozdawczości finansowej

Zgodnie z wymogami prawa, Komitet Audytowy monitorował proces sprawozdawczości finansowej. Celem działań Komitetu Audytowego była ocena, czy sprawozdania finansowe i sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki, traktowane całościowo, w sposób rzetelny i właściwy prezentują informacje potrzebne akcjonariuszom do oceny sytuacji, wyników, modelu biznesowego i strategii Spółki, a także przekazanie Radzie Nadzorczej opinii w tym zakresie. Komitet Audytowy dokonał przeglądu kwartalnych i rocznych sprawozdań finansowych. Ponadto, Komitet dokonał przeglądu planu strategicznego i budżetów Grupy Orange Polska. Celem tego przeglądu było zapewnienie, że kluczowe treści poruszane w raportach rocznych i okresowych są spójne z sytuacją, wynikami i strategią Spółki oraz że części opisowe tych raportów są spójne ze sprawozdaniami finansowymi. W ramach oceny, czy raporty i sprawozdania finansowe prezentują informacje w sposób rzetelny i właściwy, Komitet Audytowy dokonał także przeglądu sprawozdań z działalności Spółki, zasad i procedur rachunkowości, szacunków i subiektywnych ocen, zdarzeń nietypowych i jednorazowych oraz celów całorocznych, a także wykonania budżetu Grupy Orange Polska i innych informacji służących ocenie sytuacji i wyników Spółki. Komitet Audytowy wyraził zadowolenie, że wszelkie kluczowe kwestie i wydarzenia zgłaszane przez Zarząd w ciągu roku, zarówno pozytywne jak i negatywne, zostały odpowiednio uwzględnione i odzwierciedlone w sprawozdaniu rocznym.

W posiedzeniach Komitetu Audytowego regularnie uczestniczył zewnętrzny biegły rewident, który przekazywał swoje opinie w kwestiach istotnych z punktu widzenia rachunkowości, pojawiających się w ciągu roku. Ponadto, biegły rewident przedstawił dodatkowy raport sporządzony zgodnie z wymogami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 537/2014. Komitet Audytowy przeanalizował ten raport, omawiając z biegłym rewidentem wszelkie konieczne kwestie.

Podejście do monitorowania działań zewnętrznego biegłego rewidenta

Komitet Audytowy odpowiada za relacje z firmą audytorską. Zadanie to obejmuje ocenę skuteczności procesu badania oraz niezależności biegłego rewidenta. Rok 2023 był trzecim rokiem badania sprawozdań finansowych Grupy Orange Polska przez KPMG.

Komitet Audytowy dokonał przeglądu zaproponowanego planu prac biegłego rewidenta na 2023 rok, w tym najważniejszych kwestii, na jakich należy się skoncentrować, podwyższonego progu istotności dla badania oraz harmonogramu planowanych prac i raportowania, łącznie z planowanymi kontaktami z Komitetem Audytowym. Następnie Komitet Audytowy przeanalizował i omówił zalecenia, spostrzeżenia i uwagi biegłego rewidenta w kluczowych obszarach wymagających szczególnej uwagi, z uwzględnieniem opinii Zarządu w tych kwestiach. W posiedzeniach Komitetu Audytowego uczestniczyli kluczowi pracownicy firmy audytorskiej, co pozwalało omawiać na bieżąco wszelkie kwestie, jakie pojawiały się w ciągu roku. Ponadto, Komitet Audytowy odbył spotkania z biegłym rewidentem bez udziału Członków Zarządu w celu umożliwienia otwartej i przejrzystej rozmowy. W ciągu roku Komitet Audytowy monitorował postępy i jakość badania względem przyjętego planu prac.

W celu oceny działań i niezależności firmy audytorskiej oraz ogólnych relacji pomiędzy tą firmą a Spółką, uwagi na temat pracy biegłego rewidenta są przekazywane przez wszystkich członków Komitetu Audytowego, Członków Zarządu, kluczowych przedstawicieli ścisłego kierownictwa oraz osób, które pozostają w regularnym kontakcie z biegłym rewidentem. Uwagi na temat pracy biegłego rewidenta zostały zebrane i przedstawione Komitetowi Audytowemu w kwietniu 2023 roku. Komitet Audytowy zwracał się także regularnie do firmy audytorskiej o przekazywanie uwag dotyczących współpracy ze Spółką. Przekazane uwagi były generalnie pozytywne, a Komitet Audytowy – nie znajdując żadnych istotnych kwestii, które wymagałyby szczególnej uwagi – uznał, że ta współpraca była dobra.

Aby usprawnić proces monitorowania audytu, Komitet Audytowy, firma audytorska i Zarząd uzgodnili zbiór Wskaźników Jakości Audytu (AQI) i wdrożyli je jako dodatkowe narzędzie do monitorowania jakości pracy biegłego rewidenta. Ponadto, Komitet Audytowy zwrócił się do KPMG o udostępnienie wniosków Agencji Nadzoru Audytowego (PANA), wynikających z oceny jakości wybranych wcześniejszych audytów przeprowadzonych przez KPMG. W 2023 roku Komitet Audytowy omówił z KPMG wnioski PANA wynikające z oceny przez tę Agencję jakości audytów przeprowadzonych przez KPMG w 2023 roku i w latach wcześniejszych.

Podsumowując, Komitet Audytowy uznał, że cały proces badania sprawozdań finansowych oraz usługi firmy audytorskiej były skuteczne i spełniały wysokie wymagania jakościowe Grupy.

Podejście do oceny niezależności zewnętrznego biegłego rewidenta

W celu zapewnienia, że firma audytorska pozostanie niezależna od Spółki, Komitet Audytowy monitoruje kilka aspektów jej niezależności.

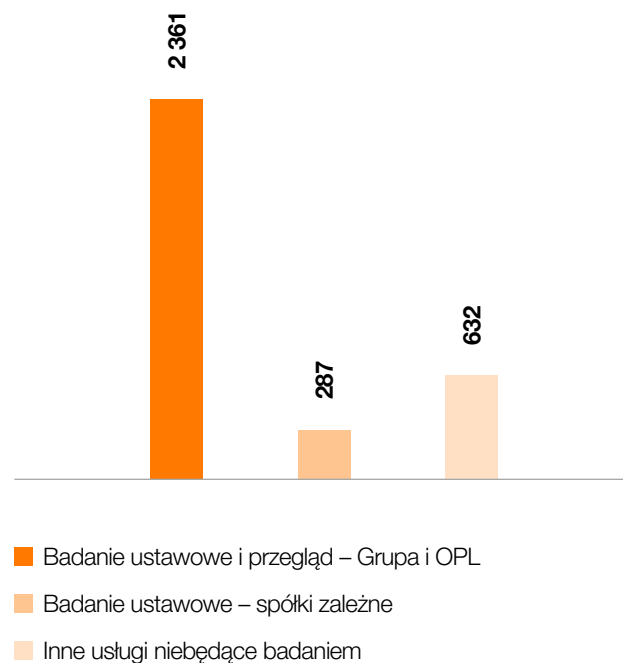
Po pierwsze, przy ocenie niezależności biegłego rewidenta od Spółki, Komitet Audytowy bierze pod uwagę informacje i oświadczenia firmy audytorskiej. Firma audytorska przekazała Komitetowi Audytowemu oświadczenie o niezależności, złożone zgodnie z Ustawą z dnia 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach („Ustawa o biegłych rewidentach”) oraz Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 537/2014 („Rozporządzenie audytowe”).

Po drugie, Komitet Audytowy ocenia stosunek wartości usług niebędących badaniem świadczonych przez firmę audytorską i podmioty z nią powiązane do wysokości wynagrodzenia z tytułu badania ustawowego. Zgodnie z wymogami prawa, Spółka przyjęła Politykę świadczenia dozwolonych usług niebędących badaniem przez firmę audytorską i podmioty z nią powiązane. Zgodnie z tą Polityką, na świadczenie dozwolonych usług niebędących badaniem musi wcześniej wyrazić zgodę Komitet Audytowy, biorąc pod uwagę potencjalny wpływ takich usług na niezależność firmy audytorskiej. Zgodnie z wymogami prawa oraz postanowieniami wyżej określonej Polityki, całkowite wynagrodzenie z tytułu dozwolonych usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych jest ograniczone do nie więcej niż 70% średniego wynagrodzenia z tytułu badania ustawowego w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok, w którym ten limit będzie stosowany. Limit 70% został wprowadzony z dniem 17 czerwca 2016 roku przez Rozporządzenie audytowe. Zarząd przekazuje Komitetowi Audytowemu informacje o wartości usług niebędących badaniem w porównaniu ze średnim wynagrodzeniem z tytułu badania ustawowego w ostatnich trzech latach. Wynagrodzenie za usługi KPMG niebędące badaniem stanowiło 26% średniego wynagrodzenia z tytułu badania ustawowego w ostatnich trzech latach.

W 2023 roku zaktualizowano politykę zatwierdzania usług niebędących badaniem oraz politykę wyboru firmy

audytorskiej do przeprowadzania badania. Wprowadzone zmiany wynikały z wytycznych Rady Międzynarodowych Standardów Etycznych dla Księgowych (IESBA) dotyczących procesu zatwierdzania usług niebędących badaniem, a także rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego (KNF) dotyczącej wprowadzenia dodatkowych procedur wyboru firmy audytorskiej w przypadku utraty przez aktualnego biegłego rewidenta uprawnień do przeprowadzania badań ustawowych.

Wykres: Koszty usług KPMG dla Grupy Orange Polska w 2023*



*Wysokość wynagrodzenia za 2023 rok zostanie zaktualizowana w ramach ostatecznego rozliczenia badania

Po trzeciej, kwestionariusz do przekazywania uwag, wspomniany w poprzednim punkcie, zawierał pytania dotyczące niezależności firmy audytorskiej oraz poszczególnych audytorów. Respondenci nie zaobserwowali i nie zgłosili żadnych zagrożeń co do niezależności biegłego rewidenta.

Uwzględniając wszystkie opisane wyżej aspekty, Komitet Audytowy stwierdził, że firma audytorska jest niezależna.

Znaczące kwestie rozpatrywane przez Komitet Audytowy w odniesieniu do sprawozdań finansowych oraz podjęte działania

W odniesieniu do sprawozdań finansowych Grupy, Komitet Audytowy skoncentrował się na następujących obszarach:

1. procesy zarządzania ryzykiem, w tym identyfikacja i wycena nowych lub zwiększonych ryzyk, monitorowanie ryzyk, wpływ ryzyk na sprawozdawczość finansową (przekazywanie informacji i wycena), w tym między innymi w odniesieniu do ryzyk związanych z wojną w Ukrainie, inflacją oraz wahaniami cen energii i stóp procentowych;
2. kontrola nad rentownością projektów, inwestycji i umów przez cały okres ich realizacji;
3. kontrola nad spółkami zależnymi;
4. płynność Grupy;
5. testy utraty wartości;
6. wycena pojedynczych aktywów wynikająca z powiązanych z nimi dodatkowych ryzyk;
7. przegląd ekonomicznego okresu użytkowania aktywów;
8. wycena kluczowych ryzyk, w tym podatkowych;
9. przegląd ujęcia księgowego, szacunków i subiektywnych ocen dotyczących kluczowych transakcji;
10. przegląd polityki rozpoznawania przychodów;
11. przedstawienie informacji w sprawozdaniach finansowych, w tym o roszczeniach i sporach;
12. przedstawienie w sprawozdaniach finansowych informacji o wpływie na zmiany klimatu, odzwierciedlających związek pomiędzy sprawozdawczością w zakresie zrównoważonego rozwoju a sprawozdawczością finansową;
13. nowe typy transakcji, takie jak wirtualne i fizyczne długoterminowe umowy zakupu energii (PPA), zawierane w celu zabezpieczenia przed wzrostem cen energii;
14. monitorowanie jakości pracy biegłego rewidenta oraz opracowanie Wskaźników Jakości Audytu (AQI);
15. elektroniczna sprawozdawczość finansowa, zgodna z europejską taksonomią, w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych;
16. monitorowanie zdarzeń po dniu bilansowym.

Kwestie rozpatrywane przez Komitet Audytowy w odniesieniu do sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju

Na podstawie regulacji unijnych, począwszy od sprawozdań za 2024 rok, Orange Polska będzie zobowiązany do publikowania oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju w Sprawozdaniach Zarządu z działalności Spółki. Implementacja dyrektywy UE w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD) do polskiego porządku prawnego, co powinno nastąpić w 2024 roku, pociągnie za sobą nowe obowiązki dla Zarządu, Rady Nadzorczej i Komitetu Audytowego związane z przygotowaniem oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju, zapewnieniem ich właściwej jakości i ich sprawdzeniem przez biegłego rewidenta, a także monitorowaniem planów i działalności Orange Polska pod kątem zrównoważonego rozwoju ze względu na wymóg zamieszczania odpowiednich informacji w oświadczeniach dotyczących zrównoważonego rozwoju. Komitet Audytowy będzie monitorował rzetelność oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju, w tym skuteczność systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem oraz Audytu Wewnętrznego w odniesieniu do procesu sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju. Komitet Audytowy będzie także monitorował niezależność podmiotu sprawdzającego oświadczenia z tego zakresu.

Komitet Audytowy monitorował regulacje dotyczące sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju i sprawdzania zawartych w nich informacji oraz przygotowania Spółki do wprowadzenia w 2024 roku sprawozdań zgodnych z nowymi wymogami, w tym wyboru biegłego rewidenta, a także proces sporządzania i sprawdzania oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju w 2023 roku. Wszyscy członkowie Komitetu Audytowego uczestniczyli w szkoleniu dotyczącym nowych wymogów sprawozdawczych w zakresie zrównoważonego rozwoju, a także zaliczyli test potwierdzający, że posiadają odpowiednią wiedzę i umiejętności do skutecznego wypełniania dodatkowych obowiązków związanych z nadzorowaniem sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju począwszy od 2025 roku.

Kontrola wewnętrzna w odniesieniu do sprawozdawczości finansowej

Zarząd wdraża mechanizmy kontroli wewnętrznej na różnych szczeblach organizacji. Zakres tych mechanizmów obejmuje kontrole transakcyjne, przegląd działań korporacyjnych kierownictwa liniowego, analizy trendów i procedury uzgodnień i mechanizmów na poziomie całej firmy – ale nie jest do nich ograniczony.

Spółka stale monitoruje zmiany w środowisku kontrolnym, uwzględniając wszelkie istotne modyfikacje w systemie kontroli wewnętrznej w odniesieniu do sprawozdawczości finansowej oraz podejmując działania naprawcze wobec wszelkich zidentyfikowanych niedociągnięć. Raz na kwartał, system kontroli wewnętrznej podlega przeglądowi przy użyciu wprowadzonego przez Spółkę narzędzia do samooceny, a menedżerowie najwyższego szczebla składają oświadczenia dotyczące skuteczności mechanizmów kontroli wewnętrznej w odniesieniu do sprawozdawczości finansowej w zakresie obszarów, które im podlegają. Raz na rok, mechanizmy kontrolne są testowane przez przedstawicieli kontroli wewnętrznej, audytu wewnętrznego i zewnętrznego biegłego rewidenta, a wyniki są następnie przekazywane Komitetowi Audytowemu.



Komitet Audytowy otrzymywał raporty Zarządu na temat systemu kontroli wewnętrznej w odniesieniu do sprawozdawczości finansowej i monitorował, czy Zarząd wprowadza właściwą „kulturę kontroli” w zakresie sposobu identyfikacji ryzyk, zarządzania nimi i ich ujawniania. Komitet zapoznał się także z raportami Zarządu na temat planowanych działań w odpowiedzi na zalecenia pokontrolne audytorów wewnętrznych i zewnętrznego biegłego rewidenta. Ponadto, Komitet Audytowy otrzymał od Zarządu informację o dokonaniu dorocznej kompleksowej oceny kontroli wewnętrznej w odniesieniu do sprawozdawczości finansowej w Grupie Orange Polska. Wszelkie stwierdzone niedociągnięcia zostały skorygowane bądź podjęto względem nich działania naprawcze. Zarząd stwierdził, że w roku zakończonym 31 grudnia 2023 roku nie istniały żadne niedociągnięcia, które mogłyby w istotny sposób wpływać na skuteczność kontroli wewnętrznej w odniesieniu do sprawozdawczości finansowej, a Komitet Audytowy, w świetle otrzymanych raportów, uznał ten wniosek Zarządu za uzasadniony.

Audyt wewnętrzny i ocena jego skuteczności

Audyt Wewnętrzny przekazuje Komitetowi Audytowemu, Zarządowi i wyższemu kierownictwu niezależne i obiektywne informacje i rady dotyczące kierowania Spółką, kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem, a także pomaga w osiągnięciu celów organizacji poprzez systematyczną i metodyczną ocenę procesów biznesowych oraz systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem.

Poza oceną skuteczności oraz przekazywaniem raportów dotyczących poszczególnych aspektów zapewnienia zgodności w tych obszarach, Audyt Wewnętrzny formułuje zalecenia dotyczące rozwiązania kluczowych kwestii i usprawnienia procesów. Po uzgodnieniu tych zaleceń z Zarządem, Audyt Wewnętrzny monitoruje ich wprowadzanie i przekazuje informacje o postępach w tym zakresie na każdym posiedzeniu Komitetu Audytowego.

Audyt Wewnętrzny obejmuje swoimi działaniami całość funkcjonowania Grupy Orange Polska. Podlega Komitetowi Audytowemu i Prezesowi Zarządu. Dyrektor Audytu Wewnętrznego uczestniczy we wszystkich planowych posiedzeniach Komitetu Audytowego. Ma także prawo poruszyć wszelkie sprawy wobec członków Komitetu, bez udziału kierownictwa Spółki.

Zadania funkcji Audytu Wewnętrznego zostały ściśle określone i zatwierdzone w Karcie Audytu Wewnętrznego. Karta podlega corocznemu przeglądowi i zatwierdzeniu przez Komitet Audytowy. Audyt Wewnętrzny stosuje się do międzynarodowych standardów praktyki zawodowej audytu wewnętrznego oraz Kodeksu Etyki, opracowanych przez Instytut Audytorów Wewnętrznych (IIA). Co roku jest sporządzany plan audytów wewnętrznych, który uwzględnia wyniki oceny ryzyka, zmieniające się potrzeby biznesowe i kwestie podniesione przez Zarząd, ustalenia wcześniejszych audytów oraz harmonogram przeglądów okresowych. W planie rezerwuje się także godziny na doraźne audyty przeprowadzane na specjalne żądanie oraz pilne audyty w kwestiach, jakie mogą się pojawić w ciągu roku. Roczny plan audytów wewnętrznych jest przedkładany do analizy i oceny przez Komitet Audytowy. Wykonanie rocznego planu audytów wewnętrznych jest monitorowane, a Komitet Audytowy jest regularnie informowany o postępach w realizacji tego planu.

W swoich działaniach, Audyt Wewnętrzny współpracuje także z zewnętrznym biegłym rewidentem, omawiając z nim różne aspekty jego działalności oraz pomagając mu w testach mechanizmów kontroli wewnętrznej, co w efekcie przyczynia się do zapewnienia odpowiednich informacji Komitetowi Audytowemu i Zarządowi.

Monitorowaniu skuteczności działań Audytu Wewnętrznego służy program zapewnienia i podnoszenia jakości, który obejmuje ocenę wewnętrzną oraz coroczną ocenę zewnętrzną przez Institut Français des Auditeurs et Contrôleurs Internes (IFACI), który jest francuskim oddziałem Instytutu Audytorów Wewnętrznych (IIA). Na podstawie przeprowadzonej w 2023 roku oceny, certyfikat IFACI (IIA) dla Audytu Wewnętrznego Orange Polska został utrzymany.

Komitet Audytowy dokonuje przeglądu rocznego planu Audytu Wewnętrznego, budżetu i raportu ze stanu prac. Komitet monitoruje okresowe raporty z działań i ustaleń audytorów wewnętrznych, a także odpowiedzi Zarządu na ustalenia pokontrolne i zalecenia. Ponadto, Komitet Audytowy spotyka się z dyrektorem Audytu Wewnętrznego bez udziału kierownictwa Spółki oraz dokonuje oceny niezależności procesu audytu wewnętrznego.

Zarządzanie ryzykiem

Komitet Audytowy monitoruje skuteczność systemu zarządzania ryzykiem. Komitet przeanalizował raport na temat kształtu i funkcjonowaniu tego systemu.

Czynniki ryzyka są identyfikowane w obrębie wszystkich jednostek organizacyjnych. Te ryzyka, które zostaną uznane przez Członków Zarządu lub Dyrektorów Wykonawczych za najważniejsze dla działalności Orange Polska, są klasyfikowane jako kluczowe. Poza ryzykami kluczowymi, identyfikowane są także nowo powstające ryzyka, które w dłuższej perspektywie mogą nabrać kluczowego charakteru. Przeglądy kluczowych i nowo powstających ryzyk oraz aktualizacje ich opisów są raz do roku przekazywane Radzie Nadzorczej, która dokonuje ich oceny. Wszystkie ryzyka są grupowane w tzw. klastry (skupiające ryzyka o podobnym charakterze) w celu zapewnienia spójnego i efektywnego zarządzania ryzykiem we wszystkich jednostkach organizacyjnych Grupy Orange Polska.

Rada Nadzorcza otrzymała raport o kluczowych i nowo powstających ryzykach.

Analiza ryzyk kluczowych jest podstawą do sporządzenia corocznego planu audytów wewnętrznych, który uwzględnia różne aspekty tych ryzyk. Plan podlega zatwierdzeniu przez Prezesa Zarządu, a następnie jest przedkładany do oceny przez Komitet Audytowy.

Zarządzanie zgodnością

Komitet Audytowy otrzymuje raporty dotyczące wdrażania Programu Zarządzania Zgodnością w następujących obszarach: etyka, ogólna zgodność z przepisami prawa i regulacjami, zwalczanie nadużyć, nadużycia niezwiązane z usługami telekomunikacyjnymi, bezpieczeństwo i działania antykorupcyjne. W okresowych raportach, osoby odpowiedzialne za zarządzanie zgodnością informują Komitet Audytowy o podejmowanych działaniach, takich jak mapa ryzyka korupcyjnego, wyniki badania rzetelności (due diligence) nowych kontrahentów i działania z zakresu szkoleń i komunikacji, a także o wynikach kontroli zapoczątkowanych zgłoszeniem nieprawidłowości poprzez odpowiednie kanały (w tym zapewniające poufność). Orange Polska aktywnie współpracuje z pionierami zarządzania zgodnością w obrębie Grupy Orange, wymieniając się dobrymi praktykami i wprowadzając standardy Grupy Orange w zakresie zapobiegania korupcji.

Więcej informacji na ten temat w sekcji Etyka i zarządzanie zgodnością, s.208

Zapobieganie nadużyciom

Komitet Audytowy analizuje zestawienia przypadków zgłoszonych przy użyciu systemu sygnalizowania nieprawidłowości. Orange Polska uważnie monitoruje nadchodzące zmiany w przepisach dotyczących sygnalizowania nieprawidłowości, a po wprowadzeniu nowych wymogów dostosuje do nich swoje procedury wewnętrzne.

Orange Polska przyjął Politykę zapobiegania nadużyciom, promującą wdrażanie środowiska kontroli, które służy zapobieganiu nadużyciom i oszustwom. Spółka nie toleruje nadużyć i wdrożyła mechanizmy kontrolne w celu zmniejszenia ekspozycji na ryzyko w tym obszarze. Podejrzania dotyczące nadużyć są weryfikowane i w razie konieczności zgłaszane odpowiednim organom. Wdrożone narzędzia i mechanizmy kontroli umożliwiają wykrywanie nadużyć.

Orange Polska stosuje podejście do nadużyć oparte na ryzyku: zidentyfikowane ryzyka są co roku omawiane i uzgadniane z właścicielami procesów biznesowych. Wyniki są przedstawiane w formie Mapy Ryzyka Nadużyć. Ponadto, w celu ograniczenia ryzyka nadużyć niezwiązanych z usługami telekomunikacyjnymi, definiuje się „czerwone flagi” oraz tworzy listy mechanizmów kontrolnych dla ryzyk w poszczególnych obszarach, podlegające corocznemu przeglądowi i ocenie.

Wszystkie powyższe działania umożliwiają monitorowanie ryzyka nadużyć, wzmocnienie mechanizmów kontrolnych, zarządzanie incydentami, prowadzenie postępowań wyjaśniających oraz podawanie informacji o skutkach finansowych stwierdzonych nadużyć. Komitet Audytowy dokonuje corocznego przeglądu zestawienia incydentów związanych z oszustwami i nadużyciami. W wyniku takiego przeglądu nie stwierdzono żadnych istotnych kwestii.

Sygnalizowanie nieprawidłowości

Komitet Audytowy analizuje zestawienia przypadków zgłoszonych przy użyciu systemu sygnalizowania nieprawidłowości. Orange Polska uważnie monitoruje nadchodzące zmiany w przepisach dotyczących sygnalizowania nieprawidłowości, a po wprowadzeniu nowych wymogów dostosuje do nich swoje procedury wewnętrzne.

Więcej informacji na ten temat w sekcji Etyka i zarządzanie zgodnością, s. 208

Monitorowanie zmian w otoczeniu prawnym i standardach rachunkowości

Przedmiotem zainteresowania Komitetu Audytowego były zmiany w otoczeniu prawnym oraz aktualizacje standardów rachunkowości i rekomendacje organów regulacyjnych, a także kwestia ich przyjmowania i wprowadzania w Grupie Orange Polska. W szczególności, Komitet Audytowy ocenił przygotowania Spółki do wprowadzenia oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju – obowiązek ich publikacji wejdzie w życie w Unii Europejskiej począwszy od sprawozdań za 2024 rok.

Inne obszary zainteresowania

Komitet Audytowy analizował i opiniował znaczące transakcje z podmiotami powiązаныmi, zgodnie z regulacjami wewnętrznymi i dobrymi praktykami ładu korporacyjnego. Na posiedzeniach Rady Nadzorczej i Komitetu Audytowego, osoby nominowane przez Orange S.A. są wyłączone z głosowań dotyczących transakcji ze spółką Orange S.A. lub jej spółkami zależnymi. Komitet rozpatrywał także inne sprawy, w tym między innymi dotyczące ochrony przychodów, zabezpieczenia transakcji finansowych, ubezpieczeń, podatków oraz przejęć. Komitet wydawał także opinie w innych kwestiach, w których zwróciła się do niego Rada Nadzorcza i/lub Zarząd, w tym dotyczących finansowania spółek zależnych Orange Polska S.A. i udzielania im gwarancji bankowych. Komitet Audytowy współpracował również z kierownictwem nad wypracowaniem udoskonalonego podejścia do nadzoru nad spółkami zależnymi Orange Polska.



Działalność Komitetu ds. Strategii w 2023 roku

Komitet formułuje dla Rady Nadzorczej opinie i rekomendacje dotyczące planów strategicznych przedstawianych przez Zarząd oraz wszelkich uwag Rady do tych planów, a w szczególności do najważniejszych scenariuszy strategicznych.

List Przewodniczącego Komitetu ds. Strategii

Szanowni Akcjonariusze,

Każdy rok wiąże się z odmiennymi wydarzeniami i wyzwaniem. Po ubiegłorocznych zawirowaniach ekonomicznych i geopolitycznych, rok 2023 – chociaż wciąż naznaczony poważnym brakiem stabilności w naszym otoczeniu – ponownie przyniósł wzrost zainteresowania firm cyfryzacją i wynikającymi z niej przełomowymi możliwościami sztucznej inteligencji.

Technologia sztucznej inteligencji może w dłuższej perspektywie zrewolucjonizować obsługę klientów, zwiększyć zaangażowanie użytkowników oraz przyspieszyć wprowadzanie nowych typów aplikacji na platformach telekomunikacyjnych, w ostatecznym rozrachunku torując drogę dla bardziej interaktywnego i efektywnego ekosystemu komunikacyjnego.

Przewidując znaczenie sztucznej inteligencji dla przyszłego rozwoju działalności, Orange Polska konsekwentnie realizuje ten kierunek zmian poprzez wiele strategicznych działań ukierunkowanych zarówno na procesy wewnętrzne jak i interakcje z klientami. Wobec złożoności ery cyfrowej, niezawodna i przyszłościowa łączność światłowodowa staje się coraz bardziej kluczowa. Z tego względu Spółka koncentruje się na dalszym zwiększaniu zasięgu usług światłowodowych i utrzymaniu pierwszej pozycji na tym rynku.

Zgodnie z przyjętymi priorytetami strategicznymi, w ubiegłym roku Komitet ds. Strategii skupił się przede wszystkim na różnych opcjach organicznego i nieorganicznego rozwoju infrastruktury oraz działaniach konkurencji w tym obszarze. Komitet poświęcił także dużo uwagi wiodącej pozycji Orange



Polska oraz wybiegającej w przyszłość strategii sukcesu na rynku konwergentnym, z uwzględnieniem nasilonych działań innych uczestników tego rynku w ostatnim czasie.

Do priorytetowych obszarów omawianych w czasie posiedzeń Komitetu należała także zmiana pozycjonowania działalności w zakresie odsprzedaży energii elektrycznej przez spółkę zależną Orange Energia.

Na początku ostatniego roku realizacji strategii .Grow pragnę docenić olbrzymi wysiłek i znakomite wyniki Spółki w zakresie stabilizacji czynników wzrostu oraz budowania fundamentów na przyszłość.

Dziękuję wszystkim za niezachwiane oddanie, pasję i zaangażowanie na rzecz Orange Polska. Wasz istotny wkład jest w pełni doceniany, a ja czuję się dumny z tego, że jestem częścią tak wyjątkowego zespołu.

Jean-Marc Vignolles

Przewodniczący Komitetu ds. Strategii

Komitet ds. Strategii – podstawowe informacje

Posiedzenia Komitetu odbywają się co najmniej dwa razy w roku. Komitet formułuje dla Rady Nadzorczej opinie i rekomendacje dotyczące planów strategicznych przedstawianych przez Zarząd oraz wszelkich uwag Rady do tych planów, a w szczególności do najważniejszych scenariuszy strategicznych. Komitet ds. Strategii może również opiniować dla Rady Nadzorczej procesy planowania stosowane przez Zarząd. Z Komitetem należy konsultować wszystkie projekty strategiczne związane z rozwojem Grupy Orange Polska i monitorowaniem zmian w relacjach branżowych w Grupie oraz projekty obejmujące

umowy strategiczne Grupy. Komitet sporządza następnie dla każdego z takich projektów sprawozdanie i rekomendacje dla Rady Nadzorczej.

W szczególności Komitet zajmuje się następującymi projektami:

- umowy strategiczne, aliansy oraz współpraca technologiczna i branżowa, w tym aspekty strategicznego partnerstwa pomiędzy Grupą Orange i Grupą Kapitałową Orange Polska,
- znaczące zakupy i sprzedaż majątku.

Skład Komitetu ds. Strategii w 2023 roku

- Jean-Marc Vignolles** Przewodniczący
- Philippe Béguin**
- Bénédicte David**
- Bartosz Dobrzyński** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
- Patrice Lambert-de Diesbach** do 29 czerwca 2023 roku
- Monika Nachyła** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
- dr Maria Pasło-Wiśniewska** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
- Wioletta Rosołowska** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)

Maciej Witucki, Przewodniczący Rady Nadzorczej, oraz John Russell Houlden, Niezależny Członek Rady Nadzorczej i Przewodniczący Komitetu Audytowego, na stałe uczestniczą w posiedzeniach Komitetu ds. Strategii. Członkowie Rady Nadzorczej oraz Zarządu Orange Polska aktywnie uczestniczyli w pracach Komitetu, w ramach obszarów odpowiedzialności.

W 2023 roku Komitet ds. Strategii odbył trzy posiedzenia.

W dniu 9 lutego 2024 r. mandat Wioletty Rosołowskiej, Niezależnego Członka Zarządu, wygasł wskutek jej śmierci.

Kierunki prac Komitetu ds. Strategii w 2023 roku

Półmetek realizacji strategii .Grow

Komitet ocenił raport o postępach w realizacji strategicznych kierunków i kluczowych celów strategii .Grow. Przeanalizowano sposób wdrażania strategii oraz ścieżkę dochodzenia do ostatecznych celów strategicznych na koniec 2024 roku.

Strategia światłowodowa Orange Polska

Rynek usług światłowodowych w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie zarówno pod względem infrastruktury jak i na poziomie detalicznym. Jednocześnie trwa proces intensywnej konsolidacji małych dostawców internetu, a także coraz szerszego otwierania się na usługi hurtowe. Możliwości budowania infrastruktury od zera ograniczają się do obszarów, w których koszty inwestycji są wysokie. Komitet omówił potencjalne przyszłe zmiany na rynku oraz odpowiednią strategię Orange Polska, w tym różne opcje rozwoju organicznego i nieorganicznego.

Strategia konwergentna Orange Polska

Konkurenci Orange Polska koncentrują obecnie działania na konwergencji, z naciskiem na agresywną politykę cenową dla usług światłowodowych oraz atrakcyjną ofertę TV. Pomimo trudnego otoczenia, Orange Polska z powodzeniem realizuje strategię „więcej za więcej”, ukierunkowaną na tworzenie wartości, utrzymując przy tym dynamikę ilościową. Komitet ocenił podejście do kluczowych obszarów walki konkurencyjnej oraz długofalową wizję różnicowania rynku.

Orange Energia

Marże dla detalicznego obrotu energią są w Polsce bardzo niskie, a rynek zdominowały duże podmioty. Ponadto, największy udział w wartości zachowują producenci energii. Jednak na rynku zielonej energii istnieje duży potencjał wzrostu, wynikający z wysokich cen czarnej energii oraz sytuacji geopolitycznej, która już wymusza zmiany ustawodawcze sprzyjające energii odnawialnej. W wyniku zapoczątkowanego w 2022 roku programu transformacji, Orange Energia stopniowo zmienia profil biznesowy w kierunku obciążonych mniejszym ryzykiem segmentów rynku oraz stabilizacji osiągniętej marży. Komitet przeanalizował opcje strategiczne dotyczące przyszłości spółki.

Działalność Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2023 roku

Zadaniem Komitetu ds. Wynagrodzeń jest doradzanie Radzie Nadzorczej i Zarządowi w zakresie ogólnej polityki wynagrodzeń Grupy Orange Polska oraz udzielanie rekomendacji w przedmiocie powoływania Członków Zarządu.



List Przewodniczącej Komitetu ds. Wynagrodzeń

Szanowni Akcjonariusze,

Na początku mojego podsumowania 2023 roku chciałam poinformować, że w ubiegłym roku Komitet ds. Wynagrodzeń liczył czworo członków, a w jego składzie nie zaszły żadne zmiany.

W 2023 roku Orange Polska kontynuował realizację planu strategicznego .Grow, koncentrując się na strategii konwergencji ukierunkowanej na gospodarstwa domowe, transformacji cyfrowej, cyberbezpieczeństwie, rozwiązaniach w chmurze oraz efektywności i upraszczaniu procesów. Rozwojowi głównych filarów działalności towarzyszyło rosnące poczucie odpowiedzialności społecznej. Znalazło to wyraz między innymi w skutecznej realizacji strategii

#OrangeGoesGreen, co przyniosło ograniczenie emisji CO₂ przez Spółkę na koniec 2023 roku o blisko 80% w porównaniu do roku 2015.

Mam przyjemność stwierdzić, że dzięki konsekwentnej realizacji strategii .Grow, Spółka osiągnęła w 2023 roku bardzo dobre wyniki komercyjne i wszystkie cele finansowe.

W 2023 roku, Komitet ds. Wynagrodzeń wypełniał swoje obowiązki, doradzając Radzie Nadzorczej między innymi w następujących kwestiach:

- powołanie Liudmily Climoc na Prezeskę Zarządu Orange Polska na trzyletnią kadencję;
- wypłata premii dla Członków Zarządu;
- wprowadzenie zmian we wzorze umów o pracę z Członkami Zarządu i Dyrektorami Wykonawczymi;
- wprowadzenie pewnych zmian w Polityce Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej.

W 2023 roku, podobnie jak w poprzednich latach, Komitet przygotował trzy obowiązkowe sprawozdania: Sprawozdanie o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2022, Sprawozdanie z działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2022 roku oraz Informację na temat polityki wynagrodzeń, będącą częścią Sprawozdania Zarządu z działalności Orange Polska w 2022 roku.

Na koniec pragnę podziękować wszystkim Członkom Komitetu za ich wkład w jego pracę oraz wszelkie profesjonalne opinie i dyskusje.

Chciałabym również podziękować kolegom z pionu Human Capital za profesjonalne wsparcie, a wszystkim pracownikom Orange Polska za wysoką jakość pracy i wkład w realizację strategii Spółki.

Poniżej przedstawiono szczegółowe informacje na temat działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2023 roku.

Maria Pasło-Wiśniewska

Przewodnicząca Komitetu ds. Wynagrodzeń

Skład Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2023 roku

1. **dr Maria Pasło-Wiśniewska** Przewodnicząca (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
2. **Bénédicte David**
3. **Bartosz Dobrzyński** (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
4. **Marc Ricau**

Sekretarzem Komitetu był Jacek Kowalski, Członek Zarządu ds. Human Capital.

Główne zadania Komitetu

Posiedzenia Komitetu odbywają się co najmniej cztery razy w roku. Zadaniem Komitetu jest doradzanie Radzie Nadzorczej i Zarządowi w zakresie ogólnej polityki wynagrodzeń Grupy Kapitałowej Orange Polska oraz udzielanie rekomendacji w przedmiocie powoływania Członków Zarządu.

Szczegółowe zadania Komitetu obejmują:

- określanie warunków zatrudnienia i wynagrodzenia Członków Zarządu,
- rozważanie propozycji wysuniętych przez Prezesa Zarządu lub Radę Nadzorczą dotyczących nowych powołań do Zarządu, uczestniczenie w końcowym etapie tego procesu oraz udzielanie rekomendacji Radzie Nadzorczej na temat kandydatów,

- rozważanie propozycji wysuniętych przez Prezesa Zarządu lub Radę Nadzorczą dotyczących odwołania każdego z Członków Zarządu oraz udzielanie, jeżeli jest to wymagane, odpowiednich rekomendacji Radzie,
- przedstawianie Radzie Nadzorczej zaleceń dotyczących wysokości premii dla Członków Zarządu,
- przekazywanie opinii odnośnie polityki wynagrodzeń dla wyższego kierownictwa oraz ogólnej polityki dla całej Grupy Kapitałowej Orange Polska: w obu przypadkach, biorąc pod uwagę względną pozycję na rynku warunków zatrudnienia i poziomów wynagrodzeń w Grupie Kapitałowej Orange Polska, przygotowywanie raportów dla Rady Nadzorczej odnośnie działalności Komitetu oraz oceny polityki wynagrodzeń Grupy Kapitałowej Orange Polska

Główne obszary działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2023 roku

Komitet ds. Wynagrodzeń odbył w 2023 roku sześć posiedzeń oraz podjął kilka pakietów działań określonych poniżej. We wszystkich z tych posiedzeń uczestniczyli wszyscy Członkowie Komitetu ds. Wynagrodzeń.

W 2023 roku rekomendacje Komitetu ds. Wynagrodzeń dla Rady Nadzorczej dotyczyły następujących kwestii:

1. powołanie na następną kadencję i warunki zatrudnienia Prezesa Zarządu Julienu Ducarroz, a następnie warunki jego rezygnacji z funkcji Prezesa Zarządu Orange Polska z dniem 31 sierpnia 2023 roku;
2. powołanie na kadencję rozpoczynającą się 1 września 2023 roku i warunki zatrudnienia nowej Prezeski Zarządu Liudmily Climoc;
3. powołanie na następną kadencję rozpoczynającą się 29 czerwca 2023 roku i warunki zatrudnienia Członka Zarządu ds. Finansów, Członka Zarządu ds. Human Capital oraz Członka Zarządu ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości;
4. zmiana poziomu wynagrodzenia Członka Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych;
5. premia oparta na wynikach finansowych (Stretch Bonus) za 2022 rok dla Prezesa Zarządu i Członków Zarządu;
6. warunki Stretch Bonus w 2023 roku dla nowej Prezeski Zarządu i Członków Zarządu;
7. ocena wysokości premii dla Członków Zarządu za drugie półrocze 2022 roku i pierwsze półrocze 2023 roku;
8. cele i warunki premii dla Członków Zarządu w 2023 roku;
9. Długoterminowy Plan Motywacyjny (LTIP) Grupy Orange na lata 2023-2025;

10. lokalny program motywacyjny (LT) na lata 2023-2025 (trzecia seria);
11. Sprawozdanie z działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2022 roku;
12. zmiany w Polityce Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej, obejmujące potencjalny zwrot wynagrodzenia, pracę zdalną i nowy model zarządzania przez cele (MBO);
13. zmiany we wzorze umów o pracę z Członkami Zarządu dotyczące potencjalnego zwrotu wynagrodzenia, pracy zdalnej i nowego modelu MBO.

Komitet ds. Wynagrodzeń przedstawił opinie dotyczące:

1. Sprawozdania o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za 2022 rok;
2. Informacji na temat polityki wynagrodzeń Spółki, będącej częścią Sprawozdania Zarządu z działalności Orange Polska w 2022 roku.

Komitet ds. Wynagrodzeń pozytywnie zaopiniował:

1. HC Dashboard – okresowy raport o kwestiach z obszaru Human Capital;
2. stan realizacji strategii środowiskowej Orange Polska, obejmującej redukcję emisji CO₂;
3. wskaźnik Green – obliczanie i istotność;
4. zmianę warunków zatrudnienia Dyrektora Wykonawczego ds. IT;
5. świadczenia przyznane Członkom Zarządu zgodnie z wewnętrznymi regulacjami Orange Polska;
6. sprawozdanie z wykonania umowy z Orange Global International Mobility SA;
7. nowy projekt Grupy Orange Polska dotyczący synergii kapitału ludzkiego i sposobu współpracy;
8. wyniki badań opinii pracowników Orange Polska: badanie kultury organizacyjnej i Nasz Barometr.

Znaczące zagadnienia rozpatrzone przez Komitet ds. Wynagrodzeń w 2023 roku:

1. plan sukcesji Orange Polska w odniesieniu do Członków Zarządu i Dyrektorów Wykonawczych;
2. zmiany zatrudnienia w Grupie Orange Polska (pakiet negocjacyjny dla Umowy Społecznej na lata 2024-2025).

Komitet ds. Wynagrodzeń realizował zadania zgodnie z planem pracy na 2023 rok, przyjętym przez wszystkich Członków Komitetu. Wszystkie rekomendacje Komitetu ds. Wynagrodzeń zostały przyjęte przez Radę Nadzorczą.

Sprawozdanie o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2023

Niniejsze sprawozdanie o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. (dalej: „Sprawozdanie o wynagrodzeniach”) zostało sporządzone przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A. i powstało zgodnie z wymogami określonymi w Ustawie z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (dalej: „Ustawa o ofercie publicznej”).

Sprawozdanie obejmuje rok obrotowy 2023 i stanowi przegląd wynagrodzeń przyznanych zgodnie z: Polityką wynagradzania w Orange Polska S.A., obowiązującą od 2013 r. oraz Polityką Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A., obowiązującą od 17 czerwca 2020 r. z późniejszymi zmianami (zwane dalej: „Politykami Wynagradzania”).

Stosowane Polityki Wynagradzania są elementem strategii firmy. Poprzez umożliwienie pozyskiwania, utrzymywania oraz motywowania najlepszych menadżerów i profesjonalistów w obszarach specjalizacji występujących w Orange Polska S.A. (dalej także: „Spółka”), zapewnia kadry przygotowane do osiągnięcia strategicznych celów Spółki.

Polityki Wynagradzania wspierają realizację strategii Orange Polska S.A. i ochronę jej długoterminowych interesów. W szczególności, poprzez zapewnienie konkurencyjnych rynkowo wynagrodzeń zasadniczych i świadczeń dodatkowych Orange Polska S.A., dąży do przyciągnięcia i utrzymania kluczowych osób w Spółce. Przyznając wynagrodzenie zmienne, krótkoterminowe i długoterminowe, uzależnione od kluczowych wskaźników finansowych Spółka ma na celu motywowanie Członków Zarządu do osiągnięcia celów strategicznych, które następnie są kaskadowane do realizacji przez pracowników na niższych poziomach organizacji w formie celów zarządczych.

Wynagrodzenia w Orange Polska S.A. są regularnie porównywane do praktyk w zakresie wynagradzania w konkurencyjnych firmach na rynku. Poziom całkowitego

wynagrodzenia pracowników zależy m.in. od wyników finansowych Spółki, indywidualnego wkładu każdego z pracowników oraz osiągniętych przez nich wyników.

Zmiany wprowadzone w sprawozdaniu

Wychodząc naprzeciw głosom naszych akcjonariuszy mniejszościowych wprowadziliśmy szereg zmian w Sprawozdaniu w stosunku do lat poprzednich, mających na celu zwiększenie przejrzystości informacji o wynagrodzeniach Członków Zarządu. Mamy nadzieję, że zaprezentowane tabele pokazujące szczegółowo składowe wynagrodzenia zmiennego oraz zasady ich przyznawania pozwolą akcjonariuszom na lepsze zrozumienie powiązania wynagrodzeń z celami i strategią Spółki. Opisałiśmy również, jakie zmiany w zakresie zasad wynagrodzeń, będą wprowadzone w roku 2024. Naszym celem są najwyższe standardy raportowania w zakresie ładu korporacyjnego.

1. Zmiany w składzie organów Spółki

Na dzień 1 stycznia 2023 r. w skład Zarządu Spółki wchodził: Julien Ducarroz, Jolanta Dudek, Bożena Leśniewska, Witold Drożdż, Piotr Jaworski, Jacek Kowalski, Jacek Kunicki i Maciej Nowohoński. W związku z rezygnacją Juliana Ducarroz Rada Nadzorcza Orange Polska powołała Liudmilę Climoc na stanowisko Prezeski Zarządu Orange Polska od dnia 1 września 2023 r. Julien Ducarroz objął stanowisko Prezesa Orange Romania S.A.

W składzie Rady Nadzorczej w roku 2023 zaszły następujące zmiany:

W dniu 14 lutego 2023 r. rezygnację złożył Ramon Fernandez.

W dniu 29 czerwca 2023 r. wygał mandat Patrice’a Lamberta de Diesbach.

Tego dnia Zwyczajne Walne Zgromadzenie powołało Johna Russella Houldena na kolejną kadencję, a Clarisse Heriard Dubreuil i Laurenta Martinez - na Członków Rady Nadzorczej na pierwszą kadencję.

2. Opis Polityk Wynagradzania

Zgodnie z wymogami stawianymi w Ustawie o ofercie publicznej, Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki przyjęło 17 czerwca 2020 r. Politykę Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A., następnie zaktualizowaną 27 sierpnia 2020 r. i 29 czerwca 2023 r., zgodnie z którą, system wynagrodzeń stosowanych w Spółce w odniesieniu do Członków Zarządu

składał się z części stałej i zmiennej wynagrodzenia, w tym:

- wynagrodzenia zasadniczego,
- premii uzależnionej od wyników,
- benefitów i świadczeń alokacyjnych,
- długookresowych wynagrodzeń kapitałowych,
- składki podstawowej z tytułu uczestnictwa w programie emerytalnym,
- świadczeń związanych z ustaniem stosunku pracy,
- innych świadczeń wynikających z przepisów prawa pracy.

Świadczenia wypłacone w roku 2023 zostały ukształtowane zgodnie z przyjętymi Politykami Wynagradzania.

Szczegółowe zasady ustalania wynagrodzeń zostały uregulowane poprzez indywidualne umowy o pracę zawierane z Członkami Zarządu.

Członkom Zarządu zatrudnionym w Spółce została przyznana składka w pracowniczym programie emerytalnym oraz świadczenia niepieniężne (zniżki na usługi Orange Polska, karta sportowa), w oparciu o regulacje wewnętrzne znajdujące zastosowanie również do pracowników Spółki innych niż Członkowie Zarządu.

Zgodnie ze Statutem Spółki, Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą, a kadencja każdego z nich trwa trzy lata. Podstawą wypłaty wynagrodzenia Członków Zarządu są umowy o pracę zawierane na czas trwania kadencji.

Julien Ducarroz, który pełnił funkcję Prezesa Zarządu Orange Polska S.A. od 1 września 2020 r. do 31 sierpnia 2023 r. oraz Liudmila Climoc, która pełni funkcję Prezeski Zarządu Orange Polska S.A. od 1 września 2023 r., są zatrudnieni w Orange Global International Mobility SA (OGIM SA) z siedzibą w Szwajcarii, spółce z grupy kapitałowej Orange SA i oddelegowani do Orange Polska S.A. na czas kadencji Prezesa/Prezeski Zarządu.

Członkowie Rady Nadzorczej są powoływani i odwoływani przez Walne Zgromadzenie. Ich indywidualna kadencja trwa trzy lata. Z Członkami Rady Nadzorczej nie są zawierane żadne umowy związane z pełnieniem przez nich funkcji w Radzie Nadzorczej. Wynagrodzenie jest wypłacane na podstawie uchwały powołującej Członka Rady Nadzorczej zgodnie z zasadami określonymi przez Walne Zgromadzenie. W 2023 roku wynagrodzenie było wypłacane na podstawie dwóch uchwał Walnego Zgromadzenia: (i) uchwały nr 33 z 9 kwietnia 2015 r., która obowiązywała do 28 czerwca

2023 r. oraz (ii) uchwały nr 40 z 29 czerwca 2023 r. Członkowie Rady Nadzorczej, którzy są zatrudnieni przez spółkę z grupy kapitałowej Orange S.A. nie są uprawnieni do pobierania wynagrodzenia za pełnienie funkcji w Radzie Nadzorczej.

Zgodnie ze Statutem Spółki, w skład Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. powinno wchodzić przynajmniej czterech członków, spełniających kryteria niezależności określone w Statucie oraz w ustawie z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym w stosunku do niezależnych członków komitetu audytu.

W skład Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. w 2023 r. wchodziło pięciu niezależnych Członków: Bartosz Dobrzyński, John Russell Houlden, Monika Nachyła, dr Maria Pasło-Wiśniewska i Wioletta Rosołowska.

3. Wynagrodzenia Członków Zarządu

a. Wynagrodzenie zasadnicze

Uregulowania wynagrodzeń zasadniczych Członków Zarządu, związane są z zakresem zadań i rynkową wyceną pracy. Orange Polska S.A. monitoruje rynek wynagrodzeń, porównując co najmniej raz w roku płace i praktyki płacowe w Spółce z wynagrodzeniami w podobnych firmach na rynku polskim.

W okresie sprawozdawczym Orange Polska S.A. kształtowała zasady wynagradzania, unikając dyskryminacji,

w szczególności ze względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne i orientację seksualną.

Od 3 listopada 2021 r. w Spółce obowiązuje przyjęta przez Radę Nadzorczą Polityka zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Zarządu, a od 22 kwietnia 2022 r. przyjęta przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Polityka zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Rady Nadzorczej.

Warunki zatrudnienia Członków Zarządu rekomenduje Radzie Nadzorczej Komitet Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń oparciu o następujące kryteria:

- zakres odpowiedzialności i złożoności charakteryzujące dane stanowisko,
- konkurencyjność rynkową wynagrodzenia,
- rekomendację Prezeski/Prezesa Zarządu (nie dotyczy wynagrodzenia Prezeski/Prezesa Zarządu),
- rekomendację Członka Zarządu odpowiedzialnego w Spółce za Human Capital (nie dotyczy wynagrodzenia Członka Zarządu odpowiedzialnego w Spółce za obszar Human Capital),
- indywidualny wkład Członka Zarządu w realizację strategii Spółki.

b. Benefity

W roku 2023 Członkowie Zarządu zatrudnieni w Orange Polska S.A. korzystali z następujących benefitów:

- a) które są uwzględnione w tabeli 11 poniżej:
- pakiet opieki medycznej dla Członka Zarządu oraz członków jego rodziny (dzieci, partner/współmałżonek);
 - ubezpieczenie na życie;
 - Pracowniczy Program Emerytalny (PPE);
 - inne świadczenia niepieniężne (zniżki pracownicze na usługi Spółki: Neostrada, FunPack, ubezpieczenie telefonu, abonament telefoniczny);
- b) ponadto:
- internet stacjonarny w miejscu zamieszkania, (narzędzie pracy);
 - karta sportowa (opis znajduje się pod tabelą 11);
 - ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej władz spółki w związku z wykonywaniem obowiązków Członka Zarządu (jest to element ubezpieczenia dla osób pełniących określone funkcje w organizacji (zarówno obecnych, jak i potencjalnych/ w przyszłości), a składka ubezpieczenia jest ustalona w sposób ryczałtowy, w związku w tym nie ma możliwości przypisania konkretnego/rzeczywistego przychodu do poszczególnych osób).

Dodatkowo Członek Zarządu Piotr Jaworski korzysta z lokalu mieszkalnego z zasobów Spółki na podstawie umowy najmu zawartej przed powołaniem do Zarządu. Czynsz za lokal mieszkalny jest ustalany tak, jak w przypadku innych osób korzystających z lokali mieszkalnych, znajdujących się w zasobach Spółki.

Członkom Zarządu przyznawano świadczenia, których beneficjentami na zasadach wynikających z zawartych umów o pracę, mogły być osoby najbliższe. Wartość takich świadczeń została wykazana w tabeli 11, w pozycji Benefity. Członkom Zarządu delegowanym do Polski przysługują wszystkie lub niektóre benefity wymienione powyżej lub benefity zgodnie z regulacjami w spółce delegującej, pod warunkiem ich zatwierdzenia przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A.

W okresie pełnienia funkcji Prezesa Zarządu Orange Polska S.A. Julien Ducarroz (do 31 sierpnia 2023 r.) i Liudmila Climoc (od 1 września 2023 r.) byli uprawnieni do świadczeń wynikających z Polityki Mobilności Międzynarodowej Grupy

Orange, wypłacanych przez Orange Polska S.A. – na podstawie umowy zawartej pomiędzy Orange Polska S.A. i firmą OGIM SA. Wartość wynagrodzenia i zapewnionych świadczeń została przedstawiona w tabeli 12.

Członkowie Zarządu Orange Polska S.A., poza oddelegowanymi do pełnienia funkcji: Prezesem Zarządu, Julienem Ducarrozem i Prezeską Zarządu, Liudmilą Climoc, nie pobierali w okresie sprawozdawczym wynagrodzenia z innych spółek Grupy Orange SA, poza posiadany prawem do udziału w Long Term Incentive Plan (LTIP). Członkowie Zarządu Orange Polska S.A. nie otrzymywali w okresie sprawozdawczym wynagrodzenia od innych spółek zależnych Grupy Orange Polska.

c. Pracowniczy Program Emerytalny (Tabela 11 poniżej)

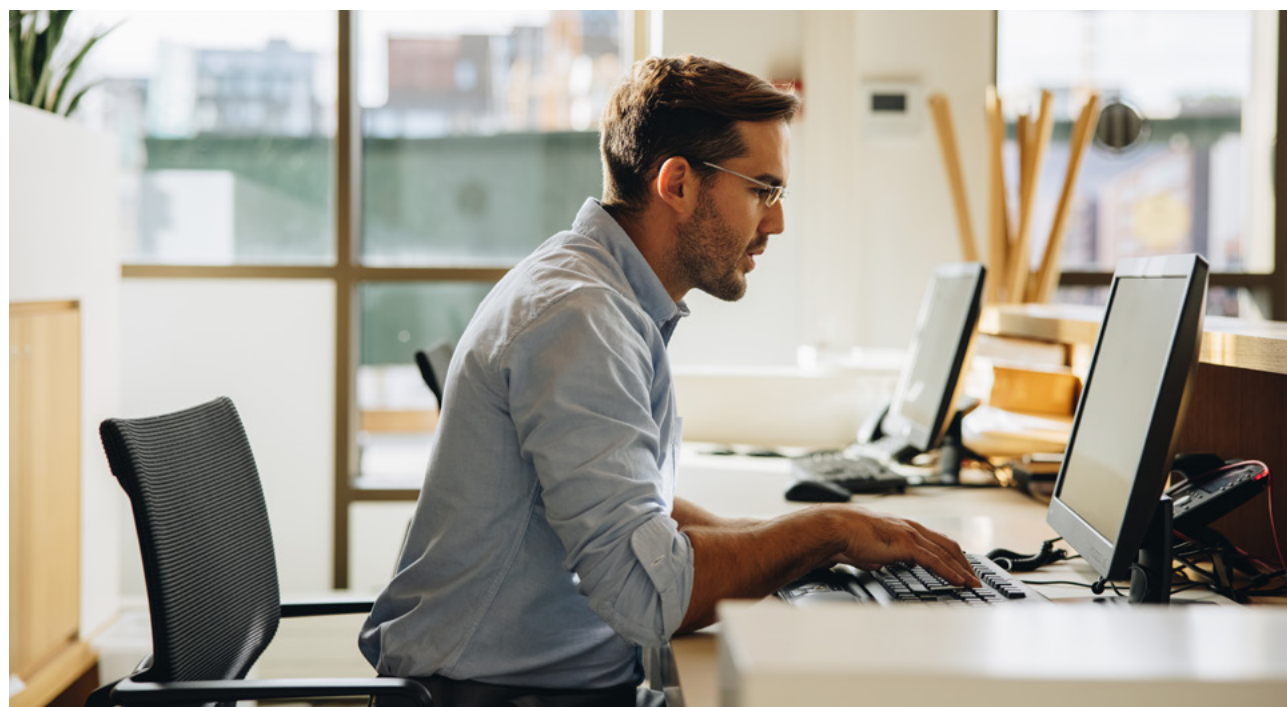
Członkowie Zarządu zatrudnieni w Orange Polska S.A. są członkami Pracowniczego Programu Emerytalnego, który jest finansowany ze środków Orange Polska S.A. Program jest prowadzony w formie funduszu emerytalnego (Pracowniczy Fundusz Emerytalny Orange Polska). W 2023 r. Orange Polska S.A. finansowała comiesięczną składkę podstawową w wysokości 7% wynagrodzenia brutto, stanowiącego podstawę wymiaru składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe.

d. Świadczenia związane z ustaniem stosunku pracy w Orange Polska S.A.

W przypadku rozwiązania stosunku pracy okres wypowiedzenia dla Członków Zarządu zatrudnionych w Orange Polska S.A. wynosi 6 miesięcy.

W przypadku rozwiązania umowy o pracę Członka Zarządu przez Spółkę w drodze wypowiedzenia lub bez wypowiedzenia na podstawie artykułu 53 Kodeksu pracy lub na zasadzie porozumienia stron, a także w związku z upływem terminu, na który została zawarta Umowa o pracę, Członkowi Zarządu przysługuje prawo do odprawy w wysokości 6-krotności miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego.

Wszyscy Członkowie Zarządu zatrudnieni w Spółce są zobowiązani do niepodejmowania żadnej działalności konkurencyjnej wobec Spółki przez 12 miesięcy po zakończeniu zatrudnienia w Orange Polska S.A. i za powstrzymanie się od działalności konkurencyjnej, są upoważnieni do otrzymania odszkodowania w wysokości 6-miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego.



e. Część zmienna wynagrodzenia (krótkoterminowy program motywacyjny - STI)

Każdemu z Członków Zarządu przysługiwała część zmienna wynagrodzenia uzależniona od realizacji celów finansowych i niefinansowych. Zasady ich przyznawania w roku 2023 r. nie zmieniły się względem roku 2022 r.

Celem systemu premiowania było motywowanie Członków Zarządu do osiągania wysokich wyników pracy, poprzez realizację wyznaczonych i uzgodnionych celów, powiązanych ze strategią Spółki oraz nastawienie na wzrost satysfakcji klientów. System celów wspiera współpracę pomiędzy pracownikami i jednostkami organizacyjnymi, definiując obok celów indywidualnych cele solidarnościowe.

Część zmienna wynagrodzenia Członków Zarządu była w większym stopniu niż dla pozostałych pracowników związana z wynikami Spółki i w większym stopniu zależy od celów solidarnościowych, które są celami finansowymi, wspólnymi dla wszystkich Członków Zarządu. W przypadku wszystkich Członków Zarządu cele solidarnościowe stanowią 80% całości celów, podczas gdy u pozostałych pracowników objętych zmiennym wynagrodzeniem udział ten zawiera się w przedziale 30%-60%.

Część zmienna wynagrodzenia wypłacana jest w półrocznych okresach rozliczeniowych, a jej wyliczenie następuje w wyniku oceny realizacji celów, zdefiniowanych dla każdego Członka Zarządu w indywidualnym arkuszu zadań.

Cele solidarnościowe są powiązane z realizacją strategii .Grow Spółki na lata 2021-2024 i obejmowały:

1. EBITDAaL (EBITDA po uwzględnieniu kosztów leasingu)

EBITDAaL jest podstawową miarą używaną przez Zarząd do mierzenia zyskowności operacyjnej. Cel na wzrost EBITDAaL jest jedną z głównych ambicji finansowych zawartych w strategii .Grow.

2. Organiczne Przepływy Pieniężne (Organic Cash Flow - OCF)

Są one głównym miernikiem generowania przepływów pieniężnych używanych przez Zarząd. Ich poziom jest istotnym czynnikiem wpływającym na poziom dźwigni finansowej i w konsekwencji ma duże znaczenie przy rekomendowaniu przez Zarząd poziomu dywidendy dla akcjonariuszy.

3. wskaźnik Green odnoszący się do poziomu emisji CO₂ w Grupie Orange Polska

Cel redukcji emisji CO₂ jest zawarty w strategii .Grow oraz strategii klimatycznej Spółki.

4. wskaźnik satysfakcji klientów z usług Orange (Perception NPS)

Jest to wskaźnik powszechnie używany w sektorze telekomunikacyjnym do mierzenia poziomu satysfakcji klientów z usług i jest jednym z wyznaczników, na ile oferta oraz obsługa klienta odpowiadają potrzebom, co w konsekwencji przekłada się na poziom generowanych przychodów.

W części indywidualnej cele odnosiły się do konkretnych projektów realizowanych w ramach funkcji, którą dany Członek Zarządu pełnił i do oceny pracy danego Członka Zarządu.

Każdy cel posiada minimalny próg realizacji, poniżej którego wynagrodzenie zmienne, związane z tym celem, nie jest przyznawane. Każdy z celów posiada również maksymalny poziom wykonania, powyżej którego wynagrodzenie zmienne związane z tym celem już nie rośnie. W zależności od celu maksymalny próg jest w przedziale 120-200% wykonania danego celu.

Każdy z celów ma określoną wagę. Wysokość części zmiennej wynagrodzenia zależy od łącznej oceny ważonej wszystkich celów. W przypadku oceny realizacji celów na 100%, wysokość części zmiennej wynagrodzenia wynosiła 50% wynagrodzenia zasadniczego przysługującego za dany okres na podstawie umowy o pracę. W przypadku realizacji wszystkich celów na maksymalnym poziomie wysokość części zmiennej wynagrodzenia wyniosłaby 80,5% wynagrodzenia zasadniczego.

Wyniki osiągnięte w 2023 r. pozwoliły na przyznanie części zmiennej wynagrodzenia wszystkim Członkom Zarządu, co zostało pokazane osobno dla każdego Członka Zarządu w Tabelach 1-9 niniejszego Sprawozdania.

Oprócz części zmiennej wynagrodzenia, w dniu 14 lutego 2023 roku Rada Nadzorcza na wniosek Komitetu Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń przyznała Prezesowi Zarządu oraz Członkom Zarządu prawo do dodatkowej premii rocznej tzw. Stretch Bonus. Wypłata tej premii uzależniona została od dwóch wskaźników finansowych: EBITDAaL oraz EBITDAaL-eCAPEX (Tabela 10) . Inaczej niż w przypadku wyżej opisanych reguł przyznawania zmiennej części wynagrodzenia, premia Stretch Bonus jest przyznawana

w z góry ustalonej wysokości tylko w przypadku, jeśli oba cele są wykonane łącznie (zasada hit or miss). W przypadku Członków Zarządu jest to kwota jednomiesięcznego wynagrodzenia zasadniczego. W przypadku Prezesa Zarządu za rok 2023 była to kwota 140 tys. euro. Premia Stretch Bonus dla Prezesa Zarządu oraz dla Członków Zarządu za rok 2023, w związku z brakiem spełnienia ustalonych warunków, nie zostanie wypłacona w 2024 r.

Wynagrodzenie każdego Członka Zarządu było zgodne z przyjętą Polityką Wynagradzania Członków Zarządu i Rady Nadzorczej. Cele oraz sposób ich rozliczania

zostały zatwierdzone przez Komitet Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń.

Ocena realizacji celów Członków Zarządu była dokonywana w cyklach półrocznych przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A. po rekomendacji Komitetu Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń i jest naliczana proporcjonalnie do okresu zatrudnienia.

W poniższych tabelach określenie „Budżet” odnosi się do Budżetu Orange Polska na rok 2023 zatwierdzonego przez Radę Nadzorczą.

Tabela1: Część zmienna wynagrodzenia – Julien Ducarroz, Prezes Zarządu do 31 sierpnia 2023

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozy-cja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					26%*	0-24%
Ocena pracy	20%					26%*	0-24%
Wynik ważony						124%	

* Do tej pory praktyką w Orange Polska był maksymalny poziom oceny celów indywidualnych nie przekraczający 120%. Komitet Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń w wyjątkowych przypadkach przyznawał ocenę powyżej 120%, z czym mieliśmy do czynienia w 2023 roku w odniesieniu do oceny Juliana Ducarroz. Dla 2024 roku Komitet Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń ustalił przy wyznaczaniu celów, że górny limit będzie na poziomie 150%.

Tabela 2: Część zmienna wynagrodzenia- Liudmila Climoc, Prezeska Zarządu od 1 września 2023

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					20%	0-24%
Ocena pracy	20%					20%	0-24%
Wynik ważony						118%	

Tabela 3: Część zmienna wynagrodzenia- Jolanta Dudek, Wiceprezeska Zarządu ds. rynku Konsumenckiego

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					21%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					11%	0-12%
Wynik ważony						119%	

Tabela 4: Część zmienna wynagrodzenia- Bożena Leśniewska Wiceprezeska Zarządu ds. Rynku Biznesowego

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					21%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					11%	0-12%
Wynik ważony						119%	

Tabela 5: Część zmienna wynagrodzenia- Piotr Tadeusz Jaworski, Członek Zarządu ds. Sieci i Technologii

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					20%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					10%	0-12%
Wynik ważony						119%	

Tabela 6: Część zmienna wynagrodzenia- Maciej Nowohoński, Członek Zarządu ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					20%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					10%	0-12%
Wynik ważony						118%	

Tabela 7.: Część zmienna wynagrodzenia- Jacek Kunicki, Członek Zarządu ds. Finansów

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					21%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					11%	0-12%
Wynik ważony						119%	

Tabela 8.: Część zmienna wynagrodzenia- Jacek Kowalski, Członek Zarządu ds. Human Capital

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					21%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					11%	0-12%
Wynik ważony						119%	

Tabela 9.: Część zmienna wynagrodzenia- Witold Drożdż, Członek Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych

Kryteria	Waga	Próg	Cel	Maximum	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
Cele solidarnościowe:	80%					98%	0-137%
EBITDAaL (w mln zł)	30%	Budżet-54	Budżet	Budżet+168	3 179	48%	0-60%
Organiczne Przepływy Pieniężne (OCF) (w mln zł)	30%	Budżet-200	Budżet	Budżet+200	1 173	32%	0-45%
Emisja CO ₂ (Green) (CO ₂ w tys.ton)	10%	Budżet+191	Budżet	Budżet-13	115,1	18%	0-20%
Wskaźnik NPS (pozycja rynkowa)	10%	Budżet (pozycja) -1	Budżet (pozycja)	Budżet (pozycja) +1	3 miejsce	0%	0-12%
Cele indywidualne: *	20%					20%	0-24%
Ocena pracy	10%					10%	0-12%
Konkretne projekty	10%					10%	0-12%
Wynik ważony						119%	

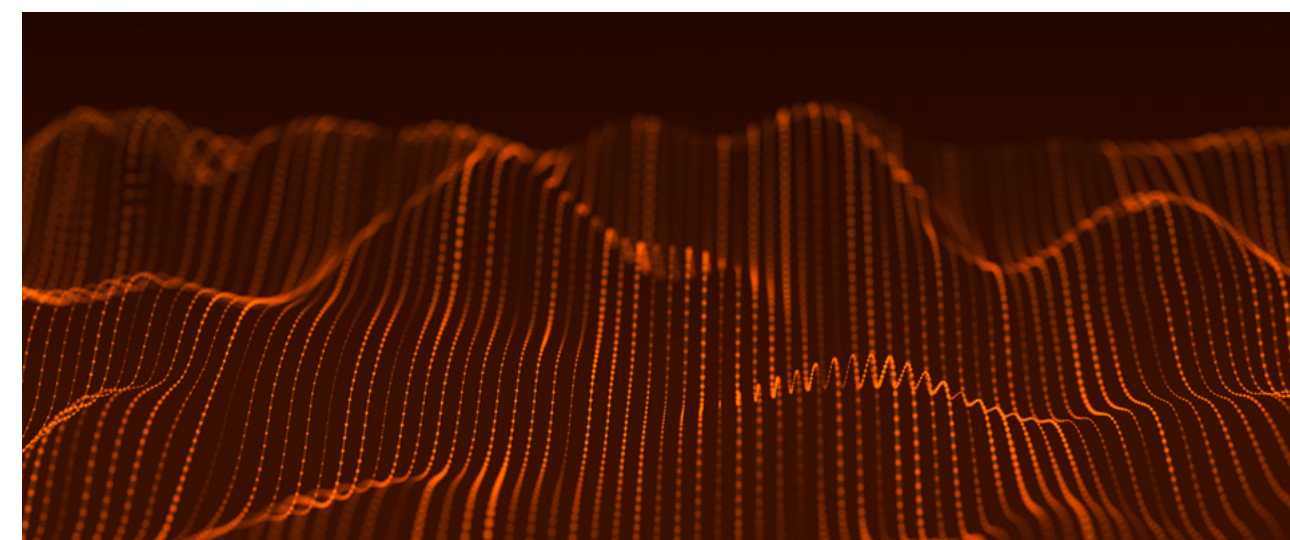
W Tabelach 1-9 „Wynik ważony” w kolumnie „Realizacja celu” może nie sumować się w związku z zaokrągleniami.

W Tabelach 1-9 „Zakres oceny” w ostatniej kolumnie informuje że dany cel może być oceniony w określonym przedziale.

Tabela 10.: Stretch Bonus dla Prezesa Zarządu i Członków Zarządu

Kryteria	Cel	Wynik	Realizacja celu	Zakres oceny
EBITDAaL* (w mln zł)	Budżet+60	3 179	0%	0% lub 100%
EBITDAaL - eCapex* (w mln zł)	Budżet+60	1 624	0%	0% lub 100%

* oba cele muszą być osiągnięte jednocześnie



W 2023 r. Orange Polska S.A. nie korzystała z możliwości żądania zwrotu zmiennych składników wynagrodzenia.

Tabela 11: Wynagrodzenia całkowite Członków Zarządu w 2023 r.

Imię i nazwisko	1. Wynagrodzenie stałe (w tys. zł)						2. Wynagrodzenie zmienne (w tys. zł) **				Wyna- gro-dzenie całkowite za 2023 (w tys.zł)	Proporcja pomiędzy wynagro- dzeniem stałym i zmiennym przyznany za 2023 r. (%)	Wynagro- dzenie za 2022 r. wyplacone w 2023 r. (w tys. zł)
	Wynagro- dzenie zasadnicze	Benefity*	Inne Świa- dzenia na rzecz osób najbliższych	Odszkod- owania i odprawy	Inne płatności (w tym benefit PPE)	Suma wyna- gro-dzenia stałego	Przyznane za I półrocze 2023 r.	Przyznane za II półrocze 2023 r.	Roczne przyznane za 2023 r. (Stretch Bonus)	Suma wynagro- dzenia zmiennego			
Jolanta Dudek	1 260	29	0	0	145	1,434	255	497	0	752	2 186	66%/34%	532
Bożena Leśniewska	1 440	35	0	0	169	1,644	292	568	0	860	2 504	66%/34%	656
Witold Drożdż	1 080	33	0	0	123	1,236	216	424	0	640	1 876	66%/34%	426
Piotr Jaworski	1 080	41	0	0	125	1,246	216	424	0	640	1 886	66%/34%	452
Jacek Kowalski	1 140	29	0	0	133	1,302	228	450	0	678	1 980	66%/34%	505
Jacek Kunicki	1 200	43	0	0	138	1,381	243	473	0	716	2 097	66%/34%	476
Maciej Nowohoński	1 176	33	0	0	138	1,347	235	461	0	696	2 043	66%/34%	527

* Wraz z członkami rodzin, zgodnie z zapisem w ust.3b. W tym również świadczenia w postaci karnetów, z którego skorzystali: Bożena Leśniewska (karnet na Orange Warsaw Festival oraz Open'er) oraz Piotr Jaworski (karnet na Orange Warsaw Festival oraz Open'er). Dodatkowo Bożena Leśniewska oraz Jolanta Dudek korzystały w 2023 r. z karty sportowej finansowanej z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, wartość świadczenia z tego tytułu wyniosła na każdą z Pań po: 492 zł (kwota nie została ujęta w Tab.11).

** Pozycja zawiera część zmienną wynagrodzenia naliczoną w 2023 r. do wypłaty w 2024 r., zatwierdzoną przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A., nie zawiera części zmiennej wynagrodzenia naliczonej w 2022 roku, a wypłaconej w 2023 r.

Tabela 12: Kwoty poniesione przez Orange Polska S.A. z tytułu zwrotu kosztów związanych z oddelegowaniem do pełnienia funkcji Prezesa/Prezeski Zarządu w 2023 r.

Imię i nazwisko	1. Wynagro- dzenie stałe (w tys. zł)	2. Wynagrodzenie zmienne (w tys. zł)*			Wyna- gro-dzenie całkowite (w tys. zł)	Proporcja pomiędzy wynagro- dzeniem stałym i zmiennym (%)	Wyna- gro-dzenie zmienne za 2022 r. wyplacone w 2023 r. (w tys. zł)
		z wyją- czeniem Stretch Bonus rocznego przyznane- go za 2023	Roczne przyznane za 2023 r. (Stretch Bonus)	Suma wynagrodzenia zmiennego			
Liudmila Climoc**	1 299	309	0	309	1 608	81%/19%	0
Julien Ducarroz***	3 684	669	0	669	4 353	85%/15%	1 280

* Pozycja zawiera część zmienną wynagrodzenia naliczoną w 2023 r. do wypłaty w 2023 r., zatwierdzoną przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A., nie zawiera części zmiennej wynagrodzenia naliczonej w 2022 r., a wypłaconej w 2023 r. (z wyjątkiem kwoty powstałej z tytułu różnic kursowych).

** Od daty pełnienia funkcji Członka Zarządu Orange Polska S.A., od 01.09.2023 r.

*** Pełnienie funkcji Członka Zarządu Orange Polska S.A. do 31.08.2023 r.

f. Długoterminowe programy motywacyjne Orange Polska S.A. (LTI)

Program Motywacyjny Orange Polska S.A. dla kluczowej kadry kierowniczej Grupy Orange Polska, oparty na instrumentach pochodnych (LTI)

W dniu 23 lipca 2021 r. Rada Nadzorcza Orange Polska S.A. przyjęła Program motywacyjny dla kluczowej kadry kierowniczej Grupy Orange Polska, oparty na instrumentach pochodnych („akcje fantomowe”), których instrumentem bazowym jest kurs akcji Orange Polska S.A. notowanych na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie. System ten ma na celu aktywizację kluczowej kadry kierowniczej w kierunku rozwoju długoterminowych wyników finansowych Spółki, a także w kierunku budowy wartości dla inwestorów oraz troski o środowisko naturalne. Ten ostatni z wymienionych wymiarów działania koncentruje się na redukcji emisji CO₂ i jako instrument motywacyjny stanowi bezpośrednie wsparcie w realizacji jednego z kluczowych elementów strategii Orange Polska, jakim jest ochrona środowiska.

Program podzielony jest na trzyletnie cykle (serie Programu), z których każdy rozpoczyna się w kolejnych, następujących po sobie latach kalendarzowych. W ramach Programu uruchomione zostały 3 serie: 2021-2023, 2022-2024 oraz 2023-2025.

Zgodnie z przyjętym Regulaminem Programu Prezes i Członkowie Zarządu mogą nabyć w każdej serii Programu po 43 200 akcji fantomowych po cenie 0,50 zł za fantom.

Program jest realizowany w oparciu o następujące zasady:

1. Uprawnienie do wykupu przez Spółkę Akcji Fantomowych przysługuje pod warunkiem zachowania ciągłości zatrudnienia do końca ostatniego roku danej Serii. Jeżeli ustanie zatrudnienia nastąpi przed końcem danej Serii, ale nie wcześniej niż po zakończeniu drugiego roku trwania tej Serii, Rada Nadzorcza może podjąć decyzji o pozostawieniu Uczestnika w Programie.
2. Warunkiem wstępnym wykupu przez Spółkę jakiegokolwiek liczby akcji fantomowych Serii Pierwszej jest utrzymanie średniego kursu akcji Orange Polska w 1 kwartale 2024 r. na poziomie równym lub wyższym niż średni kurs akcji w pierwszym półroczu 2021 r.
3. W kolejnych seriach występują analogiczne warunki. Ceną referencyjną pozostaje średni kurs akcji z pierwszego półroczu 2021, natomiast ceną będącą podstawą rozliczenia jest średni kurs w 1 kwartale 2025 r. (dla Serii Drugiej) i w 1 kwartale 2026 r. (dla Serii Trzeciej).

4. Akcje Fantomowe zostały przypisane do czterech wskaźników sukcesu. Dla każdego z tych wskaźników określony jest cel główny i cel minimalny. Akcje Fantomowe przypisane do określonego wskaźnika sukcesu zostaną wykupione przez Spółkę, pod warunkiem, że Spółka zrealizowała cele biznesowe określone dla tego wskaźnika sukcesu.
5. Osiągnięcie przez Spółkę wyniku na poziomie celu głównego oznacza wykup 100% akcji fantomowych przypisanych do danego wskaźnika sukcesu. Osiągnięcie przez Spółkę wyniku na poziomie niższym niż cel główny we wskaźnikach sukcesu, ale co najmniej równym celowi minimalnemu określone dla danego
- wskaźnika sukcesu, oznacza wykup 50% posiadanych akcji fantomowych przypisanych do danego wskaźnika sukcesu.
6. Jeśli minimalne kryteria danego wskaźnika sukcesu nie zostaną spełnione, akcje fantomowe alokowane do tego wskaźnika sukcesu nie zostaną wykupione, co skutkuje utratą zainwestowanych środków przez Uczestników.
- Poszczególne wskaźniki sukcesu oraz cele biznesowe do zrealizowania w związku z nimi zostały przedstawione w tabelach poniżej.

Tabela 13.: Wskaźniki sukcesu i cele biznesowe LTI dla wszystkich serii Programu

Wskaźnik sukcesu	Waga (% akcji)	Opis
EBITDAaL	30%	Osiągnięcie określonego poziomu EBITDAaL będącego sumą wartości z 3 lat prognozowanych w planie strategicznym Spółki
Organiczne Przepływy Pieniężne	25%	Osiągnięcie określonego poziomu Organicznych Przepływów Pieniężnych będącego sumą wartości z 3 lat prognozowanych w planie strategicznym Spółki
Emisje CO ₂	10%	Osiągnięcie określonego poziomu redukcji emisji CO ₂ prognozowanego w planie strategicznym Spółki
Cena akcji	35%	Osiągnięcie określonego poziomu wzrostu ceny akcji lub osiągnięcie zwrotu wyższego niż zwrot z indeksu WIG20 w tym samym okresie.

Tabela 14: Warunki wykupu dla Serii Pierwszej (2021-2023)

Wskaźnik sukcesu	Waga (% akcji fantomowych)	Warunki dla 100% wykupu (Cel główny)	Warunki dla 50% wykupu (Cel minimalny)
EBITDAaL (mln zł)	30%	2021–2023 skumulowane >=cele Planu Strategicznego	Cel główny - 477
Organiczne przepływy pieniężne (OCF) (mln zł)	25%	2021–2023 skumulowane >=cele Planu Strategicznego	Cel główny - 298
Emisje CO ₂ (kt CO ₂)	10%	Cel emisji CO ₂ na rok 2023	Cel główny na rok 2023 +5.5kt
Cena akcji	35%	Średnia cena akcji w 1kw'24 + określony wzrost >= średnia cena akcji w 1P'21 lub stopa zwrotu w okresie 1kw'24-1P'21 > stopa zwrotu z WIG20 w tym samym okresie	Średnia cena akcji w 1kw'24 + określony wzrost w porównaniu do średniej ceny akcji w 1P'21 lub stopa zwrotu w okresie 1kw'24-1P'21 = stopa zwrotu z WIG20 w tym samym okresie
Suma wag	100%		

Tabela 15: Warunki wykupu dla Serii Drugiej (2022-2024)

Wskaźnik sukcesu	Waga (% akcji fantomowych)	Warunki dla 100% wykupu (Cel główny)	Warunki dla 50% wykupu (Cel minimalny)
EBITDAaL (mln zł)	30%	2022–2024 skumulowane >=cele Planu Strategicznego	Cel główny - 637
Organiczne przepływy pieniężne (OCF) (mln zł)	25%	2022–2024 skumulowane >=cele Planu Strategicznego	Cel główny - 463
Emisje CO ₂ (kt CO ₂)	10%	Cel emisji CO ₂ na rok 2024	Cel główny na rok 2024 + 33.4kt
Cena akcji	35%	Średnia cena akcji w 1kw'25 + określony wzrost > =średnia cena akcji w 1P'21 lub stopa zwrotu w okresie 1kw'25-1P'21 > stopa zwrotu z WIG20 w tym samym okresie	Średnia cena akcji w 1kw'25 + określony wzrost w porównaniu do średniej cena akcji w 1P'21 lub stopa zwrotu w okresie 1kw'25-1P'21 = stopa zwrotu z WIG20 w tym samym okresie
Suma wag	100%		

Tabela 16: Warunki wykupu dla Serii Trzeciej (2023-2025)

Wskaźnik sukcesu	Waga (% akcji fantomowych)	Warunki dla 100% wykupu (Cel główny)	Warunki dla 50% wykupu (Cel minimalny)
EBITDAaL (mln zł)	30%	2023–2025 skumulowane >=cele Planu Strategicznego	Cel główny - 292
Organiczne przepływy pieniężne (OCF) (mln zł)	25%	2023–2025 skumulowane >=cele Planu Strategicznego	Cel główny - 292
Emisje CO ₂ (kt CO ₂)	10%	Cel emisji CO ₂ na rok 2025	Cel główny +46.6kt
Cena akcji	35%	Średnia cena akcji w 1kw'26 + określony wzrost >= średnia cena akcji w 1P'21 lub stopa zwrotu w okresie 1kw'26-1P'21 > stopa zwrotu z WIG20 w tym samym okresie	Średnia cena akcji w 1kw'26 + określony wzrost w porównaniu do średniej cena akcji w 1P'21 lub stopa zwrotu w okresie 1kw'26-1P'21 = stopa zwrotu z WIG20 w tym samym okresie
Suma wag	100%		

Tabela 17: Wartość płatności opartych na akcjach fantomowych w ramach Długoterminowego Planu Motywacyjnego dla wszystkich Serii (LTI 2021-2023, LTI 2022-2024, LTI 2023-2025)

Imię i nazwisko	LTI 2021-2023*		LTI 2022-2024		LTI 2023-2025	
	Liczba nabytych akcji fantomowych	Wartość płatności opartych na akcjach fantomowych zaliczona w koszty Spółki za 12 miesięcy do 31 grudnia 2023 r. (w tysiącach złotych)*	Liczba nabytych akcji fantomowych	Wartość płatności opartych na akcjach fantomowych zaliczona w koszty Spółki za 12 miesięcy do 31 grudnia 2023 r. (w tysiącach złotych)	Liczba nabytych akcji fantomowych	Wartość płatności opartych na akcjach fantomowych zaliczona w koszty Spółki za 12 miesięcy do 31 grudnia 2023 r. (w tysiącach złotych)
Julien Ducarroz	43 200	49**	-	-69***	-	-
Jolanta Dudek	43 200	113	43 200	93	43 200	71
Bożena Leśniewska	43 200	113	43 200	93	43 200	71
Witold Drożdż	43 200	113	43 200	93	43 200	71
Piotr Jaworski	43 200	113	43 200	93	43 200	71
Jacek Kowalski	43 200	113	43 200	93	43 200	71
Jacek Kunicki	43 200	113	43 200	93	43 200	71
Maciej Nowohoński	43 200	113	43 200	93	43 200	71

* liczba akcji × wycena opcji na akcję na dzień 31.12.2023 r.

** Koszty do dnia pełnienia funkcji Członka Zarządu Orange Polska S.A.

*** Julienowi Ducarroz akcje fantomowe zostały umorzone i Spółka zwróciła wpłacone środki za akcje fantomowe w kwocie: 21 600 zł - nie zostały spełnione warunki regulaminu odnośnie wymaganego okresu trwania stosunku służbowego.

Wykup LTI 2021-2023 nastąpi w kwietniu 2024 r.

Komentarz: Julien Ducarroz nie przystąpił do serii LTI 2023-2025.

W okresie przyznawania akcji Liudmila Climoc nie była Prezeską Zarządu Orange Polska.

g. Długoterminowy Plan Motywacyjny (LTIP) – Grupa Orange

Długoterminowy Plan Motywacyjny Grupy Orange (Long Term Incentive Plan) jest planem o edycjach trzyletnich. Obejmuje kluczowe osoby zatrudnione w Grupie Orange i jest zintegrowany z planem strategicznym Grupy Orange.

Członkom Zarządu przyznawane jest prawo do otrzymania zdefiniowanej liczby bezpłatnych akcji Orange SA po spełnieniu warunku ciągłości zatrudnienia w Grupie Orange, obejmującej cały czas trwania Planu oraz kryteriów opartych na wynikach.

Celem Planu jest docenienie zaangażowania kluczowych menedżerów Grupy, udział w wartości tworzonej w oparciu o plan strategiczny Grupy Orange, osiągnięcie równowagi pomiędzy wynagrodzeniem krótkoterminowym

i długoterminowym oraz oparcie się na dobrze znanych, monitorowanych wskaźnikach efektywności.

Pierwsza edycja Planu funkcjonowała w latach 2017-2019. W lipcu 2018 r. udostępniona została druga edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2018–2020, która zakończyła się przekazaniem w kwietniu 2021 r. przez Orange SA akcji uprawnionym z prawem do dysponowania.

W lipcu 2019 r. udostępniona została trzecia edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2019–2021, która zakończyła się przekazaniem w kwietniu 2022 r. przez Orange SA akcji uprawnionym z prawem do dysponowania.

W lipcu 2020 r. udostępniona została czwarta edycja

Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2020–2022.

W kwietniu 2023 roku została rozliczona czwarta edycja trzyletniego Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange, która była udostępniona na lata 2020 - 2022.

W ramach LTIP Orange SA przyznało uczestnikom akcje z prawem do dysponowania, w tym do zbycia akcji (Tabela 19).

W lipcu 2021 r. udostępniona została piąta edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2021–2023.

W lipcu 2022 r. udostępniona została szósta edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2022–2024.

W lipcu 2023 r. udostępniona została siódma edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2023–2025.

Warunki realizacji prawa do otrzymania określonej liczby bezpłatnych akcji Orange SA zostały wskazane w tabeli poniżej.

W odniesieniu do Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2020-2022; 2021-2023, 2022-2024 oraz 2023-2025 akcje wynikające z realizacji celu Organic

Cash Flow mogą być przyznane w przypadku realizacji celu na poziomie wyższym lub równym 95% wartości docelowej.

W odniesieniu do pozostałych celów, akcje są przyznawane tylko w sytuacji ich realizacji na poziomie 100%.



Tabela 18: Szczegółowe parametry dotyczące Długoterminowego Planu Motywacyjnego

Nazwa Planu	LTIP 2021-2023	LTIP 2022-2024	LTIP 2023-2025
Okres oceny wyników	Lata 2021-2023	Lata 2022-2024	Lata 2023-2025
Data przyznania	28.07.2021	27.07.2022	25.07.2023
Data zakończenia edycji	31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
Warunek przyznania	zatrudnienie w okresie 2021-2023	zatrudnienie w okresie 2022-2024	zatrudnienie w okresie 01.01.2023-31.03.2026
a) Wskaźnik finansowy b) waga wskaźnika	a) Organic Cash-Flow* b) 50%	a) Organic Cash-Flow* b) 50%	a) Organic Cash-Flow* b) 40%
a) Wskaźnik finansowy b) waga wskaźnika	a) Total Shareholder Return** b) 30%	a) Total Shareholder Return** b) 30%	a) Total Shareholder Return** b) 30%
a) Wskaźnik finansowy b) waga wskaźnika	a) CSR*** b) 20%	a) CSR*** b) 20%	a) CSR*** b) 30%

* Wskaźnik Organic Cash Flow Grupy Orange będzie oceniany w całym okresie danej serii Planu w odniesieniu do celów planu strategicznego.

** Wzrost wskaźnika Total Shareholder Return musi być wyższy niż TSR dla indeksu Stoxx Europe 600 Telecoms pomiędzy 4 ostatnimi miesiącami roku poprzedzającego pierwszy rok oceny wyników i 4 ostatnimi miesiącami ostatniego roku oceny wyników.

*** 10% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego redukcji emisji CO₂ na koniec okresu oceny, 10% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego wskaźnika udziału kobiet na stanowiskach kierowniczych na koniec okresu oceny.**** 20% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego redukcji emisji CO₂ na koniec okresu oceny, 10% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego wskaźnika udziału kobiet na stanowiskach kierowniczych na koniec okresu oceny.

Tabela 19: Liczba akcji do uzyskania oraz z prawem do dysponowania przez Członków Zarządu w ramach Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange SA

Imię i nazwisko	Liczba akcji do uzyskania (w szt.)				Liczba akcji przyznanych z prawem do dysponowania – LTIP 2020-2022, rozliczona w 2023 (w szt.)
	LTIP 2020-2022	LTIP 2021-2023	LTIP 2022-2024	LTIP 2023-2025	
Liudmila Climoc	-	2 000	2 000	3 000	-
Julien Ducarroz	2 000	2 000	2 000	3 500	1 181
Jolanta Dudek	2 000	2 000	2 000	2 000	1 181
Bożena Leśniewska	2 000	2 000	2 000	2 500	1 181
Witold Drożdż	2 000	2 000	2 000	1 500	1 181
Piotr Jaworski	2 000	2 000	2 000	1 500	1 181
Jacek Kowalski	2 000	2 000	2 000	1 500	1 181
Jacek Kunicki	1 000	2 000	2 000	3 000	591
Maciej Nowohoński	2 000	2 000	2 000	2 000	1 181

Tabela 20: Wartość płatności opartych na akcjach w ramach Długoterminowego Planu Motywacyjnego – wykazany w kosztach w sprawozdaniu finansowym Orange Polska S.A. (w tysiącach złotych)

Full name	LTIP 2020-2022	LTIP 2021-2023	LTIP 2022-2024
	Za 12 miesięcy do 31 grudnia 2023	Za 12 miesięcy do 31 grudnia 2023	Za 12 miesięcy do 31 grudnia 2023
Liudmila Climoc*	8	10	16
Julien Ducarroz**	16	20	5
Jolanta Dudek	24	30	13
Bożena Leśniewska	24	30	16
Witold Drożdż	24	30	10
Piotr Jaworski	24	30	10
Jacek Kowalski	24	30	10
Jacek Kunicki	24	30	20
Maciej Nowohoński	24	30	13

* Koszty pokazane od dnia powołania na funkcję Prezeski Zarządu Orange Polska S.A.

** Koszty zaprezentowane do dnia pełnienia funkcji Prezesa Zarządu Orange Polska S.A.

4. Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej

Wysokość wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej jest ustalana przez Walne Zgromadzenie Orange Polska S.A. W 2023 r. Członkom Rady Nadzorczej przysługiwało wynagrodzenie określone w uchwale 33 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z 2015 r. (do 28 czerwca 2023 r.) oraz w uchwale 40 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia

z 2023 r. (od 29 czerwca 2023 r.).

Członkom Rady Nadzorczej przysługuje stałe miesięczne wynagrodzenie bez względu na liczbę odbytych w danym miesiącu posiedzeń, którego wysokość uzależniona jest od funkcji pełnionej w Radzie Nadzorczej. Jeżeli dana osoba jest w danym okresie Członkiem lub Przewodniczącym kilku komitetów Rady Nadzorczej, nie przysługuje jej suma

wynagrodzeń przewidzianych dla tych pozycji, lecz najwyższe wynagrodzenie, do którego jest uprawniona.

W ramach Rady Nadzorczej funkcjonują trzy stałe komitety: Komitet Audytowy, Komitet ds. Wynagrodzeń oraz Komitet ds. Strategii. Ponadto, Rada Nadzorcza może powoływać inne Komitety i określać ich zadania według swojego uznania. W roku 2023 Rada Nadzorcza nie powołała żadnych dodatkowych komitetów.

Członkowie Rady Nadzorczej będący pracownikami Orange SA lub jednostek zależnych od Orange SA nie pobierają wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji Członka Rady

Nadzorczej Orange Polska S.A. ani jej komitetów.

Wszystkim Członkom Rady Nadzorczej przysługuje zwrot kosztów związanych z udziałem w pracach Rady. Członkowie Rady Nadzorczej, w związku z wykonywaniem obowiązków Członka Rady, są objęci ubezpieczeniem odpowiedzialności cywilnej władz spółki.

W 2023 r. Członkom Rady Nadzorczej były przyznawane dodatkowe świadczenia w postaci zaproszeń na wydarzenia o charakterze kulturalnym.

Tabela 21: Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej za 2023 r.

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie całkowite z tytułu pełnienia funkcji (w tys. zł)	W tym: Wynagrodzenie z tytułu zasiadania w komitecie (w tys. zł)	Uwagi
Maciej Witucki	452	-	4)
Ramon Fernandez	-	-	1)
Marie-Noëlle Jégo-Laveissière	-	-	1)
Laurent Martinez	-	-	1) 3)
Marc Ricau	-	-	1)
Philippe Béguin	-	-	1)
Bénédicte David	-	-	1)
Bartosz Dobrzyński	233	83	4) 5)
Clarisse Heriard Dubreuil	-	-	1)
John Russell Houlden	413	275	
Patrice Lambert-de Diesbach	-	-	1) 2)
Monika Nachyla	234	83	4) 5)
dr Maria Pasło-Wiśniewska	330	193	
Wioletta Rosołowska	220	83	
Jean-Michel Thibaud	-	-	1)
Jean-Marc Vignolles	-	-	3)
Suma	1 882	717	

1) Osoba zatrudniona przez Orange SA niepobierająca wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji w OPL.

2) Osoba niebędąca Członkiem Rady Nadzorczej Spółki na dzień 31 grudnia 2023 r.

3) Osoba niepobierająca wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji.

4) W wynagrodzeniu całkowitym uwzględniono zwrot składek ZUS z tytułu przekroczenia rocznej podstawy wymiaru składek emerytalno- rentowych na podstawie decyzji ZUS.

5) W wynagrodzeniu całkowitym uwzględniono dodatkowe świadczenia z tytułu otrzymania karnetów na Orange Warsaw Festival (OWF) i Open'er (Bartosz Dobrzyński na Open'er i Monika Nachyla na OWF i Open'er).

5. Odstępstwa od stosowania Polityk Wynagradzania i procesu ich implementacji

W roku 2023 Orange Polska S.A. realizowała wypłaty wynagrodzenia zgodnie z przyjętymi Politykami Wynagradzania i nie doszło w tym zakresie do zastosowania odstępstw od zasad w nich określonych.

6. Zmiany wysokości wynagrodzeń oraz podstawowych wyników na przestrzeni lat 2019-2023

Tabela poniżej wskazuje zmianę procentową w wysokości kluczowych wskaźników w odniesieniu do ich wartości w poprzednim roku.

Tabela 22: Dynamika zmian skonsolidowanych wyników Orange Polska w ostatnich 5 latach

Dynamika zmian skonsolidowanych wyników Orange Polska (%/mln zł)

Grupa Kapitałowa Orange Polska raportuje jeden segment operacyjny w sprawozdaniach finansowych sporządzanych wg MSSF, ponieważ decyzje o alokacji zasobów oraz ocena wyników oparte są o dane skonsolidowane.

Roczne wyniki	2019	2020	2021	2022	2023
EBITDAaL	3 006	2 797	2 963	3 078	3 179
Dynamika zmian EBITDAaL	7%	2,9%**	5,9%**	3,9%**	3,3%
Przychody	11 406	11 508	11 928	12 488	12 970
Dynamika zmian przychodów*	2,9%	0,9%	3,6%	4,7%	3,9%
Organiczne przepływy pieniężne	737	642	867	822	1,173
Dynamika zmian organicznych przepływów pieniężnych	+79%	-13%	+35%	-5,2%	+43%
NPS (Net promoter score – miejsce na polskim rynku operatorów telekomunikacyjnych)	2	1	2	2	3

* Dynamika zmian mierników wyników została obliczona w odniesieniu do porównywalnej podstawy. W razie potrzeby, wyniki za poprzedni rok zostały przekształcone w celu odzwierciedlenia zmian zasad rachunkowości, zmian w zakresie konsolidacji oraz zachowania zgodności z nowymi definicjami mierników wyników.

** Od 2020 r. zyski ze sprzedaży aktywów są wyłączone ze wskaźnika EBITDAaL. Dynamika zmian wskaźnika EBITDAaL w 2020 r. została obliczona w odniesieniu do porównywalnej podstawy w celu zachowania zgodności z nową definicją

W tabeli 23 zaprezentowano zestawienie wysokości wynagrodzeń całkowitych Członków Zarządu oraz wysokości wynagrodzeń pracowników innych niż Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej za 2023 r.

W tabeli uwzględniono wynagrodzenia osób sprawujących funkcję Członka Zarządu w 2023 r.



Tabela 23: Zmiany wysokości wynagrodzeń w Orange Polska S.A. w ostatnich 5 latach

Wynagrodzenia Zarządu w tys. zł brutto^{1,3}

Imię i nazwisko	2019	2020	2021	2022	2023
Liudmila Climoc ²	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1 608
Julien Ducarroz ²	n.d.	1 339	5 382	5 670	4 353
Jolanta Dudek	1 528	1 624	1 903	2 220	2 186
Bożena Leśniewska	2 233	2 248	2 568	2 697	2 504
Witold Drożdż ³	1 453	1 487	1 700	1 797	1 876
Piotr Jaworski ³	1 498	1 504	1 757	1 905	1 886
Jacek Kowalski	1 767	1 935	2 166	2 113	1 980
Jacek Kunicki ³	n.d.	614	1 813	2 018	2 097
Maciej Nowochoński	1 821	1 972	2 203	2 188	2 043
Jean-François Fallacher ^{1,3}	4 382	3 359	n.d.	n.d.	n.d.
Mariusz Gaca ^{1,3}	2 529	2 369	n.d.	n.d.	n.d.
Suma*	17 211	18 451	19 492	20 608	20 533

Wynagrodzenia pracowników (z wyłączeniem Zarządu i Rady Nadzorczej)^{1,4}

	2019	2020	2021	2022	2023
Średnie wynagrodzenie całkowite brutto w tys. zł	115	122	129	134	142
Kwota wypłaconego wynagrodzenia całkowitego pracowników w tys. zł brutto w kolejnych latach	1 338 585	1 275 836	1 236 923	1 187 072	1 217 931
Relacja wynagrodzeń Zarządu do wynagrodzeń pracowników (%)	1,29%	1,45%	1,74%(5)	1,74%	1,69%
Liczba zatrudnionych ⁶	11 687	10 489	9 622	8 863	8 571

n.d. - nie dotyczy

- Wynagrodzenia pracowników bez uwzględnienia wypłaconych odszkodowań i odpraw w związku z ustaniem zatrudnienia (w tym odszkodowania z tytułu zakazu konkurencji po ustaniu stosunku pracy).
- Kwota poniesiona przez Orange Polska S.A. z tytułu zwrotu kosztów związanych z oddelegowaniem do pełnienia funkcji Prezesa/Prezeski Zarządu.
- Całkowite wynagrodzenia i świadczenia na rzecz Członków Zarządu (w tym Pracowniczy Program Emerytalny) bez świadczeń z funduszu socjalnego należne od dnia powołania na Członka Zarządu do dnia sprawowania funkcji Członka Zarządu.
- Całkowite wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (w tym Pracowniczy Program Emerytalny) bez świadczeń z funduszu socjalnego.
- W 2021 r. do wyliczenia % relacji, przyjęto wynagrodzenia Członków Zarządu powiększone o wypłaty z tytułu zakończenia Programu Motywacyjnego w formie akcji fantomowych.
- Średnie roczne zatrudnienie wg metodologii GUS (bez Zarządu) w etatach.

W niniejszym Sprawozdaniu zaprezentowano informacje dotyczące wynagradzania Członków Zarządu i Rady Nadzorczej, pominięto natomiast informacje dotyczące wynagradzania pracowników Orange Polska nie będących Członkami Zarządu i Rady Nadzorczej, za wyjątkiem danych wskazanych w Tabeli 23.

Sprawozdanie o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2022 zostało sporządzone i przyjęte przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A. w dniu 21 kwietnia 2023 r., zgodnie z wymogami określonymi w Ustawie z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Orange Polska S.A. wyraziło pozytywną opinię o Sprawozdaniu o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2022 (Uchwała nr 39 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Orange Polska S.A. z 29 czerwca 2023 r.).

7. Zasady przyznawania części zmiennej wynagrodzenia (krótkoterminowy program motywacyjny - STI) w roku 2024

Cele i ich wagi (przedstawione w punkcie 3. e), które będą stanowiły podstawę do przyznania części zmiennej wynagrodzenia dla wszystkich Członków Zarządu nie ulegają zmianie w roku 2024 w stosunku do roku 2023.

Jednak, w odróżnieniu od lat poprzednich, kiedy część zmienna wynagrodzenia była ustalana w półrocznych okresach rozliczeniowych, od 2024 roku będzie ona ustalana w rocznych okresach rozliczeniowych. W połowie roku wypłacona zostanie zaliczka w wysokości 40% premii rocznej wyliczonej przy założeniu wykonania celów na 100%. Zaliczka ta podlega zwrotowi w sytuacji niezrealizowania celu za cały rok w stopniu wystarczającym na uzyskanie zmiennego wynagrodzenia co najmniej w kwocie wypłaconej zaliczki. Ponadto, w niektórych przypadkach istotnych błędów w obliczeniu części zmiennej wynagrodzenia, w tym wynikających z błędnych danych źródłowych, wypłacona część zmienna wynagrodzenia może podlegać zwrotowi w okresie trzech lat od wypłaty. Odpowiednie zapisy zostały wprowadzone do umów z Członkami Zarządu w drugiej połowie 2023 r.

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2023 roku

1. **Liudmila Climoc** Prezes Zarządu
2. **Jolanta Dudek** Wiceprezes Zarządu
3. **Bożena Leśniewska** Wiceprezes Zarządu
4. **Witold Drożdż** Członek Zarządu
5. **Piotr Jaworski** Członek Zarządu
6. **Jacek Kowalski** Członek Zarządu
7. **Jacek Kunicki** Członek Zarządu
8. **Maciej Nowohoński** Członek Zarządu

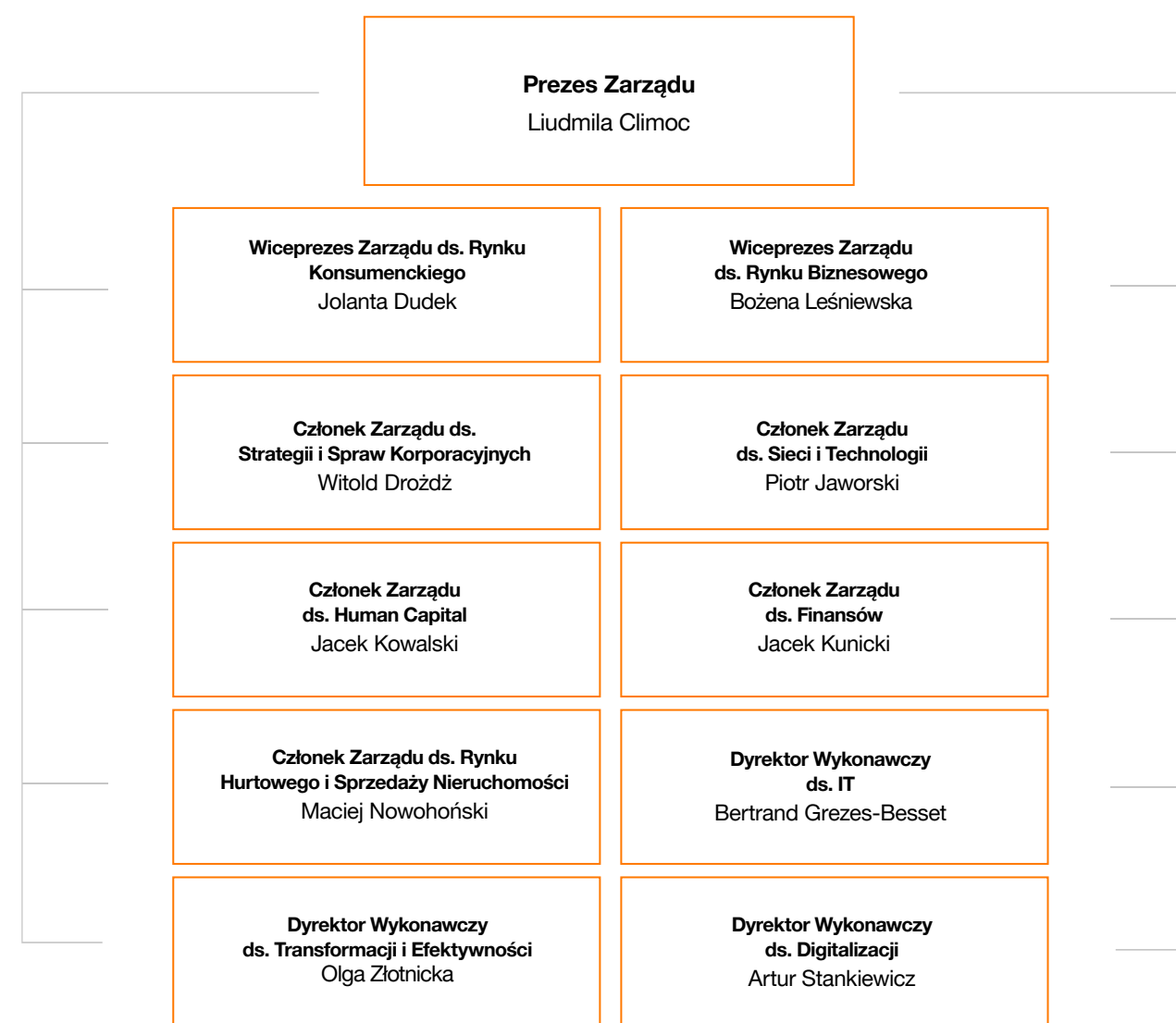
Kadencja Członków Zarządu

Kadencja Członków Zarządu trwa trzy lata. Prezes oraz inni Członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą. Rada Nadzorcza podejmuje uchwały w przedmiocie powołania i odwołania Prezesa oraz innych Członków Zarządu zwykłą większością głosów oddanych. Mandaty Członków Zarządu wygasają najpóźniej z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy pełnienia funkcji Członka Zarządu.

Członkowie Zarządu mogą być w każdej chwili odwołani lub z ważnych przyczyn zawieszeni przez Radę Nadzorczą przed upływem kadencji.

Zmiany w składzie Zarządu oraz na stanowiskach Dyrektorów Wykonawczych

W dniu 23 maja 2023 roku Rada Nadzorcza Orange Polska powołała Ludmilę Climoc na stanowisko Prezesa Zarządu Orange Polska ze skutkiem od 1 września 2023 roku. Z dniem 1 września 2023 roku Ludmila Climoc zastąpiła Julię Ducarroz na stanowisku CEO. Julien Ducarroz został dyrektorem generalnym Orange Rumunia.



Różnorodność w Zarządzie

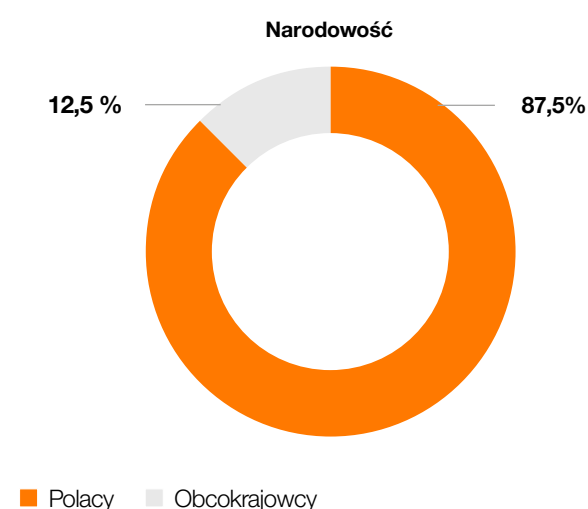
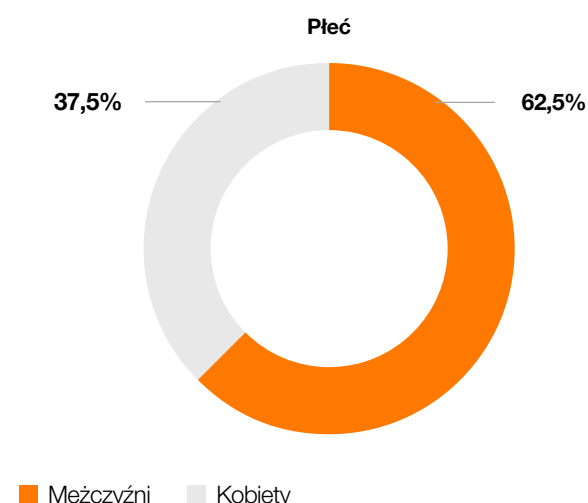
Orange Polska stosuje politykę powoływania do organów Spółki osób o odpowiednich kompetencjach, doświadczeniu zawodowym i wykształceniu.

W 2021 roku Rada Nadzorcza przyjęła Politykę zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Zarządu.

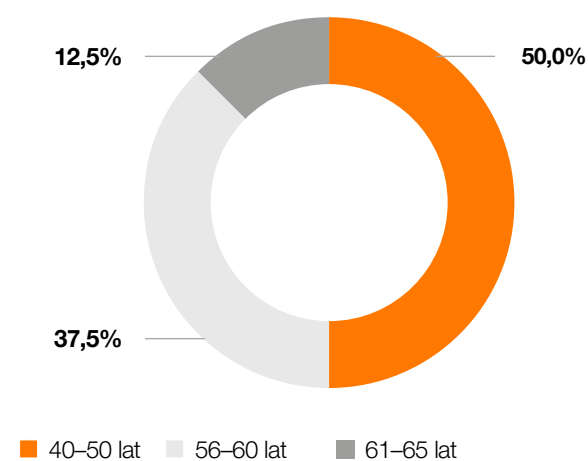
W procesie doboru Członków Zarządu Orange Polska Rada Nadzorcza:

- kieruje się jawnością zasad i kryteriów wyboru kandydatów,
- podejmuje decyzje o wyborze Członków Zarządu w oparciu o odpowiedni poziom wiedzy, umiejętności, wykształcenia, kompetencji i doświadczeń zawodowych kandydatów,
- dba, aby wśród Członków Zarządu znalazły się osoby różnorodne pod względem płci, wieku, wiedzy specjalistycznej, wykształcenia i doświadczeń zawodowych,
- w zakresie zróżnicowania pod względem płci, dąży do zapewnienia udziału kobiet na poziomie nie niższym niż 30%.

Wykres: Różnorodność w Zarządzie*



Wykres: Profil wiekowy członków Zarządu*



Sylwetki Członków Zarządu



Liudmila Climoc

Zakres obowiązków:

Prezes Zarządu

Powołanie w skład Zarządu:

wrzesień 2023

Kwalifikacje:

Ukończyła studia inżynierskie na Politechnice Mołdawskiej, a następnie, w latach 2011-2013, studia MBA, prowadzone wspólnie przez Uniwersytet w Newport i mołdawską grupę ProEra.

Doświadczenie zawodowe:

Ma 25-letnie doświadczenie w branży telekomunikacyjnej. W 2008 roku została powołana na stanowisko Prezesa Zarządu Orange Moldova, a w 2016 roku – Prezesa Zarządu Orange Romania. W czasie jej kadencji, Orange Romania przeszedł kompleksową transformację od spółki świadczącej wyłącznie usługi komórkowe do w pełni zintegrowanego operatora telekomunikacyjnego. Proces ten rozpoczął się w 2016 roku wraz z wprowadzeniem pierwszych ofert konwergentnych dla klientów indywidualnych, a następnie był kontynuowany poprzez zwiększanie zasięgu usług światłowodowych w całym kraju. W ramach przyspieszenia tej strategii, w 2021 roku nastąpiło połączenie z krajowym operatorem Telekom Romania Communication, przy czym po integracji obie spółki funkcjonują pod wspólną marką Orange. Liudmila Climoc dołączyła do Grupy w 1998 roku, rozpoczynając pracę w spółce Voxel (obecnie Orange Moldova). Zajmowała w niej szereg stanowisk kierowniczych, a w 2008 roku awansowała z funkcji Członka Zarządu ds. Sprzedaży na stanowisko Prezesa Zarządu. Od 26 października 2023 r. pełni także funkcję Przewodniczącej Rady Fundacji Orange.



Jolanta Dudek

Zakres obowiązków:

Wiceprezes Zarządu ds. Rynku Konsumenckiego

Powołanie w skład Zarządu:

październik 2015

Kwalifikacje:

Absolwentka Uniwersytetu Śląskiego, Ecole des Hautes Etudes Commerciales (HEC), Szkoły Głównej Handlowej oraz Akademii Psychologii Przywództwa i Szkoły Mentorów przy Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Posiada doświadczenie jako Audytor Wiodący Systemu Zarządzania Jakością ISO 2002 oraz Koordynator Customer Operations Performance Center (COPC®).

Doświadczenie zawodowe:

Kariere w branży telekomunikacyjnej rozpoczęła w 2000 roku w PTK Centertel, zajmując stanowiska menedżerskie związane z zarządzaniem obsługą klientów indywidualnych oraz biorąc udział w rozwoju sieci obsługi dla sieci komórkowej Idea. W latach 2004-2013 pełniła funkcję Dyrektora Obsługi Klientów Biznesowych sieci komórkowej Orange. W październiku 2010 roku objęła stanowisko Dyrektora Obsługi Klientów Biznesowych w Orange Customer Service. Od 2013 roku pełniła funkcję Prezesa Zarządu Orange Customer Service (do roku 2016) oraz Dyrektora Wykonawczego ds. Obsługi Klientów w Orange Polska (do roku 2015). W latach 2015-2021 pełniła funkcję Członka Zarządu Orange Polska odpowiedzialnego za obszar Doświadczeń Klientów. Od 1 lipca 2021 roku, jako Wiceprezes Zarządu, kieruje pionem obejmującym struktury rynku konsumenckiego oraz relacje z klientem indywidualnym.



Bożena Leśniewska

Zakres obowiązków:

Wiceprezes Zarządu ds. Rynku Biznesowego

Powołanie w skład Zarządu:

październik 2015

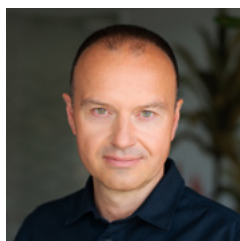
Kwalifikacje:

Absolwentka Advanced Management Programme na INSEAD, Akademii Mentoringu, Akademii Psychologii Przywództwa w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej i Uniwersytetu Jagiellońskiego. Aktywna mentorka oraz współautorka pierwszych w Europie studiów przywództwa kobiet na Akademii Leona Koźmińskiego.

Doświadczenie zawodowe:

Kariere zawodową rozpoczęła w 1992 roku w DHL International Ltd. Od ponad 20 lat związana z sektorem telekomunikacyjnym. Od 1996 roku odpowiadała za rynek sprzedaży w firmie Polkomtel S.A., początkowo jako Dyrektor Sprzedaży, następnie Dyrektor Regionu, Dyrektor Departamentu Klientów Indywidualnych i Zastępca Dyrektora Departamentu Klientów Biznesowych. W 2006 roku dołączyła do zespołu Orange Polska w PTK Centertel jako Zastępca Dyrektora Pionu Sprzedaży Rynku Biznesowego, a następnie Dyrektorem Pionu Sprzedaży do Klientów Biznesowych. Od 2008 roku była Dyrektorem Pionu Klientów Biznesowych, a potem Dyrektorem Sprzedaży jednocześnie w PTK Centertel i Orange Polska. W listopadzie 2013 roku objęła stanowisko Dyrektora Wykonawczego ds. Sprzedaży Orange Polska, a dwa lata później została Członkiem Zarządu ds. Sprzedaży i Komercyjnej Digitalizacji. Od stycznia 2017 roku, jako Wiceprezes Zarządu Orange Polska, odpowiada za rynek biznesowy oraz spółki Integrated Solutions (2017), BlueSoft (2019) i Craftware (2020). Od 2021 Członkini Rady Fundacji Orange. Od marca 2024 Członkini Rady Nadzorczej Integrated Solutions i Rady Nadzorczej BlueSoft.

* na koniec grudnia 2023 r.



Witold Drożdż

Zakres obowiązków:

Członek Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych

Powołanie w skład Zarządu

listopad 2018

Kwalifikacje:

Ukończył prawo i stosunki międzynarodowe na Uniwersytecie Warszawskim oraz studia Stanford Executive Program na Uniwersytecie Stanforda.

Doświadczenie zawodowe:

Pracuje w Orange Polska od 2012 roku, początkowo jako Dyrektor Wykonawczy ds. Korporacyjnych. W latach 2010-2012, Wiceprezes Zarządu, a następnie p.o. Prezesa Zarządu PGE Energia Jądrowa S.A. W latach 2007-2010 był Wiceministrem Spraw Wewnętrznych i Administracji, odpowiedzialnym za rozwój społeczeństwa informacyjnego i rejestry publiczne, a także przewodniczącym rządowego Zespołu „Polska Cyfrowa” oraz członkiem rządowego Zespołu ds. Bezpieczeństwa Energetycznego i międzyresortowego Zespołu ds. Telewizji i Radiofonii Cyfrowej. Zasiada w Radzie Fundacji Orange.



Piotr Jaworski

Zakres obowiązków:

Członek Zarządu ds. Sieci i Technologii

Powołanie w skład Zarządu

listopad 2018

Kwalifikacje:

Absolwent Wydziału Elektroniki Politechniki Warszawskiej oraz podyplomowych studiów MBA na Uniwersytecie Gdańskim i Uniwersytecie Strathclyde w Glasgow.

Doświadczenie zawodowe:

d 1991 roku związany z Orange Polska (dawniej Telekomunikacja Polska), gdzie pełnił m.in. funkcję Zastępcy Dyrektora ds. Techniki Zespołu Technicznego w Białymstoku, a później w centrali TP, Dyrektora Departamentu Kontaktów z Klientami Biznesowymi oraz Regionalnego Dyrektora Wykonawczego (Region Południe i Centrum). W latach 2007-2013 zajmował stanowisko Dyrektora Technicznej Obsługi Klienta, a następnie, do 2016 roku, Dyrektora Dostarczania i Serwisu Usług, odpowiadając za procesy technicznego dostarczania i utrzymania usług dla klientów Orange Polska i operatorów alternatywnych, realizację inwestycji sieciowych (w tym projektu VHBB-FTTH) oraz utrzymanie sieci aktywnej. Od 2016 roku Dyrektor Wykonawczy ds. Sieci i Technologii. Lider wielu projektów z zakresu budowania i poprawy doświadczeń klientów. Od lat zaangażowany w działalność charytatywną. Członek Komitetu Operacyjnego Ekspertów Sieci Orange. W latach 2007-2020 Członek Komisji ds. Etyki Orange Polska. Członek Rady Nadzorczej NetWorks oraz Członek Rady Nadzorczej Światłowod Inwestycje. W latach 2008-2022 Przewodniczący Rady Nadzorczej TP Teltech.



Jacek Kowalski

Zakres obowiązków:

Członek Zarządu ds. Human Capital

Powołanie w skład Zarządu

styczeń 2011

Kwalifikacje:

Ukończył Wydział Historii Uniwersytetu Warszawskiego oraz Studia Podyplomowe Kierowania Instytucjami Samorządowymi i Organizacjami Pozarządowymi również na Uniwersytecie Warszawskim. W latach 1995-1996 ukończył program TERM w Sheffield International College, uzyskując certyfikat Trainer of Trainers.

Doświadczenie zawodowe:

Wcześniej, od 2009 roku Dyrektor Wykonawczy Telekomunikacji Polskiej (obecnie Orange Polska) ds. Zasobów Ludzkich oraz Dyrektor Pionu Zarządzania Kompetencjami i Rozwojem Pracowników. Swoją karierę w Grupie rozpoczął jako menedżer ds. szkoleń i HRBP dla sprzedaży w PTK Centertel. Przed związaniem się z Orange, był dyrektorem i Członkiem Zarządu w Infor Training (Grupa Wydawnicza INFOR), odpowiadając za rozwój, szkolenia i organizację w odniesieniu do rynku biznesowego. Zdobył także doświadczenie w sektorze edukacyjnym jako nauczyciel w szkole prywatnej, kierownik projektu, certyfikowany trener, projektant szkoleń i materiałów edukacyjnych oraz wydawca. Pracował także jako Dyrektor Centralnego Ośrodka Doskonalenia Nauczycieli, odpowiadając m.in. za wdrażanie programów związanych z reformą edukacji i przystąpieniem Polski do UE. Pełni funkcję Przewodniczącego Rady Nadzorczej PTE Orange Polska oraz członka Rady Programowej Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Kadrami. Członek Rady Nadzorczej Fundacji Orange. Jest członkiem nieformalnej grupy pasjonatów Human Explorers, wymieniającej się dobrymi praktykami w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, a także uczestnikiem inicjatywy Liderzy Pro Bono.



Jacek Kunicki

Zakres obowiązków:

Członek Zarządu ds. Finansów

Powołanie w skład Zarządu

lipiec 2020

Kwalifikacje:

Jest absolwentem Wyższej Szkoły Zarządzania w Warszawie. Posiada tytuł MBA z Oxford Brookes University.

Doświadczenie zawodowe:

Jacek Kunicki jest związany z Orange Polska od 2003 roku. W tym czasie pełnił różne funkcje kierownicze o rosnącym zakresie odpowiedzialności w obszarze finansów, w tym Dyrektora Relacji Inwestorskich w latach 2010-2014 oraz Dyrektora Kontrolingu Grupy Orange Polska w latach 2014-2020, gdzie odegrał kluczową rolę w skutecznym odwróceniu trendów w ramach strategii .One oraz przestawieniu firmy na strategię komercyjną ukierunkowaną na wartość. Od 31 marca 2020 roku odpowiada za Finanse w Orange Polska. Zasiada w Radach Nadzorczych spółek NetWorks, Światłowod Inwestycje, Bluesoft oraz Integrated Solutions, wchodzących w skład Grupy Orange Polska. Jest również Członkiem Rady Nadzorczej Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych. W latach 2020-2022 Członek Rady Nadzorczej TP Teltech. Przed dołączeniem do zespołu Orange, pracował w dziale finansów operatora telekomunikacyjnego Energis Polska.



Maciej Nowohoński

Zakres obowiązków:

Członek Zarządu ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości

Powołanie w skład Zarządu

marzec 2014

Kwalifikacje:

Jest absolwentem kierunku Handel Zagraniczny Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz szkoły biznesu Hogeschool van Arnhem en Nijmegen w Holandii.

Doświadczenie zawodowe:

Z Orange Polska jest związany od 2003 roku. Pełnił różne role o rosnącym zakresie odpowiedzialności, w tym m.in. funkcję Członka Zarządu ds. Finansów Grupy Orange Polska w latach 2014-2020. W latach 2020-2021 odpowiadał za utworzenie i uruchomienie hurtowego operatora Światłowod Inwestycje. Wcześniej, w latach 2010-2011, zajmował także stanowisko Członka Zarządu w spółce Emitel, natomiast w latach 2011-2013 był Członkiem Zarządu ds. Finansów w spółce PTK Centertel. Od stycznia 2020 roku odpowiada w Zarządzie Orange Polska za rynek klientów operatorów i sprzedaż nieruchomości. Jest Członkiem Rady Nadzorczej Światłowod Inwestycje. Przed dołączeniem do zespołu Orange pracował między innymi w Arthur Andersen i Andersen Business Consulting.

Sylwetki Dyrektorów Wykonawczych



Bertrand Grezes-Besset

Zakres obowiązków:

Od lutego 2021 roku na stanowisku Dyrektora Wykonawczego ds. IT.

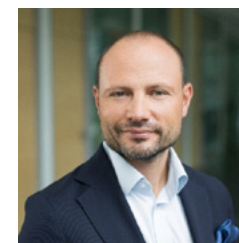
Kwalifikacje:

Ukończył studia na francuskich uczelniach technicznych: Ecole Polytechnique (w zakresie fizyki fundamentalnej) i Telecom Paris.

Doświadczenie zawodowe:

Zdobyl blisko trzydziestoletnie doświadczenie zawodowe, pełniąc wiele funkcji w branży telekomunikacji i informatyki – od Członka Zarządu ds. informatyki oraz Sieci i dyrektora różnych jednostek organizacyjnych, po właściciela startupu. Zajmował się realizacją projektów innowacyjnych w krajach Bliskiego Wschodu, Afryki i Europy. Do zespołu Orange Polska dołączył w 2018 roku jako doradca Prezesa Zarządu ds. innowacji technologicznych. Od 2019 roku zarządza ofertą usług ICT, która obejmuje usługi integracyjne, cyberbezpieczeństwo, usługi w chmurze i tworzenie oprogramowania. Do jego obowiązków należało zarządzanie spółkami Integrated Solutions i BlueSoft.

W latach 2021- 2024 Przewodniczący Rady Nadzorczej BlueSoft. Od 2023 Wiceprezes zarządu Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej, od 2024 członek Komitetu Doradców Handlu Zagranicznego Francji (Conseillers du Commerce Extérieur de la France).



Artur Stankiewicz

Zakres obowiązków:

Od lipca 2021 roku na stanowisku Dyrektora Wykonawczego ds. Digitalizacji.

Kwalifikacje:

Ukończył z wyróżnieniem Inżynierię Sterowania na Wydziale Elektrycznym Politechniki Warszawskiej, jest absolwentem MBA na Université du Québec w Montrealu oraz studiów Advanced Management Program na INSEAD.

Doświadczenie zawodowe:

Kariere zawodową rozpoczął w 2001 roku w Polkomtel S.A., w obszarze Sprzedaży B2B. Od 2007 roku zarządzał Sprzedażą B2B w Orange Polska, początkowo jako Dyrektor Sprzedaży Bezpośredniej. W latach 2014-2017 odpowiadał za Sprzedaż i Marketing w Segmentach Biznesowych SOHO i SME, stworzył konwergentną ofertę światłowodową Orange dla małych i średnich firm oraz kierował transformacją struktur sprzedaży w kierunku wzrostu wartości i jakości obsługi klienta. Następnie objął stanowisko Dyrektora Marketingu Rynku Konsumenckiego (2017-2021). Odpowiadał m.in. za budowę i rozwój Orange Flex – pierwszej w pełni cyfrowej usługi telekomunikacyjnej na rynku polskim, a także przygotowanie i wdrożenie z sukcesem strategii „więcej za więcej”, nakierowanej na wzrost marży i wartości generowanej przez klienta. Obie inicjatywy miały istotny wpływ na pozytywną zmianę trendów EBIDTA i bazy klientów. W latach 2010-2017 był członkiem Rady Nadzorczej Orange Retail S.A.



Olga Złotnicka

Zakres obowiązków:

Od lipca 2023 roku na stanowisku Dyrektorki Wykonawczej ds. Transformacji i Efektywności.

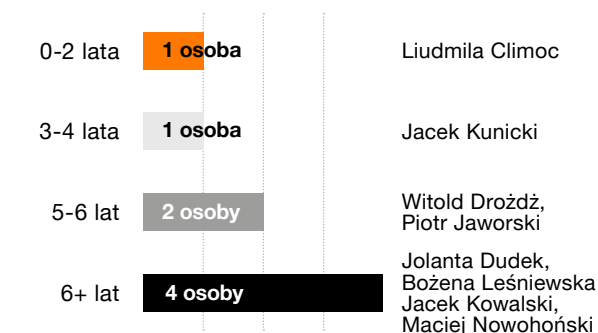
Kwalifikacje:

Ukończyła Szkołę Główną Handlową, jest również absolwentką studiów Advanced Management Program na INSEAD oraz programu Leadership Academy for Poland; jest aktywną mentorką z certyfikatem drugiego stopnia (wg programu Orange Polska).

Doświadczenie zawodowe:

Rozpoczęła pracę w Orange Polska w 2002 roku w zespole marketingu ofert dla klientów indywidualnych. W marketingu obejmowała różne stanowiska, m.in. Dyrektorki Ofert Post-paid i Zarządzania Bazą (2013-2015) oraz Dyrektorki Ofert Głosowych (2015-2017). W 2017 roku objęła stanowisko Dyrektorki Zarządzania Łańcuchem Dostaw; jej najważniejsze dokonania to wprowadzenie SAP, transformacja zarządzania zapasami, dostawami i logistyką (15% oszczędności rocznie na budżecie) oraz digitalizacja procesu przepływu dokumentów papierowych. Od 2008 roku pełni role menedżerskie w Orange Polska, zarządzając z powodzeniem dużymi zespołami ludzi w ramach struktur i projektów, ciesząc się bardzo dobrymi opiniami zwrotnymi od zespołów i współpracowników. Obecnie, jako Dyrektorka Wykonawcza ds. Transformacji i Efektywności, odpowiada za łańcuch dostaw, zakupy, program transformacji Orange.Grow, a także koordynację procesu zarządzania projektami.

Wykres: Staż



Etyka i zarządzanie zgodnością

Zarządzanie etyką

Zasady etyczne w Orange Polska

W Orange Polska przestrzegamy standardów etycznych w codziennej działalności biznesowej. Standardy etyczne i wartości przyświecają pracownikom we wzajemnych relacjach (zarówno osobistych, jak i biznesowych),

pomagając im realizować cele biznesowe Spółki i budować jak najlepsze relacje z otoczeniem. Orange Polska promuje standardy etyczne, aktywnie przeciwdziała korupcji, łamaniu prawa oraz stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych.

Dokumentem wyznaczającym system wartości, norm i zasad, jakimi się kierujemy, jest Kodeks Etyki Orange

Polska. Jest on zobowiązaniem Spółki i jej pracowników do działania zgodnie z najwyższymi standardami w relacjach z naszymi współpracownikami, partnerami, klientami i otoczeniem firmy. Kodeks Etyki Orange Polska opiera się na tych samych zasadach etycznych, które obowiązują w innych spółkach Grupy Orange. Każdy pracownik Orange Polska ma obowiązek zapoznania się z Kodeksem oraz kierowania się jego postanowieniami.

Zadania Komisji ds. Etyki Orange Polska

Komisja ds. Etyki Orange Polska jest ciałem doradczym, które czuwa nad przestrzeganiem norm etycznych w Spółce.

Komisja analizuje na bieżąco wszelkie zgłoszenia dotyczące nieetycznego postępowania. Do zadań Komisji należy także poszerzanie wiedzy i świadomości pracowników w kwestii norm etycznych poprzez szkolenia.

W przypadku podejrzenia naruszenia zasad etyki, pracownicy Orange Polska mogą łatwo skontaktować się

z Komisją ds. Etyki poprzez specjalną skrzynkę e-mailową *zapytaj.etyka@orange.com lub poprzez kontakt osobisty lub pisemny z Przewodniczącym Komisji ds. Etyki. Istnieje także możliwość przesłania wiadomości elektronicznej lub listu bezpośrednio do Przewodniczącego Komitetu Audytorowego lub kontaktu z Grupą Orange poprzez formularz na stronie www.orange.integrityline.org. Wszystkie zgłoszenia są traktowane w sposób poufny.

Działania Komisji ds. Etyki w 2023 roku

Działania cykliczne:

- praca nad pytaniami / sprawami kierowanymi do Komisji wszystkimi dostępnymi kanałami,
- spotkania się z kierownikami struktur, z których wpłynęły zgłoszenia, w celu lepszego zrozumienia problemu i przedstawienia dalszych rekomendacji,
- spotkania członków Komisji ds. Etyki w celu omówienia bardziej złożonych raportów, a także przyjęcia opinii i rekomendacji Komisji, które przekazywane są Członkom Zarządu oraz menadżerom,
- współpraca z Dyrektorem Audytu Wewnętrzny oraz Dyrektorem Bezpieczeństwa i Compliance.
- organizacja Dnia Etyki i Compliance w OPL.

Główne działania Komisji w 2023 roku:

- w oparciu o analizę zgłoszeń nieprawidłowości otrzymanych przez Komisję ds. Etyki, a także rekomendacje Zarządu Orange Polska, wprowadzenie dwóch nowych aktów prawnych:
 - Zasady postępowania ze zgłoszeniami zachowań nieakceptowalnych w Orange Polska S.A. - został również powołany Zespół ds. Przeciwdziałania Mobbingowi i Dyskryminacji zajmujący się rozpatrywaniem tego typu zgłoszeń,
 - Przewodnik podejmowania decyzji etycznych – celem tego przewodnika jest pomoc wszystkim zainteresowanym osobom w przejściu krok po kroku przez pytania dotyczące etyki oraz zgodności z wartościami i standardami,
- komunikacja do pracowników w formie artykułów, e-maili dotyczących ważnych aspektów etycznych, m.in.

wprowadzenie kluczowych aktów prawnych dla etyki, Dzień Etyki i Compliance, w połowie 2023 roku Komisja ds. Etyki przedstawiła także podsumowanie działań prowadzonych w 2022 roku i przypomniała obowiązujące zasady i akty prawne z zakresu etyki.

Przegląd spraw i pytań zgłoszonych do Komisji ds. Etyki

W 2023 roku do Komisji ds. Etyki Orange Polska wpłynęło 130 zgłoszeń. Tematami zgłoszeń były najczęściej sprawy dotyczące sprzedaży i relacji z klientami, relacji pracowniczych, nieprawidłowych postaw i zachowań oraz konfliktu interesów. W przypadku zgłoszeń, których charakter i tematyka poruszanych nieprawidłowości tego wymagały, w celu ich wyjaśnienia podejmowana była współpraca z zespołem Audytu Wewnętrznego oraz zespołem Bezpieczeństwa i Compliance.

Zarządzanie zgodnością (compliance)

Program Zarządzania Zgodnością (Compliance) w Orange Polska

Uczciwość i przestrzeganie zasad to fundamentalne wartości Orange, które przyczyniły się do budowania reputacji Grupy. Przyjęcie Programu Zarządzania Zgodnością (Compliance) przez Orange Polska jest potwierdzeniem woli prowadzenia działalności zgodnie z literą prawa, regulacjami i praktykami rynkowymi, w sposób etyczny i transparentny.

Stosujemy najwyższe standardy nie tylko w odniesieniu do jakości i innowacyjności naszych usług, ale także w relacjach z partnerami biznesowymi i klientami, jak i międzypracownikami. Naszym celem jest zapewnienie skutecznego systemu zarządzania ryzykiem braku zgodności, monitorowanie i identyfikacja zagrożeń oraz podejmowanie działań naprawczych. Aktywnie przeciwdziałamy takim zjawiskom jak korupcja i płatna protekcja, konflikt interesów i nadużycia, a także wszelkim sytuacjom związanym z udziałem naszych pracowników i kontrahentów, które mogłyby powodować negatywne konsekwencje dla Orange Polska.

Polityka Antykorupcyjna i wytyczne do zapobiegania korupcji

Jednym z kluczowych elementów Programu Zarządzania Zgodnością jest Polityka Antykorupcyjna, oparta na



zasadzie „zero tolerancji” dla korupcji w jakiegokolwiek formie we wszystkich naszych działaniach. Określa ona reguły postępowania oraz wskazuje zachowania zabronione, które mogą zostać uznane za korupcję lub płatną protekcję. Przestrzeganie standardów antykorupcyjnych jest wymagane od wszystkich pracowników Orange Polska, a także od naszych partnerów biznesowych (firmy współpracujące, dostawcy, podwykonawcy, konsultanci, pośrednicy działający w naszym imieniu). Prawidłowe stosowanie Polityki Antykorupcyjnej wspierają regulacje wewnętrzne. Wytyczne do zapobiegania korupcji, przyjęte przez Orange Polska, określają m.in. politykę dotyczącą prezentów i zaproszeń, która definiuje kategorie otrzymanych lub oferowanych korzyści oraz procedurę zgłaszania takich przypadków. Wprowadzone w Orange Polska zasady dot. identyfikowania i zapobiegania konfliktom interesów pozwalają zarządzać ryzykiem w tym zakresie.

Obszar Compliance prowadzi działania komunikacyjne mające na celu budowanie świadomości pracowników na temat obowiązujących zasad. Udział w obowiązkowych szkoleniach i warsztatach pozwala naszym zespołom lepiej zrozumieć zjawisko korupcji oraz właściwie reagować w sytuacjach problemowych.

Orange Polska corocznie sporządza mapę ryzyk korupcyjnych w oparciu o metodologię Grupy – wycenę scenariuszy korupcyjnych. W 2023 r. wszystkie jednostki biznesowe Orange Polska poddano analizie ryzyka pod kątem korupcji, podwyższone ryzyko korupcyjne zidentyfikowano w 17% obszarach działalności firmy. We wszystkich z tych obszarów wdrożono odpowiednie mechanizmy kontrolne i działania ograniczające ryzyko. Dodatkowo obszary szczególnie eksponowane na ryzyko korupcji są kontrolowane między innymi pod kątem prawidłowego stosowania obowiązujących regulacji wewnętrznych i zewnętrznych oraz skuteczności stosowanych mechanizmów ograniczających ryzyko wystąpienia nieprawidłowości. Zespół Compliance kontroluje jednostki wysokiego ryzyka, a także spółki zależne pod kątem wywiązywania się z założeń Polityki Antykorupcyjnej i Wytycznych, procesu weryfikacji partnerów biznesowych, stosowania klauzul Compliance w umowach.

Weryfikacja partnerów biznesowych

W celu ochrony przed ryzykiem korupcji, nieprzebrzegania sankcji gospodarczych, prania pieniędzy, finansowania terroryzmu i oszustw, Orange Polska stosuje procedury due diligence w relacjach z partnerami biznesowymi. Pozwala to „poznać naszych partnerów”, kontrolować potencjalne ryzyko oraz umożliwia podjęcie świadomej decyzji przed nawiązaniem współpracy z danym podmiotem.

W oparciu o wdrożoną w Orange Polska politykę zgodności z sankcjami gospodarczymi oraz zasady kontroli handlu funkcja Compliance prowadzi również działania zapewniające zgodność z obowiązującymi programami sankcji i regulacjami mającymi zastosowanie w działalności firmy, w szczególności przestrzeganie ograniczeń wobec niektórych krajów, osób i podmiotów znajdujących się na listach sankcyjnych wydanych przez Polskę oraz Unię Europejską i jej państwa członkowskie, Organizację Narodów Zjednoczonych i Stany Zjednoczone.

Zgłaszanie nieprawidłowości (whistleblowing)

Pracownicy, współpracownicy i interesariusze mogą zgłaszać zaobserwowane przypadki naruszenia prawa, wewnętrznych regulacji, procedur i procesów oraz inne nieprawidłowości mające związek z działalnością Orange Polska, korzystając z systemu zgłaszania nieprawidłowości (whistleblowing). Orange Polska zapewnia odpowiednią

ochronę sygnalistów. Wszystkie zgłoszenia, także anonimowe, są weryfikowane z należytą starannością i dbałością o zachowanie poufności.

System whistleblowing wspiera działania Orange Polska, szczególnie dotyczące etyki, zarządzania zgodnością (compliance) i społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz zmniejsza ryzyko utraty reputacji i strat finansowych.

Główne procedury i polityki

Etyka i zarządzanie zgodnością

- Kodeks Etyki
- Kodeks dla dostawców
- Kodeks odpowiedzialności dla agentów sprzedaży
- Polityka Społecznej Odpowiedzialności Biznesu
- Program Zarządzania Zgodnością
- Polityka Antykorupcyjna
- Wytyczne do zapobiegania korupcji
- Polityka ws. Sankcji Gospodarczych
- Proces due diligence (IDDFix)
- Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowania terroryzmu
- Polityka Zapobiegania Nadużyciom
- Zasady zgłaszania nieprawidłowości (Whistleblowing)
- Zasady postępowania ze zgłoszeniami nieprawidłowości oraz ochrony Sygnalistów
- Praktyczny przewodnik identyfikowania i zapobiegania konfliktom interesów
- Zasady etycznej i otwartej komunikacji
- Zasady postępowania ze zgłoszeniami zachowań nieakceptowalnych

Zarządzanie

- Polityka bezpieczeństwa informacji
- Polityka bezpieczeństwa danych osobowych
- Politykę świadczenia dozwolonych usług niebędących badaniem przez firmę audytorską i podmioty z nią powiązane
- Politykę wyboru firmy audytorskiej
- Polityka wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej

- Polityka zakupowa
- Polityka ciągłości działania i zarządzania kryzysowego
- Polityka zarządzania ryzykiem

Klienci

- Polityka prywatności
- Polityka reklamacji
- Polityka uczciwego korzystania w roamingu w UE
- Polityki weryfikacji kredytowej
- Standardy obsługi klientów starszych i z niepełnosprawnościami
- Reguły odpowiedzialnej komunikacji
- Strategia społecznej odpowiedzialności
- Kodeks Etyki

Zagadnienia pracownicze

- Ponadzakładowy Układ Zbiorowy Pracy
- Umowa Społeczna
- Regulamin pracy
- Polityka wynagrodzeń
- Regulamin premiowania pracowników
- Polityka zarządzania różnorodnością
- Porozumienie w sprawie równouprawnienia kobiet i mężczyzn w Grupie Orange
- Polityka inwestycji w jakość zdrowia i samopoczucia
- Kodeks Etyki
- Polityka BHP
- Światowe porozumienie w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy Grupy Orange
- Regulamin pracy zdalnej
- Polityka zatrudniania

Zagadnienia społeczne

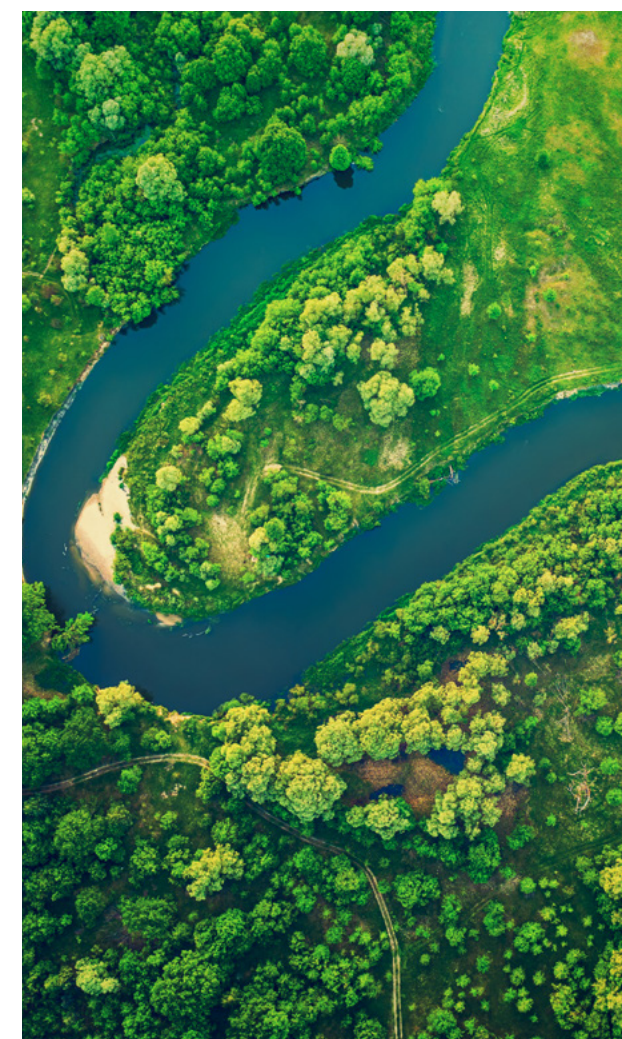
- Strategia Społecznej Odpowiedzialności
- Polityka darowizn
- Polityka sponsoringowa
- Statut Fundacji Orange
- Polityka dotacji Fundacji Orange
- Regulamin konkursu wolontariatu pracowniczego

Zagadnienia środowiskowe

- Strategia Społecznej Odpowiedzialności
- Polityka Środowiskowa
- Polityka klimatyczna

Poszanowanie praw człowieka

- Polityka praw człowieka
- Polityka ochrony dzieci Fundacji Orange
- Deklaracja o współczesnym niewolnictwie i pracy przymusowej Grupy Orange
- Polityka Społecznej Odpowiedzialności Biznesu
- Polityka zarządzania różnorodnością
- Plan Czujności (Vigilance Plan).
- Kodeks Etyki
- Kodeks postępowania dla dostawców

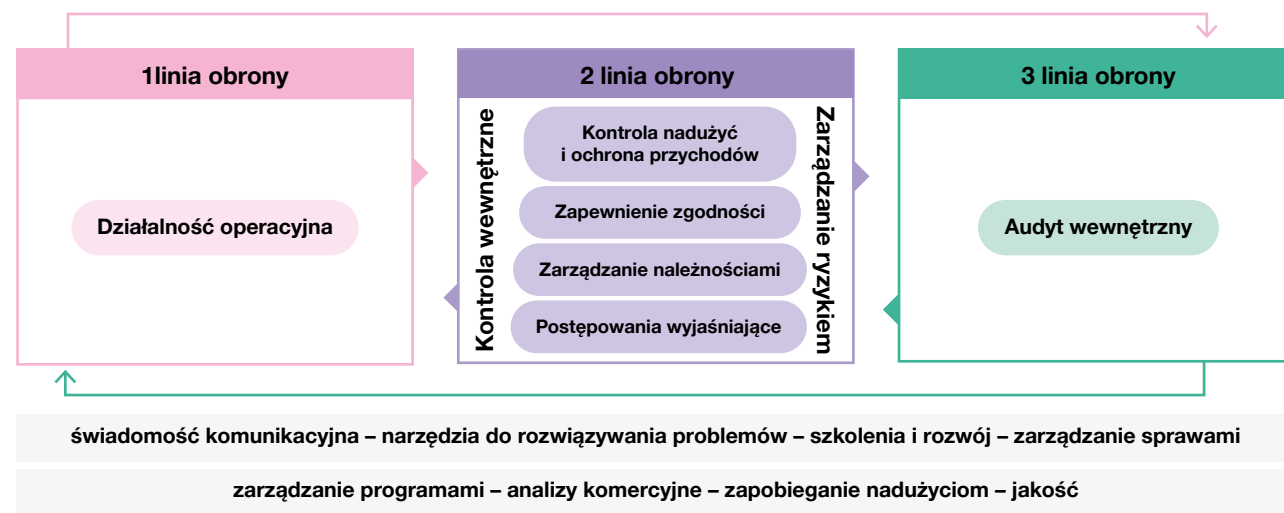


G - Zarządzanie ryzykiem

Orange Polska jest narażony na ryzyko zewnętrzne i wewnętrzne o wielorakim charakterze, które może mieć wpływ na realizację założonych celów. W związku z tym, w Orange Polska funkcjonuje system zarządzania ryzykiem, który zapewnia identyfikację, ocenę i zarządzanie czynnikami ryzyka. System ten został opracowany na podstawie norm ISO 31000 oraz ISO 27005 (w odniesieniu do Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji). Osoby kierujące

poszczególnymi obszarami i funkcjami biznesowymi są odpowiedzialne za ocenę i zarządzanie ryzykiem, w tym identyfikację nowych i nasilających się czynników, monitorowanie ryzyka i skuteczności mechanizmów kontrolnych oraz przekazywanie odpowiednich raportów. Wszelkie zdarzenia są rozpatrywane w kontekście potencjalnego wpływu na realizację celów biznesowych Grupy.

Trzy linie obrony Orange Polska



Proces zarządzania ryzykiem

Lista ryzyk kluczowych powstaje w wyniku indywidualnych spotkań z Członkami Zarządu oraz Dyrektorami Wykonawczymi, którzy wskazują na istotne zdarzenia mogące potencjalnie zagrozić realizacji strategii Spółki. Na podstawie zidentyfikowanych w ten sposób ryzyk, ich właściciele dokonują dalszej oceny ich prawdopodobieństwa i wpływu, a także przypisują takim ryzykom działania mitygujące oraz wyznaczają menedżerów odpowiedzialnych za ich realizację. Wyniki analizy każdego z ryzyk kluczowych podlegają zatwierdzeniu przez Członka Zarządu lub Dyrektora Wykonawczego odpowiedzialnego za dany obszar, a w przypadku potencjalnych strat finansowych – również przez Członka Zarządu ds. Finansów.

Apetyt na ryzyko

Do wyceny i raportowania ryzyka stosowane są mapy ryzyka (ang. heat maps), które ilustrują stopień zagrożenia ze strony poszczególnych zdarzeń. Przy ocenie ryzyka uwzględniamy

prawdopodobieństwo i wpływ zajścia określonych zdarzeń na sytuację finansową, sytuację prawno-regulacyjną, wizerunek przedsiębiorstwa, ciągłość działania oraz życie i zdrowie ludzi. Jeżeli konsekwencje wystąpienia ryzyka mają np. wpływ zarówno finansowy jak i wizerunkowy (jak w przypadku pokazanej niżej mapy ryzyka), wycenia się je według najbardziej negatywnego skutku. W przedstawionym przykładzie, całe ryzyko zostałoby ocenione jako średnie.

Do ryzyk, których negatywny wpływ na Spółkę został oceniony powyżej dopuszczalnego poziomu, są przypisywane działania mitygujące, które mają na celu zapobieżenie stratom lub ich zminimalizowanie. Skuteczność tych działań jest weryfikowana na bieżąco, a w razie potrzeby są one korygowane. Ryzyka oraz przypisane do nich działania mitygujące stanowią jedno ze źródeł wykorzystywanych do przygotowania Rocznej Planu Audytu Wewnętrznego.

Przykładowa mapa ryzyka

Prawdopodobieństwo	5					
	4					
	3	PR		BC		
	1					
	1					
		1	2	3	4	5
		Wpływ				

FN - finansowy;
HR - zasoby ludzkie;
PR - wizerunkowy;
LR - prawno-regulacyjny;
BC - ciągłość świadczenia usług.

Klaster i domeny

Dodatkowo, zidentyfikowane czynniki ryzyka o podobnym charakterze są łączone w grupy (tzw. klaster) w celu zapewnienia spójnego i efektywnego zarządzania ryzykiem w całej Grupie Orange Polska. Procesem oceny ryzyka (zob. schemat obok) zarządzają koordynatorzy poszczególnych domen. Podział czynników ryzyka na domeny ryzyk operacyjnych, utraty informacji, ciągłości działania, korupcji, nadużyć oraz ryzyk społecznych zapewnia jednolite i obiektywne podejście do oceny ryzyk o zbliżonych konsekwencjach (analiza przyczynowo-skutkowa). Klaster ryzyk społecznych jest powiązany z Planem Nadzoru, który obejmuje wszystkie spółki i kontrahentów w ramach międzynarodowej Grupy Orange i dotyczy ryzyk związanych ze zdrowiem i bezpieczeństwem ludzi, szkodami w środowisku naturalnym oraz poważnymi naruszeniami praw człowieka i podstawowych wolności.

Sprawozdawczość

Komitet Audytowy monitoruje skuteczność systemu zarządzania ryzykiem oraz analizuje raporty dotyczące jego kształtu i funkcjonowania. Ryzyka kluczowe są omawiane podczas posiedzeń Zarządu i Rady Nadzorczej.

Ryzyka kluczowe

Ryzyka kluczowe, przedstawione w tabeli na stronach 218-233, to zagregowane kategorie ryzyk opartych o zdarzenia. Ryzyka te mogą mieć istotny wpływ na model biznesowy, przyszłe wyniki i płynność Grupy.

Uwzględnione na liście ryzyk kluczowych obszary odpowiadają czynnikom, które są najsilniej związane z działalnością biznesową bądź wpływają na utratę lub wzrost wartości. Ryzyka te podlegają zmianom. Na przykład,

Proces zarządzania ryzykiem w Orange Polska



w 2022 roku ze względu na znaczący wzrost kosztów energii, wynikający głównie – chociaż nie wyłącznie – z niestabilnej sytuacji geopolitycznej oraz wzrostu cen pozwoleń na emisję CO₂, ryzyko gwałtownego wzrostu wydatków związanych ze zużyciem energii zaliczono do ryzyk kluczowych. W celu ograniczenia tego ryzyka oraz realizacji założeń strategii #OrangeGoesGreen, podpisano dodatkowe umowy zakupowe na zakup energii odnawialnej bezpośrednio z jej producentami (PPA), co zwiększy udział energii ze źródeł odnawialnych w najbliższych latach.

Plan Nadzoru

Identyfikujemy i monitorujemy ryzyka związane z wpływem Spółki na środowisko naturalne i społeczeństwo. Jest to związane z wymogami francuskiej ustawy 2017-399

o obowiązku zachowania czujności z dnia 27 marca 2017 r. Wynikający z tej ustawy Plan Nadzoru musi wprowadzać skuteczne środki w celu identyfikacji ryzyka i zapobiegania poważnym skutkom w odniesieniu do praw człowieka i środowiska naturalnego, wynikającym z działalności danej firmy i podmiotów pozostających pod jej bezpośrednią lub pośrednią kontrolą (tj. spółek zależnych w rozumieniu francuskiego prawa handlowego) oraz podwykonawców i dostawców, z którymi firma utrzymuje relacje handlowe – w zakresie, w jakim ich działalność ma związek z tymi relacjami. Przewidziane środki obejmują tworzenie map

ryzyka oraz podejmowanie odpowiednich działań w celu zapobieżenia lub ograniczenia skutków ryzyka.

Plan Nadzoru został wprowadzony w Orange Polska w 2019 roku i objął ryzyka związane z prawami człowieka i podstawowymi wolnościami, bezpieczeństwem i higieną pracy oraz środowiskiem. Plan został zatwierdzony przez Zarząd i Komitet Audytowy Rady Nadzorczej. Objęte tym Planem ryzyka zostały włączone do systemu zarządzania ryzykiem w Spółce. Sprawozdanie z obowiązkowej realizacji Planu Nadzoru jest sporządzane zbiorczo dla całej Grupy Orange.

Tabela: Ekspozycja na ryzyko

W kolumnie „Ekspozycja na ryzyko”, za pomocą odpowiednich strzałek pokazano zmianę ekspozycji względem poprzedniego roku dla poszczególnych kategorii ryzyka.


Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
Wojna na Ukrainie	Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw	↗	<ul style="list-style-type: none"> Ryzyko ataków i cyberataków na kluczową infrastrukturę Polski jako członka NATO, dynamiczne zmiany sytuacji geopolitycznej. 	<p>Tocząca się w sąsiednim kraju wojna może wpłynąć na działalność Orange Polska i innych operatorów telekomunikacyjnych w Polsce w wyniku bezpośrednich i fizycznych ataków lub cyberataków na elementy infrastruktury lub aplikacji.</p> <p>Na przebieg wojny ma wpływ sytuacja geopolityczna, rozpatrywana w szerszym kontekście, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do eskalacji konfliktu.</p>	<p>Zespoły reagujące na incydenty naruszające cyberbezpieczeństwo w Orange Polska monitorują przez całą dobę cały ruch sieciowy, w tym incydenty cybernetyczne, odpowiednio reagując na wszelkie wykryte zagrożenia.</p> <p>Stale monitorujemy sytuację geopolityczną, aby odpowiadać na pojawiające się zagrożenia.</p>
Przychody i zyski	Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw	↗	<ul style="list-style-type: none"> Spadek popytu na produkty i usługi telekomunikacyjne, zwiększenie konkurencji oraz presji na usługi i ceny, zwiększenie konkurencji na rynku ofert konwergentnych, niezrealizowanie zakładanego zwrotu z inwestycji w światłowody oraz utrata części rynku dostępu szerokopasmowego, pojawienie się nowych typów nadużyć towarzyszących rozwojowi nowych technologii. 	<p>Po okresie turbulencji, wynikających głównie z rosyjskiej agresji na Ukrainę, sytuacja gospodarcza w Polsce zaczęła się stabilizować. W 2024 roku na rynku polskim pojawiły się pewne pozytywne oznaki, ale globalne otoczenie makroekonomiczne pozostaje wymagające. Według konsensusu prognoz ekonomicznych, w 2024 roku wzrost PKB w Polsce przyspieszy do około 3%, natomiast średnioroczna inflacja – po dwóch latach, kiedy była najwyższa od 20 lat – powinna spaść do około 4-5%. Wysoka inflacja niekorzystnie wpływała na dochód rozporządzalny gospodarstw domowych, ograniczając konsumpcję, ale usługi telekomunikacyjne, jako dobra podstawowe, okazały się stosunkowo odporne na spowolnienie gospodarcze.</p> <p>Rynek telekomunikacyjny w Polsce w dalszym ciągu charakteryzuje się wysokim poziomem konkurencji. Pomimo, że cena wciąż jest bardzo istotnym elementem, w ostatnich latach strategię wszystkich głównych operatorów stały się bardziej nastawione na wartość, a konkurencja w większym stopniu opiera się również o inne elementy, takie jak jakość i szerokość oferty, jakość sieci czy obsługa klienta. Ponadto, w ostatnich latach walka o klienta przesuwa się w kierunku konwergencji, czemu sprzyja przede wszystkim dostęp do sieci światłowodowych. Obecnie wszyscy główni operatorzy komórkowi stosują strategię konwergentną. Istotnym stymulatorem tego procesu są szeroko zawierane partnerstwa hurtowe w zakresie infrastruktury światłowodowej. Powoduje to większą konkurencję o klienta detalicznego, zwłaszcza że niektórzy operatorzy, którzy dopiero zdobywają rynek, stosują czasami agresywne strategie marketingowe.</p> <p>Ponadto, wraz z rosnącą złożonością technologii i systemów sieciowych oraz coraz szybszym wdrażaniem nowych aplikacji i usług (zwłaszcza w zakresie połączeń międzysieciowych i zarządzania relacjami z klientami), mogą się pojawić nowe rodzaje nadużyć, które będą jeszcze trudniejsze do wykrycia i zwalczania, co może skutkować utratą przychodów.</p>	<p>Wysoko inflacyjne otoczenie spowodowało konieczność podjęcia działań ograniczających skutki inflacji po stronie przychodów w połączeniu z dalszą transformacją kosztów. Jednym z kluczowych czynników umożliwiających tę transformację jest cyfryzacja. Wykorzystujemy także nowe możliwości, jakie stwarza analiza dużych baz danych oraz sztuczna inteligencja.</p> <p>Na rynku konsumenckim nadal skupiamy się na konwergencji, wspieranej przez rozbudowę sieci światłowodowej. Z powodzeniem stawiamy czoło silnej konkurencji, a w 2023 roku osiągnęliśmy bardzo solidne wyniki komercyjne. W podstawowych usługach telekomunikacyjnych, byliśmy w stanie połączyć wzrost liczby klientów z przyspieszeniem wzrostu ARPO. W stosunku do 2022 roku utrzymaliśmy dynamikę wzrostu bazy klientów konwergentnych. Partnerstwa hurtowe w zakresie infrastruktury światłowodowej powodują, że konkurencja przenosi się w coraz większym stopniu na rynki lokalne, co wymaga od nas elastycznego i innowacyjnego podejścia do strategii marketingowych.</p> <p>Wobec klientów biznesowych dysponujemy unikalnymi aktywami oraz zróżnicowanymi kompetencjami. Dzięki temu możemy całościowo odpowiedzieć na potrzeby klientów, oferując zarówno usługi łączności i IT jak i kompleksowe rozwiązania, w szczególności w obszarze inżynierii oprogramowania, chmury i cyberbezpieczeństwa.</p> <p>Na obu rynkach realizujemy strategię ukierunkowaną na wartość, podnosząc ceny w formule „więcej za więcej” – klienci płacą nieco wyższą cenę uzyskując w zamian większe korzyści.</p> <p>Działalność hurtowa to obok usług detalicznych dodatkowy sposób na monetyzację naszej infrastruktury telekomunikacyjnej w modelu otwartego dostępu dla podmiotów rynkowych.</p>



Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
<p>Usługi telekomunikacyjne</p> <p>Wzrost ilości i długości przerw w działaniu świadczonych usług</p>	<p>Najlepsze doświadczenie klienta</p> <p>Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw</p>	<p>→</p>	<ul style="list-style-type: none"> Niedostępność infrastruktury informatyczno-sieciowej Orange Polska, przerwy w dostawie prądu, narażenie Orange Polska na ataki cybernetyczne, wykładniczy wzrost ruchu sieciowego, wystąpienie błędów ludzkich bądź aktów terroru lub sabotażu, zwiększenie częstotliwości lub nasilenia określonych zjawisk pogodowych, obniżenie jakości lub zaprzestanie świadczenia usług na skutek zależności od partnerów zewnętrznych. 	<p>Takie zdarzenia mogłyby wpłynąć na ciągłość i jakość świadczenia usług przez Orange Polska oraz wydłużyć przerwy w działaniu usług i harmonogram usuwania usterek. To mogłoby znacząco pogorszyć wizerunek Orange Polska, a także doprowadzić do zmniejszenia przychodów, wpływając negatywnie na zyski i pozycję rynkową.</p>	<p>Ograniczaniu powyższego ryzyka służą: odpowiednie planowanie rozwoju sieci i systemów informatycznych, inwestycje we wdrażanie rozwiązań przewidzianych na wypadek awarii, programy ubezpieczeniowe (obejmujące zagrożenia cybernetyczne i terrorystyczne) oraz wdrażanie planów ciągłości działania i zarządzania kryzysowego. Ponadto, monitoring prowadzony przez działające w Spółce zespoły CERT i SOC ogranicza ryzyko związane z cyberatakami, które mogłyby zakłócić świadczenie usług wewnętrznych i zewnętrznych oraz spowodować utratę danych.</p> <p>Infrastruktura krytyczna jest zabezpieczona przed potencjalnymi ograniczeniami w dostawie energii.</p> <p>Biorąc pod uwagę analizy dotyczące długoterminowych skutków zmian klimatycznych, Spółka koryguje plany rozbudowy infrastruktury z uwzględnieniem możliwego gwałtownego nasilenia określonych zjawisk pogodowych w ciągu najbliższych dziesięcioleci. Orange Polska posiada certyfikat zgodności z normą ISO 22301 dla Systemu Zarządzania Ciągłością Działania w zakresie świadczonych usług telekomunikacyjnych, teleinformatycznych i cyberbezpieczeństwa.</p>
<p>Bezpieczeństwo informacji</p> <p>Naruszenie bezpieczeństwa informacji, w tym danych osobowych</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>	<p>→</p>	<ul style="list-style-type: none"> Naruszenie bezpieczeństwa informacji, w tym danych osobowych. 	<p>Działalność Orange Polska może prowadzić do utraty, ujawnienia, upublicznienia, przekazania nieuprawnionym podmiotom bądź niewłaściwej modyfikacji danych osobowych klientów. Przyczyny takiej sytuacji mogą być następujące: (i) wdrażanie nowych usług lub aplikacji, np. związanych z wystawianiem faktur czy zarządzaniem relacjami z klientami, (ii) podejmowanie nowych inicjatyw, zwłaszcza w obszarze sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego, (iii) czyny zabronione (w tym cyberataki), zwłaszcza mające na celu kradzież danych osobowych bądź (iv) potencjalne zaniedbania ze strony Grupy lub jej kontrahentów.</p> <p>Za nieprzestrzeganie postanowień RODO mogą być nakładane kary administracyjne w wysokości do 4% wartości rocznego globalnego obrotu przedsiębiorstwa. Ewentualne naruszenie bezpieczeństwa danych osobowych może mieć znaczące niekorzystne skutki dla wizerunku Orange Polska oraz wiązać się z poważną odpowiedzialnością (potencjalnie również karną), co może mieć negatywny wpływ na przyszłe wyniki finansowe Spółki.</p> <p>Podobnie jak w przypadku danych osobowych, Orange Polska zagraża ujawnienie, upublicznienie lub przekazanie nieuprawnionym podmiotom informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa, w tym szczegółów dotyczących planowanych przedsięwzięć, kampanii marketingowych oraz nowych ofert i pakietów sprzedażowych. Przedwczesne ujawnienie takich informacji mogłoby spowodować nieosiągnięcie przez Orange Polska celów sprzedażowych oraz utratę udziału w rynku. Do głównych przyczyn tych zagrożeń należą: (i) szpiegostwo przemysłowe (gospodarcze), (ii) czyny zabronione (w tym cyberataki), zwłaszcza mające na celu kradzież tajemnic przedsiębiorstwa bądź (iii) potencjalne zaniedbania ze strony Grupy lub jej kontrahentów.</p>	<p>Spółka posiada certyfikat zgodności Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji z normą ISO/IEC 27001 – w zakresie świadczenia usług telekomunikacyjnych i teleinformatycznych, hostingu, kolokacji, przetwarzania w chmurze, cyberbezpieczeństwa oraz przetwarzania danych osobowych w chmurach obliczeniowych.</p> <p>Orange Polska posiada także certyfikat potwierdzający stosowanie normy ISO/IEC 27018 Kodeks postępowania dotyczący ochrony danych osobowych w chmurach obliczeniowych funkcjonujących jako podmioty przetwarzające dane osobowe – w zakresie usług przetwarzania danych osobowych w chmurach obliczeniowych w modelach: ICS (Integrated Computing Standard) oraz ICM (Integrated Computing Managed).</p> <p>Ponadto, Spółka regularnie odnawia certyfikaty FIRST oraz Trusted Introducer dla zespołu CERT Orange.</p>

Rosnąca Malejąca Stabilna

↗ ↘ →

Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
<p>Ryzyko finansowe Ryzyka związane z rynkami finansowymi</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>		<ul style="list-style-type: none"> Wzrost stóp procentowych, osłabienie kursu rodzimej waluty, wzrost kosztów energii. 	<p>W bilansie Orange Polska, wartość zaciągniętych kredytów generalnie przewyższa wartość depozytów i środków pieniężnych. Z tego względu, wyższe stopy procentowe powodują wzrost kosztów finansowych wykazywanych w rachunku zysków i strat. Wahania kursów walutowych mają wpływ na wysokość kosztów i zobowiązań oraz należności Orange Polska denominowanych w walutach obcych. Ponieważ saldo zobowiązań jest generalnie znacznie wyższe od salda należności, osłabienie złotego stanowi czynnik ryzyka dla Orange Polska.</p> <p>Podwyżki cen energii mogą odpowiednio spowodować wzrost kosztów operacyjnych, co przełoży się na dodatkową presję na rentowność operacyjną.</p>	<p>W 2023 roku Rada Polityki Pieniężnej rozpoczęła proces rozluźniania polityki pieniężnej, obniżając stopę referencyjną o 100 punktów bazowych do poziomu 5,75%. Według obecnych przewidywań rynku, przyspieszenie cyklu obniżania stóp przez RPP w 2024 roku jest mało prawdopodobne ze względu na utrzymujące się ryzyko presji cenowej w drugim półroczu w związku z potencjalnym obciążeniem dotacji dla gospodarstw domowych. Do czasu wyjaśnienia stanowiska rządu w kwestii limitów cen energii, potencjał dla dalszych obniżek stóp procentowych pozostaje ograniczony. Jednak nawet ewentualny wzrost stóp procentowych nie powinien mieć istotnego wpływu na koszt obsługi zadłużenia Orange Polska ze względu na realizowaną strategię zabezpieczeń. Do połowy 2026 roku, ponad 50% długu Spółki jest oparte na stałej stopie procentowej.</p> <p>Ewentualne osłabienie kursu złotego nie powinno mieć wpływu na wysokość kosztów i zobowiązań Orange Polska denominowanych w walutach obcych ze względu na ograniczoną ekspozycję oraz restrykcyjną strategię zabezpieczeń.</p> <p>Po rozległym kryzysie na rynku energii w 2022 roku, Orange Polska zawarł kilka kontraktów na zakup energii bezpośrednio od producentów (PPA), co zabezpiecza większość potrzeb energetycznych do 2030 roku oraz znacząco zmniejsza ryzyko związane ze wzrostem rynkowych cen energii. Spółka stale analizuje polityki i procedury dotyczące energii, podejmując działania w celu podniesienia efektywności energetycznej oraz optymalizacji zużycia energii elektrycznej na własne potrzeby.</p> <p>Ponadto, Orange Polska stale stosuje rachunkowość zabezpieczeń w celu ograniczenia zmienności rachunku zysków i strat w zakresie niezrealizowanego wyniku na instrumentach finansowych stosowanych dla celów zabezpieczeń.</p>



Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
<p>Ład korporacyjny oraz otoczenie regulacyjne, podatkowe i prawne</p> <p>Obowiązki regulacyjne wynikające ze zmiany prawa, a także decyzji administracyjnych</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>		<ul style="list-style-type: none"> Ryzyko związane z pozyskaniem nowych pasm na potrzeby świadczenia usług telekomunikacyjnych, ryzyko wprowadzenia obowiązku wycofania określonych typów urządzeń (od dostawców wysokiego ryzyka), proces legislacyjny ustawy –Prawo komunikacji elektronicznej (które ma zastąpić obecne Prawo telekomunikacyjne), postępowania UOKiK i Komisji Europejskiej w sprawie współdzielenia sieci, korekty finansowe i obniżenie dofinansowania w przypadku opóźnień inwestycji w ramach POPC, wzrost obciążeń podatkowych i presji fiskalnej w wyniku zmian w prawie, wzrost opłat za używanie gruntu stron trzecich na potrzeby budowy i utrzymania infrastruktury Orange Polska, straty wizerunkowe i finansowe na skutek udziału pracowników Orange Polska w działaniach o charakterze korupcyjnym, zakończenie świadczenia usług wskutek umieszczenia partnerów Orange Polska na liście sankcyjnej. 	<p>Orange Polska musi wypełniać różne obowiązki regulacyjne, które określają zasady świadczenia usług i oferowania produktów, w tym dotyczące pozyskiwania i odnawiania licencji. Obowiązki regulacyjne wynikają ze zmian prawa oraz decyzji administracyjnych. Decyzje regulacyjne i zmiany w otoczeniu regulacyjnym mogą niekorzystnie wpływać na Orange Polska.</p> <p>W 2024 roku przewidywane jest zakończenie prac nad ustawą – Prawo komunikacji elektronicznej (PKE) i jej wejście w życie. Ustawa wprowadza szereg nowych ważnych rozwiązań, m.in. zwrot niewykorzystanych środków w ofertach przedpłaconych, regulacje dotyczące direct billing (dopisywanie do rachunku za usługi telekomunikacyjne płatności za usługi kupione w internecie, np. gry, muzykę), nowe przedumowne obowiązki informacyjne, częściowa regulacja usług OTT i zmiany w umowach.</p> <p>Z Sejmu wycofano projekt nowelizacji ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa. Projekt przewidywał między innymi wprowadzenie mechanizmu oceny tzw. dostawców wysokiego ryzyka, utworzenie strategicznej sieci bezpieczeństwa oraz pewne zmiany operacyjne dotyczące bezpieczeństwa sieci. W 2024 roku zostanie przedstawiony nowy projekt, który ma być dostosowany do implementacji dyrektywy NIS 2.</p> <p>Dla operatorów telekomunikacyjnych, takich jak Orange Polska, wprowadzenie takich przepisów może ograniczyć pulę dostawców sprzętu telekomunikacyjnego dostępnych na rynku, co może spowodować opóźnienie lub zwiększenie kosztów wdrożenia sieci 5G. Nowe przepisy mogą także pociągnąć za sobą dodatkowe koszty związane z obowiązkiem wycofania produktów, usług i procesów dostarczanych przez dostawcę wysokiego ryzyka.</p> <p>W ramach POPC, istnieje ryzyko nieosiągnięcia zakładanego zwrotu z inwestycji w wyniku konieczności realizacji dodatkowego zakresu inwestycji.</p> <p>Pomimo wzmocnienia przez Orange Polska polityki przeciwdziałania korupcji oraz przestrzegania wszystkich ograniczeń związanych z sankcjami, ze względu na znaczną liczbę kontrahentów, dynamiczną aktualizację list sankcyjnych oraz złożony charakter procesów mogą się zdarzyć przypadki naruszeń, co może mieć niekorzystne skutki, zwłaszcza dla wizerunku Orange Polska.</p>	<p>W 2023 roku zmiany otoczenia prawnego wynikały zarówno z dostosowania prawa polskiego do prawa Unii Europejskiej, jak i z inicjatyw krajowych. Częste, szeroko zakrojone i szybko procedowane zmiany legislacyjne pociągają za sobą konieczność stałego i starannego monitorowania otoczenia, zwłaszcza że wiele z tych zmian wiąże się z nakładaniem nowych obowiązków i w konsekwencji wymaga podjęcia złożonych i kosztownych działań wdrożeniowych i dostosowawczych.</p> <p>Jak dotąd w Polsce nie zostały wydane żadne decyzje dotyczące obowiązku wycofania określonych typów urządzeń sieciowych dostarczanych przez podmioty uznane za dostawców wysokiego ryzyka ani nie zostały przyjęte żadne przepisy, które wprowadzałyby takie rozwiązania. Orange Polska ściśle monitoruje otoczenie regulacyjne w tym obszarze i dostosuje się do wszelkich nowych obowiązków, jeżeli zostaną wprowadzone.</p> <p>W Orange Polska wdrożono Politykę Antykorupcyjną oraz Wytyczne do zapobiegania korupcji. Te regulacje zawierają szczegółowe zasady i normy oraz odniesienia do konkretnych warunków i sytuacji, które pozwalają zidentyfikować i ograniczyć ryzyko wystąpienia korupcji. Ponadto, przyjęte regulacje dotyczące konfliktu interesów pozwalają na lepszą identyfikację i zarządzanie takimi przypadkami.</p> <p>W Orange Polska wprowadzono program szkoleń „Zero tolerancji dla korupcji”. Dodatkowo, prowadzonych jest szereg obowiązkowych kursów szkoleniowych oraz działań o charakterze informacyjnym w celu podniesienia świadomości pracowników w zakresie przepisów i zasad antykorupcyjnych. Szkolenia są profilowane stosownie do ekspozycji danej grupy pracowników na ryzyko.</p> <p>W celu przestrzegania list sankcyjnych, Orange Polska sprawdza nowych partnerów przed podpisaniem umowy oraz stale weryfikuje istniejących kontrahentów względem aktualizacji list sankcyjnych.</p>
<p>Oddziaływanie pól elektromagnetycznych</p> <p>Oddziaływanie pól elektromagnetycznych wytwarzanych przez urządzenia radiowe</p>	<p>Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw</p> <p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>		<ul style="list-style-type: none"> Niekorzystny wpływ pól elektromagnetycznych na zdrowie ludzi, spadek zainteresowania mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi, trudności inwestycyjne i zwiększone koszty związane z instalowaniem stacji bazowych i innych urządzeń bezprzewodowych. 	<p>W przyszłości mogą się nasilić obawy o niekorzystny wpływ pól elektromagnetycznych (PEM) na zdrowie ludzi.</p> <p>Na podstawie oceny dowodów naukowych przez rząd, od 1 stycznia 2020 roku obowiązujące w Polsce ograniczenia w zakresie dopuszczalnego poziomu PEM zostały zrównane z Zaleceniem Rady 1999/519/WE, co oznacza, że obecnie odpowiadają limitom stosowanym w większości krajów europejskich. Aktualnie nie ma wiarygodnych, uznanych przez środowisko naukowe badań, z których wynikałoby, że PEM o poziomach mieszczących się w określonych w Polsce limitach mają negatywny wpływ na zdrowie ludzi. Gdyby w przyszłości badania naukowe w jakimś stopniu podważyły ten konsensus, mogłoby to spowodować spadek zainteresowania mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi, trudności inwestycyjne i zwiększone koszty związane z instalowaniem stacji bazowych i innych urządzeń bezprzewodowych, a także nasilenie sporów i roszczeń.</p>	<p>Ścisłe kierownictwo Spółki monitoruje przestrzeganie wymogów regulacyjnych i dopuszczalnych poziomów emisji oraz innych wymogów prawnych w zakresie ochrony środowiska. Ponadto, potwierdzono zgodność systemu zarządzania środowiskowego w Orange Polska z normą ISO 14001 dla obszaru świadczenia usług telefonii mobilnej.</p>



Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
Ryzyka klimatyczne, społeczne, środowiskowe i związane z prawami człowieka					
<p>Skutki nieosiągnięcia celów klimatycznych</p> <p>Brak sukcesu w realizacji strategii klimatycznej Orange Polska może mieć niekorzystny wpływ na wizerunek oraz skutkować wzrostem kosztów operacyjnych i utratą części inwestorów i klientów</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>→</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Straty wizerunkowe w wyniku faktycznego lub domniemanego nieosiągnięcia celów i ambicji klimatycznych (szczególnie w zakresie ograniczenia emisji CO₂), ■ niewystarczające wsparcie regulacyjne dla rozwoju energetyki odnawialnej w Polsce, ■ małe zainteresowanie klientów wyborem rozwiązań neutralnych klimatycznie lub ograniczających emisję CO₂, ■ brak polskiej narodowej strategii neutralności klimatycznej, ■ rosnąca presja regulacyjna. 	<p>Konieczne staje się zmniejszenie wpływu działalności, produktów i usług Spółki na środowisko naturalne. Jeżeli Orange Polska nie będzie nadążać za zmieniającymi się oczekiwaniami interesariuszy dotyczącymi ograniczenia wpływu na środowisko, może utracić udziały w rynku oraz zaufanie inwestorów, klientów i innych interesariuszy. Ponadto, w najbliższej przyszłości należy się spodziewać rosnącej presji regulacyjnej zgodnie z celami neutralności klimatycznej przyjętymi przez UE i państwa członkowskie.</p> <p>Chociaż technologia 5G jest efektywniejsza energetycznie od starszych technologii, stale rosnący ruch transmisji danych zwiększa całkowite zużycie prądu, co może powodować wzrost emisji CO₂ (zużycie energii jest głównym źródłem emisji w branży telekomunikacyjnej, a w Polsce energia elektryczna jest nadal w większości wytwarzana z paliw kopalnych). W związku z tym, zwiększenie udziału energii odnawialnej wykorzystywanej na potrzeby Orange Polska poprzez długoterminowe umowy na zakup energii (PPA) ma kluczowe znaczenie dla zmniejszenia emisji CO₂ pomimo rozwoju działalności.</p>	<p>Odpowiedzialność za środowisko znajduje się w centrum strategii biznesowej Grupy Orange oraz Orange Polska. Celem Spółki jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2040 roku. Udało się już osiągnąć znaczącą redukcję emisji własnych (zakresy 1 i 2 wg protokołu GHG) – o 79% w 2023 roku (względem 2015 roku).</p> <p>Kilka lat temu powołałiśmy doradcę ds. strategii klimatycznej, który odpowiada za określanie celów środowiskowych, realizację pilotażowych planów działań oraz opracowanie strategii klimatycznej.</p> <p>Otwarty dialog z interesariuszami w sprawie zaangażowania i działań Orange Polska oraz pozytywnego wpływu branży telekomunikacyjnej na zmniejszenie emisji w innych sektorach.</p> <p>Zakup zielonej energii w oparciu o długoterminowe umowy bezpośrednio z producentami w celu maksymalizacji jej udziału w strukturze zużycia do 2030 roku.</p> <p>Kontynuacja działań optymalizujących zużycie energii, w tym między innymi poprzez ewolucję technologiczną oraz wdrażanie efektywniejszych energetycznie rozwiązań (np. 5G zamiast 3G, światłowody zamiast łączny miedzianych).</p>	
<p>Niekorzystny wpływ zmian klimatu na działalność Orange Polska</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>→</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Uszkodzenia lub nieprawidłowe działanie infrastruktury, ■ brak stabilności dostaw oraz zużycie i koszty energii, ■ zakłócenie łańcuchów dostaw spowodowane kwestiami związanymi ze zmianami klimatu, ■ skutki regulacyjne i społeczno-gospodarcze związane ze zmianami klimatu. 	<p>Ciężkie lub przewlekłe zmiany klimatu (w szczególności rosnące średnie i maksymalne temperatury oraz rosnąca częstotliwość i intensywność ekstremalnych zdarzeń pogodowych) mogą zwiększać ryzyko uszkodzeń lub nieprawidłowego działania infrastruktury Orange Polska.</p> <p>Rosnące obciążenie krajowego systemu energetycznego może skutkować niższymi dostawami energii i wyższymi cenami, a w poważniejszych przypadkach nawet lokalnymi przerwami w dostawie prądu.</p> <p>Wyższe temperatury otoczenia mogą powodować zwiększone wymagania dotyczące chłodzenia infrastruktury Orange Polska.</p> <p>Braki sprzętu lub opóźnienia w jego dostawach mogą powodować trudności w świadczeniu usług przez Orange Polska.</p> <p>Z powodu opóźnień w dostawach sprzętu mogą potencjalnie wystąpić problemy w funkcjonowaniu systemów informatycznych i sieciowych.</p> <p>Związane ze zmianami klimatu wymagania regulacyjne wobec największych przedsiębiorstw (konieczność ograniczeń i dostosowania) mogą wpłynąć na wyniki finansowe.</p> <p>Można się spodziewać zmian demograficznych i społeczno-gospodarczych.</p>	<p>Zasadniczym podejściem do zarządzania tym ryzykiem jest zrozumienie, pomiar, monitorowanie i łagodzenie możliwych konsekwencji w różnych scenariuszach klimatycznych w krótkim, średnim i długim okresie, z uwzględnieniem wpływu na kwestie finansowe i ciągłość działania. Informacje o ryzyku klimatycznym są uwzględniane w decyzjach inwestycyjnych (planowanie przyszłych lub przenoszenie obecnych lokalizacji, wybory projektowe, dodatkowe środki ochrony lub reagowania). Analizujemy możliwy wpływ czynników klimatycznych na infrastrukturę, odpowiednio dostosowując rozwiązania projektowe. Ze względu na znaczenie dostępności energii, opracowujemy scenariusze i procedury utrzymania ciągłości i na wypadek przerw w dostawach prądu lub innych zakłóceń w dostawach energii, ze szczególnym uwzględnieniem przechowywania energii i innych niskoemisyjnych rozwiązań zasilania awaryjnego. W celu zmniejszenia zapotrzebowania (wielkości zużycia) jest realizowany Program Optymalizacji Energii. Ponadto, podejmujemy też starania o pozyskanie energii odnawialnej bezpośrednio od dostawców w oparciu o umowy długoterminowe (PPA), uzupełniając te działanie o własne źródła (Solar as a Service).</p> <p>Zidentyfikowano kluczowe dla ciągłości działania zasoby. Aby zapewnić ich dostępność pomimo potencjalnych zakłóceń, przewidziano szereg środków zapobiegawczych (m.in. dywersyfikacja, dostawcy zapasowi, tworzenie zapasów, alternatywne technologie, inne trasy transportu). Wpływ na środowisko jest uwzględniany w procesie weryfikacji i oceny dostawców. Spółka wprowadza również rozwiązania oparte o gospodarkę o obiegu zamkniętym jako potencjalne niezależne źródło pozyskiwania zasobów. Ponadto, stale monitorujemy sytuację prawno-regulacyjną z perspektywy zmian klimatu, analizujemy długofalowe zmiany społeczno-gospodarcze i demograficzne w Polsce oraz angażujemy się w dialog z interesariuszami.</p>	

Rosnąca Malejąca Stabilna

↗ ↘ →

Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
Zdrowie i bezpieczeństwo ludzi ■ Ryzyko obrażeń fizycznych lub problemów psychicznych	Efektywność i odpowiedzialność w działaniu	→	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa ludzi wynikające z działalności Spółki oraz jej własnych działań i zaniedbań, ■ mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw, ■ zwiększone obciążenia psychiczne w związku z pandemią, ■ restrukturyzacja Orange Polska. 	Praca w Orange Polska charakteryzuje się niskim ryzykiem wypadków przy pracy, co potwierdzają statystyki. Stosunkowo niewielkie wypadki zwykle należą do lekkich. Dlatego ryzyko związane z tradycyjnie rozumianym zdrowiem i bezpieczeństwem należy uznać za stosunkowo niewielkie.	W Orange Polska funkcjonuje polityka w zakresie zdrowia, bezpieczeństwa oraz jakości życia. Wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe i regularne szkolenia z zakresu BHP, a wypadki przy pracy oraz nieobecności w pracy są monitorowane i analizowane. Firma zapewnia swoim pracownikom opiekę medyczną, dofinansowanie aktywności fizycznej, a dodatkowo oferuje program prozdrowotny „Zdrowie na Tak”, który w szczególności jest skierowany do pracowników z niepełnosprawnościami. Kwestie zdrowia i bezpieczeństwa ludzi są również uwzględnione w umowach z dostawcami poprzez zapisy klauzuli CSR oraz Kodeksu dla dostawców. Dodatkowo, dla dostawców z grup największego ryzyka wprowadzono konieczność uzyskania pozytywnej oceny EcoVadis.
■ Czynniki ryzyka związane z zasobami ludzkimi i dostosowaniem struktury organizacyjnej	Efektywność i odpowiedzialność w działaniu	→	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa ludzi wynikające z działalności Spółki oraz jej własnych działań i zaniedbań, ■ restrukturyzacja Orange Polska. 	Proces przekształceń w Orange Polska trwa od wielu lat, a związana z nim restrukturyzacja może budzić obawy u części pracowników. To niestety może się przekładać na spadek wydajności pracy i pogorszenie ogólnego stanu psychicznego pracowników. W niektórych obszarach usług zewnętrznych (np. outsourcing kadr i procesów, partnerzy techniczni), pracownicy podwykonawców mogą być również narażeni na to ryzyko.	Orange Polska i jego kierownictwo kontynuują proces zmiany kultury organizacyjnej w celu motywowania pracowników i promowania kultury ciągłego doskonalenia, a także usprawniania organizacji i infrastruktury tak, aby móc sprostać konkurencji oraz wdrażać nowe technologie i nowe, bardziej wydajne modele biznesowe w ramach programu transformacji. Ewentualne niepowodzenie tej transformacji będzie miało negatywny wpływ na marże operacyjne, pozycję i wyniki finansowe Orange Polska, dlatego Spółka realizuje proces odejść dobrowolnych i proces optymalizacji zatrudnienia. Regularne badania satysfakcji pracowników są przeprowadzane przez zewnętrznego konsultanta. W Spółce została opracowana Polityka inwestowania w jakość zdrowia i dobre samopoczucie pracowników Orange Polska. Pracownikom są oferowane szerokie usługi medyczne w PZU Zdrowie, w tym opieka psychologiczna. Dla pracowników odchodzących z firmy opracowano program outplacementu.
Poważne naruszenia praw człowieka i podstawowych wolności ■ Negatywny wpływ nowych technologii na dzieci i młodzież	Efektywność i odpowiedzialność w działaniu Najlepsze doświadczenie klienta	→	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rosnący udział technologii w życiu społecznym, ■ zdalna nauka w szkołach w czasie pandemii, ■ uzależnienie młodzieży od internetu, gier komputerowych i mediów społecznościowych. 	Istnieje ryzyko, że Orange Polska będzie postrzegany jako operator dostarczający usługi, które mają niekorzystny wpływ na zachowania i zdrowie dzieci i młodzieży. Temat negatywnego wpływu nowych technologii na dzieci i młodzież jest coraz częściej obecny w mediach i może wpłynąć na decyzje zakupowe nowych i satysfakcję obecnych klientów.	Poprzez programy edukacyjne Fundacji Orange, tj. MegaMisja, #SuperKoderzy, Pracownie Orange i działania na rzecz bezpieczeństwa dzieci w sieci, oraz współpracę z partnerami społecznymi i instytucjami publicznymi, Orange Polska edukuje dzieci, rodziców i nauczycieli na temat mądrego i bezpiecznego korzystania z nowych technologii, upowszechniając materiały edukacyjne, scenariusze lekcji i poradniki dla wszystkich grup wiekowych oraz prowadząc kampanie informacyjne. Firma wspiera też badania na temat postaw dzieci i młodzieży wobec nowych technologii, aby lepiej odpowiadać na potrzeby społeczne. Dodatkowo, Orange Polska oferuje usługi kontroli rodzicielskiej w telefonach, tj. Chroń dzieci w sieci czy Bezpieczny Starter. Orange Polska stworzył także platformę internetową www.orange.pl/razemwsieci gdzie można znaleźć informacje na temat odpowiedzialnego i bezpiecznego korzystania z mediów cyfrowych.
■ Niewolnictwo, praca przymusowa i praca dzieci	Efektywność i odpowiedzialność w działaniu Najlepsze doświadczenie klienta	→	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw. 	Ryzyko pracy niewolniczej lub przymusowej jest marginalne (niematerialne) w przypadku operacji wewnętrznych i głównych dostawców krajowych, natomiast może się pojawić w globalnym łańcuchu dostaw.	Polityka w obszarze praw człowieka została sformułowana i jest wdrażana przez Grupę Orange na poziomie międzynarodowym. Na szczeblu krajowym, w Orange Polska umowy zakupowe z dostawcami zawierają klauzulę CSR i zgodności, Kodeks etyki oraz Kodeks dla dostawców, obejmujący między innymi kwestie zdrowia ludzkiego, bezpieczeństwa i ochrony. Dla dostawców i innych interesariuszy jest dostępny lokalny system informowania o nieprawidłowościach „Zapytaj etyka”. Dodatkowo, dla dostawców z grup największego ryzyka wprowadzono konieczność uzyskania pozytywnej oceny EcoVadis.

Rosnąca



Malejąca



Stabilna



Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
<ul style="list-style-type: none"> Ryzyko złych warunków pracy 	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>	→	<ul style="list-style-type: none"> Mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw. 	<p>Ryzyko złych warunków pracy w Orange Polska jest oceniane jako niskie, ale może wystąpić w łańcuchach dostaw.</p> <p>Ze względu na pandemię, ryzyko związane z bezpiecznymi warunkami pracy wzrosło.</p>	<p>Ryzyko złych warunków pracy w Orange Polska jest oceniane jako niskie. Spółka wprowadziła Politykę inwestowania w jakość zdrowia i dobre samopoczucie pracowników Orange Polska, której jednym z elementów jest przestrzeganie zasad BHP oraz tworzenie przyjaznego środowiska pracy.</p> <p>Potencjalnie ryzyko może wystąpić na poziomie dostawców świadczących usługi na rzecz Orange Polska – w obszarach takich jak outsourcing kadr i procesów oraz partnerzy techniczni. Kwestie zdrowia i bezpieczeństwa ludzi są uwzględnione w umowach z dostawcami poprzez zapisy klauzuli CSR, Kodeks dla dostawców oraz Kodeks etyki. Nieprawidłowości w tym obszarze mogą być zgłaszane poprzez lokalny system informowania „Zapytaj etyka”, który jest dostępny dla pracowników i dostawców.</p> <p>Dodatkowo, dla dostawców z grup największego ryzyka wprowadzono konieczność uzyskania pozytywnej oceny EcoVadis.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Naruszenie wolności wypowiedzi 	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>	→	<ul style="list-style-type: none"> Rosnący udział technologii w życiu społecznym, dostępność treści i mechanizmów śledzenia użytkowników w internecie, budzenie niepokojów społecznych i dezinformacja w sieci. 	<p>Jako operator telekomunikacyjny, Orange pragnie zapewnić przestrzeganie praw człowieka, zwłaszcza przy korzystaniu z technologii teleinformatycznych. Podobnie jak wszyscy operatorzy telekomunikacyjni, Orange musi się stosować do nakazów zawartych w krajowych przepisach dotyczących bezpieczeństwa. To powszechny obowiązek określony w ustawodawstwie poszczególnych krajów oraz pozwoleniach na prowadzenie działalności telekomunikacyjnej na całym świecie. Bardzo ważne jest zagwarantowanie przejrzystości w zakresie monitorowania żądań organów państwowych w obszarze praw człowieka, zwłaszcza związanych z branżą teleinformatyczną.</p>	<p>Wyraźnie określono, zidentyfikowano i zaktualizowano wymagania związane z udostępnianiem danych osobowych i telekomunikacyjnych upoważnionym organom, wynikające z obowiązujących ustaw, regulacji międzynarodowych oraz wytycznych organów nadzoru.</p> <p>W Spółce obowiązują zasady / procedury udostępniania danych upoważnionym organom, które zostały zatwierdzone przez Zarząd, opublikowane i udostępnione wszystkim pracownikom oraz właściwym podmiotom zewnętrznym.</p> <p>Zdefiniowano, przypisano i sformalizowano wszelkie obowiązki związane z przekazywaniem danych upoważnionym organom.</p> <p>Dane i informacje w posiadaniu Spółki są klasyfikowane ze względu na wymogi prawne, wartość, znaczenie krytyczne oraz wrażliwość na nieuprawnione ujawnienie lub modyfikację.</p> <p>Użytkownicy mają dostęp do informacji i danych wyłącznie w zakresie, w jakim są do tego uprawnieni. Zgodnie z polityką kontroli dostępu, dostęp do informacji jest ograniczony.</p> <p>Wprowadzono formalne zasady, procedury i zabezpieczenia w celu ochrony danych i informacji przekazywanych wszelkimi metodami komunikacji.</p> <p>Proces udostępniania danych upoważnionym organom podlega regularnemu monitorowaniu, analizie i kontroli przez audytorów wewnętrznych i zewnętrznych.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Dyskryminacja 	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>	→	<ul style="list-style-type: none"> Mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw, nowe regulacje prawne dotyczące wymagań w zakresie dostępności dla klientów z niepełnosprawnościami, wyłączenie cyfrowe osób starszych. 	<p>Kwestie związane z dyskryminacją pracowników lub klientów należą do bardzo wrażliwych. Mogą nie tylko naruszać prawo i pociągać za sobą kary, ale także wpływać niekorzystnie na wizerunek Orange Polska jako firmy odpowiedzialnej społecznie, obniżając wartość jej marki.</p>	<p>Polityka zarządzania różnorodnością (przyjęta w 2016 roku) wspomaga osiągnięcie celów biznesowych oraz stanowi odpowiedź na zmiany na rynku pracy i oczekiwania pracowników. Wspiera także realizację wartości zawartych w Kodeksie Etyki, celów odpowiedzialności społecznej oraz zobowiązań zawartych w Karcie Różnorodności, której Orange Polska jest sygnatariuszem. W Spółce powołano Komitet ds. Etyki Danych i Sztucznej Inteligencji, który zajmuje się także kwestią niedyskryminacji przy projektowaniu i stosowaniu nowych technologii.</p> <p>Za kluczowe wymiary różnorodności w Grupie przyjęto: płeć, wiek, kompetencje / wiedzę / doświadczenie / sposób myślenia, zdolności psychofizyczne – (nie)pełnosprawność oraz status rodzicielski. Pozostałe zdiagnozowane wymiary to: religia / światopogląd, lokalizacja miejsca pracy (centrala / region), rodzaj zatrudnienia oraz narodowość / pochodzenie etniczne.</p> <p>Spółka wdraża także programy dla klientów o specjalnych potrzebach, w tym ułatwienia dla osób starszych i z niepełnosprawnościami.</p>

Rosnąca Malejąca Stabilna

Obszar ryzyka	Główny cel biznesowy / odniesienie do strategii	Ekspozycja na ryzyko (zmiana rok-do-roku)	Kluczowe czynniki ryzyka oraz kwestie i obszary niepewności	Potencjalny wpływ	Podejście Zarządu i metody ograniczania ryzyka
<p>Szkody w środowisku</p> <ul style="list-style-type: none"> Ryzyko utraty zaufania i reputacji z powodu niewłaściwego przetwarzania odpadów niebezpiecznych 	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>	<p>→</p>	<ul style="list-style-type: none"> Coraz ostrzejsze przepisy i wymagania dotyczące zarządzania odpadami, obowiązki w zakresie stosowania gospodarki o obiegu zamkniętym. 	<p>Kwestie ochrony środowiska i stosowania zasad gospodarki o obiegu zamkniętym nabierają coraz większego znaczenia ze względu na regulacje prawne i oczekiwania społeczne. Nieprawidłowości w gospodarowaniu elektrośmieciami i odpadami niebezpiecznymi mogą narazić Spółkę na postępowania sądowe oraz niekorzystną ocenę społeczną, obniżając wartość marki w oczach klientów i inwestorów.</p>	<p>Działania Orange Polska w zakresie zarządzania odpadami są prowadzone od lat we współpracy ze sprawdzonymi partnerami biznesowymi, dlatego takie ryzyko należy uznać za niskie.</p> <p>W firmie obowiązuje Polityka ochrony środowiska, która identyfikuje niekorzystny wpływ procesów Orange Polska na środowisko naturalne, kategoryzuje i monitoruje rodzaje odpadów, w tym niebezpiecznych. Spółka nadzoruje procesy mogące mieć wpływ na środowisko zgodnie z wymogami prawa i innymi regulacjami dotyczącymi środowiska naturalnego oraz stosuje rozwiązania technologiczne pozwalające na ograniczanie negatywnego oddziaływania na środowisko.</p> <p>Odpady ZSEE (zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny), zużyte baterie i akumulatory, kable i słupy telegraficzne utylizujemy pod ścisłą kontrolą, we współpracy z podmiotami, które w pełni przejmują odpowiedzialność za dalsze postępowanie z odpadami i dokumentują poszczególne etapy oraz mają pozwolenie na gospodarowanie odpadami (rejestracja przez Główny Inspektorat Ochrony Środowiska).</p> <p>Kwestie środowiskowe są również uwzględnione w umowach z dostawcami poprzez zapisy klauzuli CSR oraz Kodeks dla dostawców.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Ryzyko nieefektywnych procesów zbierania zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego 	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>	<p>→</p>	<ul style="list-style-type: none"> Coraz ostrzejsze przepisy i wymagania dotyczące elektrośmieci, obowiązki w zakresie stosowania gospodarki o obiegu zamkniętym. 	<p>W przypadku Polski występują dwójakie trudności: po pierwsze, niska świadomość ekologiczna, a po drugie, niechęć do pozbywania się starych, ale działających urządzeń. Ponadto, istnieje znaczący rynek używanych telefonów, zdominowany przez internetowe portale handlowe oraz niewielkie podmioty, które je kupują i sprzedają.</p> <p>W niektórych obszarach usług zewnętrznych (np. outsourcing kadr i procesów, partnerzy techniczni), pracownicy podwykonawców mogą być również narażeni na to ryzyko.</p>	<p>Wypełniamy ustawowy obowiązek w zakresie nieodpłatnego przyjęcia starego sprzętu w punktach sprzedaży oraz osiągnięcia poziomów recyklingu dla danej kategorii odpadów. Orange Polska zarządza procesem odzysku urządzeń elektronicznych i monitoruje rezultaty w tym zakresie. Współpracujemy z organizacjami odzysku, zajmującymi się przetwarzaniem i recyklingiem odpadów. Mamy również ofertę skupu, zachęcającą klientów do pozbywania się niepotrzebnego sprzętu.</p> <p>Zużyty sprzęt klienci mogą zwrócić w salonach lub poprzez platformę internetową, w ramach programu „Odkup telefon”, który polega na skupie używanych, sprawnych telefonów w zamian za bony rabatowe. Ponadto w firmie działa program odnowy urządzeń elektronicznych i ich ponownego wprowadzania na rynek.</p>





Załączniki

O Raporcie

Podejście do raportowania

Orange Polska ma przyjemność zaprezentować siódmy zintegrowany raport roczny. Raporty te są publikowane co roku.

Poprzedni raport zintegrowany ukazał się w czerwcu 2023 roku. Kontynuujemy nową jakość w komunikacji z akcjonariuszami i innymi interesariuszami, łącząc finansowe i pozafinansowe aspekty naszej działalności. W raporcie omówiono w szczególności model biznesowy, źródła powstawania wartości, uwarunkowania społeczno-ekonomiczne naszej działalności, metody realizacji strategii, sposób zarządzania Spółką oraz wpływ na środowisko.

Aby zapewnić pełny i spójny zakres treściowy, włączamy Członków Zarządu i Rady Nadzorczej w dialog na etapie gromadzenia informacji i przygotowania raportu. Mamy nadzieję, że dzięki nowej formie raportów możemy przedstawić inwestorom i innym interesariuszom szerszy kontekst naszych działań oraz wyjaśnić przyjęte zasady odpowiedzialnego podejścia do działalności biznesowej. Tworzymy wartość nie tylko w kategoriach finansowych, lecz również w innych aspektach, takich jak zaufanie, wizerunek, satysfakcja z pracy, lojalność klientów i dobre kontakty ze społecznościami lokalnymi.

Zachęcamy do zapoznania się z raportem i przekazania nam uwag zwrotnych na adres: investors@orange.com

Zakres i ograniczenia

W raporcie ujęto kluczowe sprawy i istotne zdarzenia, jakie miały miejsce w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 roku.

Orange Polska S.A. jest jednostką dominującą Grupy Orange Polska („Grupa”, „Grupa OPL”) i sporządza skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2023 roku. Prezentowane dane obejmują całą Grupę Orange Polska z wyodrębnioną prezentacją Orange Polska S.A. W skład Grupy Orange Polska wchodzi następujące podmioty: Orange Polska S.A., Integrated Solutions sp. z o.o., BlueSoft sp. z o.o., Craftware sp. z o.o., Essembli sp. z o.o., Telefony Podlaskie S.A., Orange Retail S.A., Orange Energia sp. z o.o., Orange Szkolenia sp. z o.o., Interkam Sp. z o.o., Pracownicze Towarzystwo Emerytalne Orange Polska S.A., Fundacja Orange i Telekomunikacja Polska sp. z o.o.

Prezentowane w raporcie dane ilościowe i jakościowe pochodzą z wewnętrznych systemów informacji zarządczej, które składają się na proces raportowania i walidacji danych. W przypadku wybranych wielkości występuje niepełna

zgodność raportowania dla wszystkich spółek zależnych, co zostało jasno opisane w tabelach z danymi. Wynika to ze sposobu konsolidacji danych w wybranych obszarach – m.in. dostęp do systemów IT, raportowanie itp. Część danych pozyskiwana jest z międzynarodowej Grupy Orange. Dotyczy to przede wszystkim wskaźników, które przeliczane są w oparciu o metodologię przyjętą w całej Grupie Orange – m.in. Zakres 3, emisja CO₂.

Znaczna część danych pozafinansowych zawartych w niniejszym raporcie została już ujawniona w Sprawozdaniu Zarządu za rok 2022, które zostało opublikowane 15 lutego 2023 roku.

Niniejszy dokument dotyczy działalności Grupy Kapitałowej Orange Polska. Opisuje model biznesowy, priorytety strategiczne oraz otoczenie zewnętrzne i wewnętrzne, w jakim działa Spółka – to jest wszystkie czynniki, jakie mają wpływ na jej strategię. Zawiera zarówno wyjaśnienia o charakterze jakościowym, jak i wskaźniki ilościowe. O zawartości raportu zdecydowała waga poszczególnych kwestii, przy czym staraliśmy się poruszyć te zagadnienia, które są najważniejsze dla różnych grup interesariuszy.

Raport zawiera także informacje o pośrednim wpływie Orange Polska na łańcuch wartości poprzez budowanie relacji z dostawcami, instytucjami państwowymi oraz partnerami biznesowymi i społecznymi. Poruszona została kwestia wpływu na gospodarkę, społeczności lokalne i środowisko. W raporcie zawarliśmy także wybrane dane finansowe oraz najistotniejsze informacje o działaniach społecznych i ochronie środowiska.

Treść i układ raportu są oparte na zaleceniach Międzynarodowej Rady Raportowania Zintegrowanego (IIRC), wytycznych Global Reporting Initiative, normie ISO 26000 oraz Zasadach Global Compact. Ponadto, uwzględniono także aktualne kierunki ustawodawstwa Unii Europejskiej w zakresie publikowania informacji pozafinansowych, danych dotyczących oddziaływania na klimat i różnorodność oraz informacje na temat Celów Zrównoważonego Rozwoju. W tegorocznym Raporcie odwołujemy się również do zaleceń Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (Task Force on Climate-related Financial Disclosures - TCFD) oraz Taksonomii.

Nie dokonano żadnych korekt informacji zawartych w poprzednich raportach.

Proces definiowania treści Raportu

Proces definiowania istotnych aspektów dla raportowania Orange Polska obejmował:

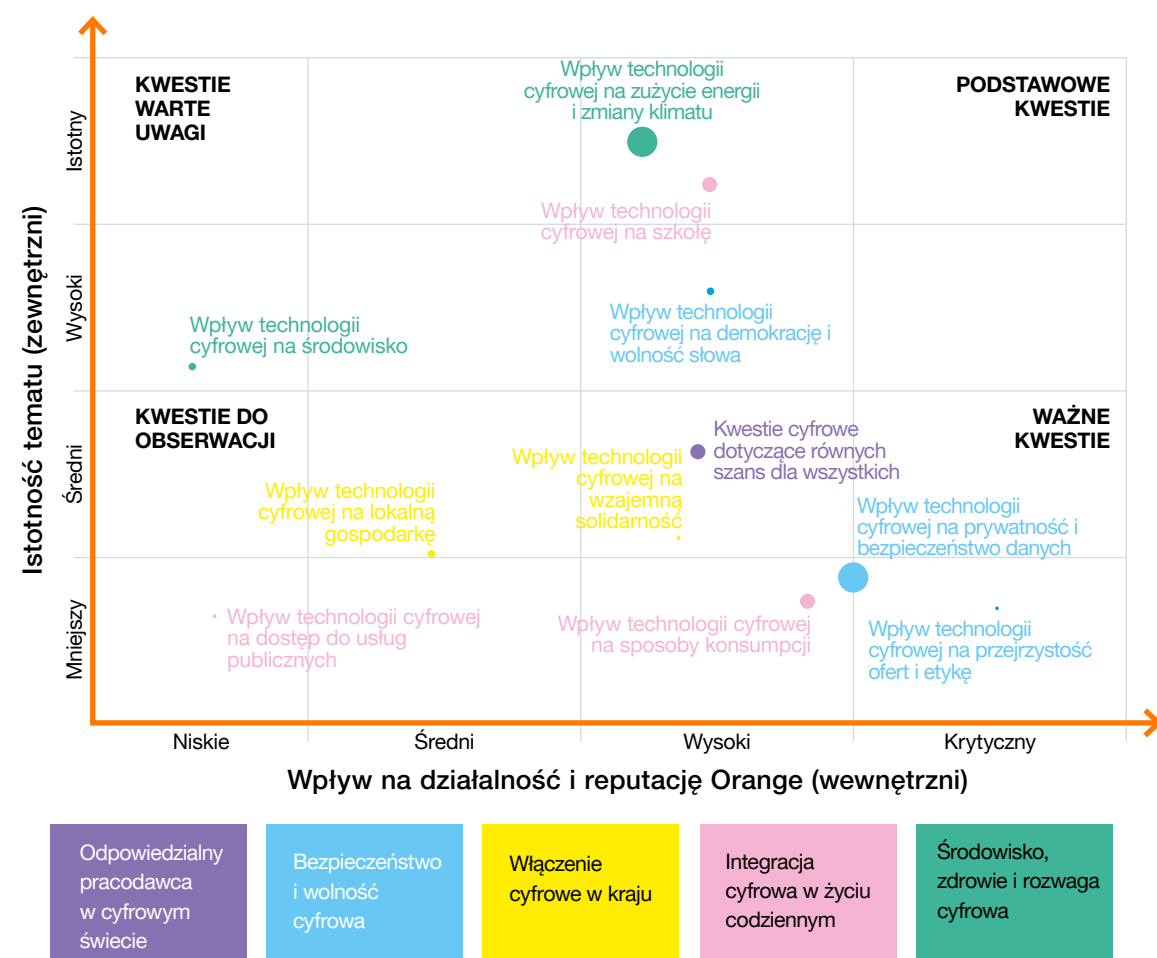
- analizę badań opinii publicznej, klientów indywidualnych i biznesowych na temat kwestii istotnych dla odpowiedzialnego operatora telekomunikacyjnego oraz publikacji medialnych dotyczących Spółki
- analizę badań satysfakcji pracowników
- analizę kluczowych wskaźników wpływu społecznego Orange Polska
- standardy Grupy Orange w zakresie raportowania pozafinansowego
- przegląd wyzwań dla sektora telekomunikacyjnego w Polsce i na świecie oraz działań innych firm telekomunikacyjnych w tym zakresie
- proces dialogu z interesariuszami wokół strategii społecznej odpowiedzialności Orange Polska
- tematyczny dialog z interesariuszami na temat dostępności usług, zarządzania różnorodnością, gospodarki obiegu zamkniętego
- wymogi Dyrektywy 2014/95/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dot. różnorodności oraz suplementu dotyczącego zgłaszania informacji związanych z klimatem (2019/C 209/01)
- informacje zwrotne od naszych interesariuszy na temat ubiegłorocznego raportu
- rekomendacje Rady Nadzorczej dotyczące raportu.
- dialog z interesariuszami na temat „Jak być odpowiedzialnym w postCOVIDowym świecie”
- Cele Zrównoważonego Rozwoju
- standardy raportowania ESG
- rekomendacje Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (Task Force on Climate-related Financial Disclosures - TCFD) oraz Taksonomii.

Raport uwzględnia również zmieniające się otoczenie społeczne i wyzwania związane z kryzysem gospodarczym i klimatycznym oraz kryzysem humanitarnym związanym z wojną w Ukrainie.



Oprócz standardowych narzędzi dialogu interesariuszy opisanych na stronach 38-39, w 2021 r. przeprowadziliśmy dialog interesariuszy na temat odpowiedzialności Orange w świecie po pandemii.

W indywidualnych wywiadach wzięli udział przedstawiciele społeczeństwa obywatelskiego (7), biznesu (4) i władz publicznych (1), a także interesariusze wewnętrzni, w tym Prezes i Członkowie Zarządu (4). Ponadto 29 pracowników i menedżerów wzięło udział w warsztatach, a 167 dedykowanych interesariuszy wypełniło ankietę online.



Priorytety

- Organizacje społeczeństwa obywatelskiego uznają włączenie cyfrowe jako swój najwyższy priorytet. Biznes na pierwszym miejscu stawia tematy środowiska, zdrowia i higieny cyfrowej. Administracja publiczna zaś skupia się na odpowiedzialnym pracodawcy jako głównym obszarze zainteresowania
- Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu, a także szkołę i edukację to najważniejsze kwestie zidentyfikowane przez naszych interesariuszy.
- Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu oraz na szkołę i edukację, a także demokrację

i wolność słowa są identyfikowane jako najbardziej wpływające na biznes i jego reputację.

- Wpływ technologii cyfrowej na szkołę i edukację jest uważany za ważniejszy przez interesariuszy zewnętrznych. Z kolei interesariusze wewnętrzni kładą większy nacisk na wpływ technologii cyfrowej na prywatność i bezpieczeństwo danych.
- Odpowiedź Orange na tematy uważane za istotne przez interesariuszy uznawana jest za odpowiednią i obejmuje inicjatywy związane z promowaniem i rozwijaniem działań związanych z wpływem technologii cyfrowej na szkołę i edukację, a także zużycie energii i zmiany klimatu.

Kwestie istotne

Kluczowe czynniki sukcesu i ryzyka

Istotne kwestie wskazane przez interesariuszy	Nasza odpowiedź	Odniesienie
Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu	Polityka klimatyczna	ss. 98-104
Wpływ technologii cyfrowej na szkołę	Edukacja cyfrowa	ss. 124-129
Wpływ technologii cyfrowej na demokrację i wolność słowa	Zgodność z regulacjami	ss. 212-215
Wpływ technologii cyfrowej na prywatność i bezpieczeństwo danych	Ochrona danych i bezpieczeństwo	ss.135-136
Wpływ technologii cyfrowej na przejrzystość ofert i etykę	Nasza oferta i usługi	ss.72-77
Kwestie cyfrowe dotyczące równych szans dla wszystkich	Dostępność	ss. 140 -141
Wpływ technologii cyfrowej na wzajemną solidarność	Włączenie cyfrowe	ss. 130-132
Wpływ technologii cyfrowej na sposoby konsumpcji	Obsługa klienta	ss. 72-75

- Jakość usług i obsługa klienta to dwa kluczowe czynniki sukcesu dla Orange. Zewnętrzni interesariusze kładą także nacisk na propagowanie dostępu do ofert społecznych.
- Interesariusze zewnętrzni identyfikują jedno główne ryzyko: wpływ technologii cyfrowej na demokrację i wolność wyrażania opinii. Wewnętrzni interesariusze uważają, że jako operator telekomunikacyjny musimy zająć stanowisko w kwestii prywatności i bezpieczeństwa danych, a jako firma także w kwestii zużycia energii i zmian klimatu.



GRI a strategia CSR Orange Polska



Integracja cyfrowa w życiu codziennym

Integracja cyfrowa w życiu codziennym

Wpływ technologii cyfrowej na sposób pracy i szkolenia	GRI 103-1, 404-1, 404-2, 413-1, 413-2,
Wpływ technologii cyfrowej sposoby konsumpcji (dobra, usługi, kultura, wymiana),	GRI 103-1, 413-1, 413-2
Wpływ technologii cyfrowej na sposób, w jaki uzyskujemy dostęp do opieki medycznej	GRI 103-1, 413-1, 413-2
Wpływ technologii cyfrowej na szkołę	GRI 103-1, 413-1, 413-2
Wpływ technologii cyfrowej na dostęp do usług publicznych	GRI 103-1, 413-1, 413-2

Włączenie cyfrowe w kraju

Wpływ technologii cyfrowej na zatrudnienie	GRI 103-1, 203-1, 203-2
Wpływ technologii cyfrowej na lokalną gospodarkę	GRI 103-1, 203-1, 203-2, 419-1
Wpływ technologii cyfrowej na wzajemną solidarność	GRI 103-1, 203-1, 203-2



Czyste środowisko

Środowisko, zdrowie i rozważa cyfrowa

Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu	GRI 302-1, 302-4, 302-5, 305-1, 305-3, 305-5
Wpływ technologii cyfrowej na środowisko (zanieczyszczenie, rzadkie zasoby, różnorodność biologiczna itp.)	GRI 301-1, 301-3, 303-1, 306-2
Wpływ technologii cyfrowej na zdrowie (fale...itp.)	GRI 416-1, 416-2



Bezpieczna sieć

Bezpieczeństwo i wolność cyfrowa

Wpływ technologii cyfrowej na prywatność i bezpieczeństwo danych	GRI 418-1
Wpływ technologii cyfrowej na demokrację i wolność słowa	GRI 413-1, 413-2
Wpływ technologii cyfrowej na przejrzystość ofert i etykę	GRI 417-2, 417-3
Cyfrowe zagadnienia dotyczące bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z internetu	GRI 416-1, 416-2



Engaged ????

Odpowiedzialny pracodawca w cyfrowym świecie

Kwestie cyfrowe dotyczące równości płci w miejscu pracy	GRI 405-1, 405-2, 406-1
Kwestie cyfrowe dotyczące organizacji pracy	GRI 401-2, 404-1, 404-2, 404-3
Kwestie cyfrowe dotyczące równych szans dla wszystkich	GRI 404-1, 404-2, 404-3

Włączenie cyfrowe w życie codzienne

Nasza odpowiedź

Odniesienie

Integracja cyfrowa w życiu codziennym	Wpływ technologii cyfrowej na sposób pracy i szkolenia	GRI 404-1, 404-2, 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej sposoby konsumpcji (dobra, usługi, kultura, wymiana),	GRI 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na sposób, w jaki uzyskujemy dostęp do opieki medycznej	GRI 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na szkołę	GRI 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na dostęp do usług publicznych	GRI 413-1, 413-2
Włączenie cyfrowe w kraju	Wpływ technologii cyfrowej na zatrudnienie	GRI 203-1, 203-2
	Wpływ technologii cyfrowej na lokalną gospodarkę	GRI 203-1, 203-2, 419-1
	Wpływ technologii cyfrowej na wzajemną solidarność	GRI 203-1, 203-2
Środowisko, zdrowie i rozważa cyfrowa	Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu	GRI 302-1, 302-4, 302-5, 305-1, 305-3, 305-5
	Wpływ technologii cyfrowej na środowisko (zanieczyszczenie, rzadkie zasoby, różnorodność biologiczna itp.)	GRI 301-1, 301-3, 303-1, 306-2
	Wpływ technologii cyfrowej na zdrowie (fale... itp.)	GRI 416-1, 416-2
Bezpieczeństwo i wolność cyfrowa	Wpływ technologii cyfrowej na prywatność i bezpieczeństwo danych	GRI 418-1
	Wpływ technologii cyfrowej na demokrację i wolność słowa	GRI 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na przejrzystość ofert i etykę	GRI 417-2, 417-3
	Cyfrowe zagadnienia dotyczące bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z internetu	GRI 416-1, 416-2
Odpowiedzialny pracodawca w cyfrowym świecie	Kwestie cyfrowe dotyczące równości płci w miejscu pracy	GRI 405-1, 405-2, 406-1
	Kwestie cyfrowe dotyczące organizacji pracy	GRI 401-2, 404-1, 404-2, 404-3
	Kwestie cyfrowe dotyczące równych szans dla wszystkich	GRI 404-1, 404-2, 404-3

Wskaźniki ESG

W ramach procesu badania podwójnej istotności w 2023 roku przygotowaliśmy analizę wewnętrznego i zewnętrznego kontekstu zrównoważonego rozwoju, która brała pod uwagę specyfikę branży, nasz model biznesowy, łańcuch wartości i opinie naszych interesariuszy.

Korzystaliśmy z następujących źródeł:

- **Globalny kontekst regulacyjny ESG:** obejmujący analizę międzynarodowych standardów dotyczących zrównoważonego zarządzania i raportowania, a także wymogi prawne
- **Grupa Orange:** wstępne wyniki analizy podwójnej istotności międzynarodowej Grupy Orange
- **Benchmark:** matryce istotności firm telekomunikacyjnych – w tym celu przelazowano raporty 12 największych firm telekomunikacyjnych działających w Europie.

- **Analitycy i inwestorzy:** oczekiwania ze strony naszych inwestorów i analityków ze szczególnym uwzględnieniem ratingów ESG tj. takich jak: ISS, Sustainalytics, S&P i WIG ESG.

- **Raporty sektorowe:** identyfikacja trendów, wyzwań i ryzyk w obszarze zrównoważonego rozwoju dla branży telekomunikacyjnej, przygotowanych przez GMSA, ITU, ETNO.

Na podstawie tej częściowej analizy dokonaliśmy wstępnej weryfikacji wskaźników ESG, które ujawnione zostały niniejszym Raporcie. Poniżej przedstawiamy zestawienie ujawnień za rok 2023 w odniesieniu do wskaźników ESRS.

Poniższego zestawienia nie należy traktować jako pełnych wyników analizy podwójnej istotności ani wyczerpującej listy wskaźników, a jedynie jako odniesienie do nich,

Tematyczne ESRS Kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem objęte zakresem tematycznym ESRS

	Temat	Podtemat	Odniesienie
ESRS E1	Zmiana klimatu	Adaptacja do zmian klimatycznych	ss. 98-105
		Łagodzenie zmian klimatycznych	ss. 98-105
		Energia	ss. 101-103, Załącznik A, Dane społeczne
ESRS E5	Ekonomia o obiegu zamkniętym	Wpływ zasobów, w tym wykorzystanie zasobów	s. 103
		Wpływy zasobów związane z usługami i produktami	s. 103
		Odpady	Załącznik B, Dane środowiskowe
ESRS S1	Własne zasoby pracownicze	Warunki pracy	ss. 116-118
		Bezpieczeństwo zatrudnienia	ss. 119-120
		Czas pracy	ss. 118-119
		Odpowiednia płaca	s. 119, Załącznik A dane społeczne
		Dialog społeczny	ss. 121-122
		Wolność zrzeszania się	ss. 121-122
		Układy zbiorowe	ss. 121-122
		Work-life balance	s. 112
		Zdrowie i bezpieczeństwo	ss. 118-119
		Równe traktowanie i równość szans dla wszystkich	
Równouprawnienie płci i równość wynagrodzeń za pracę o tej samej wartości	s. 119		

Tematyczne ESRS Kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem objęte zakresem tematycznym ESRS

	Temat	Podtemat	Odniesienie
ESRS S2	Pracownicy w łańcuchu wartości	Szkolenia i rozwój umiejętności	s. 120-121, Załącznik A, Dane społeczne
		Zatrudnienie i integracja osób z niepełnosprawnościami	s. 115
		Środki zapobiegania przemocy i nękanii w pracy	s. 212
		Różnorodność	ss. 114-116
		Inne prawa związane z pracą	
		Praca dzieci	ss. 228
		Praca przymusowa	ss. 228
		Prywatność	s.135
		Warunki pracy	ss. 32-33,35-36
		Równe traktowanie i równość szans dla wszystkich	ss. 32-33,35-36
ESRS S3	Dotknięte społeczności	Inne prawa związane z pracą	ss. 32-33,35-36
		Prawa gospodarcze i społeczne społeczności	
		Włączenie cyfrowe	ss. 68-71, 123-129
ESRS S4	Konsumenci i użytkownicy końcowi	Oddziaływanie informacji na konsumentów i użytkowników końcowych	
		Prywatność	s.135
		Wolność wypowiedzi	ss. 125-137
		Dostęp do informacji (wysokiej jakości)	ss. 72-75
		Bezpieczeństwo osobiste konsumentów i użytkowników końcowych	
		Zdrowie i bezpieczeństwo	ss. 136-137
		Bezpieczeństwo osoby	s. 136
ESRS G1	Prowadzenie działalności gospodarczej	Ochrona dzieci	ss.138-139
		Włączenie społeczne konsumentów i użytkowników końcowych	
		Niedyskryminacja	ss. 140-141
		Dostęp do produktów i usług	ss. 140-141
		Odpowiedzialne praktyki marketingowe	s. 77
		Kultura korporacyjna	ss. 112-114
		Ochrona sygnalistów	s. 212
		Zaangażowanie polityczne i działalność lobbingowa	s. 262
		Zarządzanie stosunkami z dostawcami, w tym praktyki płatnicze	ss. 32-33
		Korupcja i przekupstwo	ss. 213 -214
Zapobieganie oraz wykrywanie, w tym szkolenie	s. 266, Załącznik A dane społeczne		
Incydenty	s. 159		

Rekomendacje Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (Task Force on Climate-related Financial Disclosures -TCFD)

Zakres tematyczny	Opis	Odniesienie
Ład korporacyjny	Ujawnianie sposobu zarządzania firmą w zakresie zagrożeń i szans związanych z klimatem	ss. 105-106
Strategia	Ujawnienie rzeczywistego i potencjalnego wpływu ryzyk i szans związanych z klimatem na działalność, strategię i planowania finansowe firmy (w przypadku, gdy takie informacje są istotne).	ss. 100-104
Zarządzanie ryzykami	Ujawnienie, w jaki sposób firma identyfikuje, ocenia i zarządza ryzykami związanymi z klimatem.	ss. 108-111
Wskaźniki i cele	Ujawnienie wskaźników i celów wykorzystywanych do oceny ryzyk i szans związanych z klimatem oraz zarządzania nimi (gdy takie informacje są istotne).	ss. 105, Załącznik B, Dane środowiskowe



Taksonomia

Zakres tematyczny	Odniesienie
Nasze podejście	s. 272
Analiza działań zakwalifikowanych przez Taksonomię	s. 274
Obliczanie kluczowych wskaźników wyników	s. 277
Określenie działalności zgodnej wg. Taksonomii UE	s. 278
Nota metodologiczna	s. 282
Tabele wyników	s. 284

Cele Zrównoważonego Rozwoju

Cele Zrównoważonego Rozwoju	Odniesienie	Cele Zrównoważonego Rozwoju	Odniesienie
	ss. 130-131		ss. 112-133
	ss. 138-139		ss. 133-134
	ss. 124-129		ss. 138-139
	ss. 114-116		ss. 98-105
	ss. 112-122		ss. 212-215, 226-233
	ss. 123-125, 133-134		s. 132

Wybrane dane finansowe

Grupa Kapitałowa Orange Polska – wybrane dane finansowe za okres zakończony 31 grudnia 2023 roku

Opublikowane 14 lutego 2024 roku

Pełny raport dotyczący skonsolidowanych wyników za rok 2023 jest dostępny na naszej stronie

<https://www.orange-ir.pl/pl/centrum-wynikow/>

SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

(w milionach złotych, z wyjątkiem zysku na jedną akcję)	Nota	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Przychody	6	12,970	12,488
Koszty zakupów zewnętrznych	7.1	(7,766)	(7,435)
Koszty świadczeń pracowniczych	7.2	(1,461)	(1,422)
Pozostałe koszty operacyjne	7.3	(514)	(549)
Pozostałe przychody operacyjne	7.3	629	601
Utrata wartości należności i aktywów kontraktowych	20	(91)	(74)
Zyski ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	8	134	107
Koszty rozwiązania stosunku pracy	17	(77)	-
Amortyzacja i utrata wartości aktywów z tytułu prawa do użytkowania	14.1	(578)	(495)
Amortyzacja i utrata wartości środków trwałych i wartości niematerialnych	11.12	(1,993)	(2,046)
Udział w stracie wspólnego przedsięwzięcia	13	(32)	(14)
Zysk z działalności operacyjnej		1,221	1,161
Przychody odsetkowe	20	90	94
Koszty odsetkowe od zobowiązań z tytułu leasingu	20	(138)	(95)
Pozostałe koszty odsetkowe i koszty finansowe	20	(151)	(191)
Koszty dyskonta	20	(54)	(80)
Zyski/(straty) z tytułu różnic kursowych	20	40	(22)

(w milionach złotych, z wyjątkiem zysku na jedną akcję)

	Nota	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Koszty finansowe, netto		(213)	(294)
Podatek dochodowy	28.1	(190)	(143)
Zysk netto		818	724
Zysk netto przypisany właścicielom Orange Polska S.A.		818	724
Zysk netto przypisany udziałom niedającym kontroli		-	-
Zysk na jedną akcję (w złotych) (podstawowy i rozwodniony)	35.4	0,62	0,55
Średnia ważona liczba akcji (w milionach)	29.1	1,312	1,312

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

(w milionach złotych)

	Nota	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Zysk netto		818	724
Pozycje, które nie zostaną przeniesione do wyniku			
Zyski/(straty) aktuarialne dotyczące świadczeń pracowniczych po okresie zatrudnienia	19.1	(8)	4
Podatek dochodowy dotyczący pozycji, które nie zostaną przeniesione		2	(1)
Pozycje, które mogą być przeniesione do wyniku			
Zyski/(straty) z wyceny instrumentów zabezpieczających przepływy pieniężne	25	(397)	451
Straty z wyceny należności wycenianych w wartości godziwej przez inne całkowite dochody		(1)	(3)
Podatek dochodowy dotyczący pozycji, które mogą być przeniesione		76	(85)
Udział w innych całkowitych dochodach/(stratach) wspólnego przedsięwzięcia, po opodatkowaniu	13	(55)	84
Inne całkowite dochody/(straty), po opodatkowaniu		(383)	450
Całkowite dochody ogółem		435	1,174
Całkowite dochody ogółem przypisane właścicielom Orange Polska S.A.		435	1,174
Całkowite dochody ogółem przypisane udziałom niedającym kontroli		-	-

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

(w milionach złotych)	Nota	Na dzień 31 grudnia 2023	Na dzień 31 grudnia 2022
AKTYWA			
Wartość firmy	10	2,320	2,296
Pozostałe wartości niematerialne	11	4,398	4,056
Środki trwałe	12	9,895	9,693
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	14.1	2,849	2,741
Inwestycja we wspólne przedsięwzięcie	13	1,313	1,335
Należności handlowe	15.1	659	452
Aktywa kontraktowe	15.2	89	88
Koszty kontraktowe	15.3	161	154
Instrumenty pochodne	25	337	699
Pozostałe aktywa	16.2	260	321
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	28.2	475	424
Aktywa trwałe razem		22,756	22,259
Zapasy	16.1	275	300
Należności handlowe	15.1	2,048	2,015
Aktywa kontraktowe	15.2	71	104
Koszty kontraktowe	15.3	435	424
Instrumenty pochodne	25	25	29
Należności z tytułu podatku dochodowego		6	-
Pozostałe aktywa	16.2	316	529
Czynne rozliczenia międzyokresowe kosztów		98	80
Środki pieniężne i ekwiwalenty środków pieniężnych	24	796	1,026
Aktywa obrotowe razem		4,070	4,507
SUMA AKTYWÓW		26,826	26,766
PASYWA			
Kapitał zakładowy	29.1	3,937	3,937
Kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej		832	832

(w milionach złotych)	Nota	Na dzień 31 grudnia 2023	Na dzień 31 grudnia 2022
Pozostałe kapitały rezerwowe		267	635
Zyski zatrzymane		8,408	8,047
Kapitał własny przypisany właścicielom Orange Polska S.A.		13,444	13,451
Udziały niedające kontroli		2	2
Kapitał własny razem		13,446	13,453
Zobowiązania handlowe	18.1	120	82
Zobowiązania z tytułu leasingu	23, 27.6	2,306	2,234
Pożyczki od jednostki powiązanej	22	2,694	4,191
Pozostałe zobowiązania finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu		102	40
Instrumenty pochodne	25	4	-
Rezerwy	17	750	510
Zobowiązania kontraktowe	15.4	1,096	942
Zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych	19	64	48
Pozostałe zobowiązania	18.2	28	21
Zobowiązania długoterminowe razem		7,164	8,068
Zobowiązania handlowe	18.1	2,600	2,499
Zobowiązania z tytułu leasingu	23, 27.6	645	542
Pożyczki od jednostki powiązanej	22	1,508	778
Pozostałe zobowiązania finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu		32	10
Instrumenty pochodne	25	12	23
Rezerwy	17	217	261
Zobowiązania kontraktowe	15.4	655	648
Zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych	19	191	190
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		52	33
Pozostałe zobowiązania	18.2	304	261
Zobowiązania krótkoterminowe razem		6,216	5,245
SUMA PASYWÓW		26,826	26,766

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

(w milionach złotych)	Kapitał zakładowy	Kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej	Pozostałe kapitały rezerwowe					Zyski zatrzymane	Kapitał własny przypisany właścicielom OPL S.A.	Udziały nieudające kontroli	Kapitał własny razem
			Kapitał rezerwowy z wyceny instrumentów zabezpieczających przepływy pieniężne	Zyski/(straty) aktuarialne dotyczące świadczeń pracowniczych po okresie zatrudnienia	Straty z wyceny należności wycenianych w wartości godziwej przez inne całkowite dochody	Podatek odroczoney	Udział w pozostałych kapitałach rezerwowych wspólnego przedsięwzięcia				
Saldo na dzień 1 stycznia 2023 roku	3,937	832	712	(50)	(9)	(124)	106	8,047	13,451	2	13,453
Zysk netto	-	-	-	-	-	-	-	818	818	-	818
Inne całkowite straty	-	-	(397)	(8)	(1)	78	(55)	-	(383)	-	(383)
Całkowite dochody ogółem za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2023 roku	-	-	(397)	(8)	(1)	78	(55)	818	435	-	435
Dywidenda (transakcje z właścicielami, patrz Nota 29.2)	-	-	-	-	-	-	-	(459)	(459)	-	(459)
Płatności oparte na akcjach (transakcje z właścicielem, patrz Nota 29.3)	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	2
Reklasyfikacja do zapasów	-	-	19	-	-	(4)	-	-	15	-	15
Saldo na dzień 31 grudnia 2023 roku	3,937	832	334	(58)	(10)	(50)	51	8,408	13,444	2	13,446
Saldo na dzień 1 stycznia 2022 roku	3,937	832	269	(54)	(6)	(40)	22	7,649	12,609	2	12,611
Zysk netto	-	-	-	-	-	-	-	724	724	-	724
Inne całkowite dochody	-	-	451	4	(3)	(86)	84	-	450	-	450
Całkowite dochody ogółem za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2022 roku	-	-	451	4	(3)	(86)	84	724	1,174	-	1,174
Dywidenda (transakcje z właścicielami, patrz Nota 29.2)	-	-	-	-	-	-	-	(328)	(328)	-	(328)
Płatności oparte na akcjach (transakcje z właścicielem, patrz Nota 29.3)	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-	2
Reklasyfikacja do zapasów	-	-	(8)	-	-	2	-	-	(6)	-	(6)
Saldo na dzień 31 grudnia 2022 roku	3,937	832	712	(50)	(9)	(124)	106	8,047	13,451	2	13,453

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPLÝWÓW PIENIĘŻNYCH

(w milionach złotych)	Nota	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA			
Zysk netto		818	724
Korekty uzgadniające zysk netto do środków pieniężnych z działalności operacyjnej			
Zyski ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	8	(134)	(107)
Amortyzacja i utrata wartości środków trwałych, wartości niematerialnych i aktywów z tytułu prawa do użytkowania	11,12,14.1	2,571	2,541
Udział w stracie wspólnego przedsięwzięcia	13	32	14
Koszty finansowe, netto	20	213	294
Podatek dochodowy	28.1	190	143
Zmiana stanu rezerw i odpisów aktualizujących	15, 16.1, 17, 19.1	(92)	(85)
(Zyski)/straty operacyjne z tytułu różnic kursowych i wyceny instrumentów pochodnych, netto		18	(3)
Zmiana kapitału obrotowego			
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu zapasów, brutto		27	(7)
Zwiększenie stanu należności handlowych, brutto	15.1	(190)	(268)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu aktywów kontraktowych, brutto	15.2	35	(6)
Zwiększenie stanu kosztów kontraktowych	15.3	(18)	(54)
Zwiększenie stanu zobowiązań handlowych		28	79
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań kontraktowych	15.4	154	(13)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu czynnych rozliczeń międzyokresowych kosztów i pozostałych należności		89	(10)
Zwiększenie stanu pozostałych zobowiązań		109	51
Otrzymane odsetki		92	90
Odsetki zapłacone i przepływy odsetkowe z instrumentów pochodnych, netto		(338)	(382)
Różnice kursowe i inne przepływy otrzymane/(zapłacone) z instrumentów pochodnych, netto		(16)	7
Podatek dochodowy zapłacony		(135)	(68)
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej		3,453	2,940

(w milionach złotych)

	Nota	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
DZIAŁALNOŚĆ INWESTYCYJNA			
Płatności za zakup środków trwałych i wartości niematerialnych	11,12	(2,241)	(2,242)
Otrzymane dotacje inwestycyjne, netto	18.2	39	5
Dotacje inwestycyjne zapłacone dostawcom środków trwałych i wartości niematerialnych	18.2	(51)	(82)
Różnice kursowe otrzymane/(zapłacone) z instrumentów pochodnych ekonomicznie zabezpieczających nakłady inwestycyjne, netto		(16)	5
Wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych		274	275
Wpływy z tytułu utraty kontroli w Światłowod Inwestycje, pomniejszone o koszty transakcyjne	13, 16.2	133	36
Podatek dochodowy otrzymany/(zapłacony) w związku z utratą kontroli w Światłowod Inwestycje		(19)	53
Wydatki z tytułu inwestycji we wspólne przedsięwzięcie	13	(100)	-
Wydatki z tytułu nabycia jednostek zależnych i działalności biznesowych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek		(61)	(50)
Wpływy/(wypływy) z tytułu pozostałych instrumentów finansowych, netto		(4)	1
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		(2,046)	(1,999)
DZIAŁALNOŚĆ FINANSOWA			
Zaciągnięcie długoterminowego długu	23	97	19
Splata długoterminowego długu	23	(765)	-
Splata zobowiązań z tytułu leasingu	23	(509)	(511)
Zaciągnięcie/(splata) odnawialnej linii kredytowej i pozostałego zadłużenia, netto	23	2	(30)
Dywidenda zapłacona		(459)	(328)
Środki pieniężne netto z działalności finansowej		(1,634)	(850)
Zmiana stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych, netto		(227)	91
Wpływ różnic kursowych i pozostałych czynników na stan środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych		(3)	2
Środki pieniężne i ekwiwalenty środków pieniężnych na początek okresu	24	1,026	933
Środki pieniężne i ekwiwalenty środków pieniężnych na koniec okresu	24	796	1,026

Segment operacyjny i mierniki wyników

Grupa raportuje jeden segment operacyjny, ponieważ decyzje o alokacji zasobów oraz ocena wyników oparte są o dane skonsolidowane. Zarząd ocenia wyniki Grupy na podstawie przychodów, wskaźnika EBITDAaL, zysku netto, wskaźnika eCapex (ang. economic capital expenditures - ekonomiczne nakłady inwestycyjne), organicznych przepływów pieniężnych, długu finansowego netto oraz wskaźnika długu finansowego netto do wartości EBITDAaL w oparciu o skumulowany wskaźnik EBITDAaL za ostatnie cztery kwartały.

Sposób kalkulacji EBITDAaL, eCapex, organicznych przepływów pieniężnych oraz długu finansowego netto nie jest zdefiniowany w MSSF, dlatego te mierniki mogą być nieporównywalne z podobnymi miernikami używanymi przez inne spółki. Metodologia przyjęta przez Grupę została zaprezentowana poniżej.

EBITDAaL jest głównym miernikiem zyskowności operacyjnej używanym przez Zarząd i odpowiada zyskowi z działalności operacyjnej przed zyskami/stratami ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych, inwestycji oraz działalności biznesowych, amortyzacją i utratą wartości środków trwałych i wartości niematerialnych, utratą wartości praw wieczystego użytkowania gruntów, które w momencie początkowego ujęcia zostały zaklasyfikowane do środków trwałych, a następnie zostały przeklasyfikowane do aktywów z tytułu prawa do użytkowania oraz przed udziałem w zyskach/stratach wspólnych przedsięwzięć i jednostek stowarzyszonych, pomniejszonym o koszty odsetkowe od zobowiązań z tytułu leasingu oraz skorygowanemu o wpływ dekonsolidacji spółek zależnych, kosztów związanych z nabyciem, sprzedażą i integracją działalności biznesowych, kosztów programów rozwiązania stosunku pracy, restrukturyzacji lub reorganizacji, eliminacji marży (niezrealizowanego zysku) uzyskanej na transakcjach dotyczących aktywów ze wspólnym przedsięwzięciem oraz ze spółkami stowarzyszonymi rozpoznany według metody praw własności, znaczących roszczeń, spraw sądowych i pozostałych ryzyk, jak również innych znaczących jednorazowych zdarzeń.

eCapex (ang. economic capital expenditures - ekonomiczne nakłady inwestycyjne) jest głównym miernikiem alokacji zasobów używanym przez Zarząd i odzwierciedla nabycie

środków trwałych i wartości niematerialnych z wyłączeniem rezerwacji i innych praw do częstotliwości, pomniejszone o naliczone wpływy ze sprzedaży tych aktywów a także sprzedaży praw wieczystego użytkowania gruntów, które w momencie początkowego ujęcia zostały zaklasyfikowane do środków trwałych, a następnie zostały przeklasyfikowane do aktywów z tytułu prawa do użytkowania („naliczone wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych”). eCapex nie zawiera nabycia aktywów z tytułu prawa do użytkowania.

Organiczne przepływy pieniężne są głównym miernikiem generowania przepływów pieniężnych używanym przez Zarząd i odpowiadają przepływowi pieniężnym netto z działalności operacyjnej pomniejszonym o płatności za zakup środków trwałych i wartości niematerialnych oraz spłatę zobowiązań z tytułu leasingu, powiększonym/pomniejszonym o wpływ różnic kursowych netto otrzymanych/zapłaconych z instrumentów pochodnych ekonomicznie zabezpieczających nakłady inwestycyjne i zobowiązania z tytułu leasingu oraz wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych (w tym również praw wieczystego użytkowania gruntów, które w momencie początkowego ujęcia zostały zaklasyfikowane do środków trwałych, a następnie zostały przeklasyfikowane do aktywów z tytułu prawa do użytkowania), skorygowanym o płatności z tytułu prawa do użytkowania), skorygowanym o płatności za nabycie rezerwacji i innych praw do częstotliwości, płatności z tytułu kosztów związanych z nabyciem, sprzedażą i integracją działalności biznesowych nieujętych w cenie zakupu oraz płatności wynikające ze znaczących roszczeń, spraw sądowych i pozostałych ryzyk. Przepływy pieniężne powstałe w wyniku uzyskania lub utraty kontroli nad jednostkami zależnymi lub innymi przedsięwzięciami, w tym znaczące przepływy z tytułu podatków jednoznacznie zidentyfikowane i powiązane z tymi transakcjami, są zakwalifikowane do działalności inwestycyjnej i z definicji nie są zawarte w organicznych przepływach pieniężnych.

Dług finansowy netto oraz wskaźnik długu finansowego netto do wartości EBITDAaL są głównymi miernikami poziomu zadłużenia i płynności finansowej używanymi przez Zarząd. Kalkulacja długu finansowego netto została przedstawiona w Nocie 21.

PONIŻEJ ZOSTAŁY PRZEDSTAWIONE PODSTAWOWE INFORMACJE FINANSOWE DOTYCZĄCE SEGMENTU OPERACYJNEGO:

(w milionach złotych)	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Przychody	12,970	12,488
EBITDAaL	3,179	3,078
Zysk netto	818	724
eCapex	1,555	1,719
Organiczne przepływy pieniężne	1,173	822

(w milionach złotych)	Na dzień 31 grudnia 2023	Na dzień 31 grudnia 2022
Dług finansowy netto (w milionach złotych, patrz Nota 21)	3,528	4,000
Wskaźnik dług finansowy netto/EBITDAaL	1.1	1.3

PONIŻEJ ZAPREZENTOWANO KALKULACJĘ MIERNIKÓW SEGMENTU OPERACYJNEGO

(w milionach złotych)	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Zysk z działalności operacyjnej	1,221	1,161
Pomniejszenie o zyski ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	(134)	(107)
Odwrócenie wpływu amortyzacji i utraty wartości środków trwałych i wartości niematerialnych ^(a)	2,000	2,046
Powiększenie o udział w stracie wspólnego przedsięwzięcia skorygowany o eliminację marży uzyskanej na transakcjach dotyczących aktywów ze wspólnym przedsięwzięciem	62	57
Koszty odsetkowe od zobowiązań z tytułu leasingu	(138)	(95)
Korekta dotycząca wpływu programów rozwiązania stosunku pracy i kosztów reorganizacji	166	(1)
Korekta dotycząca kosztów związanych z nabyciem, sprzedażą i integracją spółek zależnych	2	17
EBITDAaL	3,179	3,078

^(a) Zawiera wpływ utraty wartości aktywów z tytułu prawa wieczystego użytkowania gruntu historycznie ujętych jako środki trwałe (7 milionów złotych w 2023 roku).

(w milionach złotych)	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Nabycie środków trwałych i wartości niematerialnych	2,368	2,314
Pomniejszenie o naliczone wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	(264)	(243)
Korekta dotycząca zakupu częstotliwości (patrz Nota 11)	(549)	(352)
eCapex	1,555	1,719

(w milionach złotych)	12 miesięcy do 31 grudnia 2023	12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	3,453	2,940
Płatności za zakup środków trwałych i wartości niematerialnych	(2,241)	(2,242)
Różnice kursowe otrzymane/(zapłacone) z instrumentów pochodnych ekonomicznie zabezpieczających nakłady inwestycyjne, netto	(16)	5
Wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	274	275
Spłata zobowiązań z tytułu leasingu	(509)	(511)
Korekta dotycząca opłat za częstotliwości (patrz Nota 11)	182	352
Korekta dotycząca płatności kosztów związanych z nabyciem, sprzedażą i integracją spółek zależnych	30	3
Organiczne przepływy pieniężne	1,173	822



Tabela wskaźników GRI

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
GRI 2: Ujawnienia ogólne 2021			
	2-1	Dane organizacyjne	ss. 10-11
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	s. 236
	2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	s. 236
	2-4	Korekty informacji	W związku z ewolucją metody kalkulacji zużycia energii i emisji gazów cieplarnianych (włączenie miejskiej sieci ciepłowniczej i spółek zależnych OPL) dane w zakresie GRI-302-1 zostały odpowiednio skorygowane.
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna	ss. 298-300
	2-6	Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	ss. 9, 212-215
	2-7	Pracownicy	Załącznik A, Dane społeczne
	2-8	Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	Załącznik A, Dane społeczne
	2-9	Struktura i skład organów zarządzających	ss. 146-148, 204-205
	2-10	Nominowanie i wybór najwyższego organu zarządzającego	ss. 146-148, 205
	2-11	Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	ss. 142-143
	2-12	Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	ss. 147-149
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	ss. 105, 147-149
	2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	
	Raport zintegrowany został zweryfikowany przez Członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz zatwierdzony przez Przewodniczący Komisji Rewizyjnej.		
	2-15	Konflikt interesów	ss. 147-149
	2-16	Informowanie o istotnych kwestiach	ss. 158 -160
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	ss. 152-158
	2-18	Ocena działań najwyższych organów zarządzających	s. 160
	2-19	Polityka wynagrodzeń	ss. 186-203
	2-20	Proces ustalania wynagrodzeń	ss. 186-203
	2-21	Roczny wskaźnik całkowitych odszkodowań	s. 121
	2-22	Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	s.55

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	2-23	Zobowiązania w ramach polityk	ss.54, 79-83
	2-24	Realizacja zobowiązań w ramach polityk	ss.79-83
	2-25	Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	ss. 136-137
	2-26	Mechanizmy zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	s. 177
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	
	W 2023 było kontynuowane postępowanie odwoławcze od kary nałożonej przez UKE w 2018 roku w wysokości 11 mln złotych za nie wykonanie decyzji UKE z 2015 roku. Decyzja zmieniała zasady synchronizacji platformy Orange Polska do obsługi zamówień usług regulowanych (Interfejs System Informatycznego) z narzędziem UKE – Platforma Lokalizacyjno-Informacyjna z Centralną Bazą Danych.		
	W 2023 roku UKE nałożył na Orange Polska karę w wysokości 2 mln złotych za przekazywanie błędnych danych za 2018 rok do prowadzonego przez UKE Systemu Informacyjnego o Infrastrukturze Szerokopasmowej.		
	2-28	Członkostwo w organizacjach	
	Organizacje krajowe: Pracodawcy RP, Konfederacja Lewiatan, Krajowa Izba Gospodarcza, Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji, Francusko-Polska Izba Gospodarcza, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, BCC, Fundacja Rozwoju Radiokomunikacji i Techniki Multimedialnych, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych. Udział we wskazanych organizacjach ma dla firmy charakter strategiczny, przedstawiciele firmy zasiadają w ich ciałach zarządczych, firma opłaca składki członkowskie wspierając działania statutowe oraz bierze udział w dodatkowych projektach organizacji.		
	Organizacje międzynarodowe: European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), Forum for International Irregular Network Access (FIINA), Global Compact (on the Group level), Global Settlements Carrier Group (GSCG), International Cable Protection Committee (ICPC), International Inbound Services Forum (IISF), International Telecommunication Union (ITU), RIPE Network Coordination Centre (RIPE NCC), TeleManagement Forum (TM Forum), Forum of Incident Response and Security Teams (FIRST), GSM Association (GSMA), European Internet Exchange Association (Euro-IX). Udział w tych organizacjach ma charakter branżowy i wiąże się z opłatą składek oraz udziałem w różnych projektach wskazanych organizacji.		
	2-29	Podejście do zaangażowania interesariuszy	ss. 38-39, 237-238
	2-30	Układy zbiorowe	ss. 120-122
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021			
	3-1	Proces określania istotnych zagadnień	ss. 237-239
	3-2	Lista istotnych zagadnień	ss. 237-239
	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	ss. 237-239
Istotne zagadnienie		W kierunku neutralności klimatycznej	
ŚRODOWISKO GRI 2016	300		
Materiały	301		
	301-1	Wykorzystane surowce/materiały według wagi i objętości	Załącznik B, Dane środowiskowe
	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału	s. 103, Załącznik B, Dane środowiskowe,
Energia	302		
	302-1	Zużycie energii przez organizację z uwzględnieniem rodzaju surowców	ss. 101-102, Załącznik B, Dane środowiskowe
	302-4	Redukcja zużycia energii	ss. 100-103
	302-5	Redukcja zapotrzebowania na energię związaną z produktami i usługami	ss. 100-103
Woda	303		

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	303-1	Pobór wody według źródła	Wskaźnik raportowany częściowo. Załącznik B, Dane środowiskowe
		<p>Woda jest wykorzystywana wyłącznie na potrzeby bytowe pracowników. Nie posiadamy instalacji, które są chłodzone wodą bieżącą lub instalacji, do których wykorzystywana jest woda bieżąca. W związku powyższym ten wskaźnik nie jest dla nas istotny w procach biznesowych i raportowany jest w ograniczonym zakresie.</p> <p>Z uwagi na termin raportowania danych dotyczących zużycia wody oraz konieczność zebrania danych z różnych źródeł zewnętrznych, biorąc pod uwagę różne zapotrzebowanie na wodę w różnych okresach, przyjęto metodologię wybory 3-miesiący (luty, maj, wrzesień) i szacowania użycia wody dla całego roku.</p>	
Emisje	305		
	305-1	Łączne bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	Załącznik B, Dane środowiskowe
	305-2	Pośrednie własne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	Załącznik B, Dane środowiskowe
	305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)	Załącznik B, Dane środowiskowe
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	ss. 101-104
Ścieki i odpady	306		
	306-3	Całkowita waga odpadów według rodzaju oraz metody unieszkodliwiania	Załącznik B, Dane środowiskowe
		Wskaźnik własny Sprzęt elektryczny i elektroniczny	Załącznik B, Dane środowiskowe
Istotne zagadnienie	Cyfrowy dobry pracodawca		
OBSZAR SPOŁECZNY	400		
Zatrudnienie	401		
	401-1	Pracownicy nowozatrudnieni oraz odejścia	Załącznik A, Dane społeczne
	401-2	Świadczenia dodatkowe zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie są dostępne dla pracowników czasowych lub pracujących w niepełnym wymiarze godzin	s. 117
Bezpieczeństwo i Higiena pracy GRI 2018	403		
	403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	ss. 118-119
	403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie przypadków	ss. 118-119
	403-3	Usługi medycyny pracy	ss. 118-119
	403-4	Udział pracowników, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	ss. 118-119
	403-5	Szkolenie pracowników z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy	ss. 118-119
	403-6	Promocja zdrowia pracowników	ss. 118-119
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu bezpośrednio związanego z relacjami biznesowymi na bezpieczeństwo i higienę pracy	ss. 118-119
	403-8	Pracownicy objęci systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	ss. 118-119

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	403-9	Rodzaje urazów i wskaźniki urazów, chorób zawodowych, dni straconych i nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą.	Załącznik A, Dane społeczne
		<p>Główne rodzaje urazów związanych z pracą dotyczą skręcenia, zwichnięcia, stłuczenia lub złamania kończyn dolnych, urazów szyi podczas wypadków drogowych, rozcięć i skaleczeń, oparzenia gorącym płynem oraz przeciążeń mięśniowo-szkieletowych. Do prac szczególnie niebezpiecznych dla zdrowia i życia pracowników należą: prace na wysokości oraz prace wykonywane przy konserwacji i naprawie urządzeń energetycznych powyżej 230V. Zagrożenia te określono na podstawie oceny ryzyka i możliwych skutków wypadku przy pracy. W celu wyeliminowania zagrożeń i zminimalizowania ryzyka prowadzone są regularne (coroczne) szkolenia bhp oraz realizowane zalecenia pokontrolne i powypadkowe. W 2023 roku nie stwierdzono wypadków związanych z tego rodzajem prac. Nie było wypadku ciężkiego ani śmiertelnego. Dane dotyczą wszystkich pracowników etatowych. Kalkulacją, w uwagi na kwestie prawne, nie objęto pracowników niezatrudnionych na etat.</p>	
	403-10	Choroby zawodowe	Nie zidentyfikowano.
Edukacja i szkolenia	404		
	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika	Załącznik A, Dane społeczne
	404-2	Programy podnoszenia kwalifikacji pracowników oraz ułatwiające proces przejścia na emeryturę	ss. 120-121
	404-3	Odsetek pracowników podlegających regularnym ocenom jakości pracy i przeglądowi rozwoju kariery zawodowej, według płci i kategorii zatrudnienia	Wskaźnik raportowany częściowo Załącznik A, Dane społeczne
	Wskaźnik własny	Pracownicy przedszkolnie w zakresie CSR	Załącznik A, Dane społeczne
Istotne zagadnienie	Zarządzanie różnorodnością		
Różnorodność i równość szans	405		
	405-1	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników według płci, wieku oraz innych wskaźników różnorodności	ss. 161-162, 206-207, Załącznik A, Dane społeczne
	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn do wynagrodzenia kobiet według zajmowanego stanowiska	Załącznik A, Dane społeczne
	Wskaźnik własny	Kobiety w technologiach	Załącznik A, Dane społeczne
Przeciwdziałanie dyskryminacji	406		
	406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania naprawcze	
		<p>W 2023 roku do Komisji Etyki wpłynęły trzy zgłoszenia opisujące niewłaściwe postawy pracowników mogące nosić znamiona dyskryminacji (nosząca znamiona dyskryminacji ocena pracy, dyskryminujące komentarze w portalu wewnętrznym). W wyniku postępowania wyjaśniającego zarzuty zostały potwierdzone lub częściowo potwierdzone. Na podstawie wniosków z postępowania Komisja ds. Etyki przekazała rekomendację działań do podjęcia do Szefów struktur i zakończone (wytyczne dla przełożonego dotyczące oceny pracy pracownika, rozmowa z pracownikami w sprawie zasad otwartej i etycznej komunikacji).</p>	
Praca dzieci	408		
	408-1	Działania zidentyfikowane jako niosące ze sobą istotne ryzyko wykorzystywania pracy dzieci oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków	W firmie nie stwierdzono takich zagrożeń
Praca przymusowa	409		

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	409-1	Działania zidentyfikowane jako niosące ze sobą istotne ryzyko wykorzystywania pracy dzieci oraz środki podjęte w celu eliminacji takich przypadków.	W firmie nie stwierdzono takich zagrożeń
Prawa człowieka	412		
	412-2	Szkolenia pracowników w zakresie polityk i procedur poszanowania praw człowieka	Załącznik A, Dane społeczne
Istotne zagadnienie	Rozwój społeczna - cyfrowy		
Społeczności lokalne	413		
	413-1	Jednostki biznesowe organizacji, uwzględniające zaangażowanie społeczne, ocenę wpływu i programy rozwojowe	ss. 122-134
	413-2	Działalność organizacji wywołująca negatywny wpływ na społeczność lokalną	
	W przypadku firmy telekomunikacyjnej kwestie związane z bezpiecznym korzystaniem z usług oznaczają nie tylko najwyższą dbałość o spełnianie wymogów norm bezpieczeństwa, ale i rzetelną informację nt. wykorzystywanych urządzeń i technologii. W odpowiedzi na pytania dotyczące potencjalnego szkodliwego wpływu fal radiowych emitowanych przez urządzenia telekomunikacyjne oraz te wykorzystujące nowe technologie, został przygotowany globalny portal Orange o falach radiowych wyjaśniający w sposób przystępny działanie telefonii komórkowej, z sekcją informującą o najnowszych doniesieniach naukowych, oraz zawierający wskazówki dotyczące ograniczenia ekspozycji na fale radiowe podczas korzystania z urządzeń mobilnych. Portal został także przetłumaczony na język polski i można go znaleźć na stronie www.ondesradio.orange.com/pl .		
Istotne zagadnienie	Włączenie cyfrowe		
Udział w życiu publicznym	415		
	415-1	Całkowita wartość finansowa i rzeczowa darowizn na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze, według krajów.	
	Zgodnie z Rozdziałem 7 Wytycznych antykorupcyjnych Orange Polska Orange zabrania się wszelkiego rodzaju wpłat od Spółki (gotówka, przedmioty wartościowe, towary lub usługi, pożyczki, wartościowe papiery pożyczkowe) dokonywanych bezpośrednio lub pośrednio na rzecz partii politycznych. W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 r. nie przyznano żadnych wkładów finansowych ani rzeczowych partiom politycznym, politykom lub powiązanym instytucjom według kraju.		
	Wskaźnik własny	Edukacja cyfrowa	ss. 121-125
Istotne zagadnienie	Obsługa klienta		
Zdrowie i bezpieczeństwo klientów	416		
	416-1	Ocena wpływu istotnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	ss. 136-137
	416-2	Przypadki niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	Brak naruszeń
	Organizacja nie zidentyfikowała przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami.		
Marketing i oznakowanie produktów i usług	417		
	417-1	Wymagania dotyczące oznakowania produktów i usług oraz informacji na ich temat	

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
		Wszystkie produkty dostępne w ofercie Orange Polska posiadają odpowiednie oznaczenia tj.:	
		<ul style="list-style-type: none"> ■ nazwa producenta towaru i jego adres, instrukcja w języku polskim; ■ oznaczenie CE na podstawie Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 15 kwietnia 2004 r. w sprawie dokonywania oceny zgodności telekomunikacyjnych urządzeń końcowych przeznaczonych do dołączania do zakończeń sieci publicznej i urządzeń radiowych z zasadniczymi wymaganiami oraz ich oznakowania; ■ oznaczenie „kosz” na podstawie Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o zużyciu sprzęcie elektrycznym i elektronicznym; ■ deklaracja zgodności DoC (Declaration of Conformity) na podstawie Rozporządzenia Ministra Transportu i Budownictwa z dnia 3 lutego 2006 r.; ■ informacja o SAR (Specific Absorption Rate) na podstawie Rozporządzenia Ministra Transportu i Budownictwa z dnia 3 lutego 2006 r. 	
	417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi oznakowania produktów i usług oraz informacji na ich temat	Brak naruszeń w zakresie oznakowania produktów
	Organizacja nie zidentyfikowała przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami.		
	417-3	Przypadki niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami w dotyczącymi komunikacji marketingowej	
	Organizacja nie zidentyfikowała przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami.		
Ochrona prywatności klienta	418		
	418-1	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności klienta i utraty danych	
	Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych (UODO) wszczął w 2023 r. 25 nowych postępowań administracyjnych i skierował kolejne zapytania do 40 spraw z lat ubiegłych. Postępowania dotyczą skarg klientów lub zgłoszeń naruszenia danych osobowych przesyłanych do UODO. W 16 pozytywnych decyzjach wydanych w 2023 roku dla Orange Prezes UODO potwierdził prawidłowe przetwarzanie danych osobowych przez Orange Polska S.A. Stwierdził również, że Orange Polska S.A. podejmuje działania mające na celu zminimalizowanie ryzyka naruszenia danych osobowych oraz że Spółka przestrzega ustalonych w przepisach o ochronie danych osobowych zasad, co pozwoliło uniknąć ewentualnych kar związanych z naruszeniem prywatności. Na każdym etapie zbierania i przetwarzania danych zapewniamy informowanie Klientów o celu i zakresie przetwarzania danych oraz przysługującym klientom prawie dostępu do treści swoich danych osobowych oraz ich poprawiania. Spółka nadal czeka na decyzję Prezesa urzędu w odniesieniu do 108 otwartych postępowań wyjaśniających.		
	W 2023 r. na Spółkę nie zostały nałożone żadne kary finansowe za naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych.		
	W 2023 r. do Prezesa UODO zostały przesłane 562 zgłoszenia naruszenia ochrony danych osobowych.		
Istotne zagadnienie	Standardy zarządzania		
OBSZAR EKONOMICZNY	200		
Obecność na rynku	202		
	202-1	Wysokość wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla według płci w stosunku do płacy minimalnej przypisane	Załącznik A, Dane społeczne
Pośredni wpływ ekonomiczny	203		
	203-1	Wspierane inwestycje infrastrukturalne i usługi	ss. 18-21
Przeciwdziałanie korupcji	205		

Nazwa standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	205-1	Procesy ocenione pod kątem ryzyka związanego z korupcją	
		Wszystkie procesy są oceniane pod kątem ryzyka związanego z korupcją, a w przypadku operacji obciążonych wyższym ryzykiem korupcji (np. joint venture, fuzje i przejęcia, sprzedaż nieruchomości) stosowane są dodatkowe procedury	
	205-2	Komunikacja i szkolenia w zakresie polityk i procedur antykorupcyjnych	Załącznik A, Dane społeczne
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	Załącznik A, Dane społeczne
		Organizacja nie zidentyfikowała żadnych przypadków korupcji, w tym: <ul style="list-style-type: none"> incydentów, w których pracownicy zostali zwolnieni lub ukarani dyscyplinarnie za korupcję; incydentów, w których umowy z partnerami biznesowymi zostały rozwiązane lub nie zostały przedłużone z powodu naruszeń związanych z korupcją 	



Dane społeczne

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Pracownicy			
Liczba zatrudnionych pracowników (osoby aktywne)*	10,144	9,466	9,063
Płeć			
mężczyźni	6,289	5,851	5,659
kobiety	3,855	3,615	3,404
% kobiet w firmie	38%	38,2%	37,6%
Wiek			
do 30 r.ż.	733	667	643
31-50 r.ż.	6,748	6,050	5,474
po 50 r.ż.	2,663	2,749	2,946
Liczba etatów	10,125	9,455	9,044
mężczyźni	6,282	5,839	5,648
kobiety	3,843	3,607	3,395
Zatrudnieni na czas nieokreślony	9,910	9,335	8,978
mężczyźni	6,194	5,801	5,617
kobiety	3,716	3,534	3,361
Zatrudnieni na czas określony	234	131	85
mężczyźni	95	50	42
kobiety	139	81	43
Liczba zatrudnionych na pełny etat	10,087	9,413	9,012
mężczyźni	6,271	5,823	5,633
kobiety	3,816	3,590	3,379
Liczba zatrudnionych na niepełny etat	57	53	51
mężczyźni	18	28	26
kobiety	39	25	25
Liczba etatów zrealizowanych za pomocą firm outsourcingowych**	2,219	2,376	2,523
Płeć			
mężczyźni		39,1%	41%
kobiety		60,9%	59%
Wiek			
do 30 r.ż.		24,2%	32%
31-50 r.ż.		57,5%	53%
po 50 r.ż.		18,3%	15%

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Liczba osób na stanowiskach menedżerskich	1,275	1,149	1,113
mężczyźni	836	744	703
kobiety	439	405	410
% kobiet na stanowiskach menedżerskich	34,4%	35,2%	37%
% kobiet na stanowiskach liderek (menedżerowie menedżerów)	28,3%	32,0%	23%
% menedżerów do 30 r.ż.	1,5%	1,4%	1,2%
% menedżerów między 31-50 r.ż.	75,5%	73,9%	68,5%
% menedżerów po 50 r.ż.	23,1%	24,6%	30,3%
Rada Nadzorcza			
% kobiet	28,6%	33,3%	39,3%
% członków do 30 r.ż.	-	-	-
% członków między 31-50 r.ż.	47,6%	36,5%	28,6%
% członków po 50 r.ż.	52,4%	63,5%	52,5%
Zarząd			
% kobiet	17,4%	13,6%	15,2%
% członków do 30 r.ż.	-	-	-
% członków między 31-50 r.ż.	65,2%	72,7%	66,7%
% członków po 50 r.ż.	34,8%	27,3%	33,3%
Kobiety w technologiach			
% kobiet w obszarach IT i w sieci	12%	12%	19%
Pracownicy z niepełnosprawnościami			
% pracowników z niepełnosprawnościami	1,9%	1,9%	2%
* Ekwiwalent w postaci pełnych etatów, dotyczy głównie call center dla obszaru obsługi klienta, telesprzedaży oraz obsługi rynku klientów – operatorów.			
Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn według zajmowanego stanowiska (wynagrodzenie mężczyzn to 100%)*			
ogólnie	80,2%	82,2%	83,1%
stanowiska niemenedżerskie	80,5%	82,1%	82,7%
stanowiska menedżerskie	83,3%	84,6%	86,1%
* Tylko dla Orange Polska			
Wynagrodzenia kobiet w relacji do wynagrodzeń mężczyzn zatrudnionych na stanowiskach w tej samej klasie zaszergowania (wynagrodzenie mężczyzn to 100%)*.	96%	96,1%	96,5%

* Dla lepszego wyjaśnienia kwestii różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wprowadziliśmy dodatkowy wskaźnik dla klas zaszergowania poszczególnych stanowisk. Wskaźnik ten pokazuje mniejsze różnice wynagrodzenia kobiet i mężczyzn na stanowiskach. Oznacza to, że różnice w wynagrodzeniu kobiet i mężczyzn wynikają z innego rozkładu zajmowanych stanowisk – więcej kobiet zajmuje stanowiska o niższym wynagrodzeniu (call center, pracownicy salonów) wobec stanowisk technicznych tj. inżynierowie sieci, informatycy, które zajmowane są głównie przez mężczyzn. Tylko dla Orange Polska.

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Rozwój i edukacja*			
Łączna liczba pracowników przeszkolonych (w tys.)	10,3	9,4	9,4
Łączna liczba godzin poświęconych na szkolenia (w tys.)	256,1	216	263
Średnia liczba godzin szkoleń rocznie na pracownika	24,7	23	27,9
Płeć			
mężczyźni	25,3	22,6	27,6
kobiety	24,1	23,7	26,7
Stanowisko			
stanowiska menedżerskie	29,4	32,6	35,8
stanowiska niemenedżerskie	24,2	21,8	26,9
* Dane na temat szkoleń obejmują następujące organizacje wchodzące w skład Grupy Orange Polska - Orange Polska S.A. Integrated Solution, Fundacja Orange, Orange Szkolenia oraz PTE Orange. Dane wg stanu bazy treningowej – 31.12.2023			
Szkolenia z praw człowieka i etyki			
Liczba godzin szkoleniowych pracowników (w tys.)	0,2	0,2	0,2
Liczba przeszkolonych pracowników (w tys.)	0,3	0,3	0,4
Liczba godzin szkoleniowych dla partnerów* (w tys.)	0,4	0,4	0,4
Liczba przeszkolonych partnerów (w tys.)	0,7	0,7	0,8
Szkolenia CSR			
Liczba godzin szkoleniowych pracowników (w tys.)	8,7	1,4	0,5
Liczba przeszkolonych pracowników (w tys.)	5,8	0,9	0,4
Szkolenia z zakresu przeciwdziałania łapownictwu i korupcji (kumulacyjnie)			
Liczba godzin szkoleniowych pracowników (w tys.)	0,4	0,7	1
Liczba przeszkolonych pracowników (w tys.)*	0,6	1,3	0,6

* partnerzy oznaczają osoby zatrudnione przez naszego kontrahenta, które pracują na rzecz Orange Polska

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Mobilność pracowników			
Liczba pracowników nowozatrudnionych	423	572	513
Płeć			
mężczyźni	261	288	271
kobiety	162	284	248
Wiek			
do 30 r.ż.	196	280	258
31-50 r.ż.	205	266	238
po 50 r.ż.	22	26	16
Liczba odejść (wszystkie)	1,056	973	765

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Liczba odejść (z wyłączeni odejść dobrowolnych)	345	490	378
Płeć			
mężczyźni	224	309	194
kobiety	121	181	184
Wiek			
do 30 r.ż.	75	119	4
31-50 r.ż.	233	323	155
po 50 r.ż.	37	62	219
Rotacja*	3,1%	3,2%	2,9%
Płeć			
mężczyźni	3,3%	3,2%	2,6%
kobiety	2,9%	3,1%	3,3%
Wiek			
do 30 r.ż.	9,1%	13,3%	12,8%
31-50 r.ż.	3,1%	3,7%	3,5%
po 50 r.ż.	1,4%	0,3%	0%

* Wskaźnik obliczany jest wyłącznie dla podmiotu dominującego Orange Polska, na podstawie odejść dobrowolnych, z wyłączeniem: odejść na podstawie umowy socjalnej zawartej pomiędzy pracodawcą a pracownikami, przejść wewnątrzgrupowych, zmian formy zatrudnienia. W 2022 roku metodologia liczenia rotacji została zmieniona.

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
BHP			
Liczba wypadków	17	14	15
Wskaźnik urazów związanych z pracą*		0.69	0.81
wypadki śmiertelne	0	0	0
wypadki ciężkie	0	0	0
pozostałe wypadki	13	15	15

* Współczynnik Wskaźnik wypadków związanych z pracą = Liczba wypadków (15) / Liczba przepracowanych godzin (18408800) x 1 000 000

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Ocena pracownicza			
% pracowników podlegających regularnym ocenom*	97%	97%	89%
Płeć			
mężczyźni	97,4%	97,4%	91,9%
kobiety	96,2%	96,2%	84,4%
Wiek			
do 30 r.ż.	90,8%	90,8%	71,3%
31-50 r.ż.	96,9%	96,9%	88,4%
po 50 r.ż.	98,4%	98,4%	93,6%
% pracowników mających ustalone plany rozwojowe **	54%	44%	38%
% pracowników outsourcingowych podlegających regularnym ocenom	43,8%	43,8%	78%
% pracowników outsourcingowych mających ustalone plany rozwojowe	30,9%	23%	24%

* W 2023 r. ocena pracowników i menedżerów oparta na 360 Feedback została zastąpiona metodologią SkillsUp. Proces oceny i ustalania planów rozwoju zostanie ukończony w 2024 r.

** Tylko dla Orange Polska

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Wynagrodzenia*			
średnie wynagrodzenie podstawowe (w zł.)	8,535	9,005	9,786
stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej	107%	106%	103%
Płeć			
mężczyźni	107%	106%	103%
kobiety	107%	106%	103%

* Tylko dla Orange Polska. Nie uwzględniamy pracowników zewnętrznych, ponieważ płacimy pracownikom zewnętrznym za efektywnie przepracowane godziny, co nie jest bezpośrednio porównywalne z miesięcznym wynagrodzeniem podstawowym pracownika etatowego.

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Warunki Pracy *			
% pracowników mających dostęp do opieki medycznej	100%	100%	100%
% pracowników korzystających z Pracowniczego Programu Emerytalnego	84%	86,7%	85%

* W Pracowniczym Programie Emerytalnym uczestniczą pracownicy: Orange Polska, Telefonów Podlaskich, Orange Szkolenia, Pracowniczego Towarzystwa Emerytalnego Orange Polska S.A., Fundacji Orange Integrated Solutions sp. z o.o.

Opis wskaźnika	2021	2022	2023
Dialog społeczny			
% pracowników w związkach zawodowych	28,8%	28,8%	28,3%
% pracowników objętych PUZP	92,1%	90,9%	96%

Wszystkie wskaźniki dla grupy Orange Polska, chyba, że oznaczono inaczej – stan na 31.12.2023 r. Spółka nie stosuje terytorialnego podziału pracowników, w związku z czym nie uwzględniono podziału na regiony. W raportowaniu zastosowano przedziały wiekowe zgodnie z metodologią przyjętą w firmie (do 30 lat, 31-50 lat, powyżej 50 lat). Dane dotyczące kwestii zatrudnienia, przedstawione w tym raporcie, zostały zebrane w oparciu o system HR-info, który bierze pod uwagę takie zmienne jak płeć czy pełniona przez pracownika funkcja. Dane do systemu HR-Info są raportowane na podstawie danych zawartych w systemach kadrowych poszczególnych spółek wchodzących w skład Orange Polska wg standardów Grupy Orange. Liczone są etaty aktywne. (Osoby zatrudnione w Orange Polska na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony, które na ostatni dzień miesiąca są finansowane przez OPL tj. nie przebywają na absencji bezpłatnej lub finansowanej przez ZUS).

Dane środowiskowe*

GRI	Opis wskaźnika	Jednostka	2021	2022	2023
Zużycie energii i emisja gazów cieplarnianych					
Zakres 1 - Bezpośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii**					
GRI302-1	Olej opałowy (wszystkie budynki, wszelkie wykorzystanie)	tys.m3	1,7	1,3	0,8
		MWh	4,341	3,375	2,001
	Gaz	tys.m3	2,560	2,193	1,340
		MWh	26,876	23,030	14,066
	Węgiel	tony	15	0	0
		MWh	122	0	0
	Benzyna - samochody służbowe	litry (w tys.)	1,887	2,082	2,121
		MWh	17,223	19,001	19,352
	Diesel - samochody służbowe	litry (w tys.)	719	734	910
		MWh	7,193	7,342	9,101
Zakres 1 - Całkowite zużycie energii		GWh	55,756	52,748	44,520
GRI305-1	Zakres 1 - emisja CO ₂ z paliw, gazu i węgla	tony (w tys.)	11,5	7,7	4,7
	Zakres 1 - emisja CO ₂ z transportu	tony (w tys.)	6,3	6,7	7,3
	Zakres 1 - emisja CO ₂ z gazów cieplarnianych	tony (w tys.)	15,6	15,7	10,9
Zakres 1 - Bezpośrednia własna emisja gazów cieplarnianych (CO₂) **		tony (w tys.)	33,3	30,3	22,9
GRI302-1	Zakres 2 - Pośrednia własna emisja CO₂ (zużycie energii) **				
	Zużycie energii- energia elektryczna	GWh	534,538	515,608	505,277
	W tym energia odnawialna****	GWh	30	59,625	374,143
	Zużycie ciepła sieciowego	GWh	66,111	58,565	33,413
GRI305-2	Zakres 2 - emisja CO ₂ (location-based)	tony (w tys.)	358,141	304,866	97,182
	Zakres 1+2 - emisja CO₂ **	tony (w tys.)	391,480	335,082	120,083
GRI305-3	Zakres 3 – Pozostała emisja pośrednie CO₂e (dostawcy, klienci, pracownicy; z wyłączeniem Orange Energia)***				
	Zakupione produkty i usługi	tony (w tys.)	190	218	
	Dobra kapitałowe	tony (w tys.)	183	204	
	Korzystanie ze sprzętu i usług przez klientów (w tym powiązane zużycie energii)	tony (w tys.)	171	174	
	Inne	tony (w tys.)	71	74	
	Całkowite emisje CO ₂ e (Zakres 1+2+3; z wyłączeniem Orange Energia)	tony (w tys.)	1,037	1,004	
Zakres 3 – Emisje związane z działalnością Orange Energia		tony (w tys.)	701	642	

GRI	Opis wskaźnika	Jednostka	2021	2022	2023
GRI301-1	Materiały				
	Papier	tony	40	29,6	21,7
GRI303-1	Woda				
	Zużycie wody	tys. m ³	204,3	177,8	133,3
GRI306-3	Zarządzanie odpadami ****				
	Ilość odpadów wewnętrznych WEEE (sieć & tertiary)	tony	8,1	816	708
	Ślupy drewniane	tony	28,3	38,9	344,2
	Kable	tony	290,5	331,5	392
	Baterie	tony	433	826	962,2
	Inne odpady niebezpieczne (w tym PCB)	tony	2,2	13	25
	Inne nie niebezpieczne odpady	tony	1,169	848	888
	Całość odpadów	tony	1.957	2.903	3.319
	Sprzęt elektroniczny i elektryczny				
	Liczba telefonów zebranych i poddanych recyklingowi	tys.	37,8	61,2	46,9
Liczba telefonów odnowionych i ponownie wprowadzonych na rynek	tys.	12,6	15,9	8,5	
Liczba urządzeń multimedialnych (broadband) odnowionych i ponownie wprowadzonych na rynek	tys.	655	421,4	437,5	
Emisja pól elektromagnetycznych					
Zgodność z obowiązującymi normami			tak	tak	tak

* Na prezentowane dane roczne składają się dane realne za kwartały I, II i III oraz dane szacunkowe za kwartał IV. Sprawozdawczość w zakresie środowiska oparta jest na raportowaniu do globalnej bazy danych Grupy Orange. Zużycie energii elektrycznej w budynkach Orange Polska obliczane jest na podstawie wskaźnika z bazy energii elektrycznej (BEE), w której znajdują się odczyty z poszczególnych liczników energii elektrycznej. Emisje gazów cieplarnianych (GHG) zostały obliczone w oparciu o protokół GHG. Do obliczenia emisji gazów cieplarnianych wykorzystywane są współczynniki emisji dla energii elektrycznej IEA (Międzynarodowa Agencja Energii). W Spółce nie występują emisje gazów biogenicznych.

** Począwszy od roku 2023 Orange Polska zmienia metodę kalkulacji emisji z zakresów 1 i 2 w celu większej zgodności ze standardem protokołu GHG. Prezentowane dane dotyczą Orange Polska oraz wszystkich spółek zależnych. Uwzględniają też nieujawniane wcześniej dane o wykorzystywaniu ciepła sieciowego, uzupełniające zakres 2. Prezentowane dane historyczne za rok 2021 i 2022, w tym rok bazowy – 2015 (Zakresy 1 i 2 z 2015 r. przed ponownym obliczeniem: 506 tys. ton, po ponownym obliczeniu: 567 tys. ton), zostały w związku z tym przeliczone tak, aby stanowić rzetelną bazę porównawczą. Zmiana sposobu kalkulacji nie wpływa na ogłoszone w 2021 r. cele redukcji emisji z zakresów 1 i 2 (w 2025 r. co najmniej 60% energii elektrycznej w strukturze zużycia ze źródeł odnawialnych i redukcja emisji w zakresach 1 i 2 o 65% względem roku 2015).

*** W raporcie za 2022 r. Orange Polska, podobnie jak cała Grupa Orange, rozpoczęła pełne raportowanie emisji gazów cieplarnianych w zakresie 3 (całość łańcucha wartości: dostawcy, klienci, pracownicy). Do tej pory, zgodnie z metodologią Grupy Orange, raportowane były tylko emisje wynikające z podróży służbowych, stanowiące niewielką część zakresu 3. Ze względu na złożoność metodologiczną kalkulacji emisji w zakresie 3 obecnie dane dostępne są z rocznym opóźnieniem (w momencie publikacji sprawozdania za 2023 r. ostatnie dostępne dane dotyczą 2022 r.). Oddzielnie ujmowane są emisje wynikające z działalności Orange Energia, spółki zależnej od Orange Polska, zajmującej się obrotem energią elektryczną. Zgodnie z metodologią protokołu GHG obrót energią stanowi część zakresu 3. Ponieważ nie jest to działalność podstawowa z punktu widzenia Orange i dotyczy innego sektora gospodarki, emisje te, w uzgodnieniu z podejściem Grupy Orange, wykazywane są jako oddzielna linia.

**** Odpady są generowane w trakcie likwidacji składników majątku / środków trwałych lub prowadzenia inwestycji/remontów. Dane przekazywane są na podstawie kart przekazania odpadów, znajdujących się w BDO (bazie danych o produktach, opakowaniach i gospodarce odpadami).

***** Zaraportowane zużycie energii z OZE wynika z zawartych PPA, na bazie których OPL uzyskał GP dot. roku 2023 i ewidencjonowane w rejestrze prowadzonym przez Towarową Giełdę Energii.

Taksonomia

Taksonomia Europejska

Niniejsze ujawnienia zostały przygotowane na podstawie następujących regulacji europejskich (dalej: „Taksonomia UE”):

- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje oraz zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088 (dalej: „Rozporządzenie 2020/852”);
- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2139 z dnia 4 czerwca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych (dalej: „techniczne kryteria kwalifikacji”);
- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2178 z dnia 6 lipca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 przez

sprecyzowanie treści i prezentacji informacji dotyczących zrównoważonej środowiskowo działalności gospodarczej, które mają być ujawniane przez przedsiębiorstwa podlegające art. 19a lub 29a dyrektywy 2013/34/UE, oraz określenie metody spełnienia tego obowiązku ujawniania informacji (dalej: „Rozporządzenie 2021/2178”);

- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/1214 z dnia 9 marca 2022 r. zmieniające rozporządzenie delegowane (UE) 2021/2139 w odniesieniu do działalności gospodarczej w niektórych sektorach energetycznych oraz rozporządzenie delegowane (UE) 2021/2178 w odniesieniu do publicznego ujawniania szczególnych informacji w odniesieniu do tych rodzajów działalności gospodarczej (dalej: „Rozporządzenie dotyczące energetyki nuklearnej i gazowej”);
- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2023/2485 z dnia 27 czerwca 2023 r. zmieniające rozporządzenie delegowane (UE) 2021/2139 ustanawiające dodatkowe techniczne kryteria kwalifikacji służące określeniu warunków, na jakich niektóre rodzaje działalności gospodarczej kwalifikują się jako wnoszące istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub w adaptację do zmian klimatu, a także określeniu, czy działalność ta nie wyrządza poważnych szkód względem żadnego z pozostałych celów środowiskowych;

- Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2023/2486 z dnia 27 czerwca 2023 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 poprzez ustanowienie technicznych kryteriów kwalifikacji służących określeniu warunków, na jakich dana działalność gospodarcza kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w zrównoważone wykorzystywanie i ochronę zasobów wodnych i morskich, w przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, w zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrolę lub w ochronę i odbudowę bioróżnorodności i ekosystemów, a także określeniu, czy ta działalność gospodarcza nie wyrządza poważnych szkód względem któregośkolwiek z innych celów środowiskowych, i zmieniające rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2178 w odniesieniu do publicznego ujawniania szczególnych informacji w odniesieniu do tych rodzajów działalności gospodarczej;

Techniczne kryteria kwalifikacji określają sektory oraz rodzaje działalności gospodarczej, które mogą wносить istotny wkład w realizację jednego z sześciu celów środowiskowych: łagodzenie zmian klimatu, adaptacja do zmian klimatu, zrównoważone wykorzystanie i ochrona zasobów wodnych i morskich, przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola, ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów.

Zgodnie z Rozporządzeniem 2020/852 oraz Rozporządzeniem 2021/2178 Orange Polska podlega obowiązkowi publikowania kluczowych wskaźników, takich jak odsetek przychodów, nakładów inwestycyjnych (CAPEX) i wydatków operacyjnych (OPEX) związanych z działalnością gospodarczą, która kwalifikuje się jako zrównoważona środowiskowo.

Przeprowadzono zatem analizę działalności Orange Polska za rok 2023 zgodnie z Taksonomią UE i obliczono kluczowe wskaźniki dotyczące udziału procentowego przychodów (obrotów), nakładów inwestycyjnych (CAPEX) i wydatków operacyjnych (OPEX) związanych z tą działalnością do całości przychodów, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych Orange Polska według definicji Taksonomii UE (dalej: „wskaźniki wyników”), w zakresie dwóch celów środowiskowych: łagodzenie zmian klimatu i przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym.

Żadna działalność Orange Polska nie została uznana za kwalifikującą się do realizacji celów środowiskowych związanych z adaptacją do zmian klimatu, zrównoważonym

użytkowaniem i ochroną zasobów wodnych i morskich, zapobieganiem i kontrolą zanieczyszczeń oraz ochroną i odbudową różnorodności biologicznej i ekosystemów.

W ujawnieniach za 2023 r. Orange Polska przedstawia działalność kwalifikującą się oraz działalność zgodną, czyli taką, która dodatkowo spełnia (i) kryterium istotnego wkładu w łagodzenie zmian klimatu lub adaptację do nich, (ii) kryterium „niewyrządzenia poważnych szkód” środowisku (ang. do no significant harm – DNSH) oraz (iii) jest prowadzona zgodnie z minimalnymi gwarancjami, tj. zapewnione są procedury dotyczące przestrzegania Wytycznych Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Wytycznych Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) dotyczących biznesu i praw człowieka, w tym zasad i praw określonych w ośmiu podstawowych konwencjach wskazanych w Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej podstawowych zasad i praw w pracy oraz zasad i praw określonych w Międzynarodowej karcie praw człowieka (dalej: „działalność zgodna”).

Listy działań kwalifikujących się do Taksonomii UE oraz działań zgodnych zostały przygotowane na podstawie przeglądu portfela działalności Orange Polska i kryteriów zgodności, przeprowadzonego głównie przez zespół finansów we współpracy z obszarami biznesowymi i zespołem CSR (Corporate Social Responsibility) Orange Polska przy współpracy z doradcą zewnętrznym.

Obecnie, większość działalności Orange Polska, polegającej na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na rzecz klientów indywidualnych i biznesowych oraz innych operatorów telekomunikacyjnych, nie jest na dzień dzisiejszy objęta zakresem Taksonomii UE i nie ma dla niej ustalonych kryteriów oceny. Skutkuje to niskim poziomem ujawnionych wskaźników wyników.

Oczekuje się, że analiza poszczególnych sektorów będzie ewoluować wraz z dojrzałością prac Komisji Europejskiej. Jednocześnie uważa się, że sektor ICT (ang. information and communication technology, tj. technologia teleinformatyczna) ma potencjał redukcji własnych emisji bezpośrednich i pośrednich, a technologia cyfrowa może wpływać pozytywnie na realizację celów klimatycznych UE, umożliwiając zmniejszenie emisji w innych sektorach.



1. Określenie działalności kwalifikującej się w rozumieniu Taksonomii UE

Przeprowadzono kompleksowy przegląd działań Orange Polska w celu określenia, które z nich spełniają techniczne kryteria kwalifikacji.

Działalność Orange Polska kwalifikująca się do Taksonomii UE tj. działalność kwalifikująca się generująca przychody lub służąca generowaniu przychodów obejmuje:

Cel środowiskowy	Rodzaj działalności według Taksonomii UE	Opis działalności według Taksonomii UE	Opis działalności Orange Polska
Łagodzenie zmian klimatu	7.4 Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach	Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach	Montaż, konserwacja lub naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w ramach oferty Orange Energia
	7.6 Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej	Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej na miejscu	Usługi profesjonalne w zakresie oferty fotowoltaiki, pomp ciepła i magazynów energii dla klientów indywidualnych i biznesowych w ramach Orange Energia
	8.1 Przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	Przechowywanie danych, operowanie danymi, przepływ, kontrola, wyświetlanie, przełączanie, wymiana, transmisja lub przetwarzanie danych za pośrednictwem ośrodków przetwarzania danych, w tym przetwarzanie danych na obszarach sieci	Usługi hostingu, cloud, big data i przetwarzania danych w centrach danych
	8.2 Rozwiązania oparte na danych na potrzeby redukcji emisji gazów cieplarnianych	Opracowywanie lub stosowanie rozwiązań ICT służących do gromadzenia, transmisji, przechowywania danych oraz do ich modelowania i wykorzystania, jeżeli działalność ta służy głównie dostarczaniu danych i analiz umożliwiającym redukcję emisji gazów cieplarnianych. Takie rozwiązania ICT mogą obejmować między innymi wykorzystanie technologii rozproszonych (tj. technologii rozproszonego rejestru), IoT (ang. Internet of Things – Internetu Rzeczy), 5G lub sztucznej inteligencji	Inteligentne usługi oparte o Internet Rzeczy (IoT) – usługi Smart City

Cel środowiskowy	Rodzaj działalności według Taksonomii UE	Opis działalności według Taksonomii UE	Opis działalności Orange Polska
Przejsie na gospodarkę o obiegu zamkniętym	5.1 Naprawa, modernizacja i regeneracja produktów	Naprawa, modernizacja i regeneracja produktów, które były wcześniej używane przez klienta (osobę prywatną lub prawną) zgodnie z ich zamierzonym przeznaczeniem	Linia odnowy urządzeń abonenckich oraz smartfonów
	5.4 Sprzedaż towarów używanych	Sprzedaż towarów używanych, które były wcześniej używane przez klienta (osobę fizyczną lub prawną) zgodnie z ich zamierzonym przeznaczeniem, po ewentualnej naprawie, modernizacji i regeneracji	Oferta smartfonów odnowionych
	5.5 Produkt jako usługa oraz inne oparte na obiegu zamkniętym modele usług ukierunkowane na użycie i rezultaty	Zapewnienie klientom (osobom fizycznym lub prawnym) dostępu do produktów za pośrednictwem modeli usług, które stanowią usługi ukierunkowane na użycie, w przypadku których produkt nadal jest elementem centralnym, ale jego własność pozostaje w rękach dostawcy (jest dzierżawiony, udostępniany, wynajmowany lub łączony); albo ukierunkowane na rezultaty, w przypadku których płatność jest z góry określona, a uzgodniony rezultat (tj. zapłata za jednostkę usługi) dostarczony	Dzierżawa urządzeń abonenckich (modemy, dekodery, routery oraz inne urządzenia) klientom indywidualnym i biznesowym

W przypadku działania 8.2 – Oparte na danych rozwiązania na potrzeby redukcji emisji gazów cieplarnianych wzięto pod uwagę usługi świadczone w oparciu o IoT, dzięki którym inne sektory gospodarki są w stanie ograniczyć emisję gazów cieplarnianych.

Tego typu rozwiązania umożliwiają sterowanie oświetleniem, monitoring jakości powietrza, pomiar hałasu, kontrolę zużycia energii z instalacji fotowoltaicznych i zarządzanie przepływem energii, ładowanie pojazdów elektrycznych inteligentnymi ładowarkami, kontrolę zużycia wody i odczyt wodomierzy oraz korzystanie z systemu wypożyczalni rowerów miejskich czwartej generacji (bez stacji dokujących), wyposażonych w moduł GSM i GPS. Usługi te wspierają rozwój inteligentnych miast.

Usługi Smart Bike i Smart Energy działają w oparciu o technologie sieciowe i karty M2M (Machine to Machine), pozwalając na analitykę i monitoring w czasie rzeczywistym, dlatego zakwalifikowano je jako rozwiązania IoT. Dotychczas raportowane były w ramach działalności 6.4 – Obsługa urządzeń służących do poruszania się, logistyka rowerowa i 7.6 – Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej, jednak od 2023 r. i na lata kolejne wprowadzono zmianę dla wskaźników. Kwalifikacja do działalności 8.2 Oparte na danych rozwiązania na potrzeby redukcji emisji gazów cieplarnianych, którą zastosowano, wynika z kluczowej roli komponentu technologicznego zawartego w tych rozwiązaniach. Zmiana ma nieistotny wpływ na wskaźniki wyników prezentowane za 2022 r. Połączone ze sobą elementy infrastruktury są w stanie przesyłać i analizować dane. Umożliwiają firmom i samorządom lokalnym poprawę zarówno wydajności

operacyjnej, jak i redukcję ich wpływu na środowisko. Inteligentne rozwiązania pozwalają optymalizować korzystanie z wytwarzanych dóbr, efektywnie gospodarować zasobami i w konsekwencji przyczyniają się do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych. Jako operator w Polsce dostarczamy otwarte i bezpieczne interfejsy API (ang. application programming interface) dla Internetu Rzeczy w ramach platformy Live Objects, dzięki której zintegrowane zarządzanie usługami miejskimi jest przyjazne i możliwe z poziomu smartfona czy systemu informatycznego w mieście.

Działania Orange Polska w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym obejmują ofertę odnowionych smartfonów, dzierżawę na czas świadczenia usług telekomunikacyjnych urządzeń abonenckich i innych klientom indywidualnym oraz biznesowym, a także linię odnowy urządzeń typu modemy, dekodery, smartfony. Zdajemy sobie sprawę ze skali wpływu urządzeń niezbędnych do świadczenia usług telekomunikacyjnych, dlatego staramy się wydłużać ich cykl życia. Po wygaśnięciu umowy na usługę urządzenia wracają do Orange Polska i są poddawane procesowi regeneracji (ang. refurbishment), czyli doprowadzane do stanu „jak nowy” w wyspecjalizowanym centrum odnowy Orange Polska. Takiemu procesowi co roku poddawane jest około pół miliona urządzeń telekomunikacyjnych (modemów, dekoderek) zwróconych przez klientów Orange Polska po wygaśnięciu umowy.

Oprócz nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych związanych z działalnością, która generuje przychody, Orange Polska identyfikuje tzw. indywidualne nakłady inwestycyjne na działania kwalifikujące się do Taksonomii UE, które nie generują przychodów:

Cel środowiskowy	Rodzaj działalności według Taksonomii UE	Opis działalności Orange Polska
Łagodzenie zmian klimatu	6.5 Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	Flota samochodów hybrydowych i elektrycznych
	7.4 Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach	Ładowarki dla pojazdów elektrycznych na parkingach, w siedzibach Orange Polska
	7.6 Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej	Panele fotowoltaiczne w siedzibach Orange Polska
	7.7 Nabywanie i prawo własności budynków	Najem powierzchni biurowych, sprzedażowych, technicznych

2. Obliczanie kluczowych wskaźników wyników

Obliczono kluczowe wskaźniki wyników Orange Polska zgodnie z przepisami Rozporządzenia 2020/852 oraz Rozporządzenia 2021/2178 w oparciu o istniejące procesy i systemy raportowania oraz przyjęte założenia (patrz: „Nota metodologiczna”). Zastosowano wskazaną w przywołanych regulacjach metodologię wyliczenia kwalifikującej się części przychodów, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych.

Udział przychodów związanych z działalnością kwalifikującą się w całości przychodów

Wskaźnik udziału przychodów związanych z działalnością kwalifikującą się został policzony przez podzielenie sumy przychodów z działalności kwalifikującej się (patrz: pkt 1) przez przychody określone w skonsolidowanym rachunku zysków i strat w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony 31 grudnia 2023 r. (dalej: przychody skonsolidowane), ujęte w nocie 6 „Przychody”.

31 grudnia 2023 r.	
Przychody z działalności kwalifikującej się	PLN 128 mln
Przychody skonsolidowane	PLN 12 970 mln
Wskaźnik przychodów związanych z działalnością kwalifikującą się	1 %

Odsetek przychodów związanych z działalnością kwalifikującą się wynosi 1%, co odzwierciedla niewielki udział działalności objętych obecnie zakresem Taksonomii UE w aktywności sektora usług telekomunikacyjnych.

W 2023 r. Orange Polska kluczowe przychody kwalifikujące się, tj. wykazane w liczniku wskaźnika wyników, uzyskała z usług hostingu, cloud, big data i przetwarzania danych w centrach danych, a także z tytułu inteligentnych usług opartych o Internet Rzeczy oraz dzierżawy urządzeń abonenckich klientom indywidualnym i biznesowym.

Udział nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikującą się w całości nakładów inwestycyjnych

Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działaniami kwalifikującymi się zgodnie z definicją Taksonomii UE został obliczony przez podzielenie sumy nakładów inwestycyjnych związanych z działaniami kwalifikującymi się (patrz: pkt 1) przez sumę nakładów inwestycyjnych ujętych 31 grudnia 2023 r. w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony jako zwiększenie:

- wartości niematerialnych (nabycie wartości niematerialnych ujęte w nocie 11 „Pozostałe wartości niematerialne”) oraz
- środków trwałych (nabycie środków trwałych ujęte w nocie 12 „Środki trwałe”) oraz
- aktywów z tytułu prawa do użytkowania (zwiększenia ujęte w nocie 14.1 „Grupa jako leasingobiorca”).

31 grudnia 2023 r.	
Nakłady inwestycyjne związane z działalnością kwalifikującą się	PLN 113 mln
Suma nakładów inwestycyjnych	PLN 2 720 mln
Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikującą się	4%

Suma nakładów inwestycyjnych zdefiniowanych jak wyżej (CAPEX) różni się od wskaźnika eCapex zaprezentowanego 31 grudnia 2023 r. w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony przede wszystkim dlatego, że eCapex nie zawiera zwiększenia aktywów z tytułu rezerwacji i innych praw do częstotliwości oraz prawa do użytkowania, a także jest pomniejszony o naliczone wpływy ze sprzedaży aktywów.

Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikującą się wynosi 4%, co odpowiada niewielkiej części nakładów inwestycyjnych kwalifikujących się w Orange Polska. Dzieje się tak dlatego, że Taksonomia UE w obecnym kształcie nie uwzględnia wszystkich działań sektora telekomunikacyjnego (w szczególności sieci telekomunikacyjnych i usług) podejmowanych w celu

łagodzenia lub adaptacji do zmian klimatu lub innych celów środowiskowych.

W 2023 r. kluczowa działalność inwestycyjna Orange Polska, uznana zgodnie z Taksonomią UE za kwalifikującą się związana była z najmem nieruchomości na cele biurowe i sieci sprzedaży oraz pomieszczeń technicznych, a także rozwojem infrastruktury technicznej centrów danych. W ramach nakładów CAPEX został ujęty także koszt montażu instalacji fotowoltaicznych na nieruchomościach Orange Polska.

Udział wydatków operacyjnych związanych z działalnością kwalifikującą się w całości wydatków operacyjnych

Zgodnie z zapisami Załącznika nr 1 do Rozporządzenia 2021/2178 przy wyznaczaniu wskaźnika wydatków operacyjnych Orange Polska związanych z działaniami kwalifikującymi się, który obliczono, dzieląc kwalifikowane wydatki operacyjne przez sumę wydatków operacyjnych, uwzględniono:

- nieskapitalizowane koszty dotyczące badania i rozwoju,
- prace remontowe budynków,
- najem krótkoterminowy,
- konserwację i naprawę,
- wszelkie inne bezpośrednie wydatki związane z bieżącą obsługą aktywów trwałych przez przedsiębiorcę lub osobę trzecią, której zleca się czynności niezbędne do zapewnienia ciągłości i efektywności funkcjonowania tych aktywów.

Zgodnie z definicją Rozporządzenia 2021/2178 nie wzięto pod uwagę wydatków na zakup energii pozwalających na działanie w szczególności centrów danych, ponieważ w rozumieniu Taksonomii UE nie stanowią one ani nakładów inwestycyjnych (CAPEX), ani wydatków operacyjnych (OPEX).

31 grudnia 2023 r.	
Wydatki operacyjne związane z działalnością kwalifikującą się	PLN 18 mln
Suma wydatków operacyjnych	PLN 996 mln
Wskaźnik wydatków operacyjnych związanych z działalnością kwalifikującą się	1,8 %

Wydatki operacyjne uwzględnione przy obliczaniu wskaźnika w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok 2023 ujęte zostały w kosztach zakupów zewnętrznych, pozostałych przychodach i kosztach operacyjnych oraz kosztach świadczeń pracowniczych i zgodnie z definicją Rozporządzenia 2021/2178 nie zawierają dużej części kosztów operacyjnych wchodzących w skład skonsolidowanego zysku z działalności operacyjnej Grupy Kapitałowej Orange Polska.

Niska wartość wskaźnika wynika z faktu, że Taksonomia UE w obecnym kształcie nie uwzględnia wszystkich działań sektora telekomunikacyjnego (w szczególności sieci telekomunikacyjnych i usług) podejmowanych w celu łagodzenia zmian klimatu lub innych celów środowiskowych.

Zgodnie z interpretacją Orange Polska według obecnie obowiązujących zapisów Spółka nie może uznać kosztów zakupu energii na potrzeby własne, w tym na działanie centrów danych, ze źródeł odnawialnych oraz kosztów związanych z wykorzystywaniem dzierżawionych instalacji fotowoltaicznych (Solar as a Service) za koszty związane z działalnością kwalifikującą się, dlatego nie ujęto ich w kalkulacji wskaźnika wydatków operacyjnych.

W 2023 r. kluczowe wydatki operacyjne Orange Polska związane z działalnością kwalifikującą się obejmują koszty związane z inteligentnymi usługami opartymi o Internet Rzeczy oraz utrzymaniem infrastruktury technicznej centrów danych.

3. Określenie działalności zgodnej w rozumieniu Taksonomii UE

Zgodnie z wyjaśnieniem podanym we wstępie niniejszego rozdziału, działalność zgodna jest to działalność kwalifikowana, która spełnia (i) kryterium istotnego wkładu w łagodzenie zmian klimatu lub adaptację do nich, (ii) kryterium „niewyrządzenia poważnych szkód” środowisku (DNSH) oraz (iii) jest prowadzona zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

Dla poszczególnych działań Orange Polska uznanych zgodnie z Taksonomią UE za kwalifikujące się przeprowadzono analizę zgodności z wymogami dotyczącymi kryteriów istotnego wkładu oraz DNSH i oceniono, które z nich je spełniają.

Ocena zgodności działalności w zakresie zapewnienia minimalnych gwarancji została wykonana poprzez analizę

wymogów minimalnych gwarancji i ich spełnienia przez Orange Polska. Spółka posiada i stosuje rozwiązania oraz procedury, które mają zapewnić prowadzenie działalności zgodnie z zasadami i rekomendacjami wskazanymi w takich dokumentach, jak Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych i Wytyczne ONZ w zakresie biznesu i praw człowieka, a także konwencjach i deklaracjach dotyczących praw człowieka oraz podstawowych zasad i praw w pracy wskazanych w Taksonomii UE, spełnia więc wymogi minimalnych gwarancji.

Orange Polska podejmuje i na bieżąco rozwija działania mające na celu m.in.:

- ochronę podstawowych praw człowieka, praw w miejscu pracy (zgodnie z opisem w sekcji Prawa człowieka) oraz praw konsumenta,
- zapobieganie i wykrywanie nadużyć i korupcji,
- przestrzeganie przepisów podatkowych i prawidłowe zarządzanie ryzykiem podatkowym,
- przestrzeganie obowiązujących przepisów i regulacji dotyczących uczciwej konkurencji.
- W Orange Polska wdrożono m.in.:
- Kodeks Etyki Orange Polska;
- proces identyfikacji zagrożeń społecznych, ich monitorowania i zapobiegania im (ang. vigilance plan – plan czujności), obejmujący kwestie praw człowieka, zdrowia i ochrony środowiska;
- zapisy w umowach z dostawcami dotyczące przestrzegania w łańcuchu dostaw zasad etycznych w zakresie przeciwdziałania korupcji oraz zobowiązań środowiskowych i społecznych (tj. Kodeks postępowania dostawcy, klauzula CSR i klauzula Compliance oraz kwestionariusz CSR);
- system oceny zrównoważonego rozwoju dostawców – platformę EcoVadis;
- program zarządzania zgodnością (program Compliance), którego celem jest przeciwdziałanie korupcji w Orange Polska (zgodnie z opisem w sekcji Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu);
- strategię podatkową Orange Polska;
- obowiązkowe dla wszystkich pracowników szkolenia w zakresie CSR i przeciwdziałaniu korupcji oraz praktykom anty-konkurencyjnym w celu podniesienia świadomości na temat obowiązujących standardów, przepisów i regulacji;

- politykę praw człowieka Orange Polska;
- system zgłaszania nieprawidłowości dotyczących etyki, zarządzania zgodnością i CSR.

Udział przychodów związanych z działalnością zgodną w całości przychodów

Wskaźnik przychodów Orange Polska związanych z działalnością zgodną obliczono poprzez podzielenie sumy przychodów z tego typu działań przez przychody skonsolidowane (patrz: pkt 2.1).

31 grudnia 2023 r.	
Przychody z działalności zgodnej	PLN 16 mln
Przychody skonsolidowane	PLN 12 970 mln
Wskaźnik przychodów związanych z działalnością zgodną	0,1 %

W 2023, przychody z działalności zgodnej wyniosły PLN 16 mln.

Skonsolidowane przychody w 2023 r. wyniosły PLN 12 970 mln

Przychody Orange Polska z działalności 7.4 Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach w ramach oferty Orange Energia oraz 7.6 Instalacja, konserwacja i naprawa technologii energii odnawialnej uznaje się za zgodne, ponieważ spełniają kryteria istotnego wkładu i DNSH określone dla tych działalności, a działalność prowadzona jest zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

Z kolei działalność 8.1 Przetwarzanie danych, hosting i działania pokrewne uznano za niezgodną, ponieważ centra danych obsługiwane przez Orange Polska nie spełniają niektórych technicznych kryteriów kwalifikacji, takich jak weryfikacja przez niezależną stronę trzecią wdrożenia zalecanych praktyk wymienionych w Europejskim kodeksie postępowania w zakresie efektywności energetycznej centrów danych oraz kryterium współczynnika globalnego ocieplenia czynników chłodniczych stosowanych w systemach klimatyzacji w centrach danych. Współczynnik czynników chłodniczych stosowanych w systemach chłodzenia centrów danych przekracza wartości graniczne wskazane w Taksonomii UE.

Jeśli chodzi o działalność 8.2 Oparte na danych rozwiązania w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych, Internet Rzeczy, w tym usługi tego typu świadczone przez Orange Polska, oceniono za kluczowy element optymalizacji zarządzania zasobami, procesami i mobilnością, co może skutkować zmniejszeniem emisji gazów cieplarnianych. Jednocześnie Orange Polska uznaje swoje usługi IoT za niezgodne, ponieważ nie posiada analiz dotyczących cyklu życia tego typu rozwiązań oraz nie ma dostępu do danych zewnętrznych (klientów) dotyczących ich wdrożenia, co uniemożliwia dokonanie oceny redukcji emisji gazów cieplarnianych. W rezultacie Spółka nie posiada weryfikacji wyliczeń przez niezależną stronę trzecią, przez co nie spełnia technicznych kryteriów kwalifikacji.

Odsetek przychodów związanych z działalnością zgodną wynosi 0,1%. Niewielki odsetek działalności zgodnej w Orange Polska wynika przede wszystkim z niewielkiego udziału działalności kwalifikowanej.

Udział nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną w całości nakładów inwestycyjnych

Wskaźnik nakładów inwestycyjnych Orange Polska związanych z działalnością zgodną obliczono, dzieląc sumę nakładów inwestycyjnych poniesionych w ramach działalności zgodnej przez sumę nakładów inwestycyjnych zdefiniowanych w pkt 2.2.

31 grudnia 2023 r.	
Nakłady inwestycyjne związane z działalnością zgodną	PLN 6 mln
Suma nakładów inwestycyjnych	PLN 2 720 mln
Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną	0,2 %

W 2023, nakłady inwestycyjne związane z działalnością zgodną Orange Polska, która nie generowała przychodów („indywidualny” CapEx) wyniosły PLN 6 mln.

Łączne nakłady inwestycyjne wyniosły PLN 2 720 mln.

Część nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością 6.5 Transport motocykli, samochodów osobowych i lekkich pojazdów użytkowych, w zakresie dotyczącym samochodów elektrycznych, spełnia kryteria istotnego wkładu i DNSH, a działalność Orange Polska prowadzona jest zgodnie z minimalnymi gwarancjami, w związku z czym tę część nakładów na transport uznano za zgodne. W celu ograniczenia wpływu transportu na środowisko oraz związanej z nim emisji CO₂ Orange Polska realizuje plan inwestycyjny w zakresie wymiany floty na pojazdy elektryczne i współpracuje z dostawcami w tym zakresie.

Przeprowadzono analizę technicznych kryteriów kwalifikacji na podstawie specyfikacji aut oraz niewyrządzenia poważnych szkód środowisku na podstawie oświadczenia dostawcy oraz w oparciu o informacje ogólnodostępne ujawnione przez producenta samochodów, a także w zakresie odpowiedzialności biznesowej dokonano oceny, czy prowadzi on działalność zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

Nakłady inwestycyjne związane z działalnością 7.4 Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach Orange Polska uznaje się za zgodne, ponieważ spełniają techniczne kryteria kwalifikacji i DNSH, a działalność Orange Polska prowadzona jest zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

Nakłady inwestycyjne związane z działalnością 7.7 Nabywanie i prawo własności budynków uznaje się za niezgodne ze względu na brak spełnienia technicznych kryteriów kwalifikacji.

Nakłady inwestycyjne poniesione przez Orange Polska w związku z działalnością 8.1 Przetwarzanie danych, hosting i działalność pokrewna dotyczą w szczególności dalszej rozbudowy i rozwoju infrastruktury technicznej centrów danych oraz modernizacji wyposażenia. Należy zauważyć, że inwestycji tych nie uznaje się za zgodne z powodów opisanych w pkt 3.1.

Odsetek nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną w przypadku Orange Polska wynosi 0,2%, co wynika z niewielkiego udziału działalności objętej obecnym zakresem Taksonomii UE oraz z powodów opisanych powyżej i w pkt 3.1.

Udział wydatków operacyjnych związanych z działalnością zgodną w całości wydatków operacyjnych

Wskaźnik wydatków operacyjnych Orange Polska związanych z działalnością zgodną obliczono, dzieląc sumę wydatków operacyjnych związanych z działalnością zgodną przez sumę wydatków operacyjnych zdefiniowanych w pkt 2.3.

31 grudnia 2023 r.	
Wydatki operacyjne związane z działalnością zgodną	PLN 1,4 mln
Suma wydatków operacyjnych	PLN 997 mln
Wskaźnik wydatków operacyjnych związanych z działalnością zgodną	0,1 %

W 2023, wydatki operacyjne związane z działalnością zgodną Orange Polska wyniosły PLN 1,4 mln.

Łączne wydatki operacyjne wyniosły PLN 997 mln.

Tabela: Działania związane z gazami jądrowymi i kopalnymi

Działalność związana z energią jądrową		
1	Przedsiębiorstwo prowadzi badania, rozwój, demonstrację i rozmieszczenie innowacyjnych instalacji wytwarzania energii elektrycznej wytwarzających energię w ramach procesów jądrowych przy minimalnej ilości odpadów z cyklu paliwowego, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
2	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę i bezpieczną eksploatację nowych obiektów jądrowych w celu wytwarzania energii elektrycznej lub ciepła technologicznego, w tym na potrzeby systemu ciepłowniczego lub procesów przemysłowych, takich jak produkcja wodoru, a także ich modernizację pod kątem bezpieczeństwa, z wykorzystaniem najlepszych dostępnych technologii, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
3	Przedsiębiorstwo prowadzi bezpieczną eksploatację istniejących obiektów jądrowych wytwarzających energię elektryczną lub ciepło technologiczne, w tym na potrzeby systemu ciepłowniczego lub procesów przemysłowych, takich jak produkcja wodoru z energii jądrowej, a także ich modernizację pod kątem bezpieczeństwa, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
Działalność związana z gazem ziemnym		
4	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę lub eksploatację instalacji do wytwarzania energii elektrycznej z wykorzystaniem gazowych paliw kopalnych, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
5	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę, modernizację i eksploatację instalacji do skojarzonego wytwarzania energii cieplnej/chłodniczej i energii elektrycznej z wykorzystaniem gazowych paliw kopalnych, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
6	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę, modernizację i eksploatację instalacji do wytwarzania ciepła wytwarzających energię cieplną/chłodniczą z wykorzystaniem gazowych paliw kopalnych, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE

Wydatki operacyjne Orange Polska dotyczące działalności 6.5 Transport motocykli, samochodów osobowych i lekkich pojazdów użytkowych, w zakresie, w jakim dotyczą samochodów elektrycznych, uznaje się za zgodne z powodów opisanych w pkt 3.1.

Wydatki operacyjne związane z działalnością 8.1 Przetwarzanie danych, hosting i powiązane działania oraz 8.2 Oparte na danych rozwiązania w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych uznaje się za niezgodne z powodów opisanych w pkt 3.1.

Odsetek wydatków operacyjnych związanych z działalnością zgodną wynosi 0,1%.

Orange Polska nie ujawnia tabel odnoszących się do działalności w zakresie atomu i gazu, co wynika z faktu, że zgodnie z Rozporządzeniem dotyczącym energetyki nuklearnej i gazowej nie prowadzi tego typu działalności. W związku z tym tabele mogą przyjmować wyłącznie wartości zero, a to w ocenie Orange Polska wpłynęłoby negatywnie na przejrzystość informacji.

4. Nota metodologiczna

Sposób wyliczenia wskaźników wyników zaprezentowanych w pkt 2 i 3 wynika z wymogów Taksonomii UE. W przypadku konieczności doprecyzowania opisu sposobu kalkulacji przyjęto przedstawione poniżej założenia.

Wskaźniki wyników dotyczące udziału przychodów kwalifikowanych i zgodnych w przychodach skonsolidowanych

- W ramach działalności 7.6 Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej w ramach oferty Orange Energia ujmuje się w przychodach montaż instalacji fotowoltaicznych, pomp ciepła i magazynów energii wraz z przychodami ze sprzedaży sprzętu. Nie jest możliwe wydzielenie przychodu z samego sprzętu i łączności.
- W ramach działalności 8.1 Przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność ujmuje się przychody z rozwiązań hostingowych oferowanych przez Orange Polska klientom

biznesowym, rozwiązań cloud, usług analityki big data i przetwarzania danych w centrach danych za 12 miesięcy. Dane za grudzień 2023 r. są częściowo oszacowane.

- W ramach inteligentnych usług opartych o IoT, które zakwalifikowano do działalności 8.2 Oparte na danych rozwiązania na potrzeby redukcji emisji gazów cieplarnianych, Orange Polska sprzedaje gotowe, kompleksowe rozwiązania obejmujące sprzęt, usługę montażu i instalacji oraz usługi łączności, wraz z dostępem do platformy umożliwiającej zarządzanie pełnym środowiskiem usług: urządzeniami, komunikacją i danymi. Z tego powodu nie ma możliwości wydzielenia wyłącznie przychodów ze sprzedaży sprzętu i łączności.

Wskaźniki wyników dotyczące udziału nakładów inwestycyjnych kwalifikowanych i zgodnych w sumie nakładów inwestycyjnych

- Nakłady inwestycyjne w ramach działalności 7.7 Nabywanie i prawo własności budynków obejmują zwiększenie prawa do użytkowania dla nowych umów najmu budynków biurowych i salonów sprzedaży oraz wzrost wartości budynków z tytułu nabycia na własność przez Orange Polska.

Wartości przychodów, CAPEX czy OPEX nie ujęto we wskaźnikach wyników podwójnie.



Tabele wyników

Tabela 1: Udział procentowy obrotu z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką – ujawnienie dotyczy 2023 r.

Działalność gospodarcza (1)	Kod lub kody (2)	Obrót (3) [PLN mln]	Kryteria dotyczące istotnego wkładu							Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód”)							Kategoria Działalności na rzecz przejścia (20) [T]	Kategoria Działalności wspomagająca (19) [E]	Udział działalności zgodnej z systematyką (A.1.) lub kwalifikującej się do systematyki (A.2.) Obrót, 2022 (18) [%]	Minimalne gwarancje (17) [T/N]
			Część obrotu, 2023 (4) [%]	Łagodzenie zmian klimatu (5) [T; N; N/EL]	Adaptacja do zmian klimatu (6) [T; N; N/EL]	Zasoby wodne i morskie (7) [T; N; N/EL]	Zanieczyszczenie (8) [T; N; N/EL]	Gospodarka o obiegu zamkniętym (9) [T; N; N/EL]	Bioróżnorodność (10) [T; N; N/EL]	Łagodzenie zmian klimatu (11) [T/N]	Adaptacja do zmian klimatu (12) [T/N]	Zasoby wodne i morskie (13) [T/N]	Zanieczyszczenie (14) [T/N]	Gospodarka o obiegu zamkniętym (15) [T/N]	Bioróżnorodność (16) [T/N]					
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																				
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką)																				
Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach.	CCM 7.4	1,40	0,01%	Y	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0%	E		
Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej.	CCM 7.6	14,16	0,1%	Y	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0,10%	E		
Obrót z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)		15,56	0,1%	0,1%	0%	0%	0%	0%	0%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0%			
W tym wspomagająca		15,56	0,1%	0,1%	0%	0%	0%	0%	0%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0,10%	E		
W tym na rzecz przejścia		0,00%	0,00%	0,00%						N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%			
A.2. Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																				
Sprzedaż towarów używanych	CE 5.4	9,27	0,07%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%			
Produkt jako usługa oraz inne oparte na obiegu zamkniętym modele usług ukierunkowane na użycie i rezultaty	CE 5.5	33,90	0,26%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%			
Przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	CCM 8.1	33,80	0,26%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,20%			
Rozwiązania oparte na danych, na potrzeby redukcji emisji gazów cieplarnianych	CCM 8.2	35,48	0,27%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,26%			
Obrót z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)		112,45	0,87%	0,53%	0%	0%	0%	0,33%	0%								0,46%			
Obrót z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki (A.1+A.2)		128,00	0,99%	0,65%	0%	0%	0%	0%	0%								0,56%			
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																				
Obrót z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki		12 842,00	99,0%																	
OGÓLEM		12 970,00	100%																	

Kod stanowi skrót odpowiedniego celu, w przypadku którego działalność gospodarcza kwalifikuje się do wniesienia istotnego wkładu w jego realizację, a także numer sekcji poświęconej danej działalności w odpowiednim załączniku dotyczącym celu, tj.:

- łagodzenie zmian klimatu: CCM
- adaptacja do zmian klimatu: CCA
- zasoby wodne i morskie: WTR
- gospodarka o obiegu zamkniętym: CE
- zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola: PPC
- bioróżnorodność i ekosystemy: BIO

Na przykład działalność „Zalesianie” miałaby kod: CCM 1.1

T – Tak, działalność kwalifikująca się do systematyki i zgodna z systematyką w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

N – Nie, działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezgodna z systematyką w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

N/EL – Nie kwalifikuje się, działalność niekwalifikująca się do systematyki w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

W przypadku gdy działalność gospodarcza wnosi istotny wkład w realizację **wielu celów środowiskowych**, przedsiębiorstwa niefinansowe podają, pogrubioną czcionką, najbardziej odpowiedni cel środowiskowy na potrzeby obliczenia kluczowych wskaźników wyników przedsiębiorstw finansowych, przy jednoczesnym uniknięciu podwójnego uwzględniania. W swoich odpowiednich kluczowych wskaźnikach wyników, jeżeli nie jest znane wykorzystanie przychodów z finansowania, przedsiębiorstwa finansowe obliczają finansowanie tych rodzajów działalności gospodarczej, które przyczyniają się do realizacji wielu celów środowiskowych w ramach najbardziej odpowiedniego celu środowiskowego, zgłaszanego pogrubioną czcionką w niniejszym wzorze przez przedsiębiorstwa niefinansowe. Cel środowiskowy może być zgłoszony pogrubioną czcionką jedynie raz w jednym wierszu, aby uniknąć podwójnego uwzględniania działalności gospodarczej w kluczowych wskaźnikach wyników przedsiębiorstw finansowych. Nie ma to zastosowania do obliczania zgodności z systematyką działalności gospodarczej dotyczącej produktów finansowych zdefiniowanych w art. 2 pkt 12 rozporządzenia (UE) 2019/2088. Przedsiębiorstwa niefinansowe: zgłaszają również zakres kwalifikowania się i zgodności w podziale na poszczególne cele środowiskowe, który obejmuje zgodność z każdym z celów środowiskowych w przypadku tych rodzajów działalności, które wnoszą istotny wkład w realizację wielu celów, korzystając z następującego wzoru:

	Część obrotu/Całkowity obrót	
	Zgodność z systematyką w podziale na cele	Kwalifikowanie się do systematyki w podziale na cele
CCM	0,1%	0,55%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE*	0%	0,35%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

* Zgodnie z przepisami Taksonomii UE, zgodność działalności związanych z celem CE będzie analizowana w 2024 r.



Tabela 2: Udział procentowy nakładów inwestycyjnych z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką – ujawnienie dotyczy 2023 r.

Działalność gospodarcza (1)	Kod lub kody (2)	Kryteria dotyczące istotnego wkładu								Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód”)								Kategoria Działalność na rzecz przejścia (20) [T]	Kategoria Działalność wspomagająca (19) [E]	Udział działalności zgodnej z systematyką (A.1.) lub kwalifikującej się do systematyki (A.2.) Nakłady inwestycyjne, 2022 (18) [%]
		Nakłady inwestycyjne (3) [PLN mln]	Odsetek nakładów inwestycyjnych, 2023 (4) [%]	Łagodzenie zmian klimatu (5) [T; N; N/EL]	Adaptacja do zmian klimatu (6) [T; N; N/EL]	Zasoby wodne i morskie (7) [T; N; N/EL]	Zanieczyszczenie (8) [T; N; N/EL]	Gospodarka o obiegu zamkniętym (9) [T; N; N/EL]	Bioróżnorodność (10) [T; N; N/EL]	Łagodzenie zmian klimatu (11) [T/N]	Adaptacja do zmian klimatu (12) [T/N]	Zasoby wodne i morskie (13) [T/N]	Zanieczyszczenie (14) [T/N]	Gospodarka o obiegu zamkniętym (15) [T/N]	Bioróżnorodność (16) [T/N]	Minimalne gwarancje (17) [T/N]				
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																				
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką)																				
Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	CCM 6.5	3,81	0,14%	Y	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0,01%	T		
Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach.	CCM 7.4	1,51	0,06%	Y	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0,04%	E		
Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej.	CCM 7.6	0,49	0,02%	Y	N	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0%	E		
Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)*		5,81	0,21%	0,2%	0%	0%	0%	0%	0%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0,05%			
W tym wspomagająca		2,00	0,07%	0,07%	0%	0%	0%	0%	0%	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	0,05%	E		
W tym na rzecz przejścia		3,81%	0,14%	0,14%						N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%	T		
A.2. Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																				
Naprawa, modernizacja i regeneracja produktów	CE 5.1	0,30	0,01%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%			
Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	CCM 6.5	0,92	0,03%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,10%			
Nabywanie i prawo własności budynków	CCM 7.7	77,21	2,84%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								1,30%			
Przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	CCM 8.1	28,47	1,05%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								2,80%			
Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)		106,90	3,93%	3,92%	0%	0%	0%	0,01%	0%								4,20%			
A. Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki (A.1+A.2)		112,71	4,14%	4,13%	0%	0%	0%	0%	0%								4,25%			
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																				
Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki		2606,99	95,9%																	
OGÓŁEM		2719,70	100%																	

* Dostosowany KPI CapEx w związku z emisją obligacji

Sposób obliczenia dostosowanego KPI CapEx w związku z emisją obligacji:

$$\frac{\text{CAPEX (z) ogółem} - F}{\text{CAPEX ogółem}} \%$$

CAPEX (z) ogółem - suma nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zrównoważoną środowiskowo (zgodną z systematyką)

F - kwota pozyskanego finansowania w formie emisji ekologicznych obligacji lub dłużnych papierów wartościowych

Kod stanowi skrót odpowiedniego celu, w przypadku którego działalność gospodarcza kwalifikuje się do wniesienia istotnego wkładu w jego realizację, a także numer sekcji poświęconej danej działalności

w odpowiednim załączniku dotyczącym celu, tj.:

- łagodzenie zmian klimatu: CCM
- adaptacja do zmian klimatu: CCA
- zasoby wodne i morskie: WTR
- gospodarka o obiegu zamkniętym: CE
- zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola: PPC
- bioróżnorodność i ekosystemy: BIO
- Na przykład działalność „Zalesianie” miałaby kod: CCM 1.1

For example, the Activity “Afforestation” would have the Code: CCM 1.1.

T – Tak, działalność kwalifikująca się do systematyki i zgodna z systematyką w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

N – Nie, działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezgodna z systematyką w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

N/EL – Nie kwalifikuje się, działalność niekwalifikująca się do systematyki w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

W przypadku gdy działalność gospodarcza wnosi istotny wkład w realizację **wielu celów środowiskowych**, przedsiębiorstwa niefinansowe podają, pogrubioną czcionką, najbardziej odpowiedni cel środowiskowy na potrzeby obliczenia kluczowych wskaźników wyników przedsiębiorstw finansowych, przy jednoczesnym uniknięciu podwójnego uwzględniania. W swoich odpowiednich kluczowych wskaźnikach wyników, jeżeli nie jest znane wykorzystanie przychodów z finansowania, przedsiębiorstwa finansowe obliczają finansowanie tych rodzajów działalności gospodarczej, które przyczyniają się do realizacji wielu celów środowiskowych w ramach najbardziej odpowiedniego celu środowiskowego, zgłaszanego pogrubioną czcionką w niniejszym wzorze przez przedsiębiorstwa niefinansowe. Cel środowiskowy może być zgłoszony pogrubioną czcionką jedynie raz w jednym wierszu, aby uniknąć podwójnego uwzględniania działalności gospodarczej w kluczowych wskaźnikach wyników przedsiębiorstw finansowych. Nie ma to zastosowania do obliczania zgodności z systematyką działalności gospodarczej dotyczącej produktów finansowych zdefiniowanych w art. 2 pkt 12 rozporządzenia (UE) 2019/2088. Przedsiębiorstwa niefinansowe zgłaszają również zakres kwalifikowania się i zgodności w podziale na poszczególne cele środowiskowe, który obejmuje zgodność z każdym z celów środowiskowych w przypadku tych rodzajów działalności, które wnoszą istotny wkład w realizację wielu celów, korzystając z następującego wzoru:

Część nakładów inwestycyjnych/Łączne nakłady inwestycyjne

	Zgodność z systematyką w podziale na cele	Kwalifikowanie się do systematyki w podziale na cele
CCM	0.2%	3.92%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE*	0%	0.01%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

* Zgodnie z przepisami Taksonomii UE, zgodność działalności związanych z celem CE będzie analizowana w 2024 r.



Kod stanowi skrót odpowiedniego celu, w przypadku którego działalność gospodarcza kwalifikuje się do wniesienia istotnego wkładu w jego realizację, a także numer sekcji poświęconej danej działalności w odpowiednim załączniku dotyczącym celu, tj.:

- łagodzenie zmian klimatu: CCM
- adaptacja do zmian klimatu: CCA
- zasoby wodne i morskie: WTR
- gospodarka o obiegu zamkniętym: CE
- zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola: PPC
- bioróżnorodność i ekosystemy: BIO

Na przykład działalność „Zalesianie” miałaby kod: CCM 1.1

T – Tak, działalność kwalifikująca się do systematyki i zgodna z systematyką w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

N – Nie, działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezgodna z systematyką w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

N/EL – Nie kwalifikuje się, działalność niekwalifikująca się do systematyki w przypadku odpowiedniego celu środowiskowego

W przypadku gdy działalność gospodarcza wnosi istotny wkład w realizację **wielu celów środowiskowych**, przedsiębiorstwa niefinansowe podają, pogrubioną

czcionką, najbardziej odpowiedni cel środowiskowy na potrzeby obliczenia kluczowych wskaźników wyników przedsiębiorstw finansowych, przy jednoczesnym uniknięciu podwójnego uwzględniania. W swoich odpowiednich kluczowych wskaźnikach wyników, jeżeli nie jest znane wykorzystanie przychodów z finansowania, przedsiębiorstwa finansowe obliczają finansowanie tych rodzajów działalności gospodarczej, które przyczyniają się do realizacji wielu celów środowiskowych w ramach najbardziej odpowiedniego celu środowiskowego, zgłaszanego pogrubioną czcionką w niniejszym wzorze przez przedsiębiorstwa niefinansowe. Cel środowiskowy może być zgłoszony pogrubioną czcionką jedynie raz w jednym wierszu, aby uniknąć podwójnego uwzględniania działalności gospodarczej w kluczowych wskaźnikach wyników przedsiębiorstw finansowych. Nie ma to zastosowania do obliczania zgodności z systematyką działalności gospodarczej dotyczącej produktów finansowych zdefiniowanych w art. 2 pkt 12 rozporządzenia (UE) 2019/2088. Przedsiębiorstwa niefinansowe zgłaszają również zakres kwalifikowania się i zgodności w podziale na poszczególne cele środowiskowe, który obejmuje zgodność z każdym z celów środowiskowych w przypadku tych rodzajów działalności, które wnoszą istotny wkład w realizację wielu celów, korzystając z następującego wzoru:

Część wydatków operacyjnych/Łączne wydatki operacyjne

	Zgodność z systematyką w podziale na cele	Kwalifikowanie się do systematyki w podziale na cele
CCM	0,1%	1,71%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE*	0%	0%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

* Zgodnie z przepisami Taksonomii UE, zgodność działalności związanych z celem CE będzie analizowana w 2024 r.

Tabela 4: Podział ilościowy licznika dotyczącego nakładów inwestycyjnych na zagregowanym poziomie działalności gospodarczej na kategorie występujące w Orange Polska w 2023 r. zgodnie z definicją zawartą w Rozporządzeniu 2021/2178

Działalność zgodna (nr)	Zwiększenia środków trwałych [w mln PLN] *	Zwiększenia z tytułu prawa do użytkowania [w mln PLN]	Suma CapEx dla działalności zgodnej [w mln PLN]	W tym, zawarte w planie CapEx [w mln PLN]	Planowane nakłady inwestycyjne w ramach planu CapEx [w mln PLN]	Lata objęte planem CapEx
6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	0,00	3,81	3,81	0,00	0,00	N/A
7.4. Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach.	1,51	0,00	1,51	0,00	0,00	N/A
7.6. Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej.	0,49	0,00	0,49	0,00	0,00	N/A
Total	2,00	3,81	5,81	0,00	0,00	N/A

* uwzględnia środki trwałe w budowie

Tabela 5: Podział ilościowy dotyczący wydatków operacyjnych w 2023 r.

Koszty (w mln PLN)	
Koszty utrzymania i napraw	1.43
Razem OpEx dla działalności zgodnej	1.43

SŁOWNIK POJĘĆ SPECJALISTYCZNYCH

4G/LTE – standard telefonii komórkowej czwartej generacji, zwany również zamiennie LTE (Long Term Evolution)

5G – standard telefonii komórkowej piątej generacji (standard sieci komórkowej będący następcą standardu 4G)

ARPO (Average Revenue Per Offer) – średni przychód na ofertę

AUPU (Average Usage per User) – średni czas połączeń na abonenta

BSA (Bitstream Acces Offer) – oferta hurtowego dostępu szerokopasmowego

Dźwignia finansowa – dźwignia finansowa netto po uwzględnieniu zabezpieczeń = dług netto po uwzględnieniu zabezpieczeń podzielony przez sumę długu netto po uwzględnieniu zabezpieczeń i kapitałów własnych

EBITDAaL (EBITDA after Leases) – EBITDA po uwzględnieniu kosztów leasingu, główny miernik zyskowności operacyjnej używany przez Zarząd (definicję podano w Nocie 3 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Orange Polska wg MSSF)

eCapex (economic Capex) – ekonomiczne nakłady inwestycyjne, główny miernik alokacji zasobów używany przez Zarząd (definicję podano w Nocie 3 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Orange Polska wg MSSF)

FBB – stacjonarny szerokopasmowy dostęp do Internetu

FTE – w przeliczeniu na pełne etaty

HHC (Households connectable) – gospodarstwa domowe w zasięgu sieci światłowodowej (gospodarstwa domowe z możliwością świadczenia usługi opartej na technologii światłowodowej).

ICT (Information and Communication Technologies) – obszar usług telekomunikacji i informatyki

Internet mobilny do użytku stacjonarnego (wireless for fixed) – oferta szerokopasmowego dostępu w technologii LTE lub 5G dedykowana do użytkowania w ramach strefy domowej lub strefy biurowej, w skład której wchodzi router stacjonarny (strefa domowa) oraz duże (lub nielimitowane) pakiety danych, która stanowi substytut stacjonarnego dostępu szerokopasmowego

IP TV (TV over Internet Protocol) – protokół umożliwiający transmisję sygnałów telewizyjnych przez Internet

M2M (Machine to Machine) – telemetria

MTR (Mobile Termination Rates) – stawki za zakończenie połączeń w sieciach komórkowych

MVNO (Mobile Virtual Network Operator) – operator wirtualnej sieci telefonii komórkowej

Organiczne przepływy pieniężne – główny miernik generowania przepływów pieniężnych używany przez Zarząd (definicję podano w Nocie 3 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Orange Polska wg MSSF)

Podstawowe usługi telekomunikacyjne – usługi konwergentne, wyłącznie komórkowe i wyłącznie Internetu szerokopasmowego

PPA (Power purchase agreement) – długoterminowa umowa na zakup energii od producenta

RAN (umowa) – umowa w zakresie współkorzystania z radiowych sieci dostępowych

ROCE (Return on capital employed) – stopa zwrotu z kapitału zaangażowanego, stosunek zysku EBIT (z wyłączeniem zdarzeń nadzwyczajnych) do średniego długu netto powiększonego o kapitał własny

SMP (Significant Market Power) – znacząca pozycja rynkowa

Światłowód – stacjonarna szerokopasmowa sieć dostępową oparta na technologii FTTH (Fibre To The Home) / DLA (Drop Line Agnostic), zapewniająca użytkownikom końcowym usługę z prędkością powyżej 100 Mb/s

UKE – Urząd Komunikacji Elektronicznej

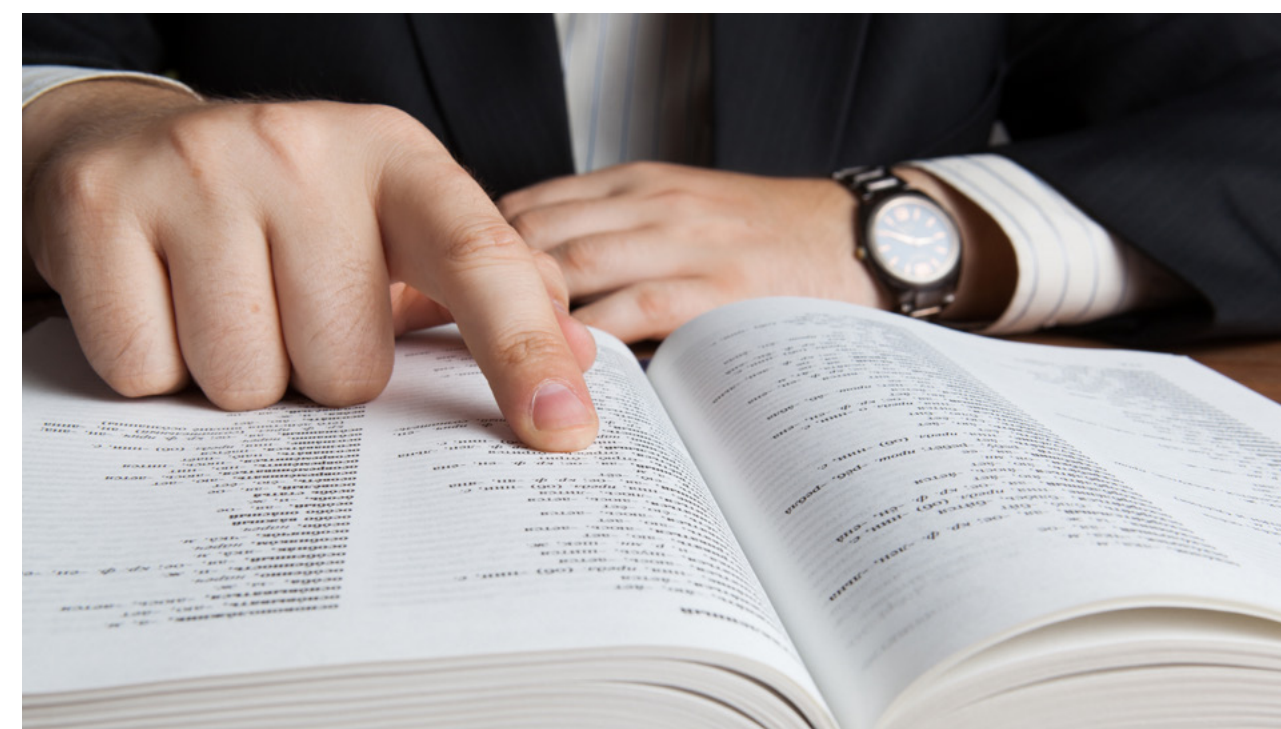
UOKiK – Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Usług konwergentne – przychody z ofert konwergentnych dla klientów. Oferta konwergentna jest zdefiniowana jako oferta łącząca co najmniej usługi stacjonarnego Internetu (włączając bezprzewodowy dostęp stacjonarny) oraz telefonii komórkowej, zapewniająca korzyść finansową. Przychody z usług konwergentnych nie obejmują przychodów ze sprzedaży sprzętu, połączeń przychodzących od innych operatorów oraz usług roamingu dla osób odwiedzających.

Usługi wyłącznie komórkowe – przychody z ofert telefonii komórkowych (z wyłączeniem ofert konwergentnych dla klientów indywidualnych) oraz połączeń telemetrii. Przychody z usług wyłącznie komórkowych nie obejmują przychodów ze sprzedaży sprzętu, połączeń przychodzących od innych operatorów oraz usług roamingu dla osób odwiedzających

Usługi wyłącznie stacjonarnego Internetu szerokopasmowego – przychody z ofert stacjonarnego dostępu szerokopasmowego do Internetu (z wyłączeniem ofert konwergentnych dla klientów indywidualnych i sprzedaży sprzętu), w tym usług TV i VoIP

Wskaźnik rezygnacji z usług – stosunek liczby klientów, którzy odłączyli się od sieci, do średniej ważonej liczby klientów w danym okresie.





Raport z wykonania niezależnej usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność w zakresie wybranych wskaźników zrównoważonego rozwoju

Dla Zarządu Orange Polska S.A.

Zakres usługi

Zostaliśmy zaangażowani przez Zarząd Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Aleje Jerozolimskie 160 („Spółka”) do przeprowadzenia niezależnej usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność, której przedmiotem było wypowiedzenie się, poprzez wyrażenie wniosku w formie zaprzeczenia, co do zgodności wybranych wskaźników przedstawionych w Raporcie Zintegrowanym Grupy Orange Polska S.A. („Grupa”) za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2023 r. („Raport”), z kryteriami zawartymi w standardach raportowania wpływu na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo, wydanymi przez organizację Global Reporting Initiative („Standardy GRI”).

Przeprowadzona usługa dotyczyła oceny następujących wskaźników:

- Wskaźniki profilowe: 2-7; 2-9; 2-26; 2-28.
- Wskaźniki tematyczne: 202-1; 205-3; 302-1; 302-4; 306-3; 401-1; 403-1; 403-3; 403-4; 403-6; 403-9; 404-1; 404-2; 405-1; 406-1; 416-2; 417-2; 417-3; 418-1

(zwanymi łącznie „Wskaźnikami”).

Nasza usługa nie obejmowała oceny pozostałych wskaźników oraz innych informacji zawartych w Raporcie.

Odpowiedzialność Zarządu

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za sporządzenie Raportu, w tym za wyliczenie i prezentację zawartych w nim Wskaźników, zgodnie, we wszystkich istotnych aspektach, z kryteriami zawartymi w Standardach GRI.

Odpowiedzialność ta obejmuje zaprojektowanie, wdrożenie i utrzymanie systemu kontroli wewnętrznej umożliwiającego sporządzenie Raportu zgodnie w kryteriami zawartymi w Standardach GRI oraz wyliczenie i prezentację Wskaźników wolnych od istotnych zniekształceń powstałych wskutek oszustw lub błędów.

Zarząd Spółki odpowiada również za upewnienie się, że pracownicy zaangażowani w sporządzenie Raportu oraz wyliczenie i prezentację Wskaźników są odpowiednio przeszkoleni oraz za prawidłowość funkcjonowania i właściwą aktualizację wykorzystywanych w danym procesie systemów informatycznych.



Odpowiedzialność praktyka

Naszym zadaniem była ocena wyliczonych i zaprezentowanych przez Grupę Wskaźników oraz wypowiedzenie się o nich, poprzez wyrażenie wniosku w formie zaprzeczenia, w oparciu o uzyskane dowody. Usługę przeprowadziliśmy zgodnie z postanowieniami Międzynarodowego Standardu Usług Atestacyjnych 3000 (zmienionego) „Usługi atestacyjne inne niż badanie lub przegląd historycznych informacji finansowych” wydanego przez Radę Międzynarodowych Standardów Rewizji Finansowej i Usług Atestacyjnych („IAASB”). Standard ten nakłada na nas obowiązek zaplanowania i wykonania procedur w taki sposób, aby, jako podstawę naszego wniosku, uzyskać znaczący poziom zapewnienia, że Wskaźniki zawarte w Raporcie, zostały wyliczone i zaprezentowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z kryteriami zawartymi w Standardach GRI.

Jako firma stosujemy Międzynarodowy Standard Zarządzania Jakością 1 „Zarządzanie jakością dla firm wykonujących badania lub przeglądy sprawozdań finansowych lub zlecenia innych usług atestacyjnych lub pokrewnych”, opracowany przez IAASB, który wymaga od firmy zaprojektowania, wdrożenia i utrzymywania systemu zarządzania jakością, w tym polityk lub procedur dotyczących zgodności z zasadami etyki, standardami zawodowymi oraz mającymi zastosowanie regulacjami i przepisami prawa.

Spełniamy wymogi dotyczące niezależności i etyki wynikające z Międzynarodowego kodeksu etyki zawodowych księgowych (w tym Międzynarodowych standardów niezależności) Rady Międzynarodowych Standardów Etyki dla Księgowych (IESBA), który jest oparty na podstawowych zasadach dotyczących uczciwości, obiektywizmu, zawodowych kompetencji i należytej staranności, zachowania tajemnicy informacji oraz profesjonalnego postępowania.

Przeprowadzone procedury

Wybór procedur zależy od naszego osądu oraz zrozumienia zagadnienia będącego przedmiotem usługi oraz innych okoliczności zlecenia, a także od naszej oceny ryzyka wystąpienia istotnego zniekształcenia Wskaźników. Uzyskując zrozumienie Raportu i zawartych w nim Wskaźników oraz innych okoliczności zlecenia, rozważyliśmy proces wykorzystywany przez Grupę do sporządzenia Raportu oraz wyliczenia i prezentacji Wskaźników, w celu zaplanowania stosownych do okoliczności procedur, nie zaś w celu wyrażenia wniosku na temat skuteczności działania kontroli wewnętrznej Grupy w zakresie sporządzenia Raportu oraz wyliczenia i prezentacji Wskaźników.

Przeprowadzone przez nas procedury obejmowały również ocenę, czy zagadnienie będące przedmiotem usługi jest odpowiednie, a przyjęte przez Grupę kryteria stosowne do danych okoliczności.

Procedury przeprowadzane podczas usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność różnią się rodzajem i rozłożeniem w czasie oraz mają mniejszy zakres, niż dla usługi atestacyjnej dającej racjonalną pewność. W związku z powyższym, poziom zapewnienia uzyskany przy usłudze dającej ograniczoną pewność jest znacząco niższy niż poziom zapewnienia, jaki byłby uzyskany, gdyby przeprowadzono usługę dającą racjonalną pewność.

Nasze procedury obejmowały w szczególności:

- W drodze wywiadów z wybranymi przedstawicielami kierownictwa Grupy odpowiedzialnymi za zaprojektowanie, wdrożenie i utrzymanie systemu kontroli wewnętrznej oraz za sporządzenie Raportu, uzyskanie zrozumienia systemu kontroli wewnętrznej umożliwiającego sporządzenie Raportu oraz wyliczenie i prezentację Wskaźników;
- W drodze wywiadów z osobami odpowiedzialnymi za wyliczenie i prezentację Wskaźników, uzyskanie zrozumienia metod gromadzenia danych źródłowych oraz założeń zastosowanych przy wyliczeniu Wskaźników;
- Uzgodnienie danych/informacji uwzględnionych w wyliczeniu i prezentacji Wskaźników do odpowiednich dokumentów, raportów lub innych źródeł informacji przedstawionych przez Grupę;
- Sprawdzenie merytorycznej poprawności wyliczenia Wskaźników do kryteriów zawartych w Standardach GRI, jak również sprawdzenie matematycznej poprawności wyliczenia Wskaźników o charakterze liczbowym.



Kryteria

Mające zastosowanie kryteria oceny zgodności Wskaźników zostały określone w Standardach GRI.

Wniosek

Podstawę sformułowania naszego wniosku stanowią zagadnienia opisane w niniejszym Raporcie, dlatego nasz wniosek powinien być czytany z uwzględnieniem tych zagadnień.

Uważamy, że dowody, które uzyskaliśmy są wystarczające i odpowiednie, aby stanowić podstawę dla naszego wniosku.

Na podstawie przeprowadzonych procedur i uzyskanych dowodów nie stwierdziliśmy niczego, co pozwalałoby nam sądzić, że Wskaźniki przedstawione w Raporcie nie zostały, we wszystkich istotnych aspektach, wyliczone i zaprezentowane zgodnie z kryteriami zawartymi w Standardach GRI.

KPMG Advisory spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. z o.o.

Warszawa, 11 września 2024 r.



Dział Komunikacji Korporacyjnej i CSR,

Analiza i Wydarzenia

odpowiedzialny.biznes@orange.com

Monika.Kulik@orange.com

Relacje inwestorskie

investors@orange.com

www.orange-ir.pl

Leszek.lwaszko@orange.com

Sylwia.Wojtkowska@orange.com

Siedziba

Orange Polska S.A

Aleje Jerozolimskie 160

02-326 Warszawa

www.orange.pl

www.biuroprasowe.orange.pl