



# Raport Zintegrowany

Orange Polska





# Spis treści

<b>1. O firmie</b>	<b>4</b>
Słowo wstępu	6
Nasza firma	7
Model tworzenia wartości	10
<b>2. Strategia</b>	<b>42</b>
Strategia .Grow	45
Pytania do Juliena Ducarroz	59
<b>3. Orange Polska w 2022 roku</b>	<b>62</b>
Pytania do Jacka Kunickiego	64
Kluczowe osiągnięcia Orange Polska w 2022 roku	65
Wyniki modelu biznesowego	66
Wyniki finansowe	95
Perspektywy na 2023 rok	103
Orange Polska na GPW	105
<b>4. Kapitał ludzki</b>	<b>108</b>
Kultura organizacyjna	110
Zarządzanie różnorodnością	112
Miejsce pracy	116
Wynagrodzenia i rozwój	119
Dialog i zaangażowanie	120
<b>5. Społeczeństwo</b>	<b>124</b>
Wpływ ekonomiczny	126
Zaangażowanie społeczne	128
<b>6. Klimat i środowisko</b>	<b>142</b>
Pytania do doradcy ds. strategii klimatycznej	144
Orange Goes Green	146
Informacje finansowe związane z klimatem (TCFD)	150
Taksonomia	164
<b>7. Zarządzanie ryzykiem</b>	<b>180</b>
<b>8. Ład korporacyjny</b>	<b>200</b>
List Przewodniczącego Rady Nadzorczej	202
Nasze podejście do ładu korporacyjnego	204
Struktura zarządzania	206
Działalność organów Spółki w 2022 roku	212
Zarządzanie etyką i zgodnością	276
<b>9. Wybrane dane finansowe</b>	<b>280</b>
<b>10. Załączniki</b>	<b>292</b>



# O firmie Orange Polska

**Orange Polska jest wiodącym dostawcą usług telekomunikacyjnych i integracyjnych w Polsce, działającym we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego. Posiada największą infrastrukturę telekomunikacyjną w Polsce, dostarczając szeroką gamę produktów i usług dla klientów indywidualnych, biznesowych i hurtowych w sieci stacjonarnej i komórkowej.**





# Słowo wstępu



## Szanowni Interesariusze!

Zapraszam do lektury kolejnego zintegrowanego raportu rocznego Orange Polska. Łącząc zarówno finansowe jak i pozafinansowe aspekty naszej działalności 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. Mam przyjemność poinformować, że ubiegłoroczna edycja naszego raportu otrzymała nagrodę główną w kategorii „Raport zintegrowany”, w konkursie Raporty Zrównoważonego Rozwoju, który jest organizowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu we współpracy z firmą Deloitte.

W minionym roku musieliśmy się w naszej działalności zmierzyć z nagromadzeniem wyjątkowych przeciwności, związanych z wojną na Ukrainie, kryzysem energetycznym i szybkim wzrostem inflacji. Stanowiło to dla nas poważny test pod względem zdolności do realizacji przyjętej strategii i osiągnięcia wzrostu. Pomimo tych trudności, zwiększyliśmy przychody, zyski oraz stopę zwrotu z kapitału zaangażowanego, a przy tym utrzymaliśmy solidne przepływy pieniężne i bezpieczną sytuację bilansową. Na półmetku cyklu strategicznego znajdujemy się na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele.

Rok 2022 był bardzo ważny dla filaru naszej strategii związanego z odpowiedzialnością. Osiągnęliśmy wzorcowy postęp w realizacji programu #OrangeGoesGreen. Dzięki podpisaniu nowych umów z producentami energii ze źródeł odnawialnych już zapewniliśmy sobie, na trzy lata przed terminem, osiągnięcie strategicznego celu ograniczenia emisji CO2 do 2025 roku o 65% (względem 2015 roku, przyjętego za bazy). Jestem bardzo dumny z tego osiągnięcia, które ustabilizuje koszty energii, a jednocześnie uczyni naszą działalność bardziej czystą i przyjazną dla otoczenia. Cieszy mnie także docenienie naszej strategii #OrangeGoesGreen w konkursie World Communication

Awards, w którym nagradza się znaczące osiągnięcia i innowacje w światowym przemyśle telekomunikacyjnym. Byliśmy jedyną firmą z Unii Europejskiej na krótkiej liście nominowanych, w finale konkursu. Naszą strategię klimatyczną uznano za kompleksową i przynoszącą konkretne i mierzalne wyniki.

Z drugiej strony, wojna na Ukrainie oznaczała naturalnie poważne wyzwanie w naszym otoczeniu. Od samego początku wykorzystaliśmy nasze zasoby do niesienia wsparcia i podejmowania działań pomocowych na różnych frontach. Obecnie, koncentrujemy się na bardziej strukturalnych działaniach, ukierunkowanych na włączenie uchodźców w polski system edukacyjny i rynek pracy.

Otoczenie makroekonomiczne postaje bardzo wymagające i niepewne: według przewidywań, tempo wzrostu gospodarczego w Polsce spowolni do poniżej 1%, a inflacja utrzyma się na poziomie dwucyfrowym. Jednocześnie, nadal niestety trwa wojna za naszą wschodnią granicą. Chociaż zakładamy, że utrzyma się solidny popyt na nasze usługi, to wysoka inflacja będzie znacząco wpływać na koszty operacyjne. Jestem jednak przekonany, że jesteśmy dobrze przygotowani, aby zmierzyć się z tym wyzwaniem, i będziemy w stanie się do niego dostosować, wydobywając maksymalną wartość z naszych zasobów.

**Julien Ducarroz**  
Prezes Zarządu Orange Polska



# Nasza firma

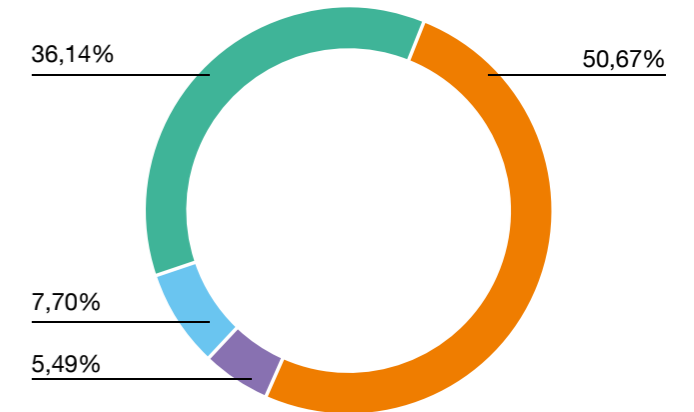
Orange Polska jest wiodącym dostawcą usług telekomunikacyjnych i integracyjnych w Polsce, działającym we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego. Posiadamy największą infrastrukturę telekomunikacyjną w Polsce, dostarczając szeroką gamę produktów i usług dla klientów indywidualnych, biznesowych i hurtowych w sieci stacjonarnej i komórkowej. Jesteśmy największym w Polsce operatorem konwergentnym (łączącym ofertę usług stacjonarnych i mobilnych), działającym w oparciu o technologię światłowodową. Klientom biznesowym oferujemy kompleksowe rozwiązania wspierające transformację cyfrową.

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. Koordynacja wysiłków w ramach zwartego i efektywnego modelu biznesowego pozwoli 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 trendów przychodów i rentowności, przywracając wzrost.

## Struktura własnościowa



## Liczba posiadanych akcji

Orange S.A.	664 999 999
Allianz Otwarty Fundusz Emerytalny	101 008 824
Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny	72 053 524
Pozostali akcjonariusze	474 295 132
<b>Razem</b>	<b>1 312 357 479</b>

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. Orange Polska osiągnął półmetek w realizacji strategii .Grow. Pomimo licznych przeciwności, związanych głównie z otoczeniem makroekonomicznym, oraz rosnącej konkurencji, Grupa jest na dobrej drodze do osiągnięcia wszystkich celów finansowych i operacyjnych.

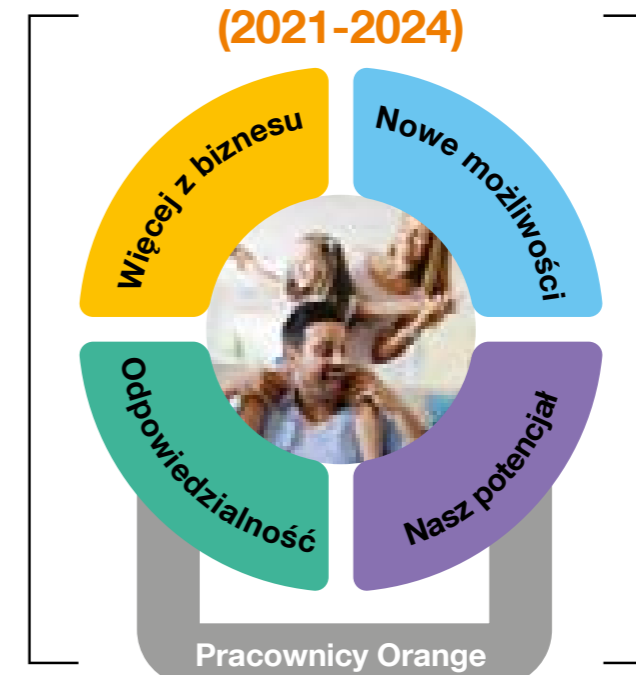
## Strategia .Grow (2021-2024)

**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**



**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 każdemu dostęp do 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



Przychody

**12,49 mld zł**

+4,7% r/r



EBITDAaL

**3,08 mld zł**

+3,9% r/r



Zysk netto

**724 mln zł**

+2,6x r/r wg danych porównywalnych (z wyłączeniem wpływu transakcji związanej z firmą Światłowod Inwestycje w 2021 roku)



eCAPEX

**1,74 mld zł**

-1,0% r/r



Organiczne przepływy pieniężne

**PLN 822 mln**

-5,2% r/r



Dywidenda

**0,35 zł na akcję**

+40% r/r, płatna w 2023 roku z zysku za 2022 rok



Kapitalizacja rynkowa

**8,7 mld zł**

na koniec roku



ROCE

**6,5%**

+1,5x r/r



Dług netto do EBITDAaL

**1,3x**



Pracownicy (pełne etaty)

**9 764**



Próby phishingu zablokowane przez CyberTarczę

**~ 5 mln**



Zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub>

**14% r/r**



Udział energii odnawialnej w strukturze zużycia

**12%**



Udział w cyfrowych programach edukacyjnych

**>6,5 tys. dzieci i >21 tys. nauczycieli**



Indywidualni klienci konwergentni



Dostępny komórkowe (karty SIM)



Internet stacjonarny (rynek detaliczny)



Klienci TV



Głosowe łącza stacjonarne (rynek detaliczny)

w tys.

**1 625**  
(+4,7% r/r)

**17 630**  
(+4,9% r/r)

**2 804**  
(+2,1% r/r)

**955**  
(-4,0% r/r)

**2 572**  
(-4,8% r/r)

w tym głosowe post-paid  
**8 723**  
(+3,5% r/r)

w tym światłowod  
**1 171**  
(+24% r/r)

w tym IPTV  
**821**  
(+15,6% r/r)

w tym pre-paid  
**5 064**  
(+2,2% 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. Mając na uwadze naszą nową strategię .Grow, w której kładziemy duży nacisk na naszą rolę integratora kompleksowych usług transformacyjnych

dla przedsiębiorstw, w ubiegłym roku postanowiliśmy dodać nową sekcję Wyników do naszego modelu tworzenia wartości: „Pełny łańcuch wartości w obszarze transformacji cyfrowej dla przedsiębiorstw”.

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 częstotliwości w pasmach 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz i 2600 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 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 CO<sub>2</sub> 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 i długiem, aby zachować bezpieczną strukturę bilansu i zdolność kredytową. Od 2014 roku nasz dług jest finansowany 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. Aktywnie zabezpieczamy się również przed ryzykiem stopy procentowej. Na koniec 2022 roku ponad 90% naszego zadłużenia było oparte na stałej stopie procentowej.

Na koniec 2022 roku średnia zapadalność długu wynosiła 2,4 roku. Pozwala to nam zachować równowagę pomiędzy optymalnymi kosztami obsługi długu a stabilną strukturą finansową. Ściśle monitorujemy poziom dźwigni finansowej,



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 20% jest przystosowanych do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami.



### Kapitał ludzki i intelektualny

#### Pracownicy

Zaangażowanie odpowiednio wykwalifikowanych pracowników odgrywa kluczową rolę w osiągnięciu naszych celów biznesowych. Inwestujemy w ludzi po to, aby odnosił 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 2022 roku Grupa Orange Polska zatrudniała 9 764 osoby na umowach o pracę oraz korzystała z 2 476 współpracowników z firm zewnętrznych.

#### Innowacje

Aby wspierać rozwój nowych technologii i innowacji, stworzyliśmy laboratoria Orange – Orange Labs. Polskie Orange Labs należy do międzynarodowej sieci, w której skład wchodzi kilkanaście ośrodków i laboratoriów badawczo-rozwojowych. Przy tworzeniu, wyborze i wdrażaniu innowacji jednostka współpracuje z partnerami zewnętrznymi, 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. Do głównych obszarów działalności Orange Labs należą: cyfrowe życie prywatne, infrastruktura oprogramowania, jakość otoczenia sieciowego, społeczeństwo cyfrowe, dane i wiedza, zaufanie i bezpieczeństwo oraz Internet Rzeczy. 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 rosnącej konkurencji w branży telekomunikacyjnej. Głos



### 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, przez kilka ostatnich lat 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.





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 2022 roku przez agencję badawczą PBS, Orange była dla polskich konsumentów marką pierwszego wyboru dla komórkowych usług głosowych (27%), mobilnego internetu (24%), stacjonarnego internetu (24%), pakietów (23%) i usług światłowodowych (24%).

Z optymizmem podchodzimy do nowych technologii, starając się je udostępnić jak najszerszemu gronu osób. Dlatego nasza dewiza brzmi: „Bliżej tego, co ważne dla Ciebie”. Nasza marka ma przede wszystkim wymiar ludzki, pomagając nam być blisko naszych klientów i ich potrzeb – niezależnie od tego, czy tym klientem jest międzynarodowa firma, czy nastolatek ze swoim pierwszym telefonem. Chcemy bowiem, żeby wszyscy potrafili łatwo korzystać z technologii cyfrowych i znali ich możliwości.

We wszystkich krajach marka Orange jest także naszym atutem – i to jednym z najcenniejszych. Pomaga nam pokazywać, że jesteśmy firmą cyfrową, efektywną i odpowiedzialną. 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 2990 dostawcami. 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.

#### Social impact

It is important for us to maximise Orange Polska's positive social impact and minimise any negative consequences, which is why we have created a corporate social responsibility (CSR) strategy. Combating socio-digital exclusion is an important element of this strategy, involving not only access to new technologies but also education, particularly of young web users, residents of small towns and rural areas, as well as seniors. We believe that teaching people to use new technologies for both their own benefit and that of the community is just as important as providing technologies themselves. Through its initiatives the Orange Foundation has been encouraging people to gain knowledge, participate in culture and build communities with skilful use of the internet and digital technologies. This knowledge not only improves quality of life and contributes to society as a whole, but also benefits the long-term development of our business.



## 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.

W 2022 roku Spółka odnowiła licencję na częstotliwości w paśmie 2100 MHz, które wygasają 1 stycznia 2023 roku. W dniu 11 października 2022 roku Grupa otrzymała decyzję Prezesa UKE przydzielającą rezerwację częstotliwości 2100 MHz na kolejny okres do 31 grudnia 2037 roku. Opłata w wysokości 352 mln zł została zapłacona w październiku 2022 roku. Zgodnie z zasadami określonymi w Prawie telekomunikacyjnym, cena była oparta na opłacie za 1 MHz w ostatniej aukcji na częstotliwości z tego samego pasma, skorygowanej o odpowiedni wskaźnik inflacji oraz okres obowiązywania licencji. Pasma 2100 MHz jest wykorzystywane do świadczenia usług 4G i 5G (DSS).

Aby w dalszym ciągu zapewniać klientom najlepsze doświadczenia, musimy stale optymalizować sposób wykorzystania częstotliwości. W 2022 roku ogłosiliśmy plan wyłączenia technologii 3G w sieci Orange Polska i przeznaczenia uwolnionego pasma częstotliwości dla technologii 4G. Pozwoli to zwiększyć pojemność sieci i poprawić jakość usługi transmisji danych, szczególnie

w obszarach nieurbanizowanych. Proces wyłączenia planujemy przeprowadzić etapowo w latach 2024 i 2025.

Ze względu na dotychczasowe opóźnienia w dystrybucji pasma 3480–3800 MHz, związane z wcześniejszym anulowaniem aukcji, wdrożyliśmy i rozwijamy, bazując na paśmie 2100 MHz, rozwiązania 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 2022 roku ponad 3300 stacji bazowych umożliwiło świadczenie takich usług 5G klientom Orange Polska.

### Przyszłe pasmo 5G

Rosnący popyt na usługi transmisji danych oraz rozwój systemów piątej generacji (5G) wiążą się z koniecznością zdobycia nowych zasobów częstotliwości. Na użytek technologii 5G istotne są przede wszystkim tzw. pasmo C z zakresu 3480–3800 MHz, które odciążyłyby znacząco sieci operatorów komórkowych na terenach miejskich (pasmo pojemnościowe) oraz pasmo w zakresie 700 MHz, które zapewniłoby istotną poprawę jakości usług na terenach mniej zurbanizowanych (pasmo pokryciowe).

Pod koniec grudnia 2022 roku Prezes UKE ogłosił rozpoczęcie procesu konsultacji dokumentacji aukcyjnej na pasmo C, po ponad dwóch latach od anulowania poprzedniego procesu. W kwietniu 2023 roku rozpoczęła się druga tura konsultacji. Proponowana konstrukcja procesu aukcji nie zmieniła się. Do rozdysponowania są cztery rezerwy częstotliwości, każda po 100





MHz (w drugiej turze konsultacji szerokość bloków będących przedmiotem aukcji zwiększono z początkowo proponowanych 80 MHz), ważne przez 15 lat. W aukcji może wystartować tylko jeden podmiot z danej grupy kapitałowej. Uczestnik aukcji (bądź jego grupa kapitałowa) musi się wykazać minimum 1 mld zł inwestycji w infrastrukturę telekomunikacyjną w latach 2016-2021 oraz posiadać rezerwację pasma z zakresu 800, 900, 1800, 2100 bądź 2600 MHz (bardzo istotny element ze względu na fakt rozwoju sieci 5G w architekturze Non-Stand Alone). Cena wywoławcza każdego z bloków wynosi 450 mln zł. Według harmonogramu przedstawionego przez Prezesa UKE w drugiej turze konsultacji, rozdysponowanie rezerwacji powinno nastąpić w czwartym kwartale 2023 roku.

Nowy element procesu (będący wstępną propozycją do konsultacji) to konieczność spełnienia wielu zobowiązań inwestycyjnych dla podmiotów, które zdobędą rezerwację. Zobowiązania te dotyczą pokrycia siecią oraz spełnienia szeregu warunków jakościowych. W określonym obszarze kraju i dla określonego odsetka gospodarstw domowych, a także dla dróg krajowych, dróg wojewódzkich i wybranych linii kolejowych w Polsce, sieć ma realizować parametry transmisji danych, wyrażonych przepustowością (Mb/s) oraz opóźnieniami (ms). Zasięg jak i wartość parametrów mają rosnąć w czasie. Maksymalne parametry mają zostać osiągnięte w ciągu 7 lat. Cele pośrednie będą osiągnięte w ciągu 1/3/5 lat. Co istotne, parametry te mogą być zrealizowane z wykorzystaniem wszystkich częstotliwości, które są w posiadaniu podmiotu. Jeśli

chodzi o zobowiązania ilościowe, to podmiot posiadający rezerwację powinien w ciągu 36 miesięcy uruchomić określoną liczbę stacji bazowych w paśmie C na obszarze całego kraju, z wyszczególnieniem ich ilości w gminach w zależności od liczby mieszkańców.

Można oczekiwać, że przedstawione propozycje zobowiązań będą przedmiotem wielu dyskusji pomiędzy regulatorem a uczestnikami rynku, co może mieć wpływ na przebieg i długość procesu alokacji tego pasma.

Osobnym obszarem niepewności jest kwestia rozdystrybuowania tzw. drugiej dywidendy cyfrowej, czyli pasma 700 MHz. Ogłaszając konsultację procesu aukcji na pasmo C, Prezes UKE zapowiedział ogłoszenie procedur selekcyjnych na pasmo 700 MHz w 2023 roku. Jednak należy wspomnieć, że pełne korzystnie z tego pasma wymaga podpisania szeregu porozumień międzynarodowych, m.in. z Federacją Rosyjską i Ukrainą, których efektem będzie możliwość uruchomienia w nim systemów łączności mobilnej bez ryzyka wzajemnych zakłóceń. W obecnej sytuacji związanej z działaniami wojennymi Rosji na terenie Ukrainy, podpisanie takich umów jest bardzo trudne.

Orange Polska aktywnie uczestniczy w dyskusjach dotyczących planów przyszłej alokacji pasma, wychodząc z inicjatywami mającymi na celu przeprowadzenie szybkiej i skutecznej procedury przydziału częstotliwości na potrzeby sieci 5G.

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

700	30 MHz Przyszłe pasmo dla 5G						
800	Orange 10 MHz	Play 5 MHz	T-Mobile 10 MHz	nie przydzielone			
900	Play 5 MHz	Grupa CPS 7.8 MHz	T-Mobile 4.4 MHz	Grupa CPS 6.2 MHz	T-Mobile 4.6 MHz	Orange 6.8 MHz	
1800	Grupa CPS 19.8 MHz	Play 15 MHz	T-Mobile 12.6 MHz	2.4 MHz	Orange 10 MHz	T-Mobile 7.4 MHz	Grupa CPS 7.8 MHz
2100	Orange 15 MHz	T-Mobile 15 MHz	Grupa CPS 15 MHz	Play 15 MHz			
2600	Grupa CPS 20 MHz	Orange 15 MHz	T-Mobile 15 MHz	Play 20 MHz	Grupa CPS 50 MHz		
3400-3800	Pasma dla 5G: trwają konsultacje dotyczące aukcji 4x100 MHz do rozdysponowania						

### Dane dotyczące rezerwacji częstotliwości:

(w mln zł)	Data nabycia	Liczba lat do wygaśnięcia <sup>2</sup>	Wartość bilansowa netto	
			Na dzień 31 grudnia 2022	Na dzień 31 grudnia 2021
800 MHz	2016	8,1	1 652	1 858
900 MHz	2014	6,5	156	180
1800 MHz	1997	4,6	-	-
1800 MHz <sup>1</sup>	2013	5,0	80	95
2100 MHz	2000	-	-	100
2100 MHz	2022	15,0	352	-
2600 MHz	2016	8,1	63	71
Rezerwacje częstotliwości razem			2 303	2 304

<sup>1</sup> Prawo do częstotliwości na podstawie umowy z T-Mobile Polska S.A.

<sup>2</sup> Pozostały okres użytkowania w latach na dzień 31 grudnia 2022 roku.





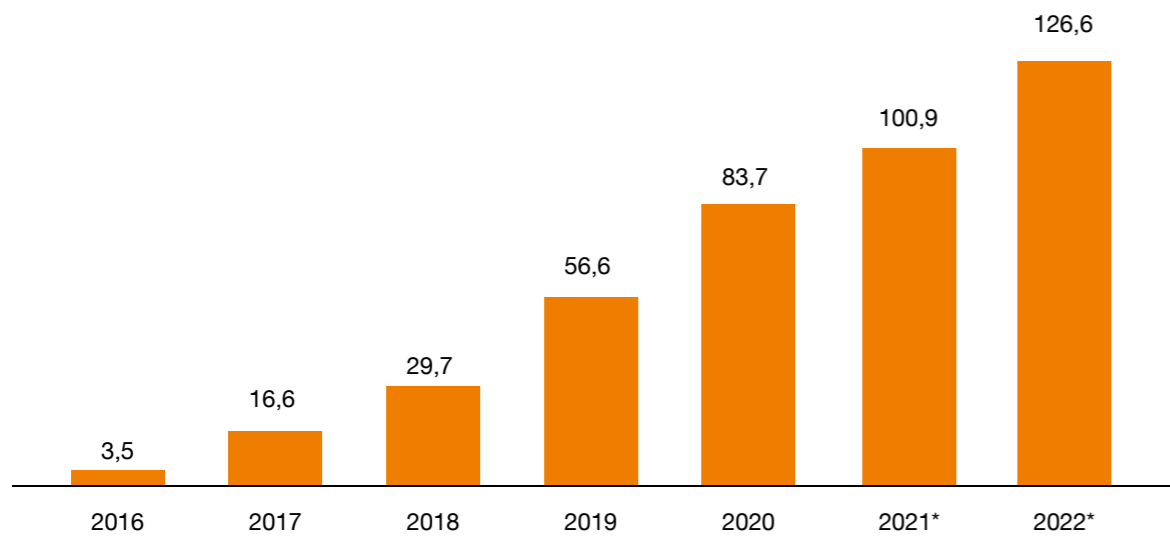
## Sieć

### 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 15 475 km światłowodowej sieci szkieletowej, 93 154 km światłowodowej sieci agregacyjnej oraz 353 133 km miedzianej sieci dostępowej. Sieć dostępowa została zbudowana głównie w technologii miedzianej; łącza światłowodowe mają w chwili obecnej 126 657 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 2022 roku za pomocą światłowodów podłączono kolejnych 130 stacji bazowych. Na koniec roku około 62% 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).

### Długość światłowodowej sieci dostępowej (w tys. km)



\* W tym łącza należące do spółki Światłowod Inwestycje, w której Orange Polska posiada 50% udziałów.



Aby zapewnić jak najlepszą jakość sieci, przy optymalnej alokacji zasobów, uwzględniamy specyfikę rynków lokalnych. W dużych miastach skupiamy się na zwiększeniu zasięgu sieci światłowodowej, zaś na słabiej zaludnionych obszarach zasadniczą opcją dostępu do internetu pozostają łącza miedziane, uzupełnione o technologie mobilne. Selektywnie, rozwój zasięgu sieci światłowodowej jest też realizowany w mniejszych miejscowościach oraz w obszarach wokół dużych aglomeracji (w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa). Rozbudowa łączy światłowodowych dotyczy coraz częściej domów jednorodzinnych, choć w dalszym ciągu jest zdominowana przez budownictwo wielorodzinne. Na koniec 2022 roku w zasięgu naszego światłowodu znajdowało się ponad 7 mln gospodarstw domowych. Obejmowało to naszą własną sieć (3,5 mln gospodarstw) oraz zasięg uzyskany poprzez współpracę hurtową z innymi operatorami (w tym spółką Światłowod Inwestycje, w której Orange Polska ma 50% udziałów).

Do zwiększania zasięgu naszych usług światłowodowych przyczynia się także w dużym stopniu współpraca z innymi operatorami. Dzięki takiemu podejściu, tam, gdzie taka współpraca jest możliwa, unikamy nieekonomicznego dublowania sieci światłowodowych. Jeżeli istniejąca infrastruktura spełnia gwarantowane przez Orange standardy, to w pierwszej kolejności staramy się z niej skorzystać.

Usługi mobilne Orange Polska są świadczone poprzez ponad 12 tys. stacji bazowych. Ponad 99% z nich obsługuje przesył danych w technologii 4G LTE, zapewniając pokrycie na poziomie blisko 100% populacji i 98% terytorium Polski. Ponadto, w odpowiedzi na rosnący popyt na szybki dostęp do internetu, Orange Polska sukcesywnie zwiększa liczbę stacji bazowych

umożliwiających agregację pasma w technologii 4G+, co zwiększa dostępną przepustowość.

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.

### Dalsze przygotowania do wdrożenia sieci 5G w Polsce

Ambicją Orange Polska jest aktywnie uczestniczyć we wdrażaniu sieci 5G w Polsce i zapewnić klientom dostęp do sieci 5G oraz do nowoczesnych usług w oparciu o tę sieć. Kontynuujemy rozbudowę sieci światłowodowej, która będzie warunkować efektywną pracę sieci mobilnej 5G. Wierzymy, że już dziś kluczowe jest zdobywanie unikalnego doświadczenia na polu wdrożeń systemów 5G, dlatego podejmujemy się licznych pionierskich realizacji.

W maju 2022 roku uruchomiliśmy w naszym warszawskim biurze Orange 5G Lab – miejsce, w którym opracowujemy i testujemy rozwiązania wykorzystujące 5G (także we współpracy ze startupami) oraz prezentujemy przedsiębiorstwom innowacyjne rozwiązania wykorzystujące te same częstotliwości, na których będzie się opierać docelowa sieć 5G w Polsce. Dzięki tym przygotowaniom, będziemy gotowi do szybkiego uruchamiania nowych usług 5G dla biznesu – zaraz po udostępnieniu częstotliwości niezbędnych do budowy sieci 5G w Polsce.

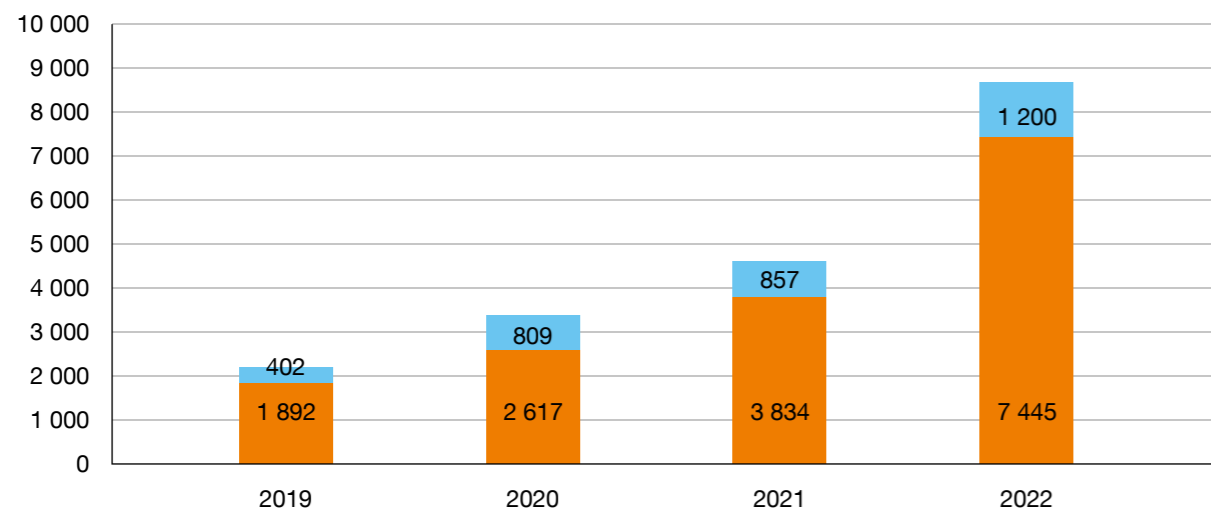


### Bezpieczeństwo sieci naszym najwyższym priorytetem

W 2022 roku zespół CERT Orange Polska (Computer Emergency Response Team) obserwował wyjątkowo duże nasilenie kampanii phishingowych. Wykorzystywane przez te kampanie kanały dystrybucji obejmowały głównie pocztę elektroniczną oraz SMS. Ważnym źródłem ataków związanych z cyberprzestępczością były także media społecznościowe. Ten znaczny wzrost incydentów związanych z bezpieczeństwem w sieci doprowadził do rosnącego zainteresowania klientów usługami cyberbezpieczeństwa. Do wykrywania kampanii phishingowych i pozyskiwania próbek złośliwego oprogramowania Orange Polska wykorzystuje wewnętrzne

systemy inteligentnego rozpoznawania zagrożeń oparte na algorytmach sztucznej inteligencji, a także autorskie pułapki sieciowe typu „honeypot” (kontrolowane przez Orange Polska platformy, które symulują urządzenia i systemy klientów narażone na ataki cyberprzestępców). Umożliwiają one proaktywne gromadzenie próbek złośliwego oprogramowania oraz identyfikację nowych metod ataków ze strony cyberprzestępców. Na wykresie pokazano dane statystyczne dotyczące ataków phishingowych oraz z użyciem złośliwego oprogramowania zablokowanych w sieci Orange Polska. Każda blokada to jeden użytkownik ochroniony przed atakiem.

### Ataki phishingowe i z użyciem złośliwego oprogramowania zablokowane w sieci Orange Polska (liczba unikalnych użytkowników w tys.)



■ Blokady wejść na strony phishingowe ■ Blokady prób połączeń do adresów ze złośliwym oprogramowaniem



Nasz zespół CERT przez całą dobę reaguje na zagrożenia, jakie napotykają użytkownicy internetu korzystający z sieci Orange Polska. Klienci są chronieni przez CyberTarczę, wprowadzoną w 2014 roku w odpowiedzi na konkretne zapotrzebowanie rynku na usługę wykrywania zagrożeń w sieci i zabezpieczenia użytkowników przed złośliwym oprogramowaniem. Płynna i automatyczna praca w tle zapewnia użytkownikom bardzo dużą wygodę przy korzystaniu z tego systemu. Orange Polska pozostaje jedynym unikalnym dostawcą internetu w Polsce, który oferuje zaawansowane usługi w zakresie cyberbezpieczeństwa. Niemal każdego dnia CyberTarcza informuje różne grupy klientów o wykrytych zagrożeniach związanych z potencjalnym zainfekowaniem ich komputerów lub telefonów komórkowych przez wirusy (złośliwe oprogramowanie).

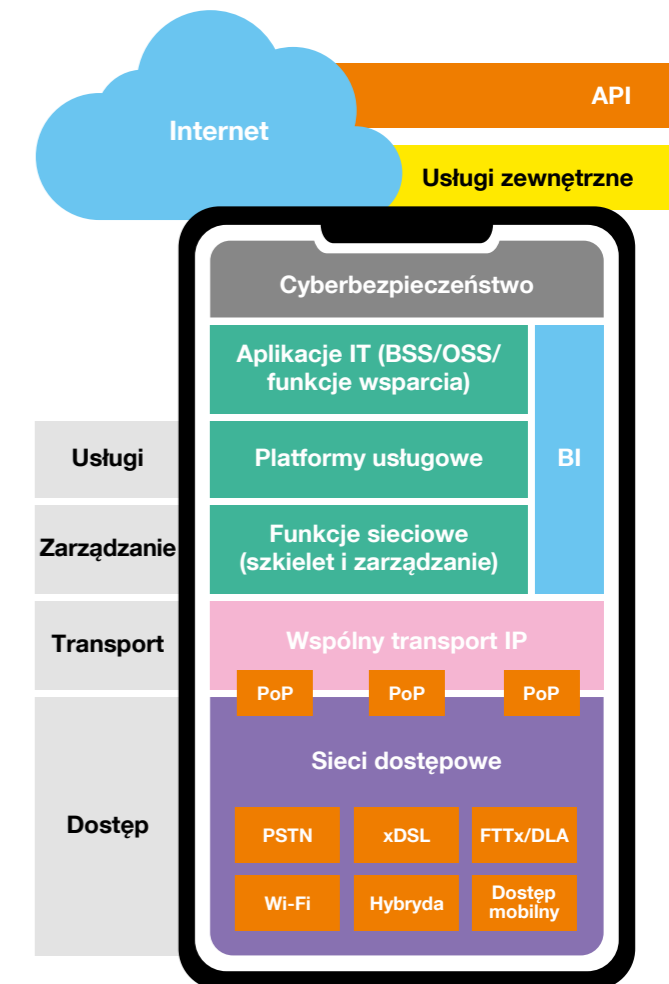
### Efektywność sieci

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 (blisko 12 tys. stacji), co pozwoliło nam na szybkie wprowadzenie usług 4G/5G 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. Jesteśmy jednym z największych operatorów konwergentnym w Polsce, który łączy ofertę usług stacjonarnych i mobilnych, zapewniając stałą, wysoką jakość połączeń dla różnych technologii. 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.

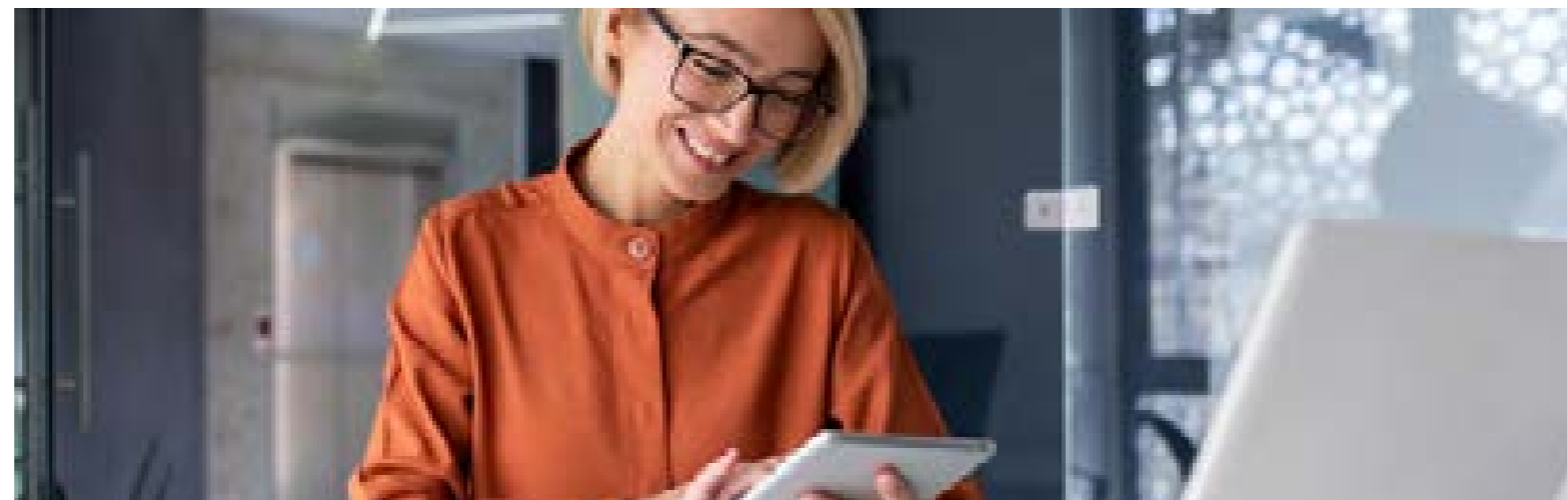
### Konkurencyjność i wyróżniki oferty

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. Nasilenie i dynamika konkurencji ma istotny wpływ na nasze wyniki finansowe. Stale poszukujemy nowych rozwiązań ofertowych oraz staramy się zachować właściwą równowagę pomiędzy funkcjonalnością a ceną. Kluczowym czynnikiem wzrostu jest w naszym przypadku to, że świadczymy zarówno usługi komórkowe jak i stacjonarne – 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 usług podstawowych. Dysponując największą infrastrukturą telekomunikacyjną w Polsce, aktywnie rozwijamy także usługi hurtowe dla innych operatorów. 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.

Przykładowo, na wysoce konkurencyjnym rynku warszawskim, prowadzimy specjalne kampanie cyfrowe i dedykowane akcje międzykanałowe, które mają wygenerować ruch w punktach sprzedaży. Te działania okazały się skuteczne, owocując dobrymi wynikami sprzedaży. W salonach spotykamy się z klientami, którzy potrzebują pomocy przy wyborze oferty; tym, którym zależy na czasie, oferujemy sprzedaż przez telefon; natomiast osobom, które przed podjęciem decyzji oczekują pełnego zestawu informacji i możliwości porównania cen, proponujemy zakupy przez naszą stronę internetową. Takie podejście pozwala dostosować się do oczekiwań klientów, lepiej rozpoznać potencjał rynków lokalnych oraz efektywniej planować inwestycje w sieć stosownie do popytu.

### 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, wysyła SMS z informacją o płatności;

- Live shopping – 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 2022 roku nadal rosła popularność aplikacji Mój Orange. Obecnie, korzysta z niej 2,3 mln użytkowników, co w porównaniu z 2021 rokiem oznacza wzrost o 35% (oraz wzrost liczby aktywacji o 55%).

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 wpływu pandemii COVID-19 i rosnącej popularności sprzedaży przez internet, tradycyjne punkty sprzedaży nie tracą na znaczeniu. W 2022 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.

W rozwoju kanałów obsługi istotną rolę pełni wykorzystanie sztucznej inteligencji oraz robotyzacja. Od 2019 roku naszych klientów wspiera chatbot 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 planujemy wdrożyć czat asynchroniczny, który umożliwi 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. Obecnie przyjęliśmy specjalne podejście COPC Enterprise, które obejmuje całościowe doświadczenie klienta i działania obsługowe podmiotu zamiast skupiać się na efektywności poszczególnych lokalizacji lub kanałów. 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 wzorce zachowań, korzystając z zaawansowanej analizy statystycznej. 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.



## Cyfrowe

- Orange.pl
- Konto na portalu Mój Orange
- Aplikacja mobilna Mój Orange
- Społeczność Nasz Orange
- Media społecznościowe, np. Facebook, Twitter i Instagram
- Czat
- E-mail
- Bot głosowy ze sztuczną inteligencją (Max)
- Chatbot (Max)
- Samoobsługowe aplikacje internetowe dla klientów biznesowych\*



## Klienci



## Tradycyjne

- Centrum obsługi telefonicznej
- Punkt sprzedaży
- Kurier
- Technik



## Automatyczne

- IVR\*\*
- USSD\*\*\*

\* Portal Premium Support, Mój Biznes Orange oraz Fleet Manager – bezpłatne systemy samoobsługowe dla klientów biznesowych, które umożliwiają składanie wniosków, weryfikowanie danych, dostęp do widoku faktury i zarządzanie kontraktami.

- Portal Premium Support to system dedykowany dla Biznes Pakiet Fiber i Biznes Pakiet, usług transmisji danych i usług zaawansowanych.
- Mój Biznes Orange to nowy system zarządzania relacjami z klientami przeznaczony do sprzedaży i obsługi klienta oraz ukierunkowany na segmenty rynku biznesowego większe od SOHO.
- Fleet Manager to system dedykowany dla usług mobilnych.

\*\* IVR (Interactive Voice Response) – System umożliwia interaktywną pomoc osobie dzwoniącej. Dzwoniący, po wysłuchaniu nagranej zapowiedzi, wybiera odpowiednią pozycję z menu.

\*\*\* USSD (Unstructured Supplementary Service Data) – Po wybraniu odpowiedniego menu na telefonie komórkowym, klient uruchamia inne menu, które zawiera potrzebne informacje. Menu jest wyświetlane na ekranie (jeżeli telefon jest w niego wyposażony).



## 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



## Kanały cyfrowe

- zapoznać się z cennikami i sprawdzić ich 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 Expert)



## 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



## Salon

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



## Media społecznościowe

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

Dzięki takiemu podejściu znacznie lepiej prowadzimy sprawy klientów, umiejętnie dopasowując się do ich wieku, indywidualnych potrzeb czy wymaganych udogodnień.

## Kanały kontaktu

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





## 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 obowiązkom 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 usług hurtowej

odsprzedaży dostępu szerokopasmowych (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 łączny 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 wybudowanych w ramach POPC oraz dostęp do infrastruktury.

- Regulacje dotyczące usług zakańczania połączeń. Wysokość ogólnounijnich stawek za zakańczanie połączeń została określona w Rozporządzeniu Delegowanym. Obecnie obowiązują następujące stawki:
  - Jednolita maksymalna ogólnounijna stawka za zakończenie połączenia głosowego w sieci ruchomej (MTR) będzie wynosić 0,2 ec/min od 1.01.2024. Od 01.01.2023 stawka MTR została obniżona do 0,0190 zł/min.
  - Jednolita maksymalna ogólnounijna stawka za zakończenie połączenia głosowego w sieci stacjonarnej (FTR) wynosi 0,0032 zł/min od 01.01.2022.

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 2022 roku otoczenie prawne 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.

W 2022 roku kontynuowano prace nad jednym z najważniejszych wydarzeń dotyczących sektora telekomunikacyjnego – implementacją Europejskiego Kodeksu Łączności Elektronicznej. Przyjęcie nowego Prawa komunikacji elektronicznej (PKE), które zastąpi obowiązujące od blisko dwóch dekad ustawę – Prawo telekomunikacyjne, jest planowane w 2023 roku. PKE wprowadza szereg rewolucyjnych rozwiązań, otwierając 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.

Krajowe akty prawne o istotnym znaczeniu sektorowym dla przedsiębiorców telekomunikacyjnych, przyjęte w 2022 roku, dotyczyły między innymi takich obszarów jak ochrona konsumentów, energetyka, system raportowania infrastruktury, bezpieczeństwo i obronność, specjalne rozwiązania na kartę dla obywateli i obywateli Ukrainy oraz prawo budowlane.

Na szczeblu UE, akty prawne o istotnym znaczeniu dotyczyły między innymi cyberbezpieczeństwa oraz ustanowienia nowych ram regulacyjnych dla rynków i usług cyfrowych.

Na szczeblu krajowym, trwają prace legislacyjne (obecnie na poziomie rządowym) nad nowelizacją ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa. Projekt nowelizacji przewiduje między innymi wprowadzenie mechanizmu oceny tzw. dostawców wysokiego ryzyka, utworzenie strategicznej sieci bezpieczeństwa oraz pewne zmiany operacyjne dotyczące bezpieczeństwa sieci.

W ostatnich kilku latach, 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.

### 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. Po ożywieniu w polskiej gospodarce w 2021 roku (poprzedzonym rok wcześniej recesją związaną z pandemią COVID-19), na otoczenie biznesowe w 2022 roku silnie wpływała sytuacja geopolityczna. Rosyjska agresja na Ukrainę przedłużyła niepewność oraz miała niekorzystny wpływ na otoczenie polityczne, społeczne i gospodarcze w Polsce i na świecie. W 2023 roku otoczenie makroekonomiczne jest nadal bardzo wymagające – skala spowolnienia gospodarczego pozostaje niewiadomą, utrzymuje się dwucyfrowa inflacja, a sytuacja geopolityczna jest wciąż niespokojna. 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 roku oraz perspektywy jej rozwoju w przyszłości. Według wstępnych szacunków, w ubiegłym roku gospodarka zanotowała solidny wzrost o 4,9%. Jednak dynamika wzrostu gospodarczego znacząco spadała w ciągu roku: w pierwszym kwartale wyniosła aż 8,6% (częściowo w związku z utrzymującym się ożywieniem po pandemii), by w czwartym kwartale spowolnić do zaledwie 2%. Według konsensusu rynkowego, w 2023 roku wzrost PKB w Polsce wyniesie poniżej 1%. Wysoka inflacja będzie niekorzystnie wpływać na dochód rozporządzalny gospodarstw domowych, ograniczając konsumpcję, zaś na poziomie inwestycji odbiją się wysokie stopy procentowe oraz niższy popyt krajowy i zagraniczny.

### Inflacja

W 2022 roku średnioroczny wskaźnik wzrostu cen towarów i usług osiągnął 14,4%, co było najwyższym poziomem od 25 lat. Pod koniec roku inflacja nadal rosła, osiągając w grudniu poziom 16,6%. W perspektywie najbliższego roku spodziewane jest utrzymanie wysokiej presji inflacyjnej, przy według aktualnego konsensusu rynkowego średnioroczna inflacja wyniesie około 13%. Szczyt wskaźnika wzrostu cen powinien przypaść na pierwszy kwartał, zaś w drugiej połowie 2023 roku, ze względu na wysoką bazę porównawczą, inflacja może spaść do wartości jednocyfrowej. Do kluczowych czynników inflacyjnych należy dalszy wzrost cen surowców (częściowo wynikający z cofnięcia wprowadzonych w ubiegłym roku obniżek podatku VAT) oraz cen żywności, a także problemy z globalnymi łańcuchami dostaw.

### 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 2022 roku wyniosła 5,2% i była niższa w porównaniu do 5,8% na koniec 2021 roku. Polski rynek pracy po raz kolejny okazał się odporny na wstrząsy zewnętrzne – najpierw związane z pandemią COVID-19, a obecnie z wojną w Ukrainie wraz z jej licznymi negatywnymi konsekwencjami. Wraz z początkiem agresji Rosji w Ukrainie, Polskę opuściło wielu pracowników z Ukrainy (zatrudnionych w różnych sektorach gospodarki). Jednocześnie, widoczny był napływ imigrantów, głównie kobiet i dzieci.



Prognozowane na 2023 rok spowolnienie gospodarcze wraz z wysoką inflacją może wpływać na rynek pracy w Polsce. Wyższa cena surowców i rosnące koszty pracy (w szczególności wzrost płacy minimalnej o 20%) mogą skłonić przedsiębiorców do ograniczenia, a nawet redukcji zatrudnienia (czego oznaki były już widoczne pod koniec 2022 roku). Jednak według prognoz, nie wpłynęło to znacząco na rynek pracy w Polsce ze względu na dodatkowe czynniki, takie jak ograniczona dostępność pracowników na rynku (niektóre branże już obecnie borykają się z problemem braku pracowników) oraz, długofalowo, demografia społeczeństwa polskiego. Według konsensusu prognoz makroekonomicznych, stopa bezrobocia w Polsce będzie w najbliższych latach relatywnie stabilna, a w 2023 roku jest szacowana na poziomie 5,6%.

### Stopy procentowe

W 2022 roku Rada Polityki Pieniężnej kontynuowała cykl podwyżek stóp procentowych w Polsce. W odpowiedzi na rosnącą inflację, stopa referencyjna NBP wzrosła od stycznia z 1,75% do 6,75% na koniec roku. Cykl zacieśniania polityki monetarnej zatrzymał się na tym poziomie wraz z obawami o zahamowanie wzrostu gospodarczego. Widoczne w drugiej połowie roku spowolnienie i wciąż niepewna sytuacja za wschodnią granicą powinny wpłynąć na stabilizację polityki

monetarnej polskiego banku centralnego. Wyższe stopy procentowe nie powinny mieć istotnego wpływu na koszty odsetkowe Orange Polska, gdyż do połowy 2024 roku 50% zadłużenia Spółki jest oparte na stałej stopie procentowej.

### 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 2022 roku złoty osłabił się o 2,2% w stosunku do euro oraz 8,2% 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

### Rynek telekomunikacyjny w Polsce

Rynek telekomunikacyjny w Polsce jest rozwinięty, ze stabilną jednocyfrą dynamiką wzrostu. Charakteryzuje się wysokimi wskaźnikami penetracji w większości segmentów oraz bardzo niskimi cenami (w porównaniu

z innymi krajami UE). Jest 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. Rynek telekomunikacyjny ewoluje także pod względem technologicznym: światłowód stał się wiodącą technologią w zakresie stacjonarnych łączy szerokopasmowych, a w sieciach komórkowych stoimy u progu ery 5G. Pomimo opóźnienia w dystrybucji pasma dla 5G, oczekuje się, że w najbliższych latach technologia 5G będzie szczególnie istotna, zwłaszcza dla klientów biznesowych. 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. Jednak 2019 rok przyniósł przełom na rynku: operatorzy komórkowi podnieśli ceny usług w formule „więcej za więcej”. Konwergencja stała się wiodącą formułą konkurowania o gospodarstwo domowe. To spowodowało przyspieszenie procesu konsolidacji rynku, głównie pomiędzy graczami stacjonarnymi i mobilnymi. Konieczność inwestycji, rosnąca inflacja oraz relatywnie niskie ceny usług telekomunikacyjnych budują oczekiwania, że uczestnicy rynku będą nadal koncentrować się na generowaniu wartości. Co istotne, na rynku polskim dominują 24-miesięczne umowy lojalnościowe, co spowalnia przenoszenie przez operatorów telekomunikacyjnych wzrostu kosztów na klientów.

Według naszych szacunków, wartość polskiego rynku telekomunikacyjnego nadal rośnie pomimo utrzymującej się niekorzystnej 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 się 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.

Obecne i przyszłe trendy, koncentracja na wartości i dążenie do konwergencji opartej na światłowodzie, są korzystniejsze:

- **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 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. Biorąc pod uwagę bezprecedensowe wyzwania inflacyjne (inflacja najwyższa od 25 lat), wzrost cen nominalnych wydaje się raczej koniecznością niż opcją w celu ochrony rentowności. Ceny usług telekomunikacyjnych w Polsce nadal należą do najniższych w UE. W naszej strategii komercyjnej kierujemy tworzeniem wartości. W 2022 roku podnieśliśmy ceny większości podstawowych usług, zarówno dla klientów indywidualnych jak i biznesowych. Ponadto, do nowo zawieranych umów z klientami wprowadziliśmy klauzule inflacyjne, które mogą być stosowane od 2023 roku.

- **Konwergencja sieci stacjonarnej i mobilnej podstawą naszych strategii komercyjnych:** Konwergencja – sprzedaż pakietów usług komórkowych i stacjonarnych – jest coraz częściej uznawana przez wszystkich uczestników rynku jako skuteczna formuła na pozyskanie gospodarstw domowych. W ciągu ostatnich kilku lat wszyscy gracze mobilni zaczęli oferować również usługi stacjonarne, podczas gdy wiodący operatorzy stacjonarni weszli na rynek telefonii komórkowej. Odbyma się to poprzez partnerstwa hurtowe bądź przejęcia. Przykładami partnerstw hurtowych jest wejście T-Mobile do części sieci światłowodowej Orange czy współpraca Play z operatorem kablowym Vectra. Strategie konwergencji ułatwiają także nowi operatorzy infrastrukturalni sieci światłowodowych, którzy świadczą wyłącznie usługi hurtowe, np. Światłowod Inwestycje (spółka Orange Polska i APG) czy Fiberhost. Do zwiększania zasięgu światłowodu dostępnego dla wszystkich podmiotów przyczyniają się również sieci światłowodowe budowane w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC), finansowanego ze środków UE. W 2022 roku, w wyniku przejęcia największego operatora kablowego UPC przez Play (spółkę kontrolowaną przez Iliad), na rynku pojawił się nowy, znaczący operator konwergentny. Orange Polska zainicjował w 2017 roku bardzo udaną strategię konwergencji, wprowadzając gotowy pakiet Orange Love jako flagową ofertę dla gospodarstw domowych. Do końca 2022 roku w tej ofercie pozyskano ponad 1,6 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 operatorów telefonii komórkowej – Plus (Cyfrowy Polsat) i Play – przejęło, odpowiednio, spółki stacjonarne Netia (wiodący alternatywny operator stacjonarny) i UPC (największy operator telewizji kablowej). Druga 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 skutkowało 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 jest rozwój infrastruktury na obszarach słabiej zurbanizowanych. Szacujemy, że liczba gospodarstw domowych z dostępem do Internetu w technologii światłowodowej mogła w 2022 roku wzrosnąć o ponad milion i przekroczyć 10 milionów, to jest około dwóch trzecich wszystkich gospodarstw domowych w Polsce. Wzrost ten wynikał z kontynuacji inwestycji w ramach projektów realizowanych bądź w programie Polska Cyfrowa (POPC) z wykorzystaniem środków unijnych, bądź

ze środków własnych wielu operatorów – zarówno tych inwestujących na dużą skalę (np. Światłowod Inwestycje czy Fiberhost) jak i wielu drobnych, lokalnych graczy. Rynek dostawców internetu światłowodowego w Polsce jest mocno rozdrobniony. Według danych UKE, w Polsce działa w tej technologii ponad 1000 operatorów, a tylko siedmiu z nich ma udział w rynku powyżej 1% (dane za 2021 rok). Wzrosty zasięgów dotyczą terenów zurbanizowanych, ale również w coraz większym stopniu obrzeży dużych miast, małych ośrodków miejskich i obszarów wiejskich. Istotnym graczem na hurtowym rynku infrastruktury dostępu do internetu jest Światłowod Inwestycje – spółka Orange Polska i APG, której celem jest dostarczenie światłowodu do 2,4 mln gospodarstw domowych do 2025 roku. W 2022 roku Grupa Iliad zainwestowała w przejęcie operatora kablowego UPC Polska, dzięki czemu może rozwijać sprzedaż usług konwergentnych oraz, zgodnie z deklaracjami, wejść z infrastrukturą UPC oraz nowymi inwestycjami na rynek hurtowy (oferując dostęp do infrastruktury innym podmiotom). Biorąc pod uwagę popyt ze strony klientów, strategie konwergentne operatorów komórkowych oraz nowe partnerstwa, przewidujemy dalszą rozbudowę sieci światłowodowych w Polsce.

- **Transakcje dotyczące infrastruktury:** W 2021 roku Cellnex, gracz infrastrukturalny na rynku europejskim, wszedł na rynek polski poprzez zakup infrastruktury mobilnej od Play (marzec 2021) i Cyfrowego Polsatu (lipiec 2021). Cellnex zawarł umowę z Play jako udziałowiec większościowy spółki On Tower Poland Sp. z o.o. (w której Cellnex Poland posiada 70% udziałów, a 30% należy do Iliad). W przypadku Cyfrowego Polsatu, transakcja dotyczyła zarówno infrastruktury pasywnej (ok. 7 tys. lokalizacji) jak i aktywnej (ok. 37 tys. nośników radiowych oraz 11 300 km światłowodowej sieci szkieletowej i sieci dosyłowej do stacji bazowych i ogólnokrajowej sieci radiolinii





mikrofalowych). Również w 2021 roku Orange Polska podpisał umowę sprzedaży 50% udziałów w spółce Światłowod Inwestycje, która buduje infrastrukturę światłowodową i oferuje usługi dostępu hurtowego w oparciu o technologię FTTH. Celem tej spółki jest wybudowanie do 2025 roku światłowodowej sieci dostępnej dla około 1,7 mln gospodarstw domowych w Polsce, zlokalizowanych głównie na obszarach o niskiej i średniej konkurencji. W zawartej transakcji, wartość spółki Światłowod Inwestycje wyceniono na 2 748 mln zł (bez uwzględniania gotówki i długu). Orange Polska sprzedał APG 50% udziałów w tej spółce za łączną kwotę 1 374 mln zł. W 2022 roku Iliad (właściciel Play i UPC) ujawnił plany zawarcia podobnej umowy inwestycyjnej z funduszem aktywów niepublicznych InfraVia.

- **Dynamiczny wzrost zapotrzebowania na przesył danych:** Przesył danych dynamicznie rośnie, do czego przyczynia się upowszechnienie nowoczesnych urządzeń mobilnych oraz bardzo szybki wzrost transmisji danych w przeliczeniu na klienta, związany głównie z treściami multimedialnymi i mediami społecznościowymi. Przewidujemy, że przesył danych będzie nadal rosł 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).
- **Początek ery 5G:** Technologia 5G, jako koncepcja marketingowa, jest obecna na polskim rynku od trzech

lat, ale na razie jest oferowana przez operatorów tylko w technologii DSS, na częstotliwościach wykorzystywanych dla usług 4G. Aukcja na tzw. pasmo C (3,4-3,8 GHz, przeznaczone specjalnie dla sieci 5G) została bardzo opóźniona. W grudniu 2022 roku rozpoczęły się konsultacje, a zgodnie z planami UKE cały proces powinien się zakończyć w 2023 roku. Przewiduje się, że technologia 5G otworzy nowe możliwości zarówno dla konsumentów jak i biznesu, stając się w nadchodzących latach jednym z motorów wzrostu wartości rynku. Sieć 5G znacznie przyspieszy mobilną transmisję danych, a przy tym – co ważniejsze dla przyszłych zastosowań – będzie mieć znacznie mniejsze opóźnienia (czas potrzebny na komunikację dwóch urządzeń) oraz znacznie większą pojemność (liczbę urządzeń, które można jednocześnie podłączyć do sieci). Sieć 4G nie jest w stanie obsłużyć stale rosnącej liczby podłączonych obiektów, które przesyłają coraz więcej danych. Z dzisiejszej perspektywy wydaje się, że 5G oferuje więcej możliwości monetyzacji na rynku biznesowym, które wykraczają poza zwykłą łączność. Ta technologia otworzy całą gamę możliwości automatyzacji procesów i wykorzystania sztucznej inteligencji w różnych branżach – od produkcji po rolnictwo. Wszystkie urządzenia będą znacznie szybciej odbierać i przetwarzać dane, co umożliwi np. zdalne sterowanie procesami produkcyjnymi w czasie rzeczywistym. Procesy te będą funkcjonować w zamkniętych ekosystemach, często na wyznaczonych odcinkach sieci komórkowej. Oznacza to znacznie większą synergię między łącznością a usługami ICT, przy czym Orange Polska jest w doskonałej pozycji, aby czerpać z tego korzyści.

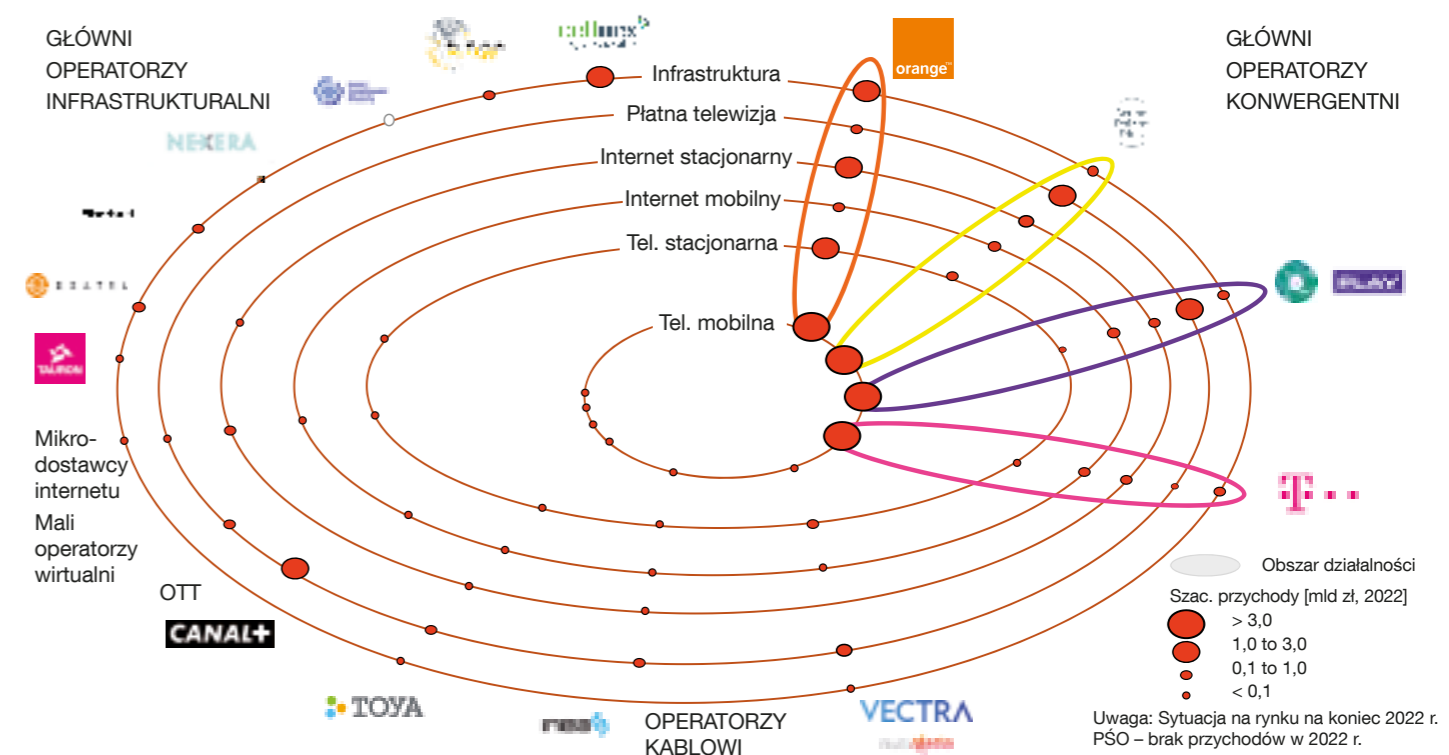
- **Płatna telewizja – rosnąca popularność treści OTT przy wciąż istotnej telewizji linearnej:** Operatorzy telekomunikacyjni próbują pozyskać gospodarstwa domowe poprzez pakiety usług stacjonarnych i komórkowych, wzbogacone o ofertę treści udostępnianych przez internet (OTT). Usługi OTT – oferowane przez wielu dostawców, takich jak Netflix, HBO GO, Viaplay, Amazon Prime Video i inni – stymulują wzrost rynku płatnej telewizji. W 2022 roku zadebiutowały w Polsce nowe platformy streamingowe, w tym Disney+, HBO Max i SkyShowtime. Choć usługi OTT zyskują coraz większą popularność i przykuwają uwagę operatorów telekomunikacyjnych, tradycyjna telewizja linearna ma w Polsce wciąż bardzo silną pozycję. Warto wspomnieć, że w 2022 roku T-Mobile wprowadził pełną ofertę telewizji linearnej, podczas gdy wcześniej polegał wyłącznie na usługach OTT. 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 taki, który jest 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. 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 2022 roku – będącym drugim rokiem realizacji naszej ambitnej strategii .Grow – potwierdzają, że jesteśmy na właściwej drodze do realizacji założonych celów, pomimo wyjątkowych trudności związanych z otoczeniem zewnętrznym.

## Główni gracze na rynku telekomunikacyjnym w Polsce







## Łańcuch dostaw

Chcemy budować 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.

### Ocena dostawców

Bierzemy aktywny udział w realizacji wspólnego dla Grupy Orange programu oceny dostawców globalnych – QREDIC. Wyniki oceny są wykorzystywane w procesie negocjacji i wyboru dostawców na poziomie globalnym, np. przy zakupie sprzętu abonenckiego i sieciowego. Definitywnie negatywna ocena w zakresie przestrzegania standardów etycznych lub ekologicznych dyskwalifikuje dostawcę.

Na poziomie globalnym, Grupa Orange jest członkiem-założycielem stowarzyszenia Joint Audit Cooperation (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. W 2022 roku przeprowadzono 98 audytów.

Lokalnych dostawców zobowiązujemy do przestrzegania klauzul zgodności (compliance), które są umieszczane w umowach z naszą firmą. Klauzule zawierają zobowiązanie kontrahenta do postępowania zgodnie z zasadami etycznego i odpowiedzialnego zachowania, w tym dotyczącymi praw człowieka, ochrony środowiska naturalnego, zrównoważonego rozwoju i zwalczania korupcji. Dodatkowo, we wszystkich umowach zakupowych umieszczamy klauzulę antykorupcyjną. Od 2021 roku dostawcy z grup wysokiego ryzyka są proszeni o wypełnienie ankiety CSR, która dotyczy obszarów ochrony środowiska, BHP, praw pracowniczych, różnorodności, zgodności oraz etyki.

### Budowanie trwałych relacji z dostawcami

W 2022 roku współpracowaliśmy w Polsce z 3019 dostawcami, w tym dostawcami sprzętu abonenckiego i sieciowego, usług budowy sieci oraz sprzętu komputerowego, a także agencjami outsourcingu personalnego i domami mediowymi. Staramy się, aby nasze relacje z dostawcami opierały się na kontraktach długoterminowych, zawierających transparentne zasady współpracy. Ponad 97% 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 93%. Standardowy termin płatności dla dostawcy wynosi do 30 dni (w przypadku 92% 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. Od 2019 roku wzory umów zakupowych – a od 2022 roku także innych umów – zawierają zapisy dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu w postaci klauzuli CSR. Sukcesywnie, uzupełniamy o tę klauzulę również umowy z dostawcami długoterminowymi, które zostały zawarte przed jej wprowadzeniem. W 2022 roku, 98% pracowników działu zakupów Orange Polska ukończyło szkolenie internetowe poświęcone zasadniczym aspektom społecznym w procesie dokonywania zakupów. Obecnie ponad 96% 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

Poziom życia w Polsce od lat ulega stałej poprawie. Jednak w 2022 roku, rynek ucierpiał wskutek wysokiej inflacji, spowodowanej wojną i odłożonymi skutkami pandemii, przy czym szczególnie gwałtownie wzrosły ceny energii. W grudniu 2022 roku inflacja, liczona rok do roku, sięgnęła 16,6% – co jest wartością niespotykaną w Polsce od



lat dziewięćdziesiątych. Ponadto, od maja 2022 roku, w gospodarce postępował spadek wartości wynagrodzeń, gdyż stopa inflacji przewyższała dynamikę ich wzrostu. W ujęciu rocznym, spadek płac realnych (skorygowanych o inflację) był najwyższy w XXI wieku – na koniec roku wyniósł 6,3%. Taka sytuacja nieuchronnie odbija się na gospodarce. Kurczenie się budżetów gospodarstw domowych ogranicza poziom konsumpcji, prowadząc do stagnacji gospodarczej, przy utrzymującej się wysokiej inflacji. Także wysokie ceny energii pogarszają sytuację gospodarstw domowych. Według różnych szacunków, w 2022 roku 9-32% z nich 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).

Wysoka inflacja zagraża efektem szeregu programów na rzecz ograniczenia nierówności i ubóstwa, jakie wprowadzono w Polsce w ostatnim dziesięcioleciu. Począwszy od 2015 roku, wzrost płacy minimalnej, zmiany w umowach cywilnoprawnych, a przede wszystkim programy wsparcia dla rodzin (500 zł miesięcznie na każde dziecko, 300 zł rocznie na wyprawkę szkolną) radykalnie poprawiły sytuację wielu słabszych grup, zwłaszcza tych o niskim statusie społeczno-ekonomicznym. Jednak wzrost inflacji osłabia wpływ transferów socjalnych, których wysokość nie jest waloryzowana (siła nabywcza 500+ spadła od 2016 roku o prawie jedną trzecią).

Według danych GUS, współczynnik nierówności dochodowej Giniego, który jest miarą rozkładu rozporządzalnych dochodów ekwiwalentnych w społeczeństwie, obniżył się z blisko 34,5 pkt. w 2005 roku do 29,8 pkt. w 2017 roku, ale potem ponownie wzrósł do 31,9 pkt. To nadal poziom znacznie poniżej średniej unijnej, ale szybki wzrost nierówności dochodowych, zwłaszcza w okresie pandemii COVID-19, budzi obawy. W latach 2019-2021 zarobki 10% najbiedniejszych Polaków spadły o 6%, podczas gdy dochody 1% najbogatszych wzrosły w podobnym stopniu. Straty ponoszone przez najmniej uprzywilejowane grupy społeczne wynikają z rodzaju zatrudnienia, gdyż przy niskopłatnych pracach dominują umowy zlecenia, które łatwo rozwiązać w momencie, gdy małe firmy zaczynają odczuwać trudności ekonomiczne.

Stopa bezrobocia w Polsce utrzymuje się na niskim poziomie. W grudniu 2022 roku wynosiła tylko 2,9% – co było trzecią od końca wartością w Europie (przy średniej unijnej na poziomie 6,1%). Na koniec 2022 roku, stopa zatrudnienia dla osób w wieku 15-64 lata wynosiła w Polsce 77,2% (powyżej średniej unijnej 74,9%), osiągając poziom sprzed pandemii. Ważnym problemem pozostaje znaczne zróżnicowanie stopy zatrudnienia w zależności od wykształcenia i płci. Choć w 2022 roku współczynnik aktywności zawodowej kobiet był po raz pierwszy wyższy od średniej unijnej (w Polsce pracowało zawodowo 7 na 10 kobiet w wieku produkcyjnym wobec 83% mężczyzn),

luka w zatrudnieniu związana z wykształceniem wciąż należy do najwyższych w Europie. Podczas gdy w grupie wiekowej 20-64 pod koniec 2022 roku pracowało ponad 90% osób z wykształceniem wyższym, to dla tych z wykształceniem średnim było to nieco poniżej 73%, a dla osób z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym – zaledwie 47%. Szczególnie zagrożone wykluczeniem na rynku pracy są kobiety z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym, wśród których, w grupie wiekowej 20-64 lata, pracę miało zaledwie nieco ponad 35%, co jest jednym z najgorszych wyników w Unii Europejskiej.

Jedną z kluczowych zmian w otoczeniu społecznym w ostatnim czasie miała związek z rosyjską agresją na Ukrainę, co zmusiło miliony ludzi do wyjazdu z tego kraju. Na koniec lata 2022 roku, w Polsce przebywało ponad 1,5 mln uchodźców z Ukrainy, co oznacza, że w ciągu kilku miesięcy liczba ludności wzrosła o 5%. Co czwarty z uchodźców pragnie pozostać w Polsce co najmniej kilka lat, a 40% nie ma konkretnych planów na przyszłość co do miejsca pobytu (wg Konsorcjum Migracyjnego). Kobiety stanowią 44% ogółu uchodźców oraz 80% dorosłych, co może spowodować znaczące zmiany w sfeminizowanych sektorach gospodarki, takich jak usługi, handel detaliczny i opieka. W tym samym czasie, do 400 tys. mężczyzn z Ukrainy, zatrudnionych w Polsce przed lutym 2022 roku, wróciło do swojej ojczyzny, co spowodowało braki zatrudnienia w takich branżach, jak budownictwo, transport i logistyka. Blisko 200 tys. ukraińskich dzieci podjęło naukę w polskich szkołach, a 43 tys. trafiło do systemu opieki przedszkolnej. Polacy wykazali bezprecedensową solidarność z uchodźcami z Ukrainy, ale przedłużanie się obecnej sytuacji może pociągnąć za sobą ogromne skutki, zwłaszcza w sferze usług publicznych. Pod największą presją znalazła się służba zdrowia, edukacja i rynek mieszkaniowy – które już wcześniej przeżywały trudności.

Napływ osób z Ukrainy powinien mieć także pozytywny wpływ na gospodarkę, zwłaszcza że Polska boryka się z problemem szybkiego starzenia się społeczeństwa. Niekorzystne perspektywy demograficzne przekładają się w ostatnich latach na spadek liczby ludności w wieku produkcyjnym. Problem pogłębia spadająca liczba urodzeń, która w 2022 roku osiągnęła najniższy poziom od drugiej wojny światowej. Od 2012 roku przyrost naturalny pozostaje ujemny.

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 i bezpiecznego korzystania z nowych technologii.



## Prawa człowieka

Z uwagi na model biznesowy i charakter łańcucha dostaw, polityka w zakresie praw człowieka jest formułowana na poziomie międzynarodowym przez Grupę Orange. Poza ogólnymi ramami Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP) oraz zasad Global Compact, Grupa Orange przestrzega Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka.

W 2022 roku Spółka opracowała Politykę Praw Człowieka w Orange Polska. Dokument wyraża zobowiązanie firmy do poszanowania praw człowieka w całym łańcuchu wartości, unikania naruszenia i przyczyniania się do naruszeń tych praw, a także przeciwdziałania i minimalizowania negatywnych skutków oraz podjęcia działań naprawczych, jeśli do takiego naruszenia dojdzie.

Podejście do poszanowania i promowania praw człowieka w Orange Polska jest określone przez zobowiązania wobec następujących grup interesariuszy:

- pracownicy i współpracownicy,
- klienci,
- dostawcy, poddostawcy i partnerzy biznesowi,
- społeczności lokalne i otoczenie społeczne.

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

- prawo do prywatności i wolność wypowiedzi,
- zakaz dyskryminacji i przeciwdziałanie wykluczeniu,
- prawa dziecka, w tym kwestie dotyczące bezpieczeństwa w internecie,
- praca przymusowa, współczesne niewolnictwo i handel ludźmi,
- poszanowanie praw człowieka, w tym praw pracowników przy pozyskiwaniu minerałów w regionach ogarniętych konfliktami,
- praca dzieci,
- prawa pracownicze, w tym wolność zrzeszania się w związku zawodowe i prawo do negocjacji zbiorowych.

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. Wdrożenie procesu nastąpi w 2023 roku.

Kwestie odnoszące się do przestrzegania praw człowieka są również zawarte w Kodeksie Etyki Orange Polska. Ponadto, w Orange Polska wprowadzono Kodeks dla dostawców. Jego celem jest zachęcenie do stosowania i poszanowania regulacji związanych z prawami człowieka

oraz zapewnienie ich właściwego i efektywnego stosowania. Dostawcy zobowiązują się do przestrzegania praw człowieka i unikania zaangażowania w jakiegokolwiek przypadki ich naruszenia.

Kodeks obejmuje następujące obszary:

- odpowiedzialność społeczna – swoboda zgromadzeń i prawo do negocjacji zbiorowych, praca niewolnicza, praca dzieci, różnorodność i niedyskryminowanie, wynagrodzenia, czas pracy i BHP;
- odpowiedzialność środowiskowa i klimatyczna – ochrona środowiska, zasoby naturalne i gospodarowanie odpadami;
- zabronione praktyki biznesowe – polityka antykorupcyjna, konkurencja, sponsoring, dotacje 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, wykorzystywania pracy przymusowej oraz będą zwalczać wszelkie przejawy dyskryminacji.

Dodatkowo dla dostawców z obszarów największego ryzyka w zakresie praw człowieka wdrożono kwestionariusz CSR, który obejmuje kwestie praw człowieka, środowiskowe, pracownicze, społeczne, etyczne i zarządzania zgodnością. Wyniki ankiety są uwzględniane w procesie rozpatrywania ofert, w ramach prowadzonych przez Orange Polska postępowań zakupowych. Firmy, które nie uzyskują wymaganej liczby punktów, nie mogą współpracować z Orange Polska.

W celu zwiększania świadomości w zakresie praw człowieka, osoby odpowiedzialne za postępowania zakupowe przechodzą szkolenie z zakresu CSR i praw człowieka.

## 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 do 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 wpływu, bezpośredniego i pośredniego, 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. Realizują one 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 wideokonferencje 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 maksymalizacji czasu wykorzystywania urządzeń oraz zarządzania końcem ich życia. Wymusza także konieczność myślenia o efektywności zasobowej, energetycznej, klimatycznej i środowiskowej nie tylko wewnątrz firmy, ale także w relacjach z dostawcami.

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 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
<b>Inwestorzy</b>	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; polityka wypłat dywidendy. (str. 105-107)
<b>Klienci</b>	Klienci są kluczem do sukcesu i umieszczamy ich w centrum wszystkich naszych działań.	Dialog z klientami: „słuchamy-odpowiadamy”, badania satysfakcji klientów, w tym NPS.	Stały, 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. 23-25, 78-84)
<b>Pracownicy</b>	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.	Stały 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. 108-123)
<b>Partnerzy biznesowi</b>	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. 14, 34, 127, 134)
<b>Dostawcy</b>	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. 34, 127)
<b>Instytucje państwowe i regulator</b>	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. 14-15)
<b>Społeczności lokalne</b>	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. 126-141)
<b>Środowisko i klimat</b>	Zwiększanie korzystnego i ograniczanie niekorzystnego wpływu na środowisko naturalne i klimat.	Współpraca z organizacjami ekologicznymi, instytucjami państwowymi i partnerami biznesowymi.	Okresowy i bieżący kontakt.	Ambitne cele klimatyczne, przejrzyste zasady sprawozdawczości, współpraca z innymi podmiotami na rzecz środowiska naturalnego i klimatu (str. 142-179)





## 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. 200.

### 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. 108.



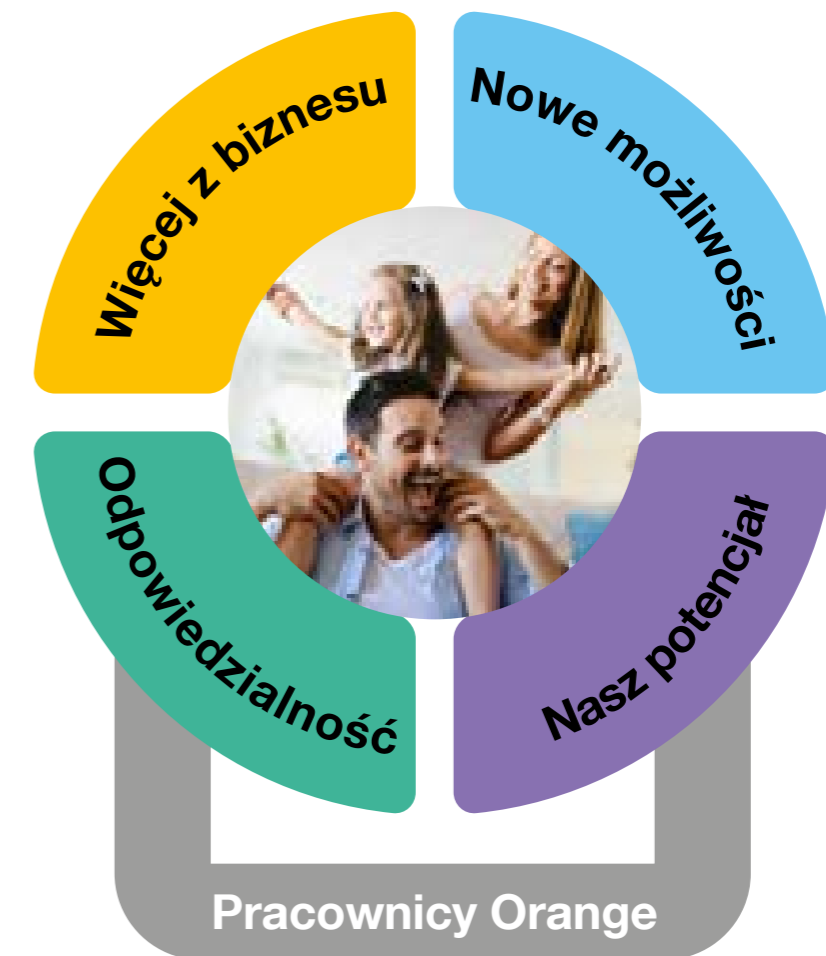
# Strategia

**Strategia .Grow to ewolucyjny krok, który przyczyni się do stymulacji i przyspieszenia wzrostu przychodów i zysków, kładąc jednocześnie podwaliny pod kontynuację wzrostu po roku 2024.**





## Strategia .Grow na lata 2021-2024



### Kluczowe cele strategiczne

Wzrost wskaźników finansowych dzięki zrównoważonemu rozwojowi

Budowanie długoterminowej wartości dla wszystkich interesariuszy

### Kluczowe trendy







## 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. Była to przełomowa strategia, dzięki której odwróciliśmy wieloletnie negatywne trendy przychodów i rentowności, powracając na ścieżkę wzrostu. Jesteśmy teraz lepiej przygotowani na przyszłość, oferując usługi pożądane przez klientów, a także posiadając aktywa, które je wspierają, oraz bardziej efektywną strukturę kosztową. Orange Polska jest obecnie zupełnie inną firmą i wyraźnym liderem we wszystkich kluczowych segmentach rynku. Jesteśmy gotowi, żeby wykorzystywać nowe szanse i stawiać czoło przyszłym wyzwaniom.

Strategia .Grow to ewolucyjny krok, który przyczyni się do stymulacji i przyspieszenia wzrostu przychodów i zysków, kładąc jednocześnie podwaliny pod kontynuację wzrostu po roku 2024. Ewolucja oznacza, że główne filary naszej strategii nie ulegają zmianie. Konwergencja pozostaje kluczową dźwignią wzrostu na rynku konsumenckim, pomagając w zdobyciu i utrzymaniu zaufania i lojalności klientów. Pojawienie się technologii 5G stanie się nową dźwignią wzrostu oraz przyda łączności internetowej nowego wymiaru zarówno z punktu widzenia konsumentów jak i przedsiębiorstw. W tym kontekście postrzegamy usługi ICT jako kluczowy czynnik wzrostu na rynku biznesowym.

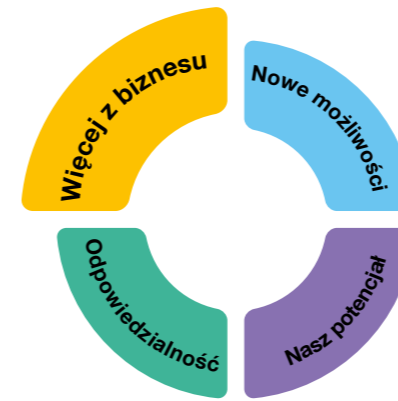
Kompensując spadki w schyłkowych segmentach działalności, wprowadzamy nowe źródła wzrostu, w tym dostęp hurtowy do naszej sieci światłowodowej i mobilnej. Mocno postawimy na rozwój w wybranych obszarach nowych i wschodzących trendów i technologii – z pełną świadomością, że nie wszystkie inicjatywy się zwrócą – gdyż chcemy zapewnić wzrost także po 2024 roku.



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. Wyznaczyliśmy 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 przeciwdziałaniu wykluczeniu cyfrowemu.

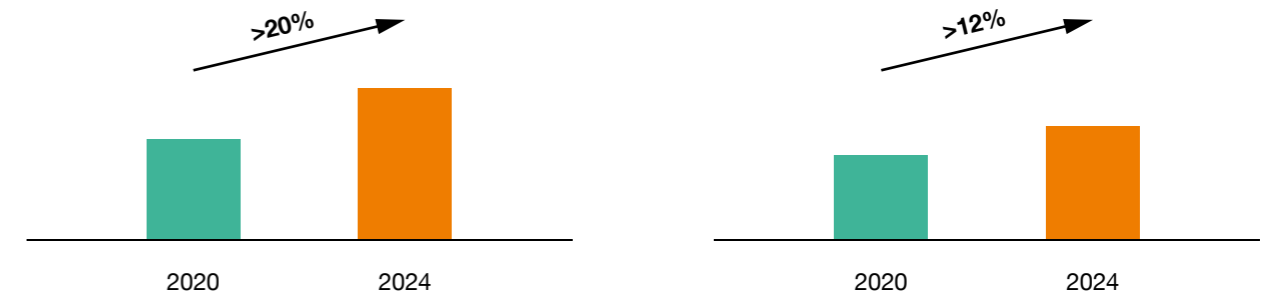
W wymiarze finansowym, wraz ze strategią .Grow wkroczyliśmy na ścieżkę szybszego i stabilniejszego wzrostu, opartego na solidnych fundamentach. W kolejnych latach EBITDAaL ma rosnąć szybciej, a głównym motorem wzrostu mają być przychody napędzane przez działalność komercyjną. To fundamentalna zmiana w stosunku do poprzedniej strategii, kiedy powrót do wzrostów – po wielu latach spadków – był generowany przez olbrzymie oszczędności na kosztach pośrednich, natomiast marża bezpośrednia cały czas spadała. Nasza strategia inwestycyjna będzie się stopniowo zmieniać 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. W ten sposób wzrost przychodów zaczął się już przekładać na wzrost generowanych przepływów pieniężnych. Korzyściami ze wzrostu będziemy się nadal dzielić z akcjonariuszami poprzez powrót do wypłacania dywidend.



## 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.

### Wzrost liczby klientów konwergentnych w wyniku rozbudowy sieci światłowodowej



### 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 (światłowód lub kabel miedziany), a także w przypadku usługi LTE wykorzystywanej do użytku domowego. Dzięki temu, możemy sprzedawać tę ofertę na terenie całego kraju, co znacznie podnosi efektywność. Na koniec 2022 roku, z oferty Orange Love korzystało ponad 1,6 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).

### Wzrost ARPO w wyniku strategii ukierunkowanej na wartość i dosprzedaży

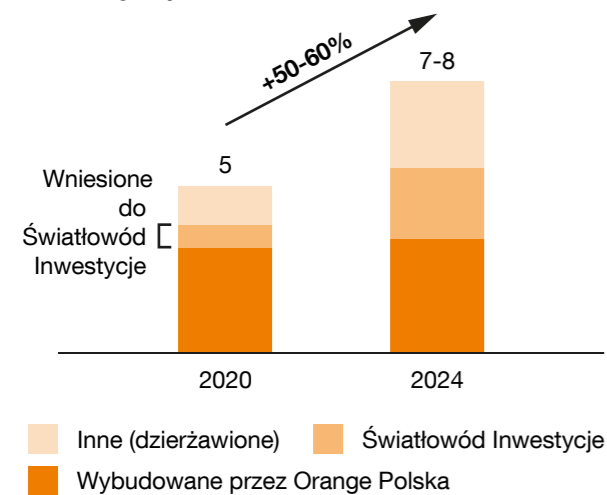


Inni operatorzy chcą również w coraz większym stopniu realizować strategię konwergencji w oparciu o szybki internet stacjonarny, co będzie oznaczało większą konkurencję. Będzie to od nas wymagać umiejętności wyróżnienia się kompleksowością oferty i jakością obsługi klienta. Wykorzystamy w tym celu siłę naszej marki oraz bardzo dobre postrzeganie nas przez klientów (pierwsza pozycja w rankingu NPS). Będziemy również chcieli odpowiedzieć na potrzeby klientów bardziej wrażliwych cenowo.

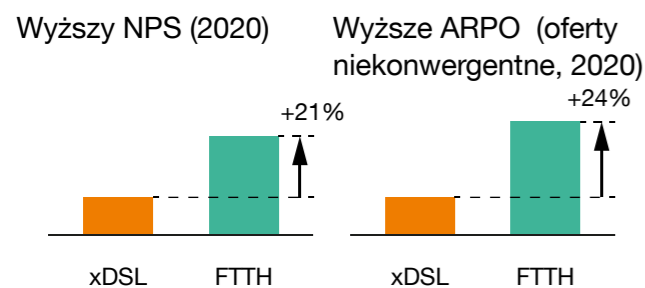
#### Światłowód – kluczowy czynnik sukcesu

Głównym warunkiem sukcesu w realizacji naszych zamierzeń związanych z konwergencją będzie dalszy wzrost zasięgu naszej sieci światłowodowej. Do 2024 roku planujemy zwiększyć go o 2-3 miliony gospodarstw domowych, czyli o 40-60% 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 dostawcę pierwszego wyboru. W ciągu następnych lat będziemy głównie polegać na podłączaniu się na zasadach hurtowych do sieci innych operatorów. Będzie to głównie sieć budowana przez Światłowód Inwestycje oraz sieci powstające w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC). Światłowód daje nam znacznie wyższy średni przychód na klienta w porównaniu z technologiami miedziovymi. 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.

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



#### Tworzenie wartości przez światłowody

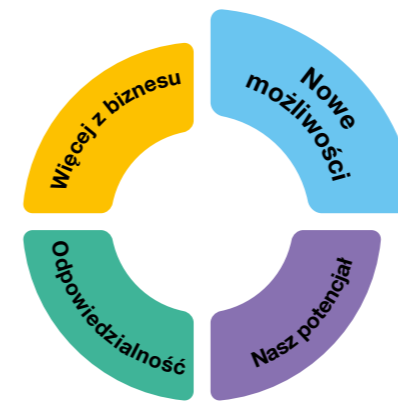


#### Oferta TV – ważny element oferty konwergentnej

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. Zamierzamy pozostać 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 2022 roku liczba klientów usług TV wynosiła około 950 tys., z czego ponad 80% 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.

#### Nie tylko łączność – dodatkowe usługi dla gospodarstw domowych

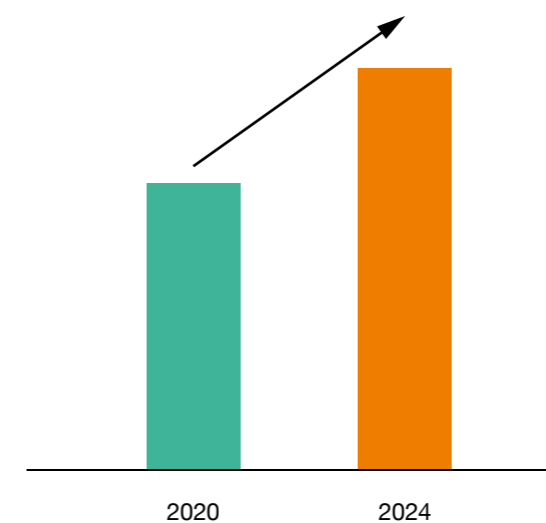
Naszymi podstawowymi usługami pozostanie łączność stacjonarna i mobilna. Zamierzamy jednak analizować i testować nowe usługi dodane, zgodne z wizją „rozszerzonego domu”. Chcemy zaproponować klientom nowe oferty, które dzięki nowoczesnym technologiom ułatwią im codzienne życie. Planujemy poszerzyć pakiety konwergentne o kolejne elementy: usługi cyberbezpieczeństwa, inteligentne urządzenia, nowe możliwości dostępu do cyfrowej rozrywki oraz rozwiązania związane z wykorzystaniem czystej, przyjaznej dla środowiska energii. Oprócz odpowiedniej infrastruktury, dysponujemy także wykwalifikowanymi technikami i sprzedawcami oraz siecią dystrybucji, co zapewni doradztwo dla klientów oraz skuteczną instalację. Dzięki tym aktywom, mamy wyjątkowe możliwości, żeby projektować i rozwijać nowe usługi.



## Rynek biznesowy: strategia skupiona wokół usług ICT

Orange Polska jest liderem we wszystkich segmentach biznesowych rynku telekomunikacyjnego oraz czołowym graczem na rynku ICT. W ramach poprzedniej strategii przebyliśmy długą drogę od tradycyjnego operatora telekomunikacyjnego do zaufanego partnera w transformacji cyfrowej polskich firm. 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

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



uzupełnienia konkretnych kompetencji. W efekcie, możemy zapewnić klientom wyjątkowe połączenie usług w zakresie łączności z integracją systemów, cyberbezpieczeństwem, doradztwem i usługami w obszarze oprogramowania i aplikacji.

Transformacja cyfrowa polskich przedsiębiorstw stała się faktem, a w ostatnich dwóch latach, w następstwie pandemii, 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.

Chcemy w dalszym ciągu dynamicznie zwiększać przychody z usług ICT, w tempie ok 10% rocznie do 2024 roku. Osiągniemy 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 będzie odgrywać dalszy stabilny rozwój naszej spółki Integrated Solutions – trzeciego co do wielkości integratora na rynku polskim. A przyspieszenie osiągniemy 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.



#### Oprogramowanie i aplikacje



#### Usługi w chmurze i CRM



#### Cyberbezpieczeństwo



#### Sieci i łączność







Zintensyfikujemy 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.

Inteligentne miasta



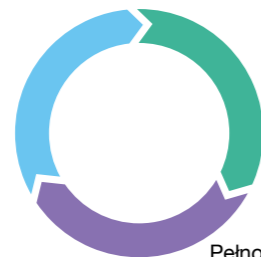
Transport i logistyka



Ekspert w obszarze Internetu Rzeczy dla inteligentnych miast i partner dla Przemysłu 4.0

## 5G

Lider w obszarze mobilnych prywatnych sieci

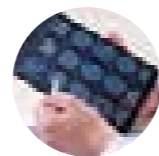


Pełnoprawny partner w transformacji cyfrowej, nadążający za trendami w przetwarzaniu danych i sztucznej inteligencji

Przemysł 4.0

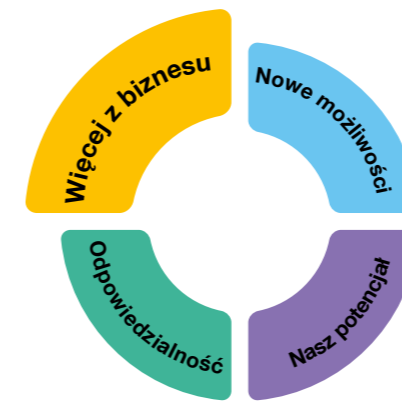


Służba zdrowia



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.

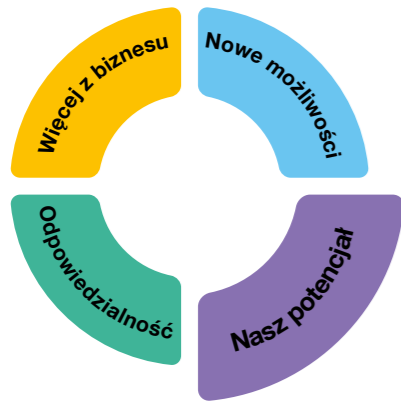
Dążymy do pozyskania większej liczby klientów na naszej sieci światłowodowej, obejmującej zasięgi wybudowane w latach poprzednich oraz budowane w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa (POPC). Naszą ambicją jest zwiększenie liczby klientów pochodzących od innych operatorów co najmniej sześciokrotnie w stosunku do końca 2020 roku, kiedy ich liczba wynosiła 26 tys. Chcemy również w większym stopniu udostępniać infrastrukturę przesyłową. W ramach tego, będziemy świadczyć usługi dla spółki Światłowod Inwestycje. Widzimy tutaj 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 płac”, 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.

Chcielibyśmy również zaistnieć na hurtowym rynku MVNO, oferując swoją sieć inwestorom stacjonarnym, którzy chcą wejść na rynek usług komórkowych.







## Uwolnienie potencjału poprzez cyfryzację – ale budowaną wokół ludzi...

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, powołałmy dyrektora ds. digitalizacji. Nowo utworzona jednostka organizacyjna pełni rolę centrum kompetencji,



**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

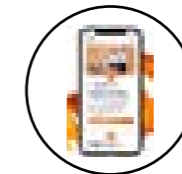
współpracując ze wszystkimi innymi działami i świadcząc na ich rzecz usługi. Dysponujemy znacznymi aktywami i doświadczeniem, na których możemy budować. Na przykład, nasza w pełni cyfrowa oferta Flex to całkowicie wyjątkowe rozwiązanie na rynku polskim; podobnie jak bot głosowy Max, który rozwiązuje 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. Chcemy wejść z tymi rozwiązaniami na rynek, żeby jeszcze bardziej zwiększyć monetyzację potencjału, jaki tkwi w obszarze BD i AI.



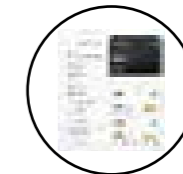
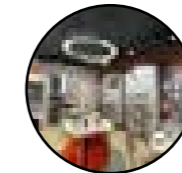
Dążymy do tego, aby do końca 2024 roku jedna czwarta transakcji sprzedażowych oraz trzy czwarte kontaktów związanych z obsługą klientów było realizowanych przez kanały cyfrowe. To duży krok w kierunku podniesienia efektywności: automatyzacji załatwiania rutynowych spraw, a także ułatwienia i usprawnienia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

**Przejęcie na sprzedaż online**  
>25% sprzedaży w kanałach cyfrowych (RGU – wszystkie usługi, 2024)



Zmiana struktury kanałów sprzedaży w kierunku rozwiązań cyfrowych

**Bezproblemowe doświadczenie** we wszystkich kanałach sprzedaży

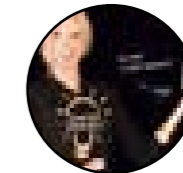


**Podjęcie cyfrowe do obsługi klienta** >75% obsługi w kanałach cyfrowych (wszystkie kontakty, 2024)

- migracja klientów do kanałów cyfrowych i obsługi przez sztuczną inteligencję
- wsparcie cyfrowe/rozszerzonej rzeczywistości przy montażu i naprawach

**W razie potrzeby** spersonalizowana **pomoc** konsultanta

**NPS #1**



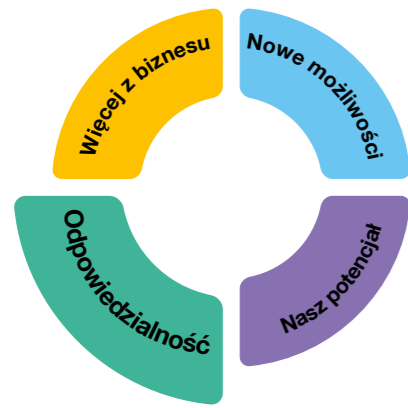
**...oraz uproszczenie portfela aktywów**

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

2024 roku) i łączy miedzianych. Ich miejsce zajmą 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 CO<sub>2</sub> 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



### Środowisko

- Cel **neutralności klimatycznej** do 2040 roku
  - **Redukcja emisji CO<sub>2</sub> 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)



### Społeczeństwo

- 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:
  - **37% kobiet** na kluczowych stanowiskach liderów
  - **40% kobiet** na stanowiskach menedżerskich
  - **Odpowiedzialne** zarządzanie i nadzór w osiąganiu celów strategicznych
  - **Przejrzyste** informowanie o naszych zobowiązaniach

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 szkolimy też nauczycielki i nauczycieli w ramach projektu Lekcja:Enter, współfinansowanego przez UE. To największa w Polsce inicjatywa tego typu. Łącznie z programu skorzysta 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 40%) i wśród kadry zarządzającej (do 37%).



## 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 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. Wierzymy, 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 społecznej odpowiedzialności, skupiając się na pięciu obszarach – kluczowych z punktu widzenia naszej branży i działalności na polskim rynku.

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.

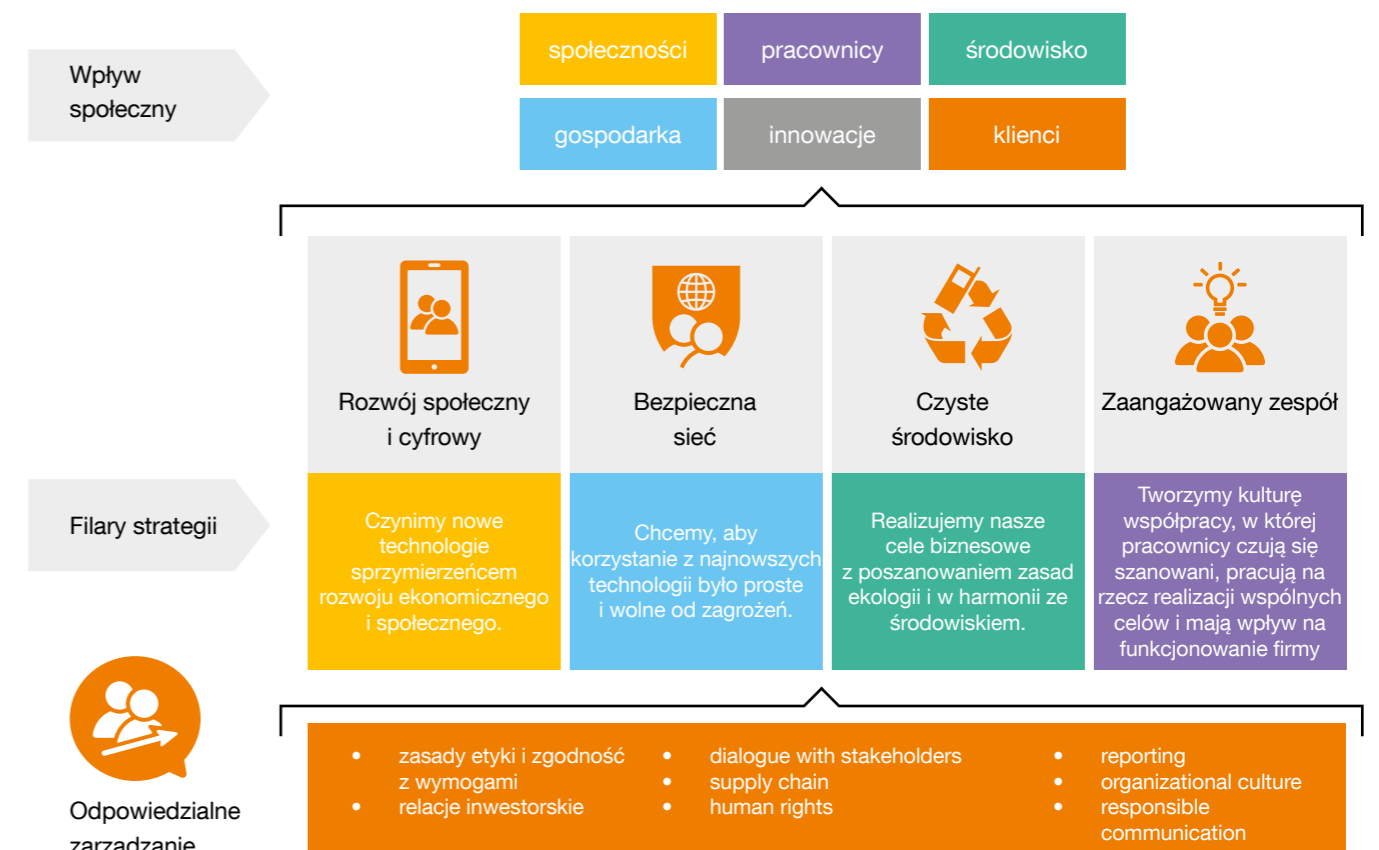
Fundamentem tej strategii jest odpowiedzialne zarządzanie – nasze wartości, zasady etyki, zgodność z wymogami oraz dialog z interesariuszami jako narzędzie poznawania ich

oczekiwani. 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.

Zwiększając przychody skorzystamy na 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. Strategia .Grow zakłada, że EBITDAaL będzie rosła głównie w wyniku wzrostu przychodów, wspieranych przez działalność komercyjną. W efekcie, wzrost będzie miał fundamentalnie zdrowszy charakter.

Średnio, w latach 2020-2024 oczekujemy dalszego, niskiego jednocyfrowego wzrostu przychodów. Zasadniczą rolę w realizacji tego celu odegra nasza kluczowa działalność (na którą przypada 75% całkowitych przychodów), w tym trzy główne obszary wzrostu: konwergencja, ICT i usługi hurtowe. Planujemy 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, będą następowały spadki. Pod koniec realizacji obecnego planu strategicznego, na usługi schyłkowe będzie przypadać poniżej 10% całkowitych przychodów, co oznacza, że ich wpływ zostanie mocno ograniczony. Będziemy także inwestować w nowe usługi i nowe 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, przetwarzanie dużych zbiorów danych, sieci kampusowe oraz rozwiązania z zakresu rozszerzonego domu. 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

#### Usługi kluczowe



**Obszar wzrostu**  
Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (CAGR)

#### Usługi schyłkowe



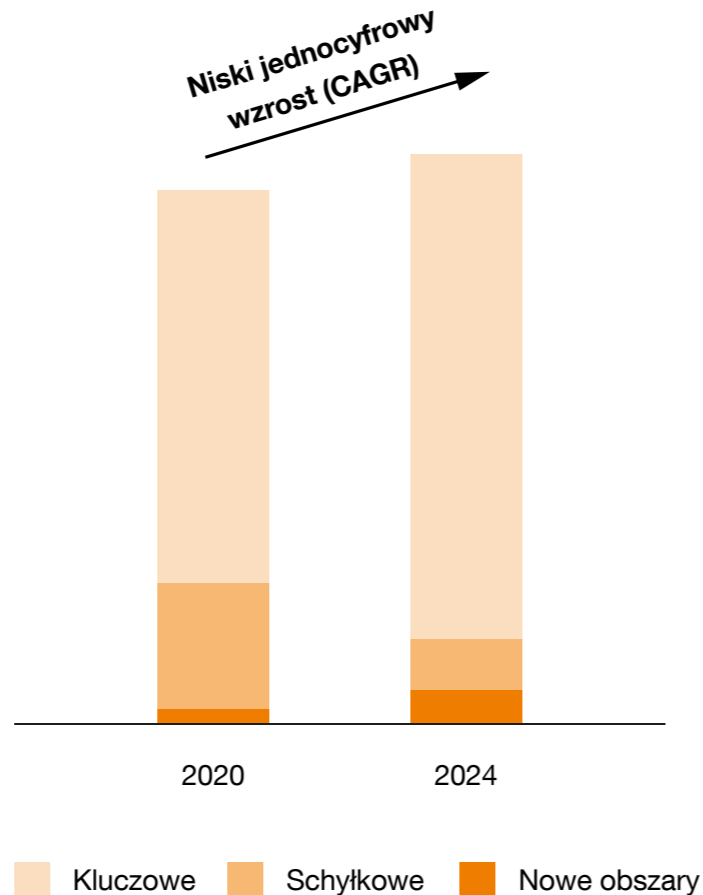
**Spadek**  
PSTN/xDSL/hurtowe – utrzymanie trendów  
Przychody z połączeń międzyoperatorskich – niekorzystny wpływ obniżenia stawek MTR/FTR (łącznie ok. 1 mld zł; przy bardzo niewielkiej utracie marży)

#### Nowe obszary



**Zabezpieczenie na przyszłość**  
Wysoka dynamika wzrostu

### Przychody całkowite



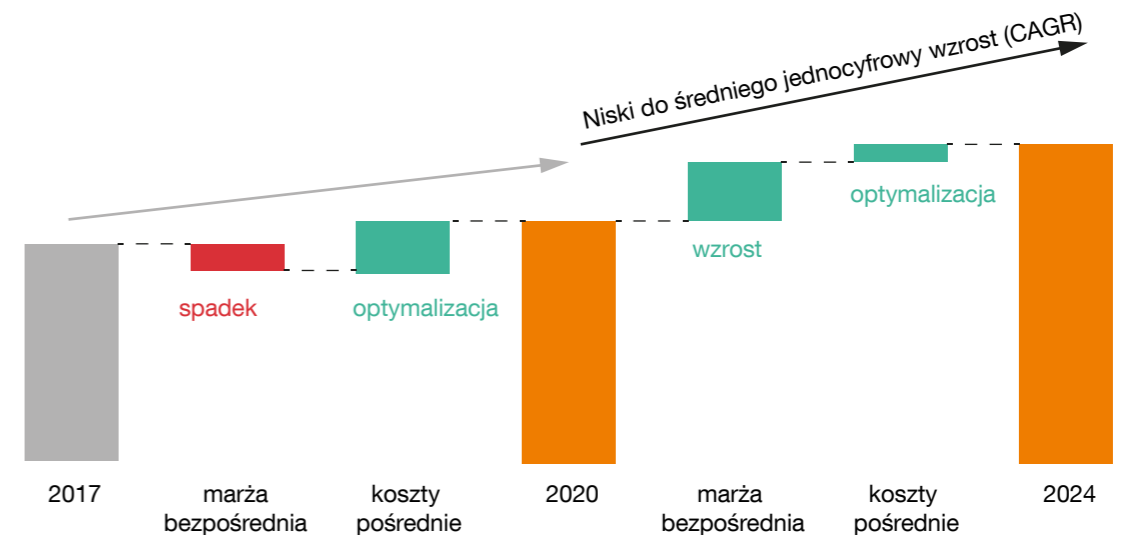
## Główne obszary wzrostu przychodów z kluczowych usług

<p><b>Konwergencja</b> strategia ukierunkowana na gospodarstwa domowe</p>	<p><b>Przyrost bazy klientów</b> (dzięki zwiększaniu zasięgu sieci światłowodowej)</p>	+	<p><b>Wzrost ARPO</b> (wartość, 5G i multiusługi)</p>	=	<p><b>Przychody &gt;8% rocznie (CAGR)</b></p>
<p><b>ICT</b> strategia ukierunkowana na klientów biznesowych</p>	<p><b>Wzrost w usługach podstawowych</b> integracja, oprogramowanie i cyberbezpieczeństwo</p>	+	<p><b>Nowy potencjał chmura, 5G, analiza danych, Internet Rzeczy</b></p>	=	<p><b>Przychody z ICT 9-10% rocznie (CAGR)</b></p>
<p><b>Nowe otwarcie hurtowe</b> monetyzacja aktywów</p>	<p><b>Światłowody</b> w ramach obecnego i nowego zasięgu</p>	+	<p><b>Nowy wzrost infrastruktura, MVNO</b></p>	=	<p><b>Nowe źródła przychodów</b></p>

Oczekujemy w kolejnych latach niskiego do jednocyfrowego wzrostu EBITDAaL. Przyczyni się do tego głównie rosnąca marża bezpośrednia, gdyż wyższe przychody przełożą się na jej wzrost dzięki wysokiej dźwigni operacyjnej. Wzrost będzie osiągniany w wyniku rozwoju działalności komercyjnej, co zapewni bardziej trwałe i solidne fundamenty w perspektywie długookresowej. Będziemy kontynuować transformację kosztową, a te same trendy w zakresie cyfryzacji, które otwierają nam możliwości wzrostu, przyczynią się także do dalszego ograniczania 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, że przełożą się one na zysk operacyjny w takim stopniu, że wzrośnie marża EBITDAaL.



### Wzrost EBITDAaL dzięki rosnącym przychodom oraz oszczędnościom kosztowym



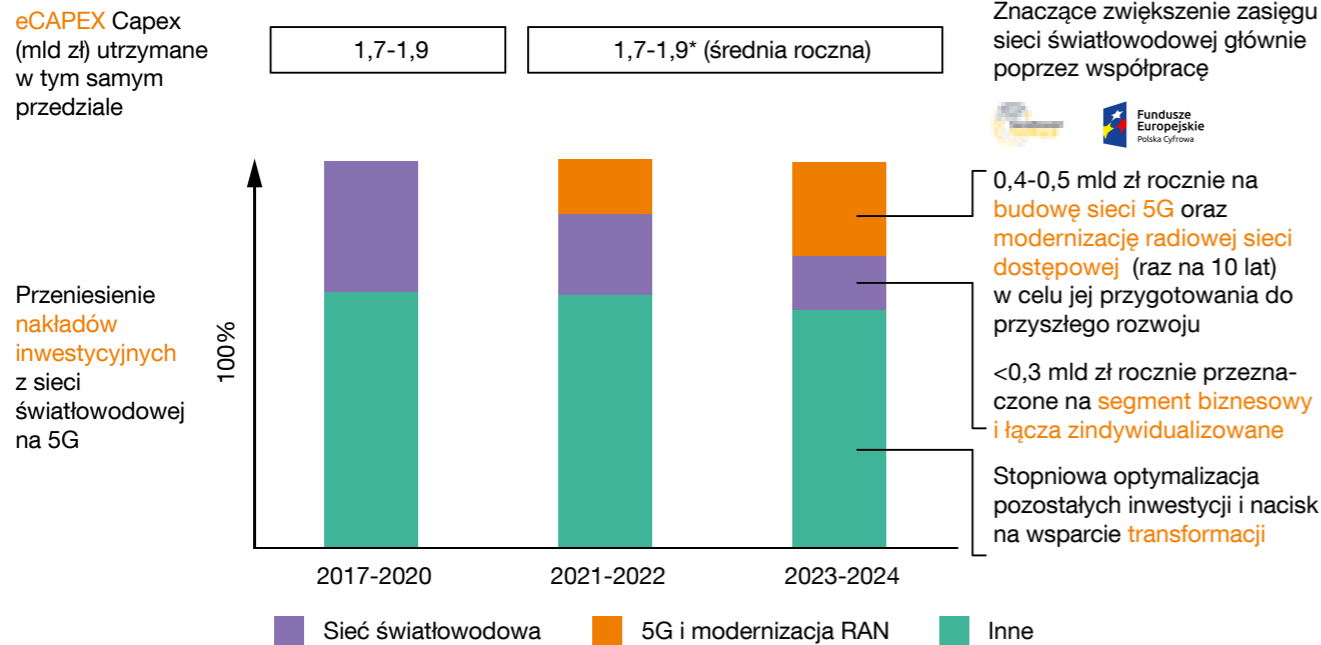




Nasza przemyślana strategia inwestycyjna będzie ukierunkowana na wzrost (zwłaszcza w usługach światłowodowych i 5G) oraz podnoszenie efektywności. Struktura nakładów inwestycyjnych będzie stopniowo ewoluować od zdominowanej przez światłowody w kierunku większego udziału sieci mobilnej. Zamierzamy przystąpić 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. Będziemy nadal rozszerzać zasięg usług światłowodowych, ale nie będzie to od nas wymagać znaczących bezpośrednich nakładów, gdyż będzie realizowane głównie poprzez partnerstwa. Pomimo znaczącego poziomu inwestycji w wymienione obszary, chcemy utrzymać ekonomiczne nakłady inwestycyjne 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

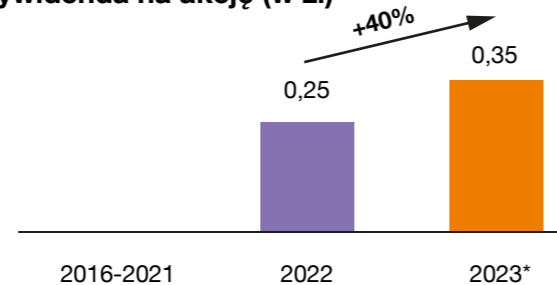


\* Z zastrzeżeniem przepisów końcowych ustawy o cyberbezpieczeństwie; z wyłączeniem pozyskiwania pasma



W ramach strategii .Grow, powróciliśmy do wypłacania dywidend i przedstawiliśmy przejrzystą politykę w tym obszarze. W 2022 roku – po raz pierwszy od 2016 roku – wypłaciliśmy dywidendę w wysokości 0,25 zł na akcję. Powrót do wynagradzania akcjonariuszy to wyraz przekonania co do obiecujących perspektyw wzrostu oraz dobrej sytuacji bilansowej. Przyszłe decyzje o zmianie wysokości dywidendy będziemy podejmować co roku, każdorazowo analizując przewidywane bazowe trendy finansowe oraz długookresowe prognozy dźwigni finansowej względem przyjętego korytarza 1,7-2,2x. W przypadku zwiększenia dywidendy, jej wysokość zostanie przyjęta jako nowy stabilny poziom bazowy na przyszłość. W dniu 15 lutego 2023 roku Zarząd Orange Polska przyjął uchwałę, w której zarekomendował Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłatę w 2023 roku dywidendy pieniężnej w wysokości 0,35 zł na akcję z zysku za 2022 rok.

### Dywidenda na akcję (w zł)



\*Podlega zatwierdzeniu przez WZA



## Pytania do Julienu Ducarroz, Prezesa Zarządu



Stale doskonalimy działalność na rynku konsumenckim i biznesowym, ale w strategii .Grow uzupełniliśmy to o kolejny kluczowy obszar: usługi hurtowe. Przystąpiliśmy do rozpoznania możliwości biznesowych na rynku hurtowym – i od samego początku osiągnęliśmy sukces. Utrzymuje się duży popyt na dzierżawę infrastruktury ze strony innych operatorów, który jesteśmy w stanie zaspokoić. Jestem przekonany, że w tym obszarze będziemy osiągać dalszy wzrost.

Dobrym wynikiem w kluczowych obszarach towarzyszy stała dyscyplina i transformacja po stronie kosztów. Te dwa elementy pozwoliły nam z powodzeniem sprostać wyzwaniom, jakie pojawiły się w ubiegłych dwóch latach.

Ponadto, należy wspomnieć o równie ważnym czynniku, który leży u podstaw naszych osiągnięć – to nasi pracownicy. Kontynuujemy transformację kulturową w Orange Polska, pozyskując nowe talenty oraz zachęcając obecnych pracowników do rozwoju i przekwalifikowania. To niezwykle istotne dla dalszego rozwoju naszej działalności, gdyż pozwala nam lepiej dostosować się do czekających nas wyzwań.

### P: Co można by zrobić lepiej bądź szybciej?

Strategia .Grow zakłada nie tylko rozwijanie tego, czym już dysponujemy, ale także inwestowanie w nowe usługi i nowe, przyszłościowe obszary wzrostu. To bardzo ważne, ze względu na konieczność kompensowania dalszych spadków w usługach schyłkowych oraz postępujące nasycenie usługami, w których obecnie osiągamy wzrosty. Wdrażając strategię .Grow musimy więc jednocześnie myśleć o kolejnych cyklach strategicznych. Uważam to za obszar, w którym w następnych dwóch latach powinniśmy działać szybciej.

Dobrym przykładem są różne usługi oparte na technologii 5G, które dziś są jeszcze w powijakach, jak rozwiązania z zakresu Internetu Rzeczy (IoT), wspomaganie rzeczywistości i analizy dużych zbiorów danych. Jeżeli chodzi o rozwiązania IoT, to już bardzo dużo osiągnęliśmy, zwłaszcza w usługach Smart City – w 2022 roku przychody w tym obszarze się podwoiły. Inflacja, zwłaszcza wzrost cen energii, napędza popyt ze strony samorządów na inteligentne liczniki, zarządzanie zużyciem wody i inne rozwiązania, które umożliwiają optymalizację kosztów i dekarbonizację. Nie osiągnęliśmy jednak jak dotąd podobnego sukcesu w monetyzacji narzędzi do analizy dużych zbiorów danych. Ostatnio, podjęliśmy pewne działania, żeby zintensyfikować ten obszar. Także w zakresie tzw. prywatnych sieci kampusowych nie zrealizowaliśmy

### P: Pomimo trudniejszego niż przewidywano otoczenia, Orange Polska jest na półmetku na dobrej drodze do realizacji celów strategii .Grow. Jakie są kluczowe czynniki tego sukcesu?

Prezentując blisko dwa lata temu strategię .Grow stwierdziłem, że naszą kluczową działalność jest kamieniem węgielnym tej strategii i podstawą przyszłych sukcesów. To się sprawdziło. Utrzymujemy silną pozycję w naszych kluczowych usługach, a nawet ją umacniamy. Warto podkreślić, że zaczęliśmy inwestować w rozbudowę sieci światłowodowej w 2016 roku – co wówczas było bardzo śmiałym i nie mającym analogii posunięciem. Rynki pozostawały sceptyczne co do zasadności i potencjalnego sukcesu tej inwestycji. Obecnie, światłowody stanowią podstawę strategii komercyjnych praktycznie wszystkich operatorów telekomunikacyjnych w Polsce. W 2017 roku wprowadziliśmy ofertę Orange Love, która do tej pory pozostaje naszą kluczową ofertą komercyjną dla gospodarstw domowych. Ponadto, mniej więcej w tym samym czasie zaczęliśmy ukierunkowywać naszą działalność na rynku biznesowym na usługi i kompetencje związane z cyfryzacją. To obecnie kluczowy trend wśród firm – który znacząco przyspieszył w wyniku pandemii. Zbieramy zatem owoce odważnych działań, które podjęliśmy parę lat wcześniej. To także potwierdzenie ciągłości, koncentracji i spójności w realizacji naszych celów.

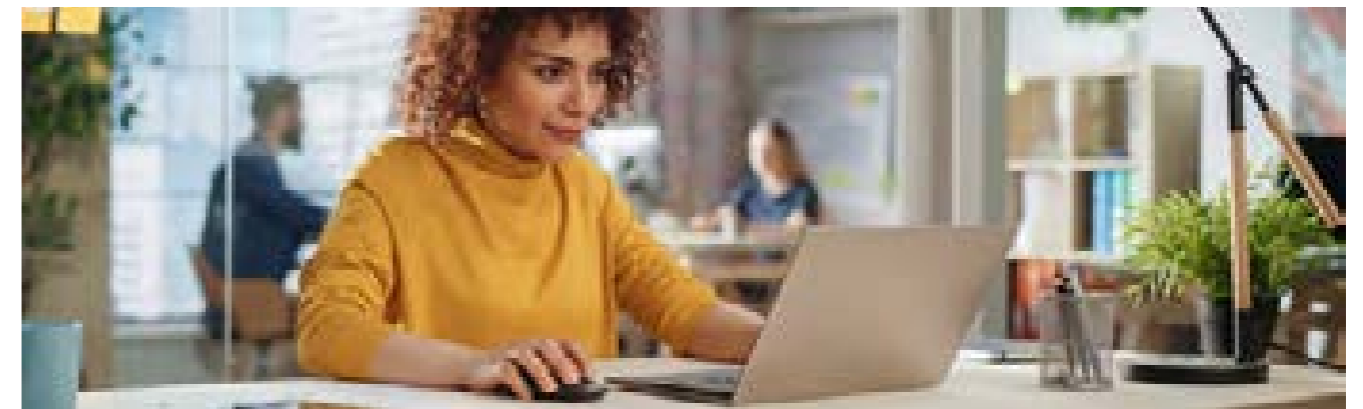


w pełni naszych ambicji. Jednak w tym przypadku, główną przyczyną jest opóźnienie w przydziale pasma 5G, które według naszych przewidywań miało być dostępne znacznie szybciej. Proces przydziału częstotliwości został ostatnio wznowiony, więc mam nadzieję, że wkrótce także w tym obszarze nastąpi przyspieszenie.

Musimy także szerzej uwolnić nasz potencjał poprzez wdrażanie narzędzi cyfrowych. Zarówno po to, żeby ułatwić cyfrową podróż naszym klientom, jak i podnieść naszą efektywność. W najbliższych latach będziemy w coraz większym stopniu zarządzać interakcją z klientami przy użyciu modeli opartych na uczeniu maszynowym i sztucznej inteligencji. To ułatwi i przyspieszy personalizację kontaktów i ofert, co z kolei przełoży się na więcej sprzedanych usług, zwiększenie lojalności klientów i wzrost przychodów.

W 2022 roku osiągnęliśmy wzorcowy postęp w zakresie programu #OrangeGoesGreen, zapewniając sobie realizację

celu ograniczenia emisji CO<sub>2</sub> w zakresach 1 i 2 na trzy lata przed terminem. Począwszy od tego roku, przyspieszamy nasze wysiłki na rzecz redukcji emisji również w zakresie 3 – co jest bardziej złożone, gdyż obejmuje cały łańcuch dostaw, wraz z dostawcami i klientami. Nasze priorytetowe obszary działania to ograniczenie energii zużywanej przez klientów do zasilania urządzeń stacjonarnych i mobilnych, inwestycje w infrastrukturę techniczną oraz zwiększenie efektywności produkcji sprzedawanego sprzętu. Na te trzy kluczowe obszary przypada ponad 70% naszych emisji w zakresie 3. Z tego względu, podejmujemy aktywne działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym, zachęcając klientów do recyklingu, odnawiania i ponownego wykorzystania smartfonów i akcesoriów, a także edukując ich na temat bardzo prostych metod oszczędzania energii, takich jak przełączanie modemów i dekoderek w tryb oczekiwania, kiedy nie są używane.



## Na półmetku strategii .Grow jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia jej celów

Rok 2022 wyznacza półmetek w realizacji strategii .Grow. Wyniki ubiegłych dwóch lat dowodzą, że jesteśmy na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele pomimo, że otoczenie zewnętrzne jest znacznie trudniejsze, niż przewidywaliśmy. Wykorzystujemy wysoki popyt na nasze usługi i bazujemy na zdolności do dynamicznego realizowania zamierzeń. We wszystkich kluczowych usługach abonamentowych osiągnęliśmy przyrost liczby klientów, a jednocześnie wzrost średniego przychodu, jaki ci klienci generują. Usługa światłowodu Orange jest obecnie dostępna dla prawie połowy gospodarstw domowych w Polsce. Liczba klientów światłowodu przekroczyła liczbę klientów korzystających z miedzianych łączy szerokopasmowych, co oznacza 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 chcemy znacznie zwiększyć generowane przepływy pieniężne oraz stopę 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. Czterokrotnie zwiększyliśmy wartość wskaźnika ROCE oraz utrzymaliśmy bardzo dobrą sytuację bilansową.

### Średniokresowa prognoza finansowa – podsumowanie

#### Strategia .Grow: realizacja zgodnie z planem pomimo trudnego otoczenia

	Średniokresowa prognoza finansowa (2021-24)*	Wyniki (2021-22)
Przychody	Niski jednocyfrowy wzrost (CAGR)	+4,2% CAGR
EBITDAaL	Niski-średni jednocyfrowy wzrost (CAGR)	+4,9% CAGR
eCapex	1,7-1,9 mld zł (średni roczny poziom)	1,75 mld zł (średnio 2021-22)
ROCE	Wzrost 3-4x (z poziomu 1,6% w 2020 roku)	6,5% w 2022 (wzrost 4x)
Dług netto / EBITDAaL	Naszym celem jest utrzymanie bezpiecznej sytuacji bilansowej, przy dźwigni finansowej w przedziale 1,7-2,2x**	1,3x (na koniec 2022)

\*Zgodnie ze strategią .Grow przedstawioną w czerwcu 2021 roku

\*\* Długoterminowe perspektywy długu netto do EBITDAaL



# Orange Polska w 2022 roku







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



**P: Jak wam się udało, pomimo trudności wynikających ze wzrostu kosztów energii w 2022 roku o ponad 200 mln zł, zwiększyć EBITDAaL o prawie 4%?**

Odpowiadając krótko, dysponujemy właściwymi aktywami i właściwą

strategią na obecne, niespokojne czasy. Ta strategia obejmuje dwa kluczowe elementy, dzięki którym możemy osiągać dobre wyniki pomimo istniejących przeciwności. Pierwszym i najważniejszym elementem jest siła naszej kluczowej działalności, a drugim – trwająca transformacja i adaptacja naszej bazy kosztowej. Przyjrzyjmy się im po kolei.

Nasza podstawowa działalność ma mocne fundamenty. Obejmuje trzy obszary komercyjne: usługi dla klientów indywidualnych, usługi dla biznesu i działalność hurtową. We wszystkich tych obszarach osiągamy stały wzrost przychodów i marży. Dla wszystkich kluczowych kategorii usług telekomunikacyjnych rośnie jednocześnie liczba klientów oraz przychód, jaki każdy z nich generuje. Zwłaszcza wzrost średniego przychodu na klienta ma absolutnie priorytetowe znaczenie ze względu na wysoką inflację. Działalność hurtowa – obok usług dla klientów indywidualnych i przedsiębiorstw – stała się ostatnio ważnym składnikiem zysków. Postaramy się jeszcze szerzej wykorzystywać możliwości biznesowe w tym obszarze. Wzrost przychodów i marży bezpośredniej stał się najważniejszym wyznacznikiem strategii. Grow, a obecne okoliczności dowodzą, że ta strategia doskonale się sprawdza w dzisiejszych trudnych warunkach makroekonomicznych.

Od wielu lat realizujemy transformację kosztów. Stało się to podstawą dla skutecznego przywrócenia wzrostu. W dalszym ciągu pełną parą realizujemy ten proces. Wyniki nie są może tak spektakularne jak w ubiegłych latach, gdyż wiele już zostało zrobione, niektóre wydatki są niezbędne dla rozwoju działalności, a ponadto nie pomaga nam inflacja. Pomimo to, w 2022 roku udało nam się dostosować koszty w takim zakresie, że prawie

zrównoważyliśmy wzrost cen energii. Uzyskaliśmy oszczędności w zakresie kosztów utrzymania nieruchomości, utrzymania sieci, zakupów oraz różnych procesów biznesowych (dzięki ich optymalizacji poprzez automatyzację i cyfryzację). Korzyści przyniosła też optymalizacja zatrudnienia w wyniku realizacji planu uzgodnionego z partnerami społecznymi. W 2022 roku skorzystaliśmy także na mniej powtarzalnych zdarzeniach, takich jak wzrost sprzedaży miedzi, sprzedaż przestarzałych urządzeń technicznych oraz rozwiązanie niektórych rezerw. W dużej mierze ograniczyliśmy wzrost kosztów pośrednich, utrzymując wysoką dźwignię operacyjną, dzięki czemu wzrost marży bezpośredniej przełożył się na wzrost EBITDAaL i zysku netto.

**P: Według przewidywań, ceny energii wyhamują. Jakie są zatem główne wyzwania dla wzrostu w 2023 roku?**

Nasz cel na ten rok to wzrost EBITDAaL. Będzie to jednak wymagało dużo wysiłku, nawet uwzględniając to, że koszty energii mamy obecnie pod kontrolą. W skrócie, wyzwania dotyczące energii zostały zastąpione przez wyzwania związane z dwucyfrową inflacją, która bezpośrednio i pośrednio wpływa na naszą bazę kosztową.

Średnioroczna inflacja w Polsce wzrosła z 5% w 2021 roku do ponad 14% w 2022 roku. Istotnym źródłem naszych kosztów są umowy najmu infrastruktury telekomunikacyjnej, salonów sprzedaży i powierzchni biurowych. Ponieważ ceny najmu są indeksowane inflacją z poprzedniego roku, wpływ ich wzrostu będzie w 2023 roku znacznie większy niż rok wcześniej. Odczuwamy także inflacyjny wzrost różnych kosztów związanych z utrzymaniem nieruchomości, w tym gazu, centralnego ogrzewania, sprzątnia, odprowadzenia ścieków i wywozu śmieci. Wpływ inflacji pogłębiła podwyżka płacy minimalnej o 20%. Niesie to dwa skutki: powoduje presję na nasze własne koszty pracy (zwiększyliśmy minimalne pensje w Orange Polska o ponad 20%, dostosowując je poziomu rynkowego), a także zmusza część naszych dostawców do podniesienia cen.

Innym ważnym aspektem, który należy uwzględnić w prognozach na ten rok, jest ogólna niepewność co do sytuacji makroekonomicznej w Polsce. Przewiduje się, że wzrost PKP spowolni do poniżej 1%. Choć nasza działalność okazała się odporna na krótkotrwałą recesję (w czasie pandemii), spowolnienie gospodarcze może wpływać na zachowania naszych klientów biznesowych – co jest czynnikiem ryzyka. Musimy uważnie obserwować poziom należności trudnościągalnych oraz popytu na nasze usługi.

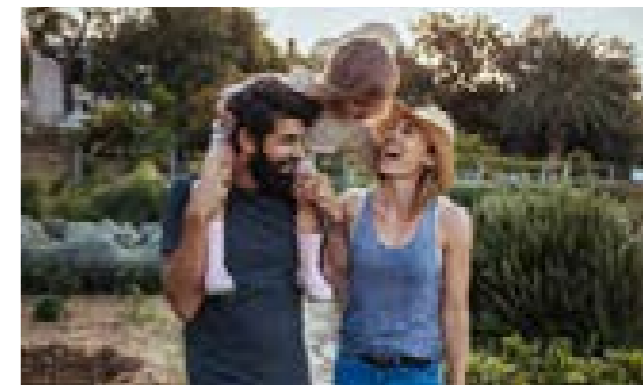
Aby sprostać tym wyzwaniom, musimy konsekwentnie realizować strategię komercyjną ukierunkowaną na wartość oraz kontynuować transformację kosztów. Chciałbym wyraźnie powiedzieć, że dążymy do tego, żeby w kolejnym roku osiągnąć wzrost, pomimo wszystkich



przeciwności, lecz nasza prognoza musi odzwierciedlać poziom niepewności oraz wszystkie czynniki, na które nie mamy wpływu. Jednak biorąc pod uwagę dwuletnie doświadczenie we wdrażaniu naszej strategii, mogę stwierdzić, że jesteśmy dobrze przygotowani, aby mierzyć się z przyszłymi wyzwaniami, wydobywając maksymalną wartość z naszych aktywów.

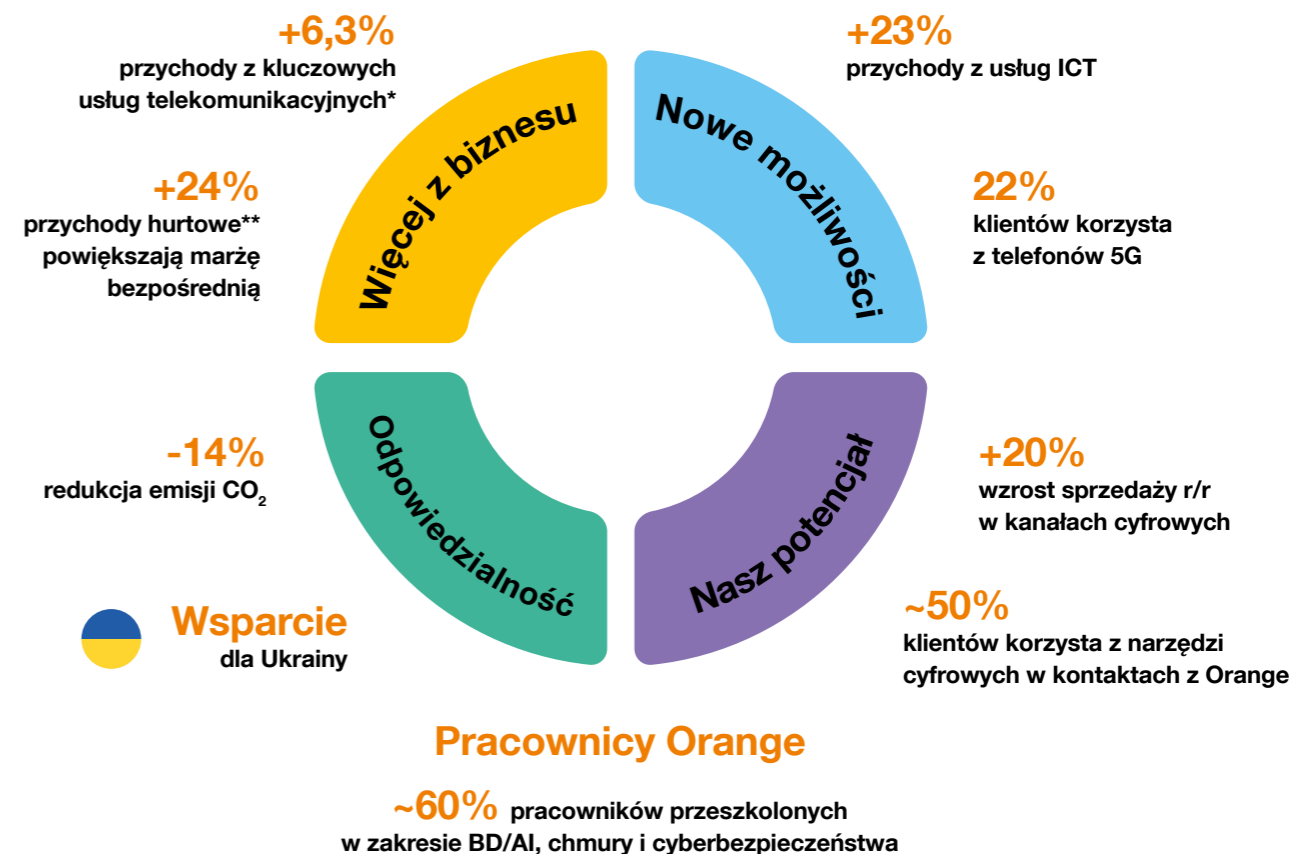
**P: Zarząd zarekomendował zwiększenie dywidendy o 40% w 2023 roku. Co umożliwiło tak znaczący wzrost i co może potencjalnie sprzyjać dalszemu podnoszeniu dywidendy?**

Bardzo nas ucieszyło, że mogliśmy zarekomendować zwiększenie o 40% dywidendy płatnej w 2023 roku z zysku za 2022 rok. Na półmetku cyklu strategicznego wyniki mówią same za siebie: jesteśmy na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele. Ponadto, na koniec 2022 roku osiągnęliśmy dźwignię finansową na poziomie 1,3x, co odzwierciedla dobrą strukturę bilansu, zapewniając nam niezbędne bezpieczeństwo i elastyczność, zwłaszcza wobec obecnego, niepewnego otoczenia. Chcę jednocześnie podkreślić, że nie tylko ogłosiliśmy wypłatę dywidendy w 2023 roku w wysokości 0,35 zł na akcję, ale także uznaliśmy to za nowy poziom bazowy na przyszłość. Oznacza to zobowiązanie wobec akcjonariuszy, że w kolejnych latach dywidenda będzie co najmniej na tym poziomie.



W odniesieniu do przyszłych dywidend, nasza polityka się nie zmieniła. Co roku oceniamy możliwości wypłaty dywidendy, biorąc pod uwagę perspektywę rozwoju naszej działalności oraz przewidywany poziom dźwigni finansowej, dla której przyjęliśmy długoterminowy korytarz pomiędzy 1,7 a 2,2x. Obecnie, dźwignia finansowa utrzymuje się znacznie poniżej dolnej granicy tego zakresu. Jednak bardzo istotnym czynnikiem wpływającym na jej przyszły poziom będzie to, ile będziemy musieli wydać na licencję na częstotliwości 5G w paśmie C, a także jakie będą dalsze perspektywy przydziału pasma 700 MHz. Naszym celem jest wzrost wskaźników finansowych oraz budowanie długoterminowej wartości dla akcjonariuszy. Wyniki pierwszych dwóch lat realizacji naszej strategii pokazują, że jesteśmy na bardzo dobrej drodze, żeby to osiągnąć.

### Wyniki w 2022 roku zgodne z założeniami strategii .



\* Konwergentne, wyłącznie komórkowe i wyłącznie dostępu szerokopasmowego

\*\* Z wyłączeniem nieświatłowodowych (szybkich) 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



## Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw

### Zapewnienie najlepszej jakości sieci

KPI	Zakładane cele	Realizacja
Zapewnienie najlepszej jakości sieci		
Liczba gospodarstw domowych w zasięgu sieci światłowodowej	Zapewnienie najlepszej jakości sieci w technologii mobilnej i stacjonarnej dla wszystkich klientów, bez względu na lokalizację geograficzną Zwiększenie gęstości usług z agregacją pasma LTE równoległe do wdrażania technologii 5G	Liczba gospodarstw domowych w zasięgu 2020: 5,0 m 2021: 5,9 m <b>2022: 7,1 m</b>
Pokrycie dla sieci 4G		Na zewnątrz budynków: 2020: 99,9% 2021: 99,9% <b>2022: 99,9%</b>  Wewnątrz budynków: 2020: 97,3% 2021: 97,4% <b>2022: 97,6%</b> Agregacja pasma 4G: 88,7%

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 2021 roku nadal koncentrowaliśmy się na technologii światłowodowej w celu sprostania popytowi na szybki internet, a także podnieśliśmy jakość sieć LTE (4G), aby odpowiedzieć na gwałtowny wzrost ruchu transmisji danych w sieci mobilnej.

### Sieć stacjonarna

Szybka, nowoczesna i niezawodna sieć jest niezbędnym warunkiem sukcesu w konwergencji. Z uwagi na zróżnicowane środowisko konkurencyjne, możliwości techniczne związane z gęstością zabudowy, nasze działania w rynku oraz potrzeby klientów, nasze działania cechuje podejście lokalne, które różni się w zależności od tego, czy są to metropolie, małe miasta czy tereny wiejskie. W dużych miastach nacisk został położony na rozbudowę zasięgu sieci światłowodowej i odzyskanie udziałów w rynku stacjonarnego internetu przy wykorzystaniu naszej bardzo mocnej pozycji na rynku usług mobilnych. Z kolei na terenach wiejskich główną opcją dostępu do szybkiego internetu są technologie mobilne, uzupełnione o technologie stacjonarne.

Poszerzamy zasięg usług światłowodowych nie tylko budując całkowicie nowe sieci, ale również zwiększając gęstość już wcześniej przez nas wybudowanych, które niewielkim wysiłkiem rozbudowujemy o nowe łącza do

pobliskich budynków pozbawionych przedtem dostępu do sieci światłowodowej. Takie działania przyczyniają się do lepszego zarządzania istniejącymi zasobami, poprawy wyników finansowych i zwiększenia satysfakcji klientów.

Wykorzystujemy wszystkie dostępne kanały kontaktu z klientami i podwykonawcami w celu podniesienia jakości świadczonych usług, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej wartości wskaźnika NPS w porównaniu do innych operatorów. Wdrażamy nowoczesne technologie, które umożliwiają monitorowanie zamówień przez klientów i kontakt z monterami (poprzez aplikację mobilną), a naszą działalność opieramy na zaawansowanych rozwiązaniach cyfrowych z zakresu analityki biznesowej (BI).

Przewidując „nową normalność” po ustaniu pandemii COVID-19, stworzyliśmy nowe możliwości techniczne dla klientów, dzięki którym mogą korzystać z usług i rozwiązywać problemy w trybie samoobsługi (bądź ze zdalną pomocą doradców) – co jest odpowiedzią na oczekiwania klientów oraz elementem strategii .Grow.

Od 2015 roku bardzo intensywnie inwestujemy w rozwój sieci dostępowej w technologii światłowodowej. Był to kluczowy element odbudowy naszej pozycji na rynku stacjonarnego internetu oraz główna siła napędowa naszej strategii konwergentnej, polegającej na łączeniu usług mobilnych i stacjonarnych. Do 2021 roku zwiększanie zasięgu odbywało się w zdecydowanej większości poprzez własne inwestycje Orange Polska. Od 2022 roku wzrost wynika prawie wyłącznie ze współpracy hurtowej z wieloma operatorami, co wpisuje się w strategię .Grow. Po sprzedaży 50% udziałów w Światłowód Inwestycje (w 2021 roku), ten operator stał się naszym największym





partnerem hurtowym, zapewniając nam dostęp do ponad miliona gospodarstw domowych. Z jednej strony, ta zmiana oznacza wzrost kosztów wynikający z opłat za korzystanie z sieci podmiotów zewnętrznych, a z drugiej, daje przestrzeń do realizacji inwestycji w innych obszarach (np. budowa sieci 5G). Na koniec 2022 roku blisko 50% zasięgu naszych usług światłowodowych przypadało na sieci innych operatorów, w tym Światłowód Inwestycje, Inea, Nexera, Tauron i wielu innych.

Na koniec 2022 roku zasięg naszej dostępowej sieci światłowodowej przekroczył 7 mln gospodarstw domowych i względem końca 2021 roku zwiększył się o ponad milion. To oznacza, że docieramy z usługami światłowodowymi do prawie połowy gospodarstw domowych w Polsce. W ostatnich kilku latach położyliśmy nacisk na rozbudowę sieci w małych miastach, gdzie część zabudowy to domy jednorodzinne. Z jednej strony, wymaga to istotnie wyższych nakładów inwestycyjnych, a z drugiej, w zabudowie jednorodzinnej obserwujemy znacząco wyższy popyt na nasze usługi pomimo, że cena internetu światłowodowego jest dla tych klientów wyższa. Sprzyja temu również mniejsza niż w dużych miastach konkurencja ze strony innych operatorów stacjonarnych.

Jesteśmy największym w Polsce dostawcą usług hurtowych dla innych operatorów. Rośnie zapotrzebowanie klientów na pasmo transmisyjne, szczególnie na łącza o przepływnościach  $n \times 10$  Gb/s, 40 Gb/s i 100 Gb/s. Wychodząc naprzeciw tym potrzebom, Orange Polska systematycznie rozbudowuje krajowy szkielet sieci transmisyjnej OTN (Optical Transport Network). W 2021 roku zwiększyliśmy ilość węzłów sieci OTN, dzięki czemu jej pojemność transportowa wzrosła z 10 Tb/s na koniec 2020 roku do 17 Tb/s na koniec 2021 roku.

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

Wskaźnik skuteczności połączeń telefonicznych (WSPT) w sieci stacjonarnej osiągnął na koniec 2022 roku wartość 98,82%, 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 2022

roku nasi klienci otrzymali możliwość korzystania z kolejnych 148 stacji. Na koniec grudnia 2022 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 tys. stacji, z których 10,6 tys. pozwalało na agregację pasma.

Pomimo opóźnienia aukcji na pasmo C, przeznaczone specjalnie dla sieci 5G, w 2021 roku Orange Polska uruchomił usługę 5G w paśmie 2100 MHz w oparciu o mechanizm dynamicznego przydziału pasma (DSS). Zasięg usługi 5G stale się zwiększa: na koniec 2022 roku liczba stacji bazowych obsługujących tryb 5G DSS przekroczyła 3,3 tys.

W celu zwiększenia przepustowości sieci oraz poprawy doświadczenia klienta, przystąpiliśmy również do realizacji 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 urządzeniom pracującym w pasmach 800 MHz i 2600 MHz. Jednak w naszej ocenie, najważniejszym czynnikiem prowadzącym do poprawy parametrów sieci będzie przydział częstotliwości w pasmach przeznaczonych specjalnie dla 5G.

### Ewolucja zasięgu LTE na zewnątrz i wewnątrz budynków

#### Zasięg LTE na zewnątrz budynków

Data	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

#### Zasięg LTE wewnątrz budynków

Data	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



## Zapewnienie oferty usług dostosowanej do potrzeb klientów

### Zapewnienie oferty usług dostosowanej do potrzeb klientów

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. <b>2022: 1 625 tys.</b>
Liczba kart SIM		2020: 15 752 tys. 2021: 16 800 tys. <b>2022: 17 630 tys.</b>
Liczba kart SIM dla abonamentowych usług głosowych		2020: 8 095 tys. 2021: 8 424 tys. <b>2022: 8 723 tys.</b>
Liczba przedpłaconych kart SIM		2020: 4 860 tys. 2021: 4 953 tys. <b>2022: 5 064 tys.</b>
Liczba detalicznych klientów internetu stacjonarnego		2020: 2 702 tys. 2021: 2 746 tys. <b>2022: 2 804 tys.</b>
Liczba detalicznych klientów usług światłowodowych		2020: 725 tys. 2021: 945 tys. <b>2022: 1 171 tys.</b>
Liczba hurtowych światłowodowych łączy abonentkich		2020: 26 tys. 2021: 53 tys. <b>2022: 83 tys.</b>
Udział ofert konwergentnych wśród indywidualnych klientów stacjonarnego internetu		2020: 65% 2021: 67% <b>2022: 69%</b>
Liczba klientów stacjonarnych usług głosowych		2020: 2 899 tys. 2021: 2 702 tys. <b>2022: 2 572 tys.</b>







W 2022 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

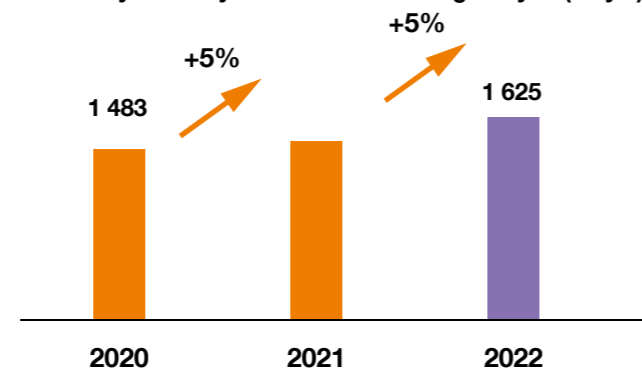
Jednym z podstawowych celów strategicznych Orange Polska jest bycie liderem w sprzedaży usług telekomunikacyjnych gospodarstwom domowym. Konwergencja, czyli sprzedaż pakietów usług mobilnych i stacjonarnych, kompleksowo odpowiada na potrzeby gospodarstwa domowego w zakresie takich usług oraz przyczynia się do wzrostu satysfakcji klientów i zmniejszenia wskaźnika odejść (liczba rezygnacji klientów konwergentnych jest bowiem istotnie mniejsza niż w przypadku sprzedaży pojedynczych produktów). Poprzez ofertę konwergentną jesteśmy z jednej strony w stanie wejść z naszymi usługami do nowych gospodarstw domowych, a z drugiej strony dosprzedajemy kolejne usługi tam, gdzie już jesteśmy obecni.

Liczba indywidualnych klientów konwergentnych wzrosła o 73 tys. (niecałe 5%) i osiągnęła 1,63 mln. Dynamika wzrostu była podobna jak w roku poprzednim. Należy wspomnieć, że poziom nasycenia bazy klientów internetowych usługami konwergentnymi osiągnął już znaczący poziom 69%. W dalszym ciągu większość usług mobilnych oraz internetu stacjonarnego jest sprzedawanych w formule pakietów konwergentnych. Oferta konwergentna stanowi silny atut w konkurowaniu

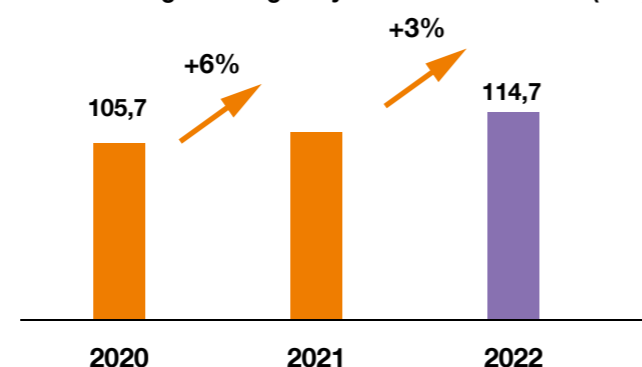
z operatorami telewizji kablowej, którzy bądź w ogóle nie świadczą usług komórkowych lub świadczą je w bardzo ograniczonym zakresie. Należy jednak wspomnieć, że rynek usług konwergentnych stał się w ostatnim czasie bardziej konkurencyjny, gdyż wszyscy główni operatorzy mobilni wdrażają strategię sprzedaży kompleksowych usług dla domu. Całkowita liczba usług świadczonych w ramach konwergencji wśród klientów indywidualnych osiągnęła 6,4 mln, co oznacza, że średnio każdy indywidualny klient konwergentny posiada ponad cztery usługi w Orange. W 2022 roku, w ramach strategii „więcej za więcej”, podnieśliśmy cenę głównego pakietu konwergentnego Orange Love standard (efektywna podwyżka wyniosła od 2,5 zł do 7,5 zł, w zależności od opcji szybkości światłowodów) w zamian za większy pakiet danych do wykorzystania oraz więcej kanałów telewizyjnych. Ponadto, podobnie jak w przypadku ofert mobilnych, wprowadziliśmy warunek automatycznego wzrostu opłaty abonamentowej po okresie obowiązywania umowy. Ma to zachęcać klientów do podpisywania kolejnych umów lojalnościowych oraz zapobiegać rosnącej różnicy pomiędzy cenami w bieżących ofertach a opłatami płaconymi przez klientów, którym dawno skończyły się umowy i korzystają cały czas ze starych cenników.

Wskaźnik ARPO z usług konwergentnych wzrósł o prawie 3% w ujęciu rocznym, do poziomu 114,7 zł. Było to przede wszystkim wynikiem strategii nastawionej na wartość oraz rosnącego udziału usług światłowodowych i TV.

Baza indywidualnych klientów konwergentnych (w tys.)



ARPO z usług konwergentnych – klienci detaliczni (w zł)



## Solidne wyniki komercyjne, wzrost ARPO z abonamentowych usług komórkowych odbiciem strategii ukierunkowanej na wartość

W 2022 roku kontynuowaliśmy politykę podwyżek cen w formule „więcej za więcej” zarówno dla klientów indywidualnych jak i biznesowych, co nabrało jeszcze istotniejszej wagi w obliczu gwałtownie rosnącej inflacji i związanej z tym presji na koszty. 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 zmniejszona do trzech poprzez likwidację najniższego planu. W każdym z pozostałych planów jest dostępna technologia 5G. Również dla klientów biznesowych (którzy korzystają z tzw. oferty standardowej) wprowadziliśmy podwyżkę o 5 zł w trzech z czterech planów taryfowych w zamian za większe pakiety danych. Zmiany dotyczą oczywiście tylko nowo podpisywanych umów.

Nowością było dodanie w umowach dla obu grup klientów warunku automatycznego wzrostu opłaty abonamentowej po okresie obowiązywania umowy. Ma to zachęcać klientów do podpisywania kolejnych kontraktów lojalnościowych oraz zapobiegać rosnącej różnicy pomiędzy cenami w bieżących ofertach a opłatami płaconymi przez klientów, którym dawno skończyły się umowy i korzystają cały czas ze starych cenników. Opłata ta wynosi 10 zł dla klientów indywidualnych i 5 zł dla biznesowych. Na koniec 2022 roku liczba usług mobilnych Orange Polska wyniosła ponad 17,6 mln i zwiększyła się o prawie 5% względem końca 2021 roku. Wzrost został wygenerowany w usługach abonamentowych i przedpłaconych.

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

- wolumen najistotniejszych biznesowo ofert głosowych wzrósł o prawie 4% rok-do-roku, czyli nieznacznie mniej niż w 2021 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 marce Nju Mobile, znaczącego wzrostu liczby pozyskanych klientów oferty Orange Flex oraz solidnej liczby pozyskanych klientów na rynku biznesowym;
- liczba usług internetu mobilnego nadal spadała, co wynikało z rosnącej popularności ofert mobilnego internetu do użytku stacjonarnego oraz wzrostu wielkości pakietów danych dla smartfonów w głosowych planach taryfowych;

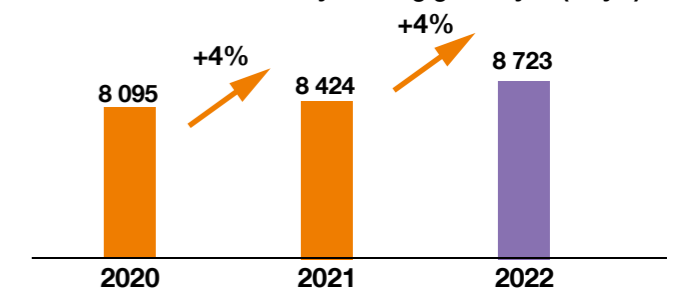
- dynamicznie rosła liczba kart SIM związanych z usługami telemetrii – M2M (wzrost o 17% rok-do-roku), głównie w wyniku realizacji kontraktów na dostawę kart SIM do liczników prądu i gazu oraz dostawę rozwiązań dla systemu opłat drogowych e-Toll.

Wzrost liczby usług przedpłaconych wyniósł nieco ponad 2%. W pierwszym półroczu baza tych usług dynamicznie rosła, co wynikało głównie z dystrybucji darmowych starterów dla uchodźców z Ukrainy. W drugiej połowie roku nastąpił spadek wynikający z niższych aktywacji oraz zmian w ofercie komercyjnej (polegających głównie na skróceniu okresu ważności konta dla jednorazowo aktywowanych kart). Zagregowany wskaźnik ARPO dla usług wyłącznie komórkowych wyniósł w 2022 roku 20,3 zł i w ujęciu rocznym był o 0,5% wyższy. Wskaźnik ARPO z usług abonamentowych wzrósł o 3,1%, co oznacza zwiększenie dynamiki w porównaniu z 2021 rokiem, kiedy wzrost wyniósł 1,6%. Na poprawę trendu miały wpływ następujące czynniki:

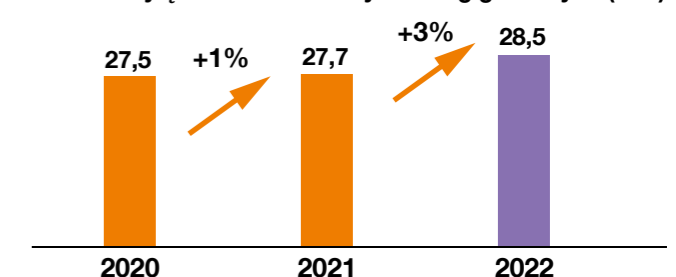
- nastawienie na wartość i związane z tym podwyżki cen (w ramach strategii „więcej za więcej”) zarówno na rynku konsumenckim jak i biznesowym (dla klientów z segmentu małych firm);
- mniejszy udział bazy klientów Internetu mobilnego w całości usług mobilnych, w związku z czym znaczne spadki ARPO w tej kategorii (wynikające z dużo niższego zainteresowania tą usługą) w mniejszym stopniu przekładają się na spadki zagregowanego ARPO z usług abonamentowych;
- dalsza odbudowa przychodów z roamingu po spadkach spowodowanych ograniczeniami w przemieszczaniu się, związanych z pandemią.

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 generują istotnie niższe średnie przychody na klienta.

Baza klientów komórkowych usług głosowych (w tys.)



ARPO z wyłącznie komórkowych usług głosowych (w zł)





## Internet stacjonarny: usługi światłowodowe źródłem przewagi konkurencyjnej i wsparciem konwergencji

Całkowita liczba klientów internetu stacjonarnego zwiększyła się w 2021 roku o 58 tys. użytkowników, czyli nieco ponad 2%. Wzrost w całości wynikał z technologii światłowodowej: baza tych klientów wzrosła o 226 tys., czyli praktycznie tyle samo co w poprzednim roku. Silny wzrost w usłudze światłowodu stymuluje transformację technologiczną naszej bazy klientów internetowych. Na koniec 2022 roku udział klientów światłowodowych osiągnął 42% w porównaniu do 34% rok wcześniej. Liczba klientów światłowodowych przekroczyła liczbę klientów technologii opartych na miedzi. W związku z wprowadzonym w 2018 roku układem raportowania przychodów, wydzielamy klientów internetu objętych konwergencją (ich liczba jest równa liczbie klientów konwergentnych) oraz pozostałych. Liczba usług niekonwergentnych nadal nieznacznie spadała. 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 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.

Od 2015 roku bardzo intensywnie inwestujemy w rozwój sieci dostępowej w technologii światłowodowej. Był to kluczowy element odbudowy naszej pozycji na rynku stacjonarnego internetu oraz główna siła napędowa naszej strategii konwergentnej, polegającej na łączeniu usług mobilnych i stacjonarnych. Do 2021 roku zwiększanie zasięgu odbywało się w zdecydowanej większości poprzez własne inwestycje Orange Polska. Od 2022 roku wzrost wynika prawie wyłącznie ze współpracy hurtowej z wieloma operatorami, co wpisuje się w strategię .Grow. Po sprzedaży 50% udziałów w Światłowod Inwestycje (w 2021 roku), ten operator stał się naszym największym partnerem hurtowym, zapewniając nam dostęp do ponad miliona gospodarstw domowych. Z jednej strony, ta zmiana oznacza wzrost kosztów wynikający z opłat za korzystanie z sieci podmiotów zewnętrznych, a z drugiej, daje przestrzeń do realizacji inwestycji w innych obszarach (np. budowa sieci 5G). Na koniec 2022 roku blisko 50% zasięgu naszych usług światłowodowych przypadło na sieci innych operatorów, w tym Światłowod Inwestycje, Inea, Nexera, Tauron i wielu innych.

Na koniec 2022 roku zasięg naszej dostępowej sieci światłowodowej przekroczył 7 mln gospodarstw domowych i względem końca 2021 roku zwiększył się o ponad milion. To oznacza, że docieramy z usługami światłowodowymi

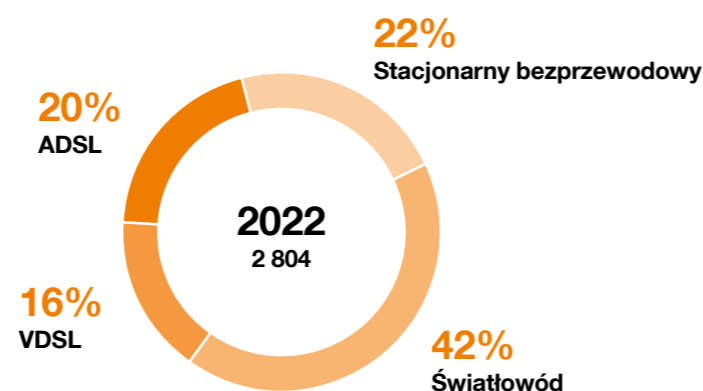
do prawie połowy gospodarstw domowych w Polsce. W ostatnich kilku latach położyliśmy nacisk na rozbudowę sieci w małych miastach, gdzie część zabudowy to domy jednorodzinne. Z jednej strony, wymaga to istotnie wyższych nakładów inwestycyjnych, a z drugiej, w zabudowie jednorodzinnej obserwujemy znacząco wyższy popyt na nasze usługi pomimo, że cena internetu światłowodowego jest dla tych klientów wyższa. Sprzyja temu również mniejsza niż w dużych miastach konkurencja ze strony innych operatorów stacjonarnych.

Baza detalicznych klientów światłowodowych wyniosła na koniec 2022 roku 1.171 tys. i wzrosła w ciągu roku o 226 tys. Utrzymywał się silny popyt na usługi światłowodowe. Nasycenie sieci tymi usługami (biorąc pod uwagę klientów detalicznych oraz innych operatorów, którzy sprzedają swoje usługi na naszej sieci światłowodowej) stale rośnie i osiągnęło 18% (w porównaniu do 17% na koniec 2021 roku). Warto wspomnieć, że około 70% przyłączanych klientów światłowodowych to klienci, którzy do tej pory nie mieli usługi internetu stacjonarnego w Orange. Oznacza to, że poprawia się nasz udział w rynku szybkiego internetu. Specyfiką polskiego rynku są dwuletnie umowy lojalnościowe, jakie podpisują klienci, co działa jako czynnik spowalniający migrację z sieci kablowych do naszej sieci światłowodowej. Podstawową prędkością usługi światłowodowej jest 300 MB/s. W naszej ofercie mamy również dodatkowo płatne prędkości 600 MB/s i 1 GB/s. Ich udział w nowej sprzedaży systematycznie rośnie, co sprzyja wzrostowi średniego przychodu z klienta.

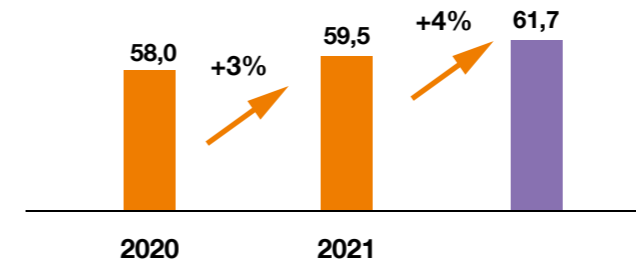
Istotnym czynnikiem w konkurowaniu o klienta internetu stacjonarnego jest jakość oferty telewizyjnej, przy czym polski rynek charakteryzuje się niewielką ekskluzywnością treści. Nawet drogie treści telewizyjne (np. prawa sportowe), których nabywcami w Polsce są głównie platformy satelitarne, są szeroko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

Wobec istotnych inwestycji wielu operatorów w sieci światłowodowe i nawiązywaniu współpracy hurtowej, wzrasta konkurencja o klientów detalicznych, co również miało wpływ na nasze wyniki komercyjne w 2022 roku.

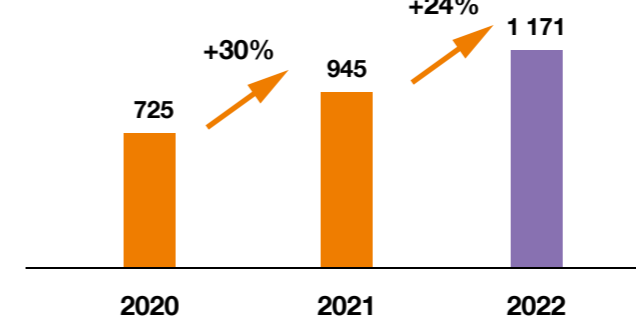
### Baza klientów dostępu szerokopasmowego



### ARPO z usług wyłącznie stacjonarnego internetu szerokopasmowego (w zł)



### Baza detalicznych klientów usług światłowodowych (w tys.)



## Stacjonarne usługi głosowe: kontynuacja niekorzystnych trendów

Postępuje utrata klientów telefonii stacjonarnej (z wyłączeniem technologii VoIP). W 2022 roku spadek liczby klientów wyniósł 183 tys. i był niższy niż w 2021 roku, kiedy osiągnął 248 tys. 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 36,3 zł.







## Pytania do Jolanty Dudek Wiceprezes Zarządu ds. Rynku Konsumenckiego



**P: Czy dostrzega pani zmiany w zachowaniu konsumentów wynikające z trudnej sytuacji makroekonomicznej?**

Rok 2022 był dla nas bardzo dobrym okresem na rynku konsumenckim: osiągnęliśmy stabilne wyniki, zgodne z celami

strategii .Grow. W szczególności, baza klientów usług światłowodowych zwiększyła się o ponad 20%, dzięki stabilnemu popytowi oraz dalszemu poszerzaniu zasięgu sieci. We wszystkich kluczowych usługach osiągnęliśmy jednoczesny wzrost liczby klientów i wskaźnika ARPO. W usługach konwergentnych, które pozostają naszą flagową propozycją dla gospodarstw domowych w Polsce, baza klientów wzrosła o kolejne 5%, pomimo tego, że obecnie coraz więcej operatorów przyjęło taką samą strategię. Towarzyszył temu wzrost ARPO o 3%. W usługach mobilnych, biorąc pod uwagę wszystkie nasze marki, przyrost bazy klientów był nieco wyższy niż w poprzednim roku. Należy dodać, że wskaźnik rezygnacji z usług był stabilny.

To wszystko udało nam się osiągnąć pomimo radykalnie niekorzystnych zmian w otoczeniu geopolitycznym i makroekonomicznym, związanych z wybuchem wojny w Ukrainie oraz najwyższą od 25 lat inflacją. Jednocześnie, pojawienie się nowego znaczącego operatora konwergentnego (w wyniku przejęcia UPC przez Play) przyczyniło się do jeszcze większego nasilenia konkurencji. Należy także zaznaczyć, że aktywnie realizujemy strategię komercyjną ukierunkowaną na wartość. Jestem przekonana, że popyt na nasze usługi jest strukturalnie stabilny, gdyż są one dla konsumentów absolutnie niezbędne do życia. Ponadto, udział tych usług w budżetach domowych jest stosunkowo niewielki.

To nie oznacza, że nie dostrzegamy niekorzystnego wpływu obecnej sytuacji makroekonomicznej, pełnej istotnych wyzwań. Widzimy, że coraz więcej klientów znacznie ostrożniej podchodzi do zaciągania

długoterminowych zobowiązań. Na przykład, w promocji świątecznej klienci częściej niż w poprzednich latach wybierali miesięczny rabat zamiast prezentu o znacznej wartości. Zaprojektowaliśmy niektóre oferty w taki sposób, że opłata jest początkowo niewielka, a następnie wzrasta w trakcie umowy, co rozwiewa obawy części konsumentów. W czwartym kwartale wprowadziliśmy także ratalną sprzedaż telefonów komórkowych rozłożoną na 36 miesięcy, co zwiększa dostępność.

Na koniec, pragnę podkreślić, że rozwijamy ofertę produktów dla wszystkich grup klientów i staramy się ją stale doskonalić. Z jednej strony, troszczymy się o najbardziej wymagających klientów: w styczniu wprowadziliśmy ofertę światłowodu z prędkością 2 Gb/s. Z drugiej strony, stosujemy selektywne podejście do klientów bardziej wrażliwych na cenę, oferując im światłowód w oparciu o naszą markę B – nju.

**P: Jakie są kluczowe cele i wyzwania w 2023 roku?**

W ostatnich miesiącach, krytycznego znaczenia – i to nie tylko dla Orange Polska – nabrało ograniczenie skutków inflacji. W coraz większym stopniu odczuwamy wpływ inflacji na koszty operacyjne. Aby temu przeciwdziałać i utrzymać rentowność, musimy konsekwentnie i sumiennie realizować strategię komercyjną nastawioną na budowanie wartości. Uważam, że to nasz kluczowy cel i wyzwanie w 2023 roku.

Prowadzimy politykę cenową opartą na podejściu „więcej za więcej” od 2019 roku, ale w 2022 roku zintensyfikowaliśmy te działania ze względu na rosnącą presję inflacyjną. W drugim półroczu podnieśliśmy ceny większości kluczowych usług, a obecnie najważniejsze zadanie polega na maksymalnym zwiększeniu migracji klientów do nowych planów taryfowych. W nowych planach wprowadziliśmy warunek automatycznego wzrostu opłaty abonamentowej po wygaśnięciu umowy. Ma to skłonić klientów do podpisywania kolejnych umów lojalnościowych oraz zapobiegać rosnącej różnicy pomiędzy cenami w bieżących ofertach a opłatami płaconymi przez klientów, którym dawno skończyły się umowy. W maju 2022 roku, wprowadziliśmy tzw. klauzule inflacyjne w nowych umowach z klientami. Do połowy roku możemy skorzystać z tych postanowień – i poważnie to rozważamy.

Naturalnie, będziemy się także koncentrować na dalszym wzroście liczby klientów. W usługach światłowodowych, skorzystamy z dalszego zwiększenia zasięgu, a ponadto chcemy zwiększyć penetrację usługami w już istniejącej sieci. Nadal dążymy do jednoczesnego wzrostu bazy klientów i wskaźnika ARPO.







## Nowe otwarcie na rynku hurtowym w celu maksymalnego wykorzystania infrastruktury

W ramach strategii .Grow otworzyliśmy się szerzej na możliwości biznesowe na rynku hurtowym. Z jednej strony, to naturalna konsekwencja naszych inwestycji w infrastrukturę mobilną i stacjonarną oraz dążenie do ich większej monetyzacji – jako że posiadamy zdecydowanie największą infrastrukturę telekomunikacyjną spośród wszystkich operatorów w Polsce, między innymi w postaci sieci światłowodowej (szkieletowej i dostępowej), kanalizacji oraz słupów. Z drugiej strony, widzimy potencjał usług hurtowych, wynikający z rozwoju rynku szybkiego dostępu do internetu (głównie w technologii światłowodowej), wchodzenia innych podmiotów na rynek usług konwergentnych oraz stopniowego rozwoju sieci mobilnych w technologii 5G.

Od kilku lat notujemy znaczne wzrosty w wykorzystaniu naszej kanalizacji i słupów, co wynika głównie z licznych

inwestycji prowadzonych przez różnych operatorów w rozbudowę łącz światłowodowych. Ponadto, pomiędzy 2020 a 2022 rokiem, o ponad 60% wzrosła wielkość pasma, jakie wykorzystujemy na usługę transmisji danych dla innych operatorów infrastruktury mobilnej, zainteresowanych podłączeniem stacji bazowych do światłowodu.

Dążymy również do pozyskania większej liczby klientów korzystających z naszej sieci światłowodowej, ale obsługiwanych przez innych operatorów. Naszym celem jest zwiększenie liczby takich klientów co najmniej sześciokrotnie w stosunku do końca 2020 roku, kiedy było ich 26 tys. Na koniec 2022 roku ich liczba wzrosła do 83 tys., czyli ponad trzykrotnie.

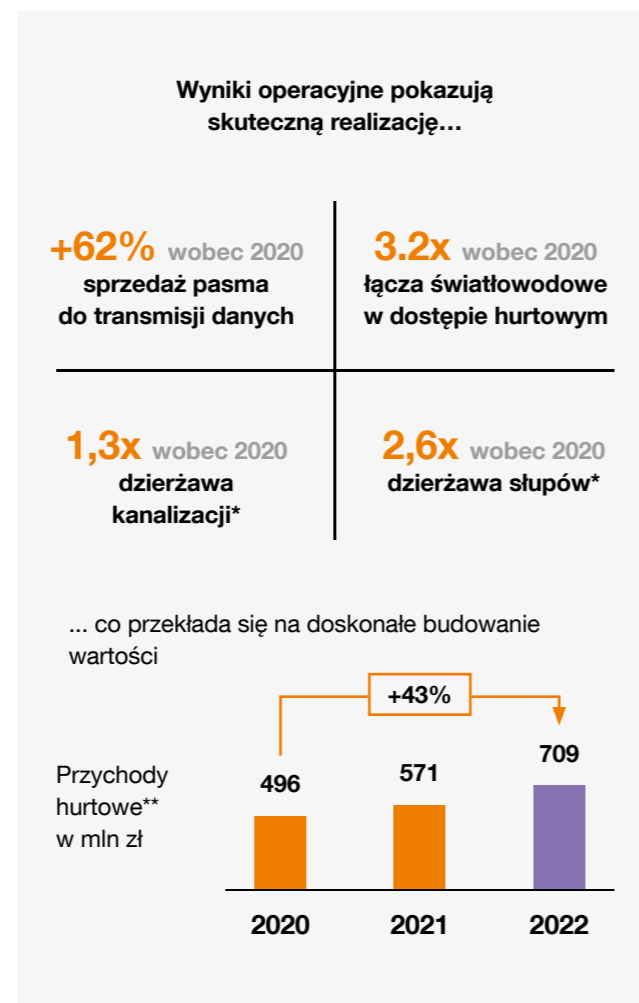
W efekcie tych działań nastąpił istotny wzrost przychodów z działalności hurtowej, z wyłączeniem obszarów usług schyłkowych (opartych na technologiach miedzianych), oraz rozliczeń międzyoperatorskich związanych z zakańczaniem połączeń. Tak zdefiniowane przychody wyniosły w 2022 roku 709 mln zł, co względem 2020 roku oznacza wzrost o prawie 40%.

### Nowe otwarcie na rynku hurtowym maksymalizuje monetyzację aktywów



\* Inni operatorzy dzierżawią kanalizację i słupy od Orange Polska w celu umieszczenia kabli światłowodowych dla swoich sieci

\*\* Z wyłączeniem przychodów z nieświatłowodowych (schyłkowych) usług hurtowych i międzyoperatorskich



## Pytania do Macieja Nowohońskiego, Członka Zarządu ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości



**P: Usługi hurtowe wyrastają na ważny filar działalności Orange Polska? Dlaczego te usługi są tak atrakcyjne dla innych operatorów?**  
Odpowiadając krótko, ponieważ rynek usług infrastrukturalnych w Polsce przeżywa rozkwit, a Orange Polska jest

doskonale przygotowany, aby wykorzystać ten trend. Do wzrostu popytu przyczyniają się głównie trzy czynniki.

Po pierwsze, w Polsce trwa szybka rozbudowa sieci światłowodowych. Według naszych szacunków, w 2022 roku w zasięgu światłowodu znalazło się kolejne ponad milion gospodarstw domowych. Pod względem szybkiej infrastruktury szerokopasmowej Polska dogania kraje Europy Zachodniej. Przez kilka lat sieć światłowodowa była rozbudowywana głównie przez Orange Polska. Jednak ostatnio wyłonił się całkowicie nowy segment działalności telekomunikacyjnej, obejmujący operatorów wyłącznie infrastrukturalnych. Ich strategia koncentruje się na budowaniu sieci światłowodowych i ich hurtowym udostępnianiu zainteresowanym operatorom świadczącym usługi detaliczne. Jednym z tej grupy operatorów infrastrukturalnych jest oczywiście spółka Światłowód Inwestycje, której Orange Polska jest współwłaścicielem. Ale jest także wielu innych. Taka rozbudowa sieci wymaga dużo okablowania oraz łączy do przesyłu danych, a wykorzystanie istniejących rozwiązań i infrastruktury optymalizuje ten proces. Nasza kanalizacja i słupy mają znacznie nadmiarową pojemność, dzięki czemu możemy je oferować innym operatorom w odpowiedzi na istniejący popyt.

Drugi czynnik, który stymuluje popyt, jest bezpośrednio związany z wielką popularnością światłowodu. Aktywnie stwarzamy możliwość dostępu do naszej sieci światłowodowej innym operatorom, którzy chcą rozszerzyć zasięg swoich stacjonarnych usług szerokopasmowych. Liczba łączy abonenckich objętych dostępem hurtowym potroiła się w ostatnich dwóch latach. Jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia naszego celu strategicznego w tym obszarze.

Po trzecie, naszymi klientami hurtowymi są coraz częściej inni operatorzy komórkowi. Tradycyjne łącza do przesyłu danych pomiędzy stacjami bazowymi sieci komórkowej są w coraz mniejszym stopniu zdolne do obsługi stale zwiększającego się ruchu, jaki generują klienci. Z tego względu operatorzy komórkowi w rosnącym zakresie potrzebują łączy światłowodowych w celu utrzymania jakości sieci. W odpowiedzi na te potrzeby opracowaliśmy specjalne rozwiązania.

Warto zaznaczyć, że wszystkie powyższe czynniki zwiększające popyt mają wspólny mianownik: gwałtownie rosnący przesył danych, którego obsługa wymaga zarówno szybkiej sieci stacjonarnej jak i doskonałej jakości sieci komórkowej. Możemy zaspokoić ten popyt dzięki największej infrastrukturze telekomunikacyjnej w Polsce, obejmującej ponad 200 tys. km sieci światłowodowej, blisko 150 tys. km kanalizacji oraz około 1,3 mln słupów telekomunikacyjnych. Inwestujemy również w nowoczesne rozwiązania cyfrowe, które umożliwiają masową komunikację z systemami informatycznymi innych operatorów oraz zapewniają wysokiej jakości cyfrową obsługę takiej współpracy.

### P: Jakie będą kluczowe priorytety w tym obszarze w roku 2023 i kolejnych latach?

Mamy rozległe plany. Rynek hurtowy, który opisałem, będzie się nadal rozwijać, a my będziemy z tego korzystać. Wiele nowych gospodarstw domowych będzie zyskiwać dostęp do szybkiego internetu. Nowym bodźcem w tym obszarze staną się fundusze europejskie. Podczas gdy Europejski Fundusz Odbudowy jest wciąż przedmiotem sporów politycznych, program Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy (FERC) został już zatwierdzony i rozpoczął się proces rozdzielania środków. Głównym celem programu FERC, którego budżet wynosi 2 mld euro (do wykorzystania do 2027 roku), jest budowa społeczeństwa gigabitowego w Polsce, w szczególności poprzez udostępnienie zaawansowanych e-usług publicznych, wsparcie cyberbezpieczeństwa oraz rozwój gospodarki opartej na danych wykorzystującej najnowsze technologie cyfrowe. Nowo budowane sieci będą dla nas stanowić nowy rynek, oferując dodatkowe możliwości wykorzystania naszej infrastruktury.

Wreszcie ruszył ponownie proces przydziału pasma dla sieci 5G. W ciągu najbliższych kilku lat technologia 5G pociągnie za sobą nowe inwestycje w sieci komórkowe, przy czym będzie postępować nasycenie tej infrastruktury światłowodami. Niedawno weszliśmy na hurtowy rynek MVNO, oferując naszą sieć operatorom stacjonarnym pragnącym poszerzyć działalność o usługi mobilne. Wirtualni operatorzy komórkowi mają bardzo niewielki udział w rynku usług mobilnych w Polsce, ale przygotowaliśmy dla nich wyjątkową ofertę, która moim zdaniem przyciągnie na ten rynek wiele nowych podmiotów. Na rynku hurtowym, pierwsze dwa lata realizacji strategii .Grow przyniosły nam duży sukces. Jestem przekonany, że utrzymamy tę korzystną dynamikę w kolejnych latach.



## ★ Najlepsze doświadczenie klienta

### Optymalna struktura kanałów sprzedaży

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 <b>2022: 617</b>
	% punktów sprzedaży przystosowanych do potrzeb klientów z niepełnościami	2020: 20% 2021: 21% <b>2022: 22%</b>
	Liczba zmodernizowanych salonów (projekt Best Retail Network)	2020: 46% 2021: 56% <b>2022: 73%</b>
	% sprzedaży w kanałach cyfrowych	2020: 14% 2021: 16% <b>2022: 17%</b>

### Intensywne działania w celu optymalizacji ścieżki sprzedaży

Od kiedy w 2021 roku, w czasie pandemii COVID-19, nastąpiła zmiana zachowań klientów i zwrot ku kanałom cyfrowym – postanowiliśmy jeszcze mocniej wykorzystać ten trend. W 2021 roku skupialiśmy się między innymi na budowaniu doświadczenia klientów w wielokanałowym modelu obsługi – w 2022 roku ten priorytet został utrzymany. Nasza strategia stawia klienta w centrum wszystkich działań i skupia się na zapewnieniu 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** staje się sercem zarządzania relacjami z klientami – dzięki silnego trendowi w kierunku wśród klientów, którzy zwracają się ku obsłudze online;
- **Jednolite zarządzanie zapasami** w ramach wspólnego systemu umożliwia zarządzanie w czasie rzeczywistym dostępnością urządzeń w naszym magazynie centralnym oraz wybór opcji dostawy: odbiór w salonie, kurier, paczkomat;

- **Procesy i narzędzia**, umożliwiające kontynuowanie obsługi, takie jak „prowadzenie 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 – zwłaszcza w nowej normalności po pandemii.

### 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.



Rok 2022 przyniósł powolny powrót do normalności w wielu aspektach życia, w tym zakupach usług telekomunikacyjnych. Klienci w dużej mierze powrócili do korzystania z salonów sprzedaży, które są nadal największym kanałem dystrybucji.

Na koniec 2022 roku Orange Polska posiadał 617 salonów sprzedaży na terenie kraju. Nasza sieć sprzedaży podlega ciągłej modernizacji i optymalizacji. Z jednej strony oznacza to mniejszą ich liczbę (na koniec 2021 roku było ich 653), 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 2022 roku, do nowej wizualizacji zostało łącznie zmodernizowanych 450 punktów sprzedaży (w porównaniu do 365 na koniec 2021 roku).

Projekt BRN to kompleksowy zestaw działań ukierunkowanych na poprawę efektywności sprzedaży i doświadczenia klientów, który obejmuje cztery strumienie:

- **Best POS (najlepszy salon)** – modernizacja sieci sprzedaży, która ma we wszystkich salonach wprowadzić wysoką funkcjonalność oraz wizualizację wspartą narzędziami informatycznymi,
- **Best Location (najlepsza lokalizacja)** – gruntowny przegląd sieci salonów Orange pod kątem potencjału i efektywności sprzedaży (indywidualna analiza dla poszczególnych miast),
- **Best People (najlepsi ludzie)** – nacisk na poprawę wskaźnika utrzymania pracowników oraz zwiększenie efektywności i zaangażowania sprzedawców,
- **Best Quality (najlepsza jakość)** – poprawa doświadczenia klientów i efektywności sprzedaży poprzez racjonalizację standardów pracy i kontroli jakości w salonach.

Wdrażane zmiany są doceniane przez naszych klientów – potwierdzają to wyniki badania Minds & Roses, które kolejny rok z rzędu pokazują, że jesteśmy siecią nr 1 pod względem transakcyjnego NPS dla salonów (klienci odwiedzający salony Orange deklarują, że poleciliby wizytę w salonie Orange innym osobom, częściej, niż robią to klienci operatorów konkurencyjnych w stosunku do ich salonów).

W 2022 roku nastąpił dalszy wzrost sprzedaży w kanałach cyfrowych w ujęciu ilościowym i wartościowym. Z perspektywy Orange Polska, ubiegły rok przyniósł szczególnie rozwój sprzedaży i obsługi w aplikacji Mój Orange, która zapewnia dostęp do konta klienta, prezentuje oferty, a także umożliwia realizację procesów obsługowych. Wysoką skuteczność sprzedaży online wspierały kampanie na bazie wydarzeń bieżących oraz profili behawioralnych klientów. Dzięki narzędziom opartym o sztuczną inteligencję

i automatyzację marketingu, możemy przedstawiać klientom oferty, które potencjalnie będą dla nich najbardziej interesujące.

Wprowadziliśmy szereg dedykowanych kampanii, takich jak Niedzielne okazje, w których oferujemy 24-godzinne promocje na smartfony, tablety, laptopy, smartwatche, smartbandy i uniwersalne akcesoria bez abonamentu. Dotąd miały miejsce 44 edycje, które przyniosły nam dodatkowe zamówienia i na stałe wpisały się w mapę wydarzeń cyfrowych. Innym elementem ograniczonym do kanałów cyfrowych są czasowo oferty, w których wszyscy klienci mogą skorzystać z wybranych produktów przez okres trzech lub sześciu miesięcy za 0 zł.

Popularność kanałów cyfrowych budują kanały tradycyjne, które wykorzystujemy do promocji aplikacji Mój Orange. Dodatkowo, intensywnie edukujemy klientów w zakresie wykorzystania kanałów samoobsługowych. W efekcie tych działań, udział sprzedaży przez kanały cyfrowe odnotował dalszy wzrost do poziomu 17,2%, co jest zgodne z naszym celem strategicznym dojścia do poziomu 25% w roku 2024.

Nasza w pełni cyfrowa oferta Orange Flex odnotowała w 2022 roku doskonałe wyniki: liczba klientów tej usługi zwiększyła się w ujęciu rocznym aż o 64%. W 2022 roku na Orange Flex przypadła blisko połowa aktywacji netto komórkowych usług głosowych dla klientów indywidualnych. Warto zauważyć, że ta cyfrowa oferta zyskała dużą popularność wśród cudzoziemców, zwłaszcza uchodźców z Ukrainy. W ramach rozwijania tego produktu dodaliśmy wiele nowych możliwości, odpowiadając na potrzeby klientów przekazywane przez czat, badania opinii oraz media społecznościowe.

W kanale Telesprzedaży, która jest realizowana przez partnerów zewnętrznych oraz nasze własne centrum obsługi telefonicznej, koncentrujemy się na dedykowanych kampaniach, uwzględniających profile i zachowania klientów w celu jak najlepszego dostosowania oferty. Specjalizacja oraz rozwój kompetencji doradców pozwala nam osiągać wysoką skuteczność działania, a duża koncentracja na kampaniach utrzymaniowych pozwala efektywnie zabezpieczać bazę klientów i ograniczać ryzyko rezygnacji z usług.

Ponadto, pracujemy nad wdrożeniem standardu COPC Customer Experience 7.0 w dwóch lokalizacjach wewnętrznych oraz planujemy wykorzystać wybrane wskaźniki statystyczne kluczowych procesów w ramach współpracy z partnerami zewnętrznymi. Na początku 2024 roku certyfikacja COPC zostanie potwierdzona audytem.

Wdrożony w ubiegłym roku model pracy hybrydowej telesprzedawców umożliwi lepsze zarządzanie czasem pracy zespołów sprzedażowych oraz zwiększa konkurencyjność naszych przedstawicieli na lokalnych





rynkach pracy poprzez dostosowanie się do oczekiwań rynku. W ubiegłym roku, w obszarze Telesprzedaży jeszcze bardziej skupiliśmy się na automatyzacji i uproszczeniu procesów. W 2023 roku będziemy dalej podążać w tym kierunku: planujemy, że do kontaktu z klientami będzie wykorzystywany bot głosowy Max. Ponadto, wychodząc poza standardowy model prowadzenia kampanii, podejmujemy działania w celu ich usprawnienia w oparciu o nowy model marketingowy i kontakty wielokanałowe.

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 sieci dystrybucji usług przedpłaconych rok 2022 stał pod znakiem pomocy uchodźcom z Ukrainy. Od pierwszego

dnia wojny podjęliśmy szereg inicjatyw pomocowych. Przede wszystkim, rozdaliśmy i zarejestrowaliśmy ponad 700 tys. bezpłatnych przedpłaconych kart SIM. Wprowadziliśmy również specjalny darmowy pakiet trzech usług: bezpłatne minuty i gigabity w Polsce oraz darmowe połączenia do Ukrainy. Ubiegły rok przyniósł także kolejne rekordy doładowań zdalnych – w bankowości internetowej oraz przede wszystkim kanałach własnych (strona orange.pl i aplikacja Mój Orange). Pomimo rozwoju kanałów zdalnych, utrzymujemy stałą bazę ok. 80 tys. punktów doładowań, takich jak sklepy spożywcze, kioski i stacje paliw. Zapewniamy szeroką sieć sprzedaży starterów przedpłaconych w całym kraju, a w grudniu 2022 roku osiągnęliśmy największy udział w ich sprzedaży – 33,5% (wg raportu CMR za grudzień, obejmującego sklepy detaliczne do 2500 m<sup>2</sup>, kioski i saloniki prasowe).

Orange Polska zapewnia dostępność wielu kanałów sprzedaży i spełnia dzięki temu oczekiwania różnych grup klientów, niezależnie od ich preferencji i potrzeb.

## Zapewnienie klientom sprawnej i przyjaznej obsługi

Zakładane cele	KPI	Realizacja
Poprawa doświadczenia klientów poprzez oferowanie atrakcyjnych produktów i usług wraz z poprawą obsługi klienta i kanałów sprzedaży, zarówno tradycyjnych jak i online	NPS (Net Promoter Score)	<p>Wskaźnik NPS dla Orange</p>
Bycie innowacyjnym i elastycznym w reagowaniu na działania konkurencji		
Zagwarantowanie użytkownikom internetu bezpieczeństwa w sieci Orange Polska	Liczba aktywacji zabezpieczeń	Liczba klientów ochronionych przez CyberTarczę 2020: 3,5 mln 2021: 4,5 mln <b>2022: 5,0 mln</b>

## Budowanie pozytywnych doświadczeń klientów

W centrum wszystkiego, co robimy, są nasi 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 2022 roku wartość tego wskaźnika utrzymała się na wysokim poziomie.

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;
- rozwój sieci – zwiększenie pojemności sieci 4G 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);



- poprawa doświadczeń klientów dzięki upraszczaniu i automatyzacji procesów, rozwojowi kanałów cyfrowych i cyfryzacji ścieżek klienckich, a także stale udoskonalanej obsłudze przez sprzedawców, techników i konsultantów infolinii w kanałach tradycyjnych, wspartej sztuczną inteligencją;
- transparentna komunikacja z klientami we wszystkich kanałach, dostosowana do różnych preferencji klientów i wykorzystująca nowe kanały kontaktu; w 2023 roku planujemy wykorzystać komunikację jako czynnik włączenia cyfrowego (zwłaszcza seniorów);
- transformacja zarządzania rynkiem biznesowym – nowa segmentacja zorientowana sektorowo (która pozwala nam lepiej odpowiadać na specyficzne potrzeby poszczególnych branż), wzrost liczby spraw załatwionych przy pierwszym kontakcie dzięki ujednoliceniu obsługi technicznej klientów biznesowych oraz usprawnienie obsługi klientów z segmentu SOHO.

## 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.

W ostatnich latach koncentrowaliśmy się na rozwoju cyfrowych ścieżek podróży klienta, wprowadzając innowacyjne i często rewolucyjne na polskim rynku telekomunikacyjnym elementy. W 2022 roku wprowadziliśmy następujące rozwiązania:

- Diagnostyka:
  - Diagnostyka w aplikacji – klient może uruchomić diagnostykę i zgłosić usterkę dotyczącą usług stacjonarnych i mobilnych za pomocą aplikacji Mój Orange,
  - Diagnostyka w telewizji – klient może uruchomić diagnostykę na telewizorze (sprawdzanie statusu usług, zarządzanie usługami i wsparcie techniczne),
  - Rozwój diagnostyki – w kontaktach z klientami i w kanałach samoobsługowych, poprzez lepsze filtrowanie zgłaszanych problemów, dzięki czemu więcej spraw jest załatwianych przy pierwszym kontakcie, co zmniejsza liczbę spraw przekazywanych naszym partnerom technicznym,
  - Plany na 2023 rok – dalszy rozwój narzędzi diagnostycznych dla klientów i konsultantów oraz dalsza cyfryzacja procesów.
- Wideopomoc – rozwiązanie, które umożliwia konsultantom dostęp do widoku urządzeń klientów poprzez kamerę w ich smartfonie;

- Asystent WiFi – kreator podpowiedzi przy problemach z WiFi, przeznaczony dla klientów i konsultantów; w 2023 roku planujemy jego integrację ze sztuczną inteligencją;
- MojeID – zdalne potwierdzanie tożsamości przy rejestracji w Mój Orange;
- Zmiana danych w serwisie e-care – klient ma możliwość korekty/aktualizacji danych kontaktowych, w tym adresu e-mail;
- Biometria głosowa – rozwój biometrycznej metody uwierzytelniania klienta (tożsamość 1 na 10 dzwoniących klientów jest potwierdzana głosowo);
- Bot głosowy i czatbot – dalszy rozwój;
- Wykres na pierwszej fakturze – zmiany w pierwszej fakturze za usługi konwergentne (wykres z wyjaśnieniem opłat), zmniejszenie liczby kontaktów obsługowych z klientami tych usług;
- Samoobsługa reklamacji – klient może załatwić reklamację korzystając z aplikacji Mój Orange;
- Komunikacja zmian – zapewnienie właściwego doświadczenia klientów poprzez skuteczne przekazywanie im informacji o zmianie cen i innych zmianach.

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. W 2022 roku Max skutecznie rozwiązał ponad 50% zgłaszanych telefonicznie spraw bez konieczności ich przekazania konsultantowi.

Klienci coraz chętniej korzystają z czatów. Max jest stosowany we wszystkich czatach obsługowych, a w 2022 roku skutecznie rozwiązał ponad 45% zgłaszanych spraw bez potrzeby kontynuacji rozmowy z konsultantem.

W 2022 roku kontynuowaliśmy także robotyzację (RPA) oraz automatyzację procesów obsługowych, zapewniając ich najwyższą jakość w połączeniu z efektywnością kosztową.







## 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 skorzystania z pomocy tłumacza języka migowego przez internet w godzinach 9.00-17.00;
- 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.

### Case Study

## Orange dla seniora

Program Orange dla seniora jest częścią strategii Orange Polska od 2018 roku. Jego głównym celem jest odpowiedź na zmiany w strukturze demograficznej i rosnący udział osób starszych w społeczeństwie.

Na koniec 2022 roku, osoby w wieku 65+ stanowiły już 26% bazy klientów. Jednocześnie, prowadzone na zlecenie Orange Polska badania konsumenckie pokazują, że jest to grupa wewnątrznie zróżnicowana. Wyzwaniem jest dopasowanie obsługi do potrzeb tej grupy.

### Infolinia

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 ta jest wspierana przez dodatkowe działania komunikacyjne, np. newslettery dla

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;
- wybór telefonu z udogodnieniami dla osób z niepełnosprawnościami;
- skorzystania z pomocy doradcy w konfiguracji urządzenia.

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 9.00-17.00. 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](http://www.orange.pl) była dostosowana do potrzeb klientów z niepełnosprawnościami.

starszych klientów, dopasowane tematycznie i pod względem formy (powiększona czcionka).

### Salony

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.

### OK SENIOR

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. W czasie ponownej certyfikacji w 2021 roku osiągnęliśmy wynik 81% dla salonów (najlepszy w historii) oraz 80% dla infolinii (utrzymanie wyniku z 2020 roku).



## 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), dołączanej przez producenta.

### 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

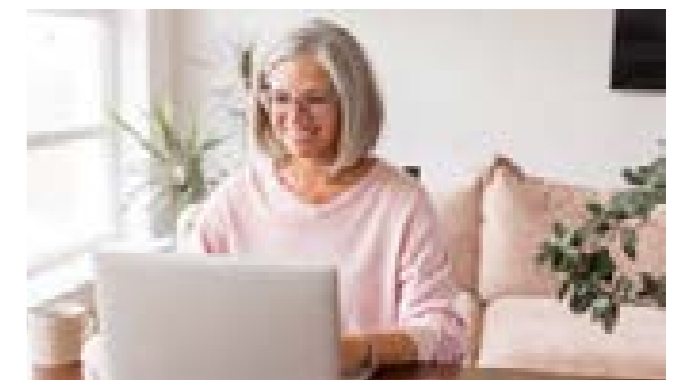
dotyczące obiektów sieciowych są prowadzone w ramach postępowania administracyjnego i są inicjowane i nadzorowane przez właściwe urzędy.

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 mikrofale 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.





## Bezpieczeństwo danych osobowych

Jesteśmy administratorem wielu danych osobowych, w tym naszych 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. 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.

Rozporządzenie ogólne 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 wprowadziliśmy od 2018 roku 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.

## Pełny łańcuch wartości w obszarze transformacji cyfrowej dla przedsiębiorstw

Zakładane cele	KPI	Realizacja
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lider w obszarze doradztwa i integracji kompleksowych usług transformacyjnych dla przedsiębiorstw</li> <li>Cyfrowy partner w zakresie bezpieczeństwa, rozwiązań chmurowych, infrastruktury IT i sieci</li> </ul>	Przychody z usług ICT	Przychody z usług ICT (w mln zł) 2020: 930 2021: 1 094 <b>2022: 1 358</b>

## Bezpieczna sieć

Jako operator największej w kraju liczby stacjonarnych łączy internetowych i jednocześnie operator sieci mobilnej, obserwujemy, że o ile liczba ataków na sieć mobilną wciąż pozostaje na stosunkowo niskim poziomie, to ich siła powoli zrównuje się z siłą ataków kierowanych do sieci stacjonarnej.

CyberTarcza działająca w Orange Polska to mechanizm, który na podstawie monitorowania ruchu sieciowego wychwytuje próby zestawienia połączeń do adresów sklasyfikowanych jako szkodliwe i blokuje je. W niektórych przypadkach użytkownik otrzymuje dodatkową informację, że jedno z jego urządzeń próbuje odwołać się do szkodliwego adresu. Mechanizmami CyberTarczy objęliśmy strony phishingowe, wyłudzające 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).

W 2022 roku dominującym motywem wśród zagrożeń w zakresie cyberbezpieczeństwa były fałszywe inwestycje. Utworzone w tym celu fanpage – promowane za pośrednictwem fałszywych reklam na Facebooku, wysyłanych z nowych lub przejętych kont – miały na celu przekonanie ofiar do zainwestowania w kryptowaluty i/lub giełdy, podejrzane lub prawdziwe, lecz z dużym potencjalnym ryzykiem. Socjotechniczny przekaz wzmacniano nadużywaniem popularnych marek bądź nazwisk cele brytów lub polityków.

Niezmiennie popularne były również ataki „na kupującego”, sugerujące wpisanie pełnych danych karty płatniczej w celu rzekomej wypłaty pieniędzy za zakup towaru na OLX/Allegro.

W 2022 roku CyberTarcza, blokując 130 tysięcy stron phishingowych, uniemożliwiła wejście na nie prawie 5 milionów razy, a ponad 4 miliony osób ochroniła przed utratą wrażliwych danych lub oszczędności.



## 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 kompleksowych rozwiązań, np. z zakresu inżynierii oprogramowania, chmury lub cyberbezpieczeństwa. W naszej strategii podkreślamy chęć rozwijania działalności ICT, oferującej potencjał wzrostu i znaczącą synergię z naszą podstawową działalnością telekomunikacyjną ze względu na procesy cyfryzacji w przedsiębiorstwach.

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

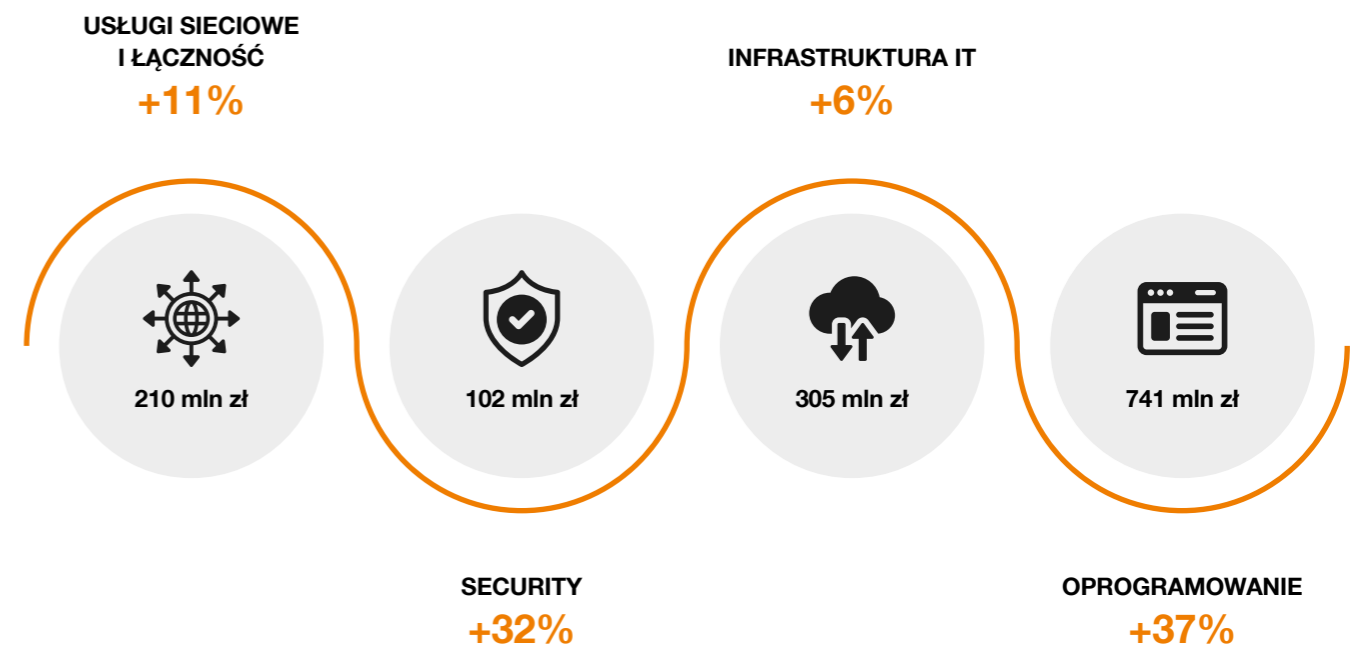
BlueSoft świadczy szereg usług informatycznych w obszarach o dużym potencjale wzrostu, takich jak: tworzenie i integracja aplikacji, dostosowanie systemów do potrzeb klienta oraz analityka i usługi w chmurze. Zdecydowana większość przychodów BlueSoft pochodzi z tworzenia i rozwoju dedykowanych aplikacji, które obejmują portale klienckie (w tym wspierające handel elektroniczny) oraz platformy i systemy back office. BlueSoft sprzedaje swoje produkty do zdywersyfikowanego

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 do wykorzystania już posiadanych kompetencji, m.in. w dziedzinie cyberbezpieczeństwa, hybrydyzacji infrastruktury IT, integracji aplikacji czy migracji do chmury.

Rok 2022 po raz kolejny przyniósł bardzo dobre wyniki w usługach IT i integracyjnych, co umocniło naszą pozycję jako wiodącego integratora i dostawcy pełnego łańcucha wartości w obszarze transformacji cyfrowej dla przedsiębiorstw w Polsce. Przychody z usług IT i integracyjnych wzrosły do 1,4 mld zł, tj. o 23% rok-do-roku. Był to wzrost w całości organiczny, wynikający głównie z szerokiego portfela kompetencji, który pozwala na elastyczne dopasowywanie się do popytu oraz zwiększa niezależność od wahań w łańcuchach dostaw. Głównymi obszarami wzrostu były cyberbezpieczeństwo oraz oprogramowanie – w obu dynamika wzrostu w ujęciu rocznym przekroczyła 30%. Większość projektów była realizowana dla klientów z branży logistycznej, farmaceutycznej i sprzedaży detalicznej, którzy oczekiwali automatyzacji, migracji do chmury oraz rozwiązań informatycznych poprawiających doświadczenie klienta.

### Przychody z kluczowych obszarów usług ICT (zmiana % w 2022 roku)







## Pytania do Bożeny Leśniewskiej, Wiceprezes Zarządu ds. Rynku Biznesowego



**P: Rok 2022 przyniósł Orange Polska kolejne sukcesy na rynku biznesowym. Co się do tego przyczyniło? Co się udało poprawić w stosunku do poprzednich lat?**

Bardzo mnie cieszy, że w 2022 roku po raz kolejny osiągnęliśmy duże sukcesy w działalności na

rynku biznesowym. Przychody w tym obszarze zwiększyły się w ubiegłym roku aż o 9%. Obejmuje to wszystkie usługi telekomunikacyjne, zarówno dla małych firm jak i dużych korporacji; usługi IT i integracyjne, które często zapewniają dużą synergię z działalnością telekomunikacyjną; a także sprzedaż sprzętu. To efekt konsekwentnej realizacji naszej strategii we wszystkich kategoriach usług dla biznesu. W szczególności, można wymienić trzy kluczowe czynniki, które przyczyniły się do tak dobrych wyników.

Po pierwsze, usługi komórkowe. Udało nam się skutecznie połączyć dalszy przyrost bazy klientów z przyspieszeniem dynamiki wzrostu ARPO. Wskaźnik ARPO z tych usług zwiększył się o ponad 4% (wobec zaledwie 1% w 2021 roku), co było efektem ukierunkowanej na wartość strategii „więcej za więcej” oraz dalszej odbudowy przychodów z roamingu po pandemii. Klienci polubili nasze elastyczne plany taryfowe, obejmujące różne usługi dodane, które można zmieniać w czasie trwania umowy. Zapewnia to szeroki wybór i umożliwia dostosowanie pakietu do swoich potrzeb. Pomimo bardzo konkurencyjnego rynku, umocniliśmy wiodącą pozycję we wszystkich segmentach klientów.

Po drugie, usługi IT i integracyjne. Z przyjemnością informuję, że rok 2022 po raz kolejny przyniósł bardzo dobre wyniki w obszarze ICT. Wzrost przychodów przekroczył 20%, co było wyższe od naszych oczekiwań. Z powodzeniem zbudowaliśmy łańcuch wartości w odpowiedzi na popyt na transformację cyfrową w Polsce. Cyfryzacja działalności to obecnie wiodący trend w wielu branżach, w których przedsiębiorstwa zrozumiły, że to kluczowy czynnik decydujący o ich nowoczesności i konkurencyjności. Zmiana podejścia firm do nowoczesnych narzędzi do analizy danych i komunikacji przekłada się na popyt na usługi chmurowe. A dzięki naszej bardzo mocnej pozycji

w obszarze łączności (wynikającej z ogromnych inwestycji w światłowody) oraz szerokiemu zakresowi kompetencji w obszarze ICT (osiągniętych w sposób organiczny i dzięki przejściom), mamy wyjątkowe możliwości, aby wykorzystać ten trend. Szczególnie cieszy mnie wzrost przychodów z cyberbezpieczeństwa o ponad 30% – oznacza wyraźne zwiększenie dynamiki w porównaniu do 2021 roku. Jesteśmy obecnie jednym z najważniejszych graczy w tym obszarze, zapewniając rozwiązania dotyczące bezpieczeństwa w całym cyklu „podróży danych”. Chociaż wysoki wzrost przychodów przekładał się dotąd na zyski, to stoimy naturalnie wobec wyzwania, jakim jest znaczący inflacyjny wzrost kosztów pracy w tej branży, zwiększający presję na rentowność.

Po trzecie, należy wspomnieć o rozwiązaniach opartych na Internecie Rzeczy. To obszar, który wciąż znajduje się na bardzo wczesnym etapie rozwoju, ale widzimy w nim ogromny potencjał na przyszłość. W 2022 roku podwoiliśmy przychody z działalności w tym obszarze. Nasza Platforma Zarządzania Miastem jest coraz bardziej doceniana przez samorządy. Już ponad 100 miast korzysta z inteligentnych liczników, monitoringu i platform analitycznych dla oświetlenia zewnętrznego, wodociągów, wywozu odpadów i zarządzania komunikacją miejską. Staje się to szczególnie ważne wobec wysokiej inflacji i rosnących cen energii. Moim zdaniem, można dziś śmiało stwierdzić, że jesteśmy obecnie dostawcą pierwszego wyboru w zakresie rozwiązań Smart City dla społeczności lokalnych. A to dopiero początek. Wdrożenie technologii 5G uwolni znacznie większy potencjał w tym obszarze.

**P: W 2023 roku Orange Polska być może otrzyma wreszcie pasmo dedykowane dla sieci 5G. Jak wpłynie to na rynek biznesowy?**

Przedstawiając blisko dwa lata temu naszą strategię, przewidywaliśmy, że będziemy dysponować częstotliwościami dla sieci 5G znacznie szybciej. Część naszych planów i zamierzeń opierała się na tym nowym zasobie i związanym z nim potencjałem, a tym samym musieliśmy je częściowo zawiesić. Nie oznacza to, że pozostaliśmy beczynni – wręcz przeciwnie. W pierwszej połowie 2022 roku otworzyliśmy w naszej siedzibie Orange 5G Lab, gdzie opracowujemy rozwiązania wykorzystujące technologię 5G, pokazując klientom związane z nimi korzyści i zachęcając do ich wdrożenia.

Technologia 5G otworzy szeroką paletę nowych możliwości dla klientów biznesowych, które będą się stopniowo odsłaniać jeszcze przez wiele lat. Nie jest przesadą stwierdzenie, że będzie to rewolucja. Co więcej, dotyczy to zarówno sektora prywatnego jak i publicznego. Sieć 5G pozwoli na tworzenie ekosystemów cyfrowych dla transformacji biznesowej, zwanych sieciami kampusowymi. Z tej możliwości skorzysta zapewne wiele branż. Będzie postępować automatyzacja produkcji, a ponieważ roboty będą się komunikować ze sobą, to procesy produkcyjne staną się jeszcze efektywniejsze. Monitorowanie i analiza



danych generowanych w trakcie tak zorganizowanej produkcji będą znacznie dokładniejsze i będą prowadzone w czasie rzeczywistym. To poprawi kontrolę jakości, zarządzanie łańcuchem dostaw i obsługę zapobiegawczą, a tym samym znacznie zwiększy wydajność i podniesie konkurencyjność na rynku. Co szczególnie istotne, takie prywatne ekosystemy gwarantują bezpieczeństwo sieci, gdyż ich elementy są odseparowane, umieszczone na terenie danego przedsiębiorstwa i wykorzystywane wyłącznie do celów wewnętrznych.

Inną kluczową grupą, która może odnieść korzyści z 5G, są miasta. Szybki wzrost liczby mieszkańców miast prowadzi do nawarstwiania się problemów związanych z komunikacją, zanieczyszczeniem środowiska, korkami czy gospodarką

odpadami. Rozwiązania dla inteligentnych miast, oparte na Internecie Rzeczy, są już dostępne przy wykorzystaniu sieci 4G, ale technologia 5G zapewni dodatkowy impuls do ich rozwoju, gdyż umożliwi wdrożenie na dużą skalę takich rozwiązań jak zarządzanie sygnalizacją świetlną, inteligentne liczniki wody i prądu czy czujniki mierzące jakość powietrza. Te systemy mogą przynieść oszczędności samorządom, a zarazem poprawić jakość życia mieszkańców.

Dla naszej branży oznacza to pojawienie się zupełnie nowych rynków oraz potencjalne korzyści z monetyzacji tych możliwości. Cieszy nas od dawna oczekiwane rozpoczęcie konsultacji dotyczących nowej aukcji na pasmo 5G, i mamy nadzieję na jak najszybsze zakończenie tego procesu, co w pełni uwolni związany z tym potencjał.

## 📧 Efektywność i odpowiedzialność w działaniu

### Nacisk na poprawę efektywności

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

Chcemy być organizacją sprawną, cyfrową i elastyczną, silnie obecną w internecie i dysponującą wysoce 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 2022 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, ale tylko o 1%. Olbrzymi wzrost kosztów związanych z energią (wynikający z podwyżek cen na rynku, głównie energii elektrycznej) został w większości skompensowany przez działania w zakresie transformacji kosztów (oszczędności w kosztach pracy oraz innych kategoriach kosztów pośrednich) oraz korzyści wynikające z różnych inicjatyw, w tym budowy sieci dla spółki Światłowód Inwestycje.

Bardzo ważny obszar w dążeniu do osiągnięcia wysokiej efektywności stanowi cyfryzacja, a jednym z głównych elementów służących poszerzeniu zestawu narzędzi



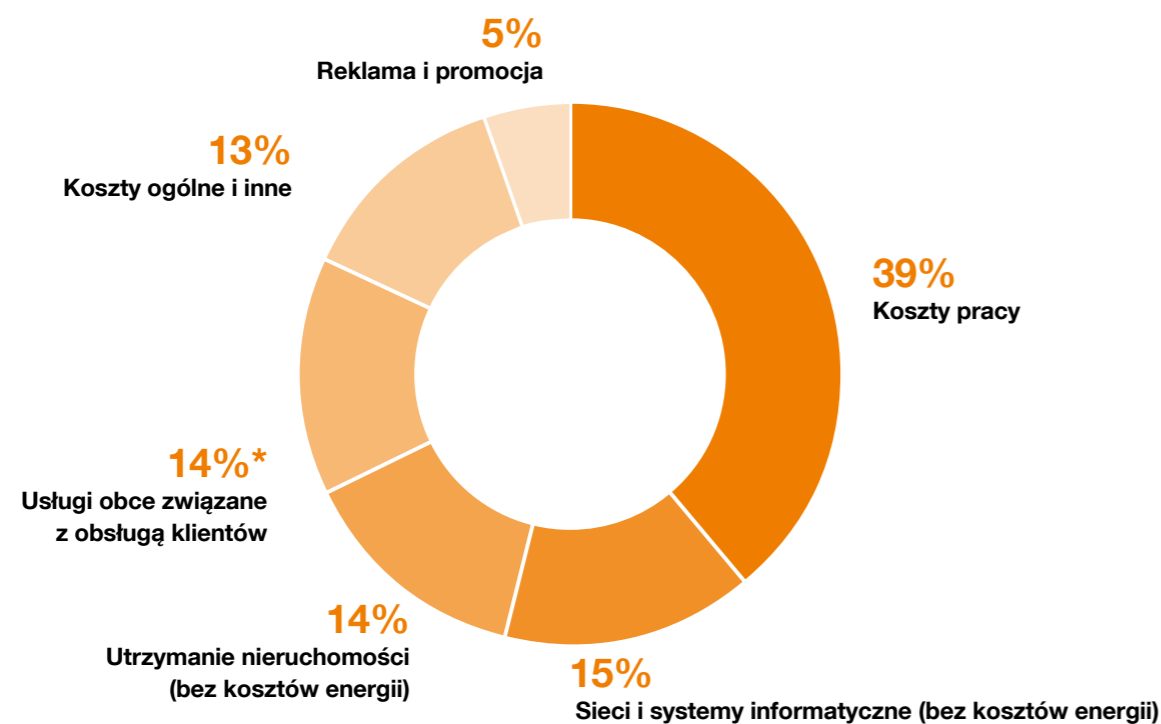




cyfrowych jest technologia chmurowa. Wykorzystujemy rozwiązania w chmurze do tworzenia zaawansowanych narzędzi marketingowych, opartych na analizie danych, w celu lepszego pozycjonowania i dostosowania ofert dla określonych grup klientów, co przekłada się na większą lojalność i wyższe przychody. W tym celu nawiązaliśmy współpracę z Google Cloud, a obecnie sukcesywnie przenosimy ogromne jezioro danych do chmury, korzystając z jej pojemności.

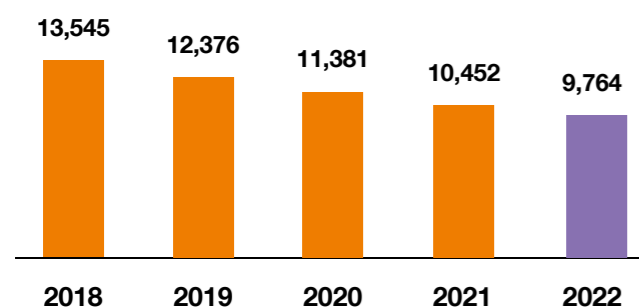
Usprawniamy również cyfrowe kanały sprzedaży i obsługi klientów w celu zwiększenia efektywności i poprawy doświadczenia klienta. Sprzedaż przez te kanały zwiększyła się w ubiegłym roku o ponad 20%. Max, nasz bot głosowy i czatbot oparty o sztuczną inteligencję, z każdym rokiem coraz lepiej radzi sobie z załatwianiem spraw klientów, w coraz mniejszym stopniu wymagając pomocy człowieka. Szacujemy, że w ubiegłych dwóch latach – głównie dzięki Maxowi – udało się uniknąć ponad 2 milionów połączeń z naszymi konsultantami na głównych infoliniach.

#### Struktura kosztów pośrednich w 2022 roku



\* W 2022 roku koszty energii wzrosły o prawie 80% r/r w wyniku skokowych podwyżek cen prądu, które w porównaniu z 2021 rokiem zwiększyły się dwukrotnie, co wynikało z dalekosiężnego kryzysu na rynku energii.

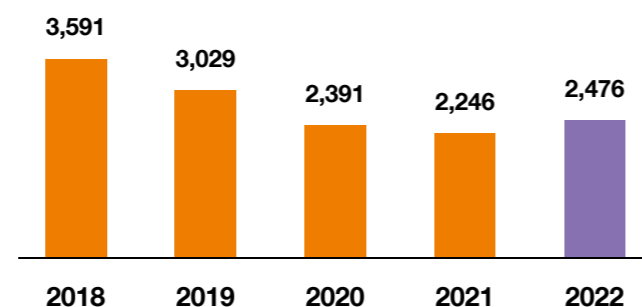
#### Ewolucja zatrudnienia – pracownicy (w tys. etatów)



Wdrażamy w całej Spółce robotyzację, analizę dużych zbiorów danych oraz sztuczną inteligencję. Dysponujemy obecnie około 370 robotami, a ponad 1200 procesów biznesowych zostało zautomatyzowanych. Wykorzystujemy sztuczną inteligencję m.in. 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 dzień 31 grudnia 2022 roku, zatrudnienie w Grupie Orange Polska (łącznie z NetWorkS!) wynosiło 9 764 etaty i w stosunku do stanu z końca 2021 roku obniżyło się o 6,6%. Zmniejszenie zatrudnienia to głównie efekt realizacji Umowy Społecznej zawartej na lata 2022-2023. W ramach tej Umowy, w 2022 roku ze Spółki odeszło 760 osób. Wysokość średniej odprawy dla odchodzących pracowników Orange Polska S.A. wyniosła w ubiegłym roku 95,3 tys. zł.

#### Ewolucja zatrudnienia – współpracownicy (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: 533 <b>2022: 518</b>
	Własne emisje CO <sub>2</sub> (Zakresy 1 i 2)	Całkowita emisja CO <sub>2</sub> (tys. ton) 2020: 405 2021: 367 <b>2022: 316</b>
	Udział energii odnawialnej	2020: 0% 2021: 6% <b>2022: 12%</b>
	Liczba utylizowanych i odnawianych urządzeń	Zbiórka telefonów (odkup i recykling) 2020: 33 609 2021: 37 765 <b>2022: 61 200</b>  Sprzedaż odnowionych telefonów 2020: 11 515 2021: 12 628 <b>2022: 15 900</b>  Odnowione urządzenia abonenckie 2020: 503 045 2021: 655 447 <b>2022: 436 821</b>

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. Oprócz szybkiego ograniczania własnych emisji netto, branża technologiczna ma do spełnienia szczególną rolę. 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). Do 2025 roku Orange Polska planuje zmniejszyć emisje CO<sub>2</sub> w zakresach 1 i 2 o 65% w porównaniu do roku 2015. 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).

W 2021 roku, dzięki wejściu w życie pierwszej długoterminowej umowy zakupu energii z nowych źródeł wiatrowych w Polsce, odnawialne źródła energii stały się dla nas kołem zamachowym redukcji emisji CO<sub>2</sub>. W 2022 roku mamy podpisane łącznie cztery umowy PPA, co daje pewność, że już w 2023 roku osiągniemy cel w zakresie udziału OZE w strukturze zużycia – zakładany pierwotnie na rok 2025. Co za tym idzie, cel zmniejszenia emisji CO<sub>2</sub> w zakresach 1 i 2 o 65% w porównaniu do 2015 roku osiągniemy z trzyletnim wyprzedzeniem. Towarzyszą temu dalsze działania na rzecz poprawy efektywności energetycznej, zwłaszcza w odniesieniu do sieci.

Dzięki Programowi Oszczędności Energii sukcesywnie zmniejszamy zużycie energii. W 2022 roku zużycie energii wyniosło 518 GWh (tj. o 3% mniej niż w 2021 roku i o 18%



poniżej poziomu z 2015 roku), w tym 12% pochodziło ze źródeł odnawialnych (wobec 6% w 2021 roku i 0% w 2020 roku). Przyspieszamy także działania zmierzające do zmniejszenia emisji w całym łańcuchu dostaw, tj. z uwzględnieniem dostawców i klientów. Pomiędzy rokiem 2015 a 2022, Orange Polska zredukował własne emisje CO<sub>2</sub> o 38%, pomimo zwielokrotnienia transmisji danych w sieciach. W 2022 roku emisje CO<sub>2</sub> wyniosły 316 tys. ton (wobec 367 tys. ton w 2021 roku), co oznacza spadek w ujęciu rocznym o 14%.

W perspektywie 2025 roku, Orange Polska skupia się w ramach programu #OrangeGoesGreen wokół trzech priorytetów: odpowiedzialności za zmniejszanie emisji CO<sub>2</sub>; 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; wprowadzamy innowacje w urządzeniach, które wydłużają ich życie i zmniejszają zużycie energii; pracujemy nad rozszerzeniem oferty sprzedaży odnawianych smartfonów. W 2022 roku zebraliśmy z rynku około 62 tys. telefonów (tj. około 5% wolumenu sprzedaży, a sprzedaliśmy prawie

13 tys. odnowionych. Ponadto, odnowiliśmy w ciągu roku 436,821 stacjonarnych urządzeń sieciowych (modemów i dekodery telewizyjnych), co stanowiło 43% zapotrzebowania na takie urządzenia wprowadzane przez nas na rynek.

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. System ten obejmuje między innymi działania związane z tworzeniem polityki środowiskowej firmy, określaniem aspektów środowiskowych jej funkcjonowania, określaniem obowiązujących wymogów prawnych dotyczących ochrony środowiska, wyznaczaniem celów środowiskowych oraz ich realizacją i monitorowaniem wyników, a także zarządzaniem ewentualnymi awariami groźnymi dla środowiska. Wszelkie działania Orange Polska związane z wpływem na środowisko są zgodne z obowiązującymi normami i regulacjami. Od 2008 roku Spółka posiada politykę ochrony środowiska. Jej celem jest ograniczenie wpływu na środowisko naturalne, przy jednoczesnym utrzymaniu poziomu świadczonych usług i satysfakcji klientów z ich jakości. Natomiast w 2021 roku Orange Polska przyjął politykę klimatyczną, która definiuje ambitne cele Spółki w zakresie zmniejszenia negatywnego oddziaływania na klimat.

**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	76 Pracownicy Orange w małych miejscowościach dla 684 tys. mieszkańców
Podnoszenie kompetencji cyfrowych dzieci i szkół	Liczba uczestników (szkół, dzieci) w programach edukacyjnych	190 szkół i 3 800 dzieci w programie MegaMisja 280 szkół i 2 708 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	2 881 958 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 przykładła dużą wagę do edukacji w zakresie mądrego i odpowiedzialnego korzystania z nowych technologii. Jest to główny obszar działania Fundacji Orange. Fundacja 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 darmowy 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 działa 76 pracowni, które są dostępne dla 684 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 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.

Wiele z naszych kluczowych programów społecznych jest skierowanych do szkół. MegaMisja to 10-miesięczny cykl zajęć dla klas 1-3 szkół podstawowych, który powstał po to, żeby pomóc dzieciom zadbać o równowagę i bezpieczeństwo w internecie. Dzieci kształtują zdrowe nawyki cyfrowe i 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 2021/2022, w programie wzięło udział 3 800 dzieci ze 190 szkół.

Natomiast #SuperKoderzy to cykl zajęć dla klas 4-8 szkół podstawowych, obejmujący naukę podstaw programowania i robotyki. Program rozwija kreatywność, 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 2 708 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 2,8 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 Zapewnienie lepszych warunków pracy, stałe doskonalenie środowiska pracy i nacisk na rozwijanie talentów Dalsza optymalizacja zatrudnienia we współpracy ze związkami zawodowymi	Liczba pracowników*	2020: 10 967 2021: 10 144 <b>2022: 9 466</b>
	Udział kobiet na stanowiskach kierowniczych	2020: 33% 2021: 34% <b>2022: 36%</b>
	Liczba godzin szkoleń rocznie na pracownika	2020: 24,3% 2021: 24,7% <b>2022: 23,0%</b>
	Wskaźnik satysfakcji pracowników (Międzynarodowy Barometr Społeczny)	2020: 24,7 2021: 40 <b>2022: 27</b> (w skali od -100 do +100)

\* Z wyłączeniem NetWorkSI

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, zaostrzonej kryzysem 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 9,5 tys. osób, pracujących w ponad 100 lokalizacjach w całej Polsce. 63% spośród tych osób pracuje w 15 ośrodkach regionalnych w dużych miastach, a pozostali – w mniejszych miejscowościach. Większość naszej załogi, ponad 60%, to mężczyźni. 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.

Podstawą dla tworzenia przyjaznego i motywującego środowiska pracy jest słuchanie opinii pracowników na temat firmy, szukanie rozwiązań dla zgłaszanych przez nich problemów oraz proponowanie zmian na lepsze. Dlatego Orange Polska regularnie prowadzi badanie satysfakcji pracowników Nasz Barometr, które dzięki swojej cykliczności daje możliwość porównywania wyników rok do roku i wprowadzania na bieżąco usprawnień w oparciu o to, co przekazali pracownicy. Wyniki są przedstawiane całej

organizacji. Celem badania jest określenie zadowolenia pracowników z codziennej pracy w Orange w trzech głównych wymiarach: kompetencje przyszłości, elastyczne metody pracy (agile) i zaangażowanie.

W ostatniej edycji badania (październik 2022), wyraźnej poprawie uległy wyniki w trzech obszarach: autonomia i elastyczność (41,8; +3,2), możliwości rozwoju i awansu (15,7; +2,3) oraz wsparcie ze strony menedżera (59,6; +1,9). Jednocześnie, w obliczu trudnej sytuacji społeczno-gospodarczej (wysoka presja inflacyjna; wojna w Ukrainie, przy granicy z Polską), wynik dotyczący dumy z pracy w Orange Polska nieco się obniżył – obecnie dumnych z tego jest 83% pracowników (37,6), a 76% poleciłoby Orange jako pracodawcę (27,0).

**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 2022 rok	Wyniki	Prognoza i cel na 2023 rok	Cele strategii „Grow w okresie 2021-2024
Przychody (w mln zł)	Niski jednocyfrowy wzrost	2020: 11 508 2021: 11 928 <b>2022: 12 488</b> <b>2022: +4,7% r/r</b>	Niski jednocyfrowy wzrost	Niski jednocyfrowy wzrost (CAGR)
EBITDAaL (w mln zł)	Stabilny poziom	2020: 2 797 2021: 2 963 <b>2022: 3 078</b> <b>2022: +3,9% r/r</b>	Stabilny poziom	Niski do średniego jednocyfrowy wzrost (CAGR)
Marża EBITDAaL		2020: 24,3% 2021: 24,8% <b>2022: 24,6%</b>		
Ekonomiczne nakłady inwestycyjne (eCapex) (w mln zł)	1,7-1,9 mld zł	2020: 1 801 2021: 1 737 <b>2022: 1 719</b>	1,5-1,7 mld zł	1,7-1,9 mld zł (średni roczny poziom)
Organiczne przepływy pieniężne (OCF) (w mln zł)		2020: 642 2021: 867 <b>2022: 822</b>		
Zysk netto (w mln zł)		2020: 46 2021: 1 672* <b>2022: 724</b>		
ROCE		2020: 1,6% 2021: 4,4% <b>2022: 6,5%</b>		Wzrost 3-4x (z poziomu 1,6% w 2020 roku)
Dług netto/EBITDAaL		2020: 2,0 2021: 1,4 <b>2022: 1,3</b>		Bezpieczna struktura bilansu z dźwignią finansową w przedziale 1,7-2,2x
Dywidenda na akcję – DPS (w zł)		2020: 0 2021: 0,25** <b>2022: 0,35***</b>	Nowy poziom bazowy 0,35 zł na akcję	
Całkowita kapitalizacja kapitału własnego		2020: 81% 2021: 72% <b>2022: 76%</b>		

\* Z wyłączeniem zysku na sprzedaży udziałów w spółce Światłowod Inwestycje, zysk netto wyniósł 272 mln zł.

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

\*\*\* Dywidenda z zysku za 2022 rok, płatna w 2023 roku; rekomendacja Zarządu, podlegająca zatwierdzeniu przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.





## Wzrost przychodów w 2022 roku o 4,7% rok-do-roku, dzięki bardzo dobremu wynikowi we wszystkich najważniejszych obszarach przychodów

Przychody w 2022 roku wyniosły 12 488 mln zł i w ujęciu rocznym zwiększyły się o 560 mln zł, tj. 4,7%. Dynamika wzrostu przyspieszyła względem 2021 roku, pomimo silniejszego niekorzystnego wpływu kolejnych regulacyjnych obniżek stawek za zakończenie połączeń (MTR i FTR).

Głównym motorem wzrostu są nasze kluczowe usługi telekomunikacyjne czyli konwergencja oraz usługi wyłącznie komórkowe oraz stacjonarnego dostępu szerokopasmowego. Łączne przychody z tej grupy usług wzrosły o 6,3% rok-do-roku (w porównaniu do wzrostu o 6,7% w 2021 roku). Źródłem wzrostu jest ciągły przyrost liczby klientów we wszystkich typach usług oraz rosnący średni przychód na klienta (ARPO), co jest wynikiem naszej strategii ukierunkowanej na wartość oraz zwiększającego się udziału klientów sieci światłowodowej, którzy generują najwyższe ARPO. Szczególnie duży wzrost zanotowały przychody z usług wyłącznie komórkowych, które w ujęciu rocznym zwiększyły o 6,1% (w porównaniu do wzrostu o 3,1% w 2021 roku). Wynikało to głównie ze wzrostu bazy klientów usług abonamentowych i przedpłaconych oraz poprawy w zakresie ARPO. Baza klientów, pomimo częściowej migracji tych usług do konwergencji, rośnie dzięki klientom biznesowym oraz markom Nju i Flex. Średnioroczny wskaźnik ARPO z usług głosowych wzrósł o 3% (po wzroście o niecały 1% w 2021 roku), dzięki

pozytywnemu wpływowi naszej strategii ukierunkowanej na wartość oraz dalszej odbudowy przychodów z roamingu po wcześniejszych spadkach wynikających z pandemii koronawirusa.

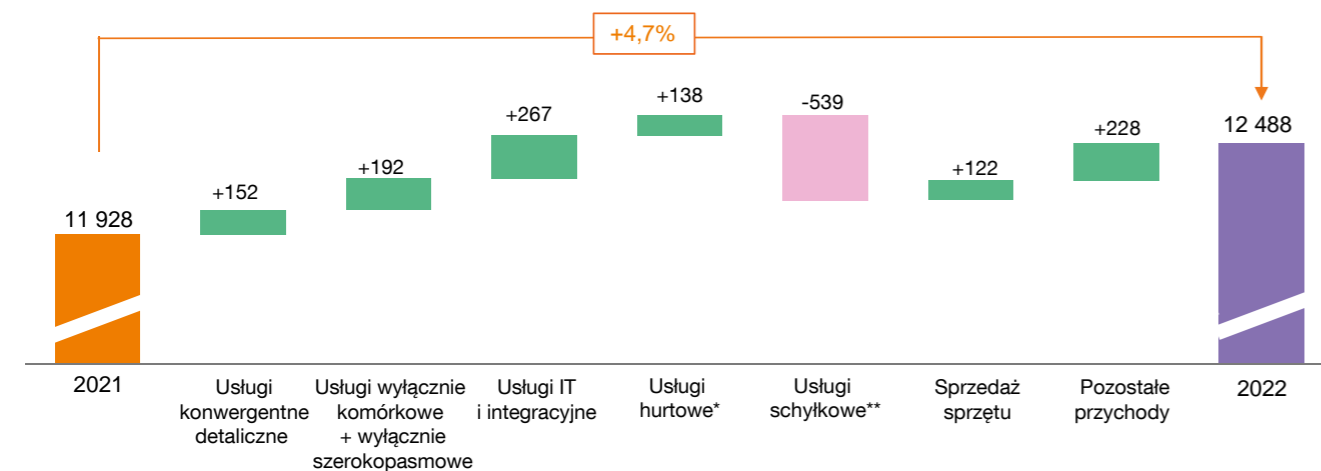
W usługach IT i integracji utrzymała się bardzo silna dynamika wzrostu przychodów, na poziomie 23%. Był to wzrost w całości organiczny, wynikający przede wszystkim z bardzo dobrych wyników naszych spółek programistycznych BlueSoft i Craftware, które zanotowały łączny wzrost przychodów o 29%, a także szerokiego i zdywersyfikowanego portfela usług, co pozwala na elastyczne dopasowywanie się do popytu oraz zwiększa niezależność od wahań w łańcuchach dostaw.

Na ewolucję przychodów negatywnie wpłynęły regulowane obniżki stawek za zakończenie połączeń zarówno w sieci stacjonarnej (FTR) jak i mobilnej (MTR). Spowodowało to ubytek przychodów i przyczyniło się do spadku całkowitych przychodów hurtowych o 14%. Z kolei bardzo pozytywnie na przychody z usług hurtowych wpłynęły rosnące przychody z udostępniania naszej infrastruktury innym operatorom, głównie odzwierciedlone w pozostałych przychodach hurtowych, które w ujęciu rocznym zwiększyły się o 17%.

Revenue evolution in 2022 was also influenced by the following factors:

- Wzrost pozostałych przychodów o 47%, głównie dzięki wyższej średniej zrealizowanej cenie w obszarze odsprzedaży energii elektrycznej;
- Dalszy strukturalny spadek przychodów z tradycyjnej telefonii głosowej (o 15% rok do roku);
- Wzrost przychodów ze sprzedaży sprzętu o 8%.

### Ewolucja przychodów w 2022 roku (zmiana r/r, w mln zł)



\* Usługi hurtowe bez stacjonarnych oraz bez przychodów z połączeń międzyoperatorskich

\*\* Wyłącznie wąskopasmowe + stacjonarne hurtowe bez światłowodu + przychody z połączeń międzyoperatorskich



## Wzrost EBITDAaL w 2022 roku o 3,9% rok-do-roku, dzięki wzrostowi marży bezpośredniej z kluczowych usług, który zniwelował wpływ dużego wzrostu cen energii

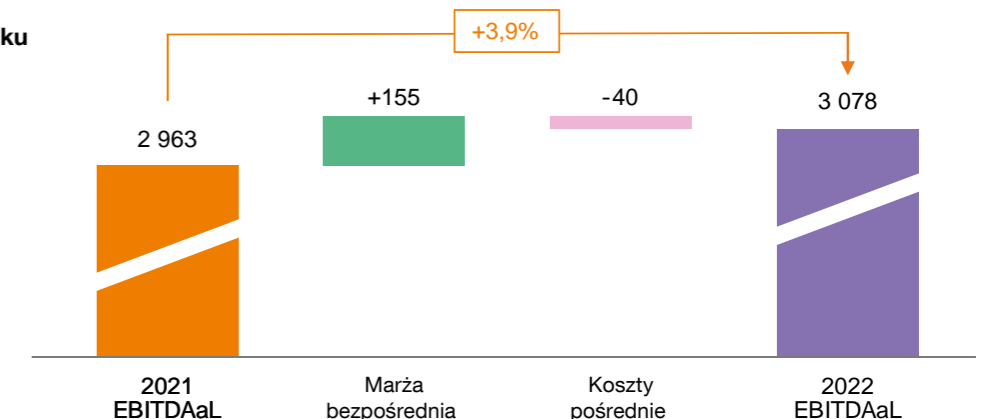
EBITDAaL za 2022 rok wyniosła 3 078 mln zł i w ujęciu rocznym zwiększyła się o 115 mln zł, tj. o 3,9%. Marża rentowności operacyjnej (EBITDAaL do przychodów) nieznacznie się obniżyła do 24,6% (wobec 24,8% w 2021 roku). Wzrost EBITDAaL został wygenerowany w całości przez marżę bezpośrednią, czyli wzrost przychodów wynikający głównie ze skutecznej realizacji strategii budowania wartości w głównych usługach telekomunikacyjnych, usługach hurtowych (z wyłączeniem schyłkowych) oraz usługach IT i integracyjnych. Koszty pośrednie wzrosły, ale tylko o 1%. Wzrost kosztów związanych z energią o prawie 80% (wynikający z podwyżek cen na rynku, głównie energii elektrycznej) został w większości skompensowany przez działania

w zakresie transformacji kosztów (oszczędności w kosztach pracy oraz innych kategoriach kosztów pośrednich) oraz korzyści wynikające z różnych inicjatyw, w tym budowy sieci dla spółki Światłowód Inwestycje.

Na ewolucję kosztów wpłynęły głównie następujące czynniki:

- Spadek kosztów rozliczeń z innymi operatorami o 14%, głównie na skutek obniżenia stawek za zakończenie połączeń w sieci stacjonarnej i mobilnej; spadek ten odzwierciedlał spadek przychodów hurtowych;
- Wzrost kosztów sprzedaży o 11%, co wynikało ze wzrostu przychodów ze sprzedaży smartfonów oraz sprzętu ICT;
- Wzrost kosztów IT i sieci o 32% na skutek dużo wyższych kosztów energii sieciowej, wynikających ze wzrostu cen energii elektrycznej na rynku;
- Wzrost kosztów pozostałych usług obcych o 22%, głównie w wyniku wzrostu kosztów odsprzedaży energii elektrycznej, co wynikało ze wzrostu przychodów w tym obszarze, a także wyższych kosztów usług ICT (związanych z przychodami).

### Ewolucja EBITDAaL w 2022 roku (zmiana r/r, w mln zł)



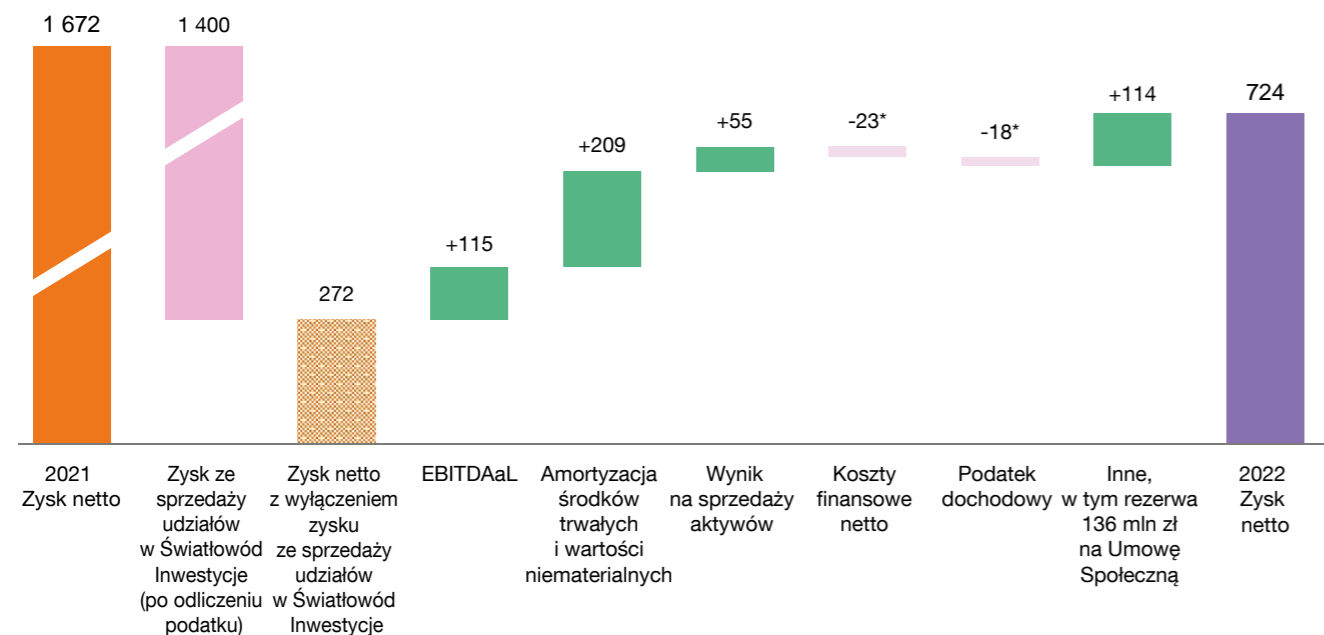


## Wzrost zysku netto w 2022 roku dla danych porównywalnych (z wyłączeniem jednorazowego zysku związanego z transakcją dotyczącą spółki Światłowod Inwestycje w 2021 roku), wsparty rosnącą EBITDAaL i niższą amortyzacją

Zysk netto za 2022 rok wyniósł 724 mln zł i był znacząco niższy w porównaniu z osiągniętym rok wcześniej zyskiem netto w wysokości 1 672 mln zł. Jednak w 2021 roku wynik został powiększony przez zysk w wysokości 1 400 mln

zł (po odliczeniu podatku) ze sprzedaży 50% udziałów w spółce Światłowod Inwestycje. Z wyłączeniem tego jednorazowego zdarzenia, zysk netto w 2022 roku był znacząco wyższy niż w poprzednim roku. Przyczyniły się do tego głównie trzy elementy. Po pierwsze, wzrost EBITDAaL. Po drugie, spadek amortyzacji o 8% rok-do-roku, wynikający głównie z wydłużenia okresu ekonomicznej użyteczności niektórych składników majątku oraz mniejszych inwestycji w sieć mobilną w ostatnich kilku latach. Po trzecie, wynik netto w 2021 roku obniżyło zawiązanie rezerwy w wysokości 136 mln zł w związku z nową Umową Społeczną. Koszty finansowe netto były w 2022 roku nieznacznie wyższe w wyniku niezrealizowanych ujemnych różnic kursowych (z przeszacowania długoterminowych zobowiązań z tytułu leasingu denominowanych w euro).

### Ewolucja zysku netto w 2022 roku (zmiana r/r, w mln zł)



## eCapex (ekonomiczne nakłady inwestycyjne) w wysokości 1,7 mld zł, w pobliżu dolnej granicy zakładanego zakresu

W 2022 roku ekonomiczne nakłady inwestycyjne Grupy (od 2020 roku miernik ten zawiera również naliczone wpływy ze sprzedaży aktywów) wyniosły 1 719 mln zł i w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku były niższe o 18 mln zł.

Nakłady te obejmowały przede wszystkim:

- rosnące nakłady na sieć mobilną związane ze zwiększeniem zasięgu usług LTE, a także poprawą jakości sieci mobilnej, zwiększeniem pojemności i zasięgu usług GSM/UMTS (rozpoczęty projekt modernizacji sieci dostępowej) oraz przystosowaniem mobilnej sieci dostępowej do technologii 4G – również

w miejscach nieobjętych projektem konsolidacji dostępowej sieci mobilnej (rejon strategiczne lub niedoinwestowane);

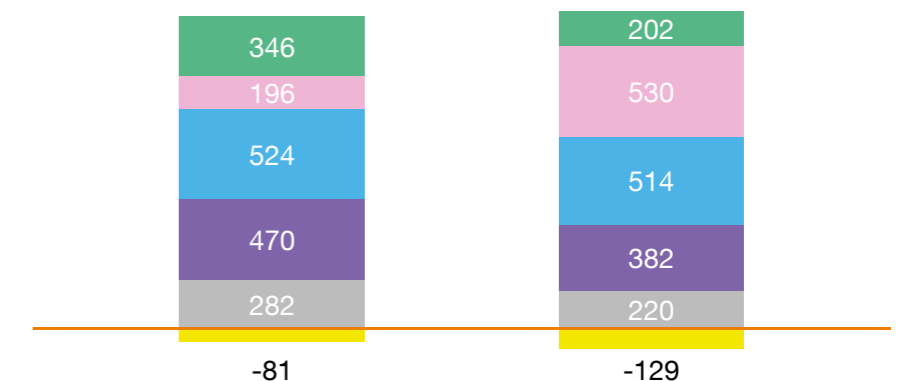
- malejące nakłady na sieć światłowodową, które po zawarciu umowy ze spółką Światłowod Inwestycje są dużo niższe niż wcześniej, obejmujące głównie dalszą komercjalizację wybudowanej sieci (sprzęt kliencki oraz podłączanie usług) oraz budowę dedykowanych łączy światłowodowych dla klientów biznesowych;
- 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;
- wpływy ze sprzedaży nieruchomości, które zaczęły ponownie rosnąć po spowolnieniu związanym z pandemią rok wcześniej.

### Podział wydatków inwestycyjnych

#### Obszary inwestycji

(w mln zł)

- Rozbudowa sieci światłowodowej (bez aktywów sprzedanych do spółki Ś)
- Sieć mobilna
- Sieć stacjonarna i szkieletowa
- Systemy i infrastruktura informatyczna
- Inne (razem z wydatkami na sprzęt kliencki bez FTTH)
- Wpływy ze sprzedaży aktywów (bez aktywów sprzedanych do spółki Ś)



### Ekonomiczne nakłady inwestycyjne (eCapex)

1,737

2021

1 719

2022





## Organiczne przepływy pieniężne w 2022 roku odzwierciedlają wysokie środki pieniężne z działalności operacyjnej

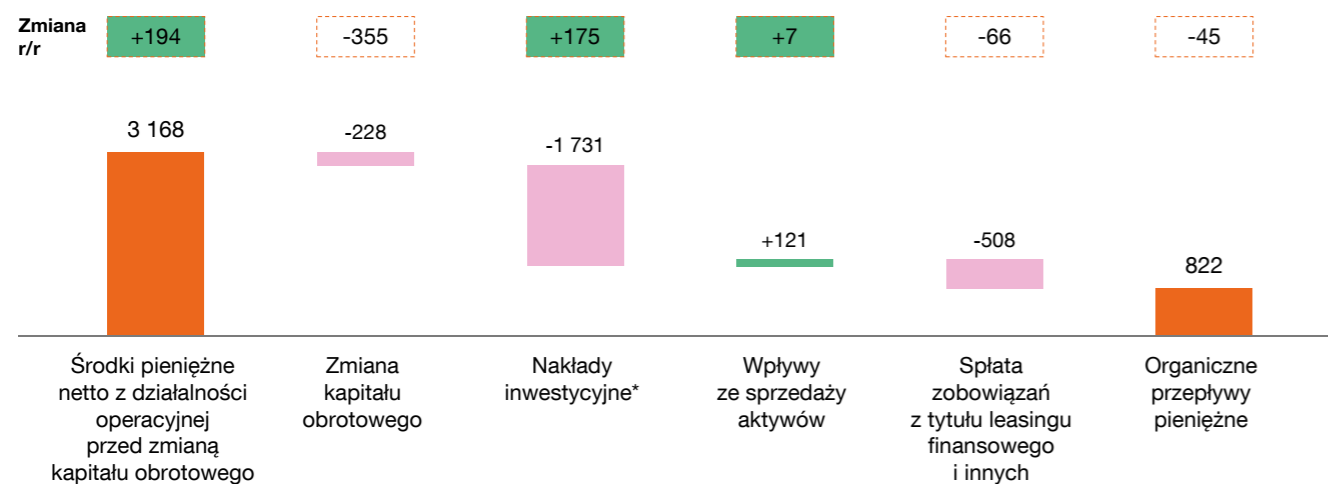
W 2022 roku organiczne przepływy pieniężne wyniosły 822 mln zł, co oznacza spadek o 45 mln zł, tj. 5% rok-do-roku. Na ten wynik złożyły się trzy czynniki.

Po pierwsze, wzrost środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej (przed zmianą kapitału

obrotowego) o 194 mln zł odzwierciedlał wzrost EBITDAaL. Po drugie, wypływy środków pieniężnych z tytułu inwestycji (z wyłączeniem wpływów ze sprzedaży aktywów związanych z siecią światłowodową spółce Światłowod Inwestycje) były w ujęciu rocznym o 175 mln zł niższe, ze względu na inne rozłożenie projektów inwestycyjnych.

Z drugiej strony, zapotrzebowanie na kapitał obrotowy zwiększyło się o 355 mln zł, co było spowodowane głównie wzrostem należności w związku z rekordowymi wynikami ratalnej sprzedaży sprzętu.

### Ewolucja organicznych przepływów pieniężnych w 2022 roku (w mln zł)



\* Nakłady inwestycyjne pomniejszone o wpływy ze sprzedaży aktywów sieci światłowodowej spółce Światłowod Inwestycje (wyłączone z przychodów ze sprzedaży aktywów)

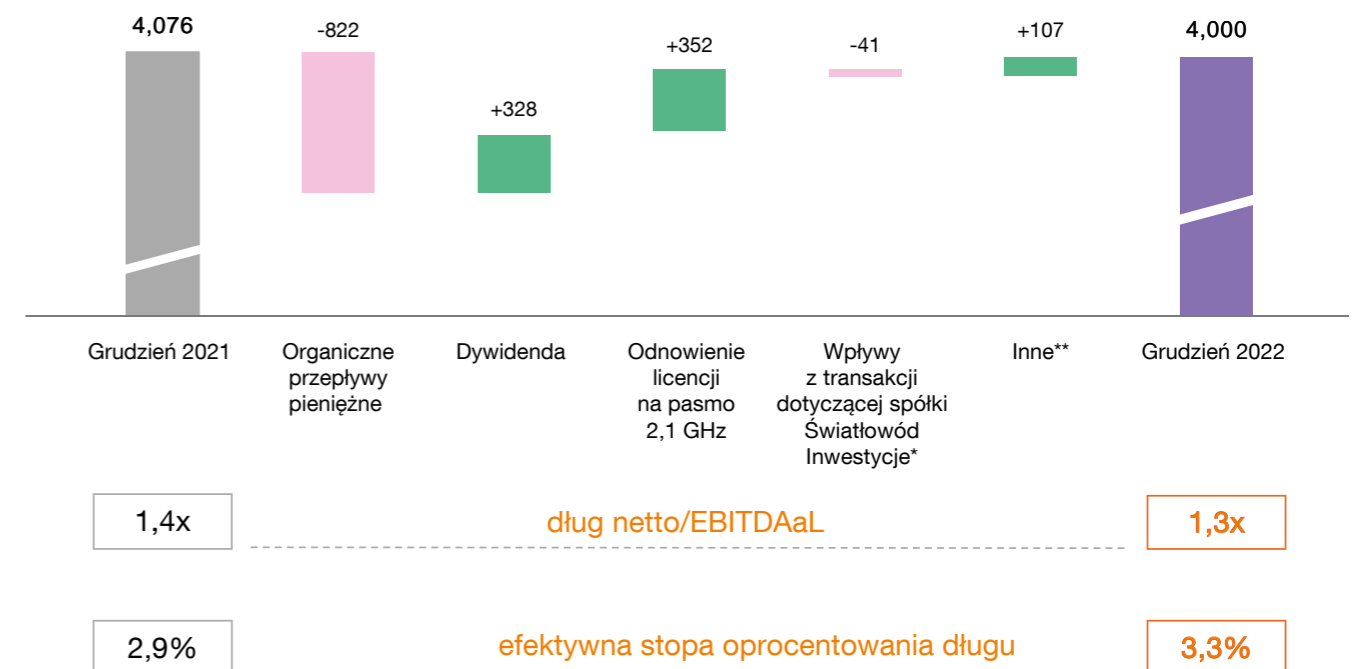


## LSpadek dźwigni finansowej do 1,3x

W 2022 roku zadłużenie netto Spółki nieznacznie się zmniejszyło o 76 mln zł, do poziomu 4 000 mln zł. Pomimo wypłaty dywidendy i odnowienia licencji na częstotliwości, dźwignia finansowa osiągnęła na koniec roku poziom 1,3x. 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 2022 roku stosunek długu opartego na stałej stopie procentowej do długu opartego na zmiennej stopie procentowej (z uwzględnieniem zabezpieczeń) wyniósł 92/8% wobec 91/9% na dzień 31 grudnia 2021 roku. Dzięki tak wysokiemu poziomowi zabezpieczeń stopy procentowej, zmiany rynkowych stóp procentowych będą miały istotnie ograniczony wpływ na koszt obsługi zadłużenia Grupy w perspektywie do połowy 2024 roku.

### Ewolucja długu netto (w mln zł)



\* Rata zapłacona przez APG w 2022 roku, po realizacji uzgodnionego harmonogramu budowy sieci

\*\* Obejmuje głównie rozliczenia dotacji w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa oraz płatności związane z nabyciem i integracją spółek zależnych



## Rosnące wypłaty dywidendy

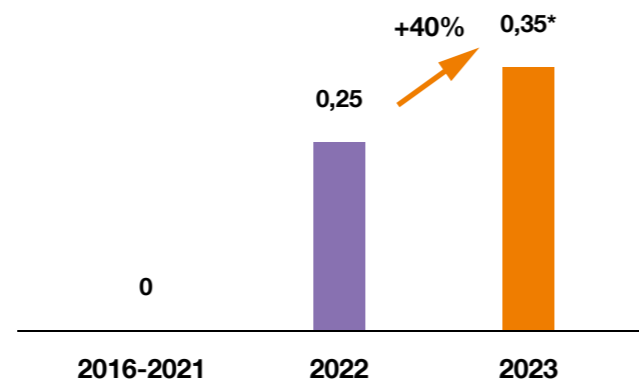
W 2021 roku, mając na uwadze skuteczny powrót na ścieżkę wzrostu oraz nowy plan strategiczny .Grow, który zakłada dynamiczny wzrost wyników finansowych Spółki, Orange Polska zdecydował o powrocie do trwałego wynagradzania akcjonariuszy. W 2022 roku wypłaciliśmy dywidendę w wysokości 0,25 zł na akcję z zysku za 2021 rok. Była to pierwsza wypłata dywidendy od 2016 roku.

Uwzględniając bardzo dobre wyniki za 2022 rok oraz mocny bilans, w dniu 15 lutego 2023 roku Zarząd Orange Polska podjął uchwałę, w której zarekomendował Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy wypłatę w 2023 roku dywidendy w wysokości 0,35 zł na akcję z zysku za 2022 rok.

Propozycja zwiększenia dywidendy o 40% odzwierciedla dobre wyniki, a także zaufanie Zarządu co do przyszłych perspektyw Orange Polska. Spółka uznaje dywidendę w wysokości 0,35 zł na akcję jako nowy stabilny poziom bazowy na przyszłość.

Wszelkie decyzje o zmianie wysokości dywidendy będą podejmowane co roku, z uwzględnieniem przewidywanych bazowych trendów finansowych oraz długookresowej prognozy dźwigni finansowej (stosunek długu netto do EBITDAaL) względem przyjętego korytarza 1,7-2,2x.

### Ewolucja dywidendy (w zł na akcję)



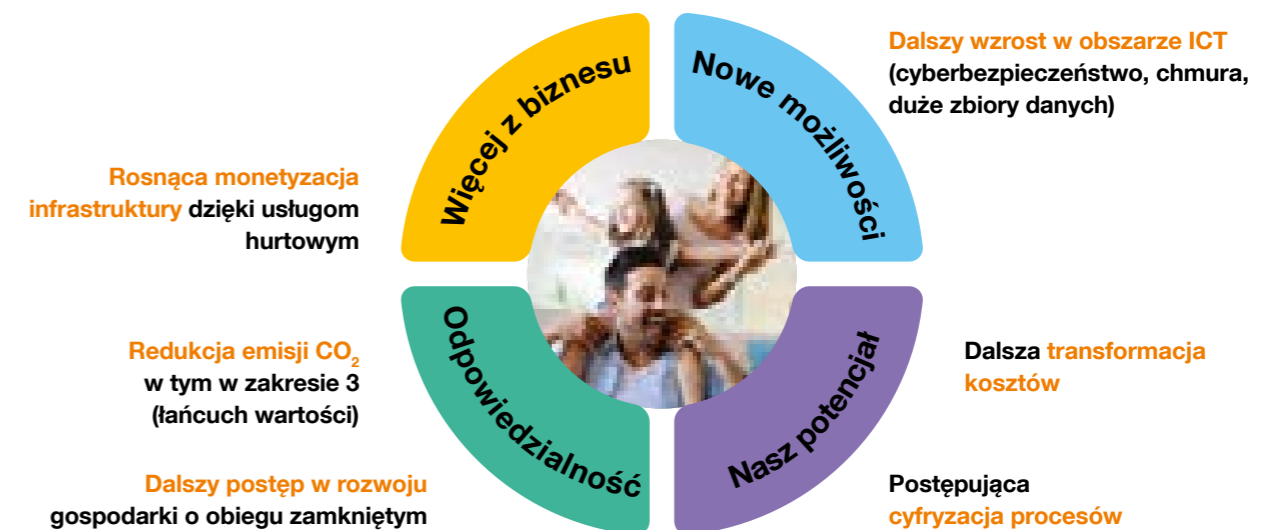
\* Rekomendacja Zarządu, wymaga zatwierdzenia przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy



# Perspektywy na 2023 rok: realizacja celów strategii .Grow pomimo wymagającego otoczenia zewnętrznego

## Priorytety na 2023 rok wynikające ze strategii .Grow

Kluczowe priorytety na 2023 rok



## Pracownicy Orange

Dalsze zmiany kulturowe i rozwój kwalifikacji

Rok 2023 będzie trzecim rokiem realizacji strategii .Grow. Otoczenie makroekonomiczne postaje wymagające: według przewidywań tempo wzrostu gospodarczego w Polsce spowolni do poniżej 1%, a inflacja utrzyma się na poziomie dwucyfrowym; ponadto, nadal niestety trwa wojna za naszą wschodnią granicą.

Przede wszystkim musimy konsekwentnie realizować naszą strategię komercyjną ukierunkowaną na wartość, aby znacznie wyższe koszty przynajmniej częściowo znalazły odzwierciedlenie w cenach. W drugiej połowie 2022 roku skorygowaliśmy ceny większości usług. Teraz najważniejsze zadanie polega na tym, aby skłonić klientów do przyjęcia nowych planów taryfowych, co przełoży się na wzrost ARPO i przychodów. Zwiększenie dynamiki wzrostu wskaźnika ARPO ma kluczowe znaczenie dla ograniczenia skutków inflacji.

Musi temu towarzyszyć dalsza transformacja kosztów w celu zwiększenia elastyczności i efektywności. Kluczowe znaczenie ma w tym względzie cyfryzacja procesów biznesowych, a także optymalizacja portfela nieruchomości – która wiąże się między innymi z konsolidacją zespołów i zmniejszeniem używanej przez nas przestrzeni biurowej (w związku z nowym, hybrydowym modelem pracy).

Mamy nadzieję, że rok 2023 okaże się wreszcie rokiem 5G. Bardzo nas cieszy, że rozpoczęły się od dawna oczekiwane konsultacje dotyczące nowej aukcji na częstotliwości 5G. Mamy nadzieję, że będzie to efektywny i transparentny proces, który umożliwi nam przystąpienie do budowy sieci 5G przy wykorzystaniu przeznaczonego na nią pasma. Będzie to bardzo ważny element, otwierający nowe perspektywy dla usług i wzrostu zarówno na rynku konsumenckim jak i biznesowym.

Ponadto, będziemy nadal podejmować inicjatywy proekologiczne, zarówno w wymiarze środowiskowym jak i społecznym. Zintensyfikujemy wysiłki na rzecz zmniejszenia emisji CO<sub>2</sub> 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.

Nie ma wątpliwości, że rok 2023 będzie znowu trudny. Jesteśmy jednak przekonani, że dysponujemy odpowiednimi zasobami, aby zmierzyć się z tym wyzwaniem i zrealizować nasze ambitne cele.





Cele finansowe strategii .Grow potwierdzone przez wyniki w latach 2021-22 i perspektywy na 2023 rok

	Przychody	EBITDAaL	eCapex
	+4,2% (CAGR)	+4,9% (CAGR)	1,73 mld zł (średnia roczna)
Perspektywy na 2023 rok	Niski jednocyfrowy wzrost	Stabilna lub niski jednocyfrowy wzrost	1,5-1,7 mld zł
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Najważniejsze trendy w kluczowych usługach telekomunikacyjnych, ICT i hurtowych będą nadal wspierać wzrost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wsparta przez wzrost przychodów i dalszą transformację kosztów</li> <li>Negatywny wpływ inflacji na koszty operacyjne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dyscyplina inwestycyjna</li> <li>Rozpoczęcie budowy sieci 5G</li> <li>Ambitny plan zbycia nieużywanych nieruchomości</li> </ul>
<b>Wszystkie cele strategii .Grow 2020-24 potwierdzone</b>	Niski jednocyfrowy wzrost CAGR	Stabilny lub niski jednocyfrowy wzrost CAGR	1,5-1,7 mld zł średnia roczna z okresu

Cele na ten rok są spójne z naszą strategią, która zakłada wzrost przychodów, zysków i generowanych przepływów pieniężnych. Kluczowym wyzwaniem pozostaje inflacja, która będzie znacząco wpływać na koszty operacyjne.

Prognozujemy niski jednocyfrowy wzrost przychodów w 2023 roku. Jesteśmy przekonani, że utrzyma się solidny popyt na nasze usługi, które są istotne dla naszych klientów. Przewidujemy dalsze wzrosty w kluczowych 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).

Podobnie jak w 2022 roku, oczekujemy, że EBITDAaL zostanie wsparta przez wzrost przychodów we wszystkich kluczowych obszarach naszej działalności, koncentrację na budowaniu wartości oraz optymalizację kosztów. Jednak spodziewamy się, że otoczenie inflacyjne będzie negatywnie 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 minimalnego wynagrodzenia. Ponadto, otoczenie makroekonomiczne pozostaje niestabilne ze względu

niepewną skalę spowolnienia gospodarczego oraz wysoką inflację i stopy procentowe. Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, przewidujemy, że w 2023 roku EBITDAaL będzie na poziomie stabilnym lub odnotuje niski jednocyfrowy wzrost procentowy. Ta prognoza stanowi powtórzenie prognozy na 2022 rok, ale jest obciążona znacznie większą niż zwykle niepewnością.

Przewidujemy, że w 2023 roku ekonomiczne nakłady inwestycyjne (eCapex) będą się mieścić w przedziale 1,5-1,7 mld zł, a zatem będą niższe niż w ubiegłych kilku latach. Jest to odzwierciedleniem trzech elementów. Po pierwsze, zakładamy, że rozstrzygnięcie aukcji na częstotliwości 5G (pasmo C) nastąpi w drugiej połowie roku. Oznacza to, że w 2023 roku nie będziemy jeszcze w pełni ponosić wydatków na budowę sieci 5G. Po drugie, jesteśmy przekonani, że dyscyplina inwestycyjna przyczyni się do zmniejszenia ponoszonych nakładów. Po trzecie, na ten wynik wpłynie również nasz ambitny plan zbycia nieużywanych nieruchomości. (Zgodnie z przyjętą przez nas definicją, ekonomiczne nakłady inwestycyjne nie obejmują płatności za częstotliwości komórkowe.)

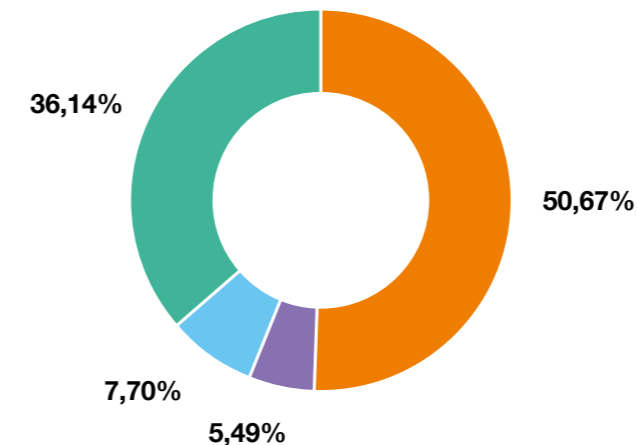
Realizacja prognozy będzie na bieżąco monitorowana przez Spółkę. W przypadku istotnego odchylenia od celu, Spółka dokona jego korekty i niezwłocznie przekaże tę korektę do wiadomości publicznej w formie raportu bieżącego.

Pokładając zaufanie w sile naszych aktywów, rosnącym popycie oraz jakości naszych usług, w pełni potwierdzamy wszystkie długoterminowe ambicje strategiczne.

# Orange Polska na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w 2022 roku

## Struktura własnościowa

Udział w kapitale zakładowym (%)



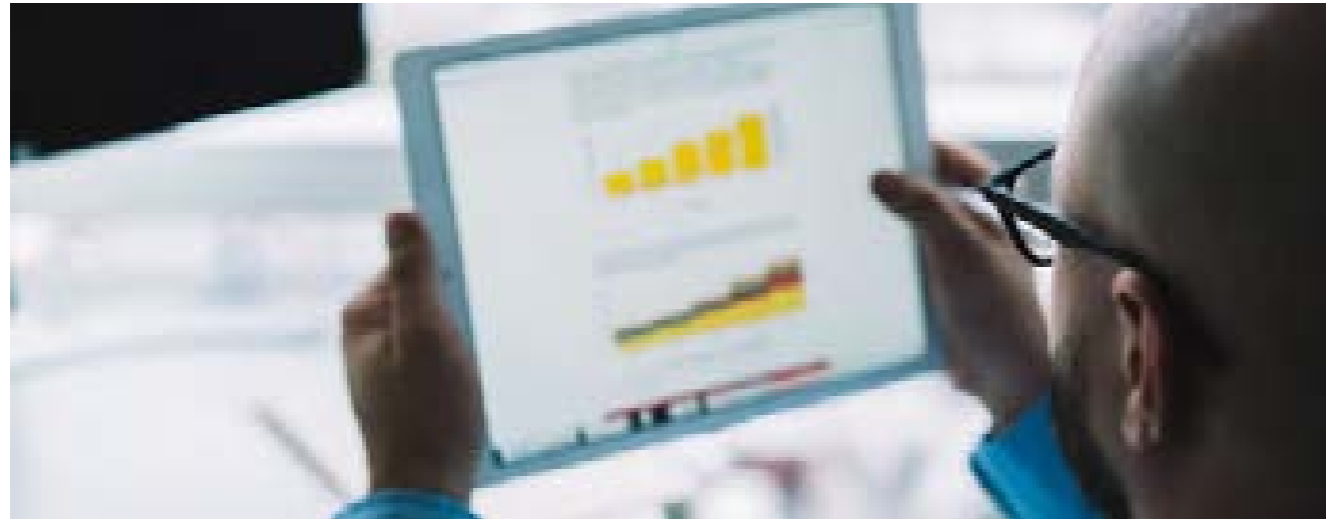
Orange S.A.	664 999 999
Allianz Otwarty Fundusz Emerytalny	101 008 824
Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny	72 053 524
Pozostali akcjonariusze	474 295 132
<b>Razem</b>	<b>1 312 357 479</b>

Liczba posiadanych akcji\*

\*1 akcja = 1 głos na WZA

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 2022 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 2022 roku indeksy na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych zanotowały spadki. Akcje Orange Polska S.A. spadły w tym czasie o 22%, a indeks dużych spółek giełdowych WIG20 zanotował spadek o 21%.

### Notowania akcji Orange Polska S.A. w okresie od 1 stycznia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r.



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
Dom Maklerski BDM S.A.
Dom Maklerski Banku Ochrony Środowiska
Dom Maklerski mBanku
Dom Maklerski PKO Bank Polski
Dom Maklerski Santander
Erste Bank Investment
Ipopema Securities
PEKAO S.A.
Trigon Dom Maklerski S.A.
Wood & Company

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

## 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 2022 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 2022 roku kilkanaście instytucji finansowych opublikowało raporty i rekomendacje dotyczące Spółki.

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

W 2022 roku Spółka uczestniczyła w sześciu konferencjach dla inwestorów, zorganizowanych przez różnych brokerów, a także odbyła około 100 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. W 2022 roku Orange Polska opublikował szósty raport zintegrowany. Raport Orange Polska 2021 otrzymał nagrodę główną w kategorii „Raport zintegrowany” w 16. edycji konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju. Konkurs jest organizowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte. 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](https://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 2022 roku Spółka przestrzegała wszystkich zasad Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW 2021 z wyjątkiem jednej – zasady 2.2 w części dotyczącej różnorodności w składzie Zarządu. Obecnie, udział kobiet w Zarządzie wynosi 25%.

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/](https://www.orange-ir.pl/pl/lad-korporacyjny/)



**9 466**  
pracowników  
Orange  
Polska

# Kapitał ludzki

Zapewnienie dobrego środowiska pracy to jedno z kluczowych wyzwań dla każdej firmy. Staramy się tworzyć kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy czują się szanowani i swobodnie realizują swoje cele zawodowe i życiowe pasje.







## Co robimy, aby być blisko, prosto, odważnie i pozytywnie – priorytety zmiany kulturowej

Budujemy naszą kulturę organizacyjną w otwartym dialogu z pracownikami, szczególnie poprzez dwa globalne badania opinii pracowników (Badanie kultury organizacyjnej i Nasz Barometr), regularne informacje zwrotne oraz otwarte spotkania. Zdefiniowaliśmy cztery obszary priorytetowe dla naszej zmiany kulturowej:

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

# Kultura organizacyjna

## 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:

- 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 niefinansowe);
- Coroczne gale wręczenia nagród (Prezesa i szefów funkcji);
- 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, platforma Migram;



- Wzmacnianie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz odporności psychicznej.

## 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;
- Kultura informacji zwrotnej (informacja zwrotna 360° raz na 2 lata; comiesięczny Pulsometr – badanie opinii zespołu, nastawione na współpracę i osiąganie celów);
- Zarządzanie zadaniami przy użyciu nowoczesnych narzędzi (Jira itp.);
- #bezcukru – cykliczne spotkania Członków Zarządu z pracownikami (średnio co dwa tygodnie – ponad 2000 pracowników uczestniczy w streamingu video 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:

- Jump – program mobilności wewnętrznej;
- Szkoły zawodowe – Data & AI, IT Academy;
- 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 2022 roku po raz kolejny (12 raz z rzędu) otrzymaliśmy tytuły Top Employer Polska, Top Employer Europe i Top Employer Global oraz certyfikat HR Najwyższej Jakości. Są one potwierdzeniem naszego zaangażowania w tworzenie odpowiednich warunków pracy, dbałości o rozwój pracowników oraz wdrażania dobrych praktyk w zakresie kapitału ludzkiego i nieustannego ich doskonalenia.



37%

kobiet na  
stanowiskach  
kierowniczych

## Zarządzanie różnorodnością

Orange Polska posiada Politykę Zarządzania Różnorodnością, która została przyjęta decyzją Prezesa Zarządu nr 36/16 z 19 września 2016 roku. Polityka zarządzania różnorodnością wspiera realizację celów biznesowych i wartości zawartych w Kodeksie Etyki, celów odpowiedzialności społecznej oraz zobowiązań zawartych w Karcie Różnorodności, której Orange Polska jest sygnatariuszem. Polityka odnosi się również do Globalnej Polityki zarządzania różnorodnością i włączenia w Orange.

Polityka Zarządzania Różnorodnością w Orange Polska za kluczowe wymiary różnorodności w firmie przyjmuje: płeć; wiek; kompetencje, wiedzę, doświadczenie i sposób myślenia; zdolności psychofizyczne – (nie)pełnosprawność; oraz status rodzicielski. Pozostałe zdiagnozowane wymiary to: religia i światopogląd; lokalizacja miejsca pracy (centrala lub region); forma zatrudnienia; oraz narodowość i pochodzenie etniczne.

### 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.

Realizacja Polityki jest wspierana przez Komitet ds. równości płci w miejscu pracy oraz różnorodności. Potwierdzeniem jakości zarządzania różnorodnością

jest międzynarodowy certyfikat – Gender Equality European and International Standard (GEEIS). Polityka zarządzania różnorodnością wspiera realizację naszych celów biznesowych, odpowiada na zmiany na rynku pracy i wychodzi naprzeciw oczekiwaniom pracowników. Polityka wspiera także przestrzeganie wartości zawartych w Kodeksie Etyki, celów odpowiedzialności społecznej oraz zobowiązań zawartych w Karcie Różnorodności, której jesteśmy sygnatariuszem.

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.

### Program Razem

W odpowiedzi na potrzebę zapewnienia kobietom większego wsparcia w rozwoju, dostępu do stanowisk, ale także możliwości godzenia roli zawodowej i rodzinnej, stworzyliśmy program Razem. Razem to program, który wpisuje się w zmianę kulturową i jest skierowany do wszystkich pracowników Orange Polska. Jego celem jest ukazanie, jak ważne dla działalności biznesowej jest wykorzystanie potencjału każdego z nas poprzez budowanie zrównoważonych zespołów złożonych z kobiet i mężczyzn.

### 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.

Są to działania wzmacniające potencjał kobiet, ich odwagę do podejmowania nowych wyzwań oraz możliwości rozwoju kariery i promocji, a także zwiększenie liczby kobiet w obszarach technologicznych. Działamy również w obszarze świadomości nas wszystkich, pokazując, jakie konsekwencje mogą za sobą nieść stereotypy i uprzedzenia. Zależy nam na wzmocnieniu świadomości, jak istotna jest rola kobiet w biznesie.

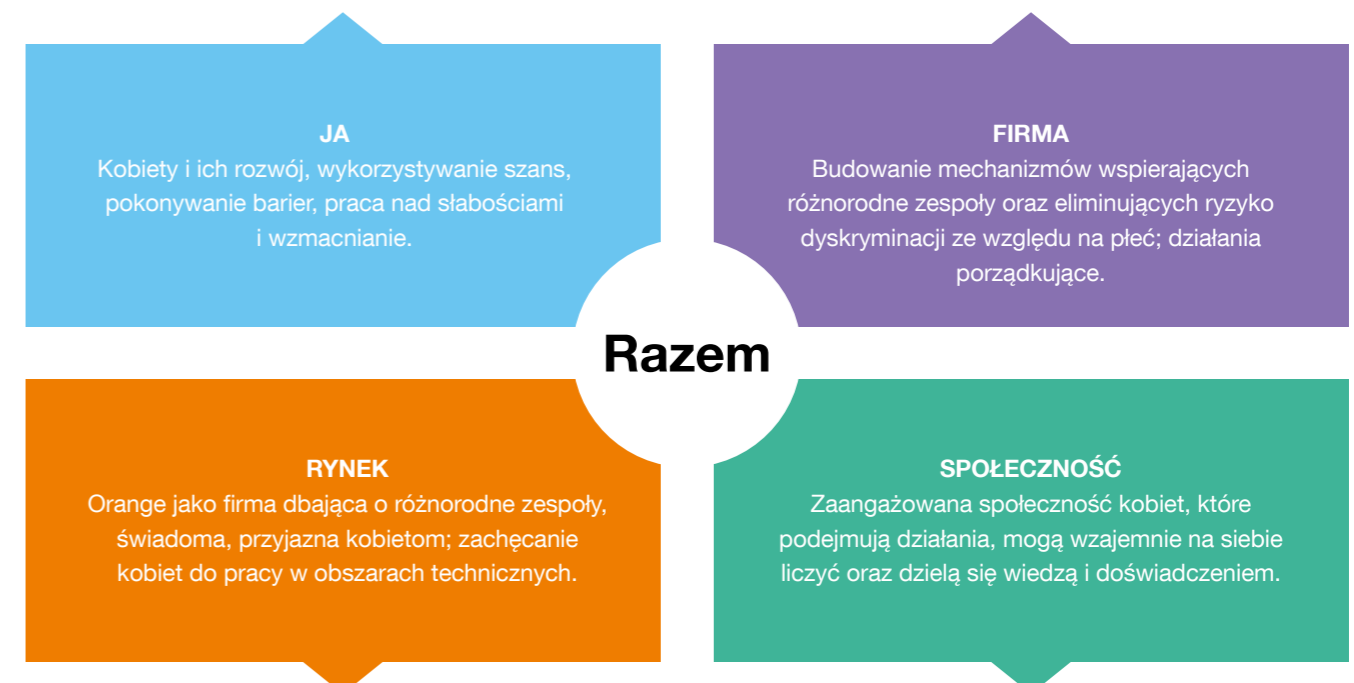
### Obszary działania programu Razem:

- Program rozwojowy dla kobiet – Liderki Razem
- Mentoring i coaching
- Doradztwo rekrutacyjne

### Cele programu Razem:

- Wzmacnianie roli kobiet w Orange:
  - 40% kobiet na stanowiskach kierowniczych,
  - 37% kobiet na pozycjach liderkich,
  - 50% kobiet w procesie sukcesji do 2025 roku,
  - równe płace.
- Zwiększenie liczby kobiet w obszarach technicznych:
  - 25% kobiet w obszarach technicznych do roku 2025.
- Dbłość o równość/różnorodność w zespołach:
  - Przy rekrutacji zawsze minimum 1 kobieta w komisji,
  - Wśród kandydatów na krótkiej liście reprezentanci obu płci.
- Budowa świadomości i zaangażowanie w program większej liczby mężczyzn:
  - Zwiększenie udziału mężczyzn aktywnie działających w programie.

- Monitoring luki płacowej
- Przy rekrutacji co najmniej 1 kobieta w komisji + kandydaci obu płci na krótkiej liście
- Cel: zatrudnienie 50% kobiet w ramach Let's Orange



- Włącz.One
- Women in Tech
- Dni Kariery Kobiet w IT
- Żeńskie i męskie nazwy stanowisk przy rekrutacji
- Dzieciaki w świecie techniki

- Społeczność Kobiety w technologiach (ok. 200 uczestniczek/ów)
- Lokalni liderzy w 10 miastach
- Newsletter, portal Plazza, inspiracje



## Case Study

# Liderki Razem

### O programie

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.

#### I edycja (2021/2022):

- 37 uczestniczek (menedżerek i ekspertek);
- 8 menterek i 8 mentorów;
- 9 coachów.

#### II edycja (2021/2022):

- 57 uczestniczek uczestniczek (menedżerek i ekspertek);
- 12 menterek i 7 mentorów;
- 12 coachów (9 kobiet i 2 mężczyzn).

### Co składa się na program

W trakcie 12-miesięcznego programu uczestniczki spotykają się z ekspertami i ekspertkami w różnych dziedzinach, otrzymując informacje na temat trendów i najlepszych praktyk zarządzania firmą, myślenia strategicznego oraz budowania pozycji liderki. Sukcesywnie pracują także nad rozwojem umiejętności zarządzania firmą i zespołem.

Program przypomina studia podyplomowe i jest uzupełniony coachingiem i mentoringiem. Korzystamy z koncepcji organizacji samouczącej się. Łączymy aspekt biznesowy (Macro i Micro) z osobistym (Me), dodatkowo pracując w oparciu o metodologię coachingu i mentoringu grupowego (grupy Female CoDeV).

Na zjazdach są poruszane różnorodne tematy – od trendów ekonomicznych, poprzez style zarządzania

firmą, do przygotowania osobistej strategii finansowej. Dlatego pomiędzy sesjami uczestniczki otrzymują zadania pre – przygotowujące do wykonania zadania oraz post – sprawdzające pozyskaną wiedzę i umiejętności. W wykonaniu zadań pomagają materiały edukacyjne (tutoriale, wykłady, filmy i literatura).

Każda sesja składa się z wykładów ekspertów i ekspertek, będących uznanymi autorytetami ze świata nauki i biznesu. Dodatkowo, swoim doświadczeniem liderkim dzielą się także przedstawiciele Zarządu Orange Polska.

### Jak pracujemy

Uczestniczki są podzielone na kiluosobowe zespoły, prowadzone przez certyfikowanego coacha i mentora – dyrektora lub dyrektorkę Orange Polska (poziom N+1). Program koncentruje się na kluczowych aspektach, które są istotne dla budowania silnej liderki, takie jak przywództwo, finanse i branding. Spotykamy się co miesiąc. Każdy zjazd ma trzy wymiary: kontekst społeczny i biznesowy (Macro), działalność firmy (Micro) oraz osobisty (Me).

Dodatkowo, pomiędzy sesjami uczestniczki mają możliwość korzystania z indywidualnego coachingu, mentoringu, peer mentoringu i job shadowingu, a także mogą uczestniczyć w ciekawych szkoleniach i webinarach.

Podczas całego projektu uczestniczki otrzymują zadania indywidualne i zespołowe (obowiązkowe i fakultatywne). Zadania są punktowane, a liczba zdobytych punktów decyduje o otrzymaniu certyfikatu.

### Po czym poznamy, że osiągnęliśmy sukces

Oprócz osobistych i indywidualnych sukcesów naszych uczestniczek, nasze cele to:

- wzrost liczby kobiet na stanowiskach kierowniczych,
- zwiększenie liczby kobiet na listach sukcesorów,
- wzmocnienie kompetencji i odwagi kobiet do awansu.

**Program Liderki Razem wpisuje się w przyjętą przez Orange Polska strategię .Grow (rośniemy razem) i przyczynia się do realizacji celu dotyczącego zapewnienia 40% kobiet na stanowiskach kierowniczych i 37% kobiet na stanowiskach liderkich.**

## Zdrowie na TAK

Orange Polska, jako pracodawca odpowiedzialny społecznie i Opiekun Karty Różnorodności, działa na rzecz równego traktowania w zatrudnianiu 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.

W 2022 roku, po przeprowadzeniu ankiety ewaluacyjnej wśród uczestników programu, zwiększyliśmy wysokość pakietu finansowego oraz wprowadziliśmy szereg innych udogodnień.







# 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). Przyjeliśmy zasadę: 3 dni w domu, 2 dni w biurze. Rytm biuro/dom może się zmieniać w zależności od tego, jakie zadania realizuje zespół. Wprowadziliśmy też aplikację do rezerwacji biurek i miejsc parkingowych.

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 – lokalizacje 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. Naszych 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 w okresie izolacji.

W odpowiedzi na głosy pracowników, którzy narzekali na nieustanne spotkania online, wprowadziliśmy zasadę spotkań nie dłuższych niż godzina oraz zaproponowaliśmy wspólną „godzinę bez spotkań” w ciągu dnia.



## Środowisko Pracy

W Orange Polska zapewniamy pracownikom przyjazne i bezpieczne środowisko, które sprzyja integracji i wpływa na lepsze samopoczucie w miejscu pracy. Wdrażamy konkurencyjny pakiet działań wspierających zdrowie i dobrostan pracowników w celu stworzenia warunków do rozwoju oraz większej kreatywności i zaangażowania w realizowane zadania. To z kolei pozwala na budowanie wartościowej oferty wspierającej pozyskiwanie i przywiązanie pracowników do firmy. Cele określone w Polityce inwestycji w jakość zdrowia i samopoczucia pracowników Orange Polska realizujemy poprzez całościowe podejście do potrzeb pracowników w zakresie dobrostanu:

- fizycznego – zapewniamy pracownikom kompleksową opiekę medyczną, wspieramy aktywność fizyczną, w tym także działalność klubów sportowych, promujemy zdrowy styl życia i tworzymy przyjazne i bezpieczne środowisko pracy,
- psychicznego – edukujemy w zakresie metod redukcji stresu, podejmujemy działania wspierające zachowanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym, dbamy o zdrowe relacje w pracy, wdrażamy kulturę informacji zwrotnych i doceniania, zapewniamy wsparcie psychologiczne w trudnych sytuacjach,
- społecznego – tworzymy kulturę współpracy, w której wszyscy pracownicy są szanowani, swobodnie realizują cele zawodowe i życiowe pasje oraz wspieramy zaangażowanie pracowników w działania społeczne w ramach wolontariatu pracowniczego.



Pracownicy Orange mogą korzystać z następujących świadczeń i benefitów:

- kompleksowa opieka medyczna w PZU Zdrowie oraz placówkach współpracujących na terenie całego kraju,
- Pracowniczy Program Emerytalny,
- Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych, który stanowi formę pomocy socjalnej adresowanej do potrzebujących wsparcia pracowników i emerytów,
- Centralne Fundusze: Mieszkaniowy i Pomocy Społecznej,
- zniżki na produkty i usługi Orange oraz u partnerów Grupy w ramach programu Oferta dla Ciebie,
- imprezy sportowe, turystyczne i kulturalne, a także karta FitProfit,
- praca zdalna oraz telepraca,
- działania promujące zdrowy styl życia – webinaria, wyzwania, konsultacje ze specjalistami,
- wsparcie psychologiczne ze strony wewnętrznego zespołu psychologów i specjalistów zewnętrznych.

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. W związku z wybuchem wojny w Ukrainie, wielu z nas ponownie utraciło poczucie bezpieczeństwa. Powróciły lęki i obawy o przyszłość, zdrowie i życie – nie tylko



własne, ale także bliskich. Z wielkim entuzjazmem pracownicy zaangażowali się w udzielanie pomocy uchodźcom z Ukrainy, a także w zbiórki na rzecz tych, którzy pozostali w kraju ogarniętym wojną. To wszystko miało duży wpływ na samopoczucie psychiczne, mentalne i fizyczne pracowników. Dlatego szczególną wagę przywiązywaliśmy do zapewnienia im wsparcia psychologicznego. Udostępniliśmy pracownikom i innym osobom wykonującym pracę na rzecz Orange platformę wsparcia psychologicznego Mindgram. Oprócz dostępu do webinarów, warsztatów i kursów wspierających dobrostan, mogą oni korzystać z konsultacji ze specjalistami (psycholog, mentor biznesu, doradca prawny, ekspert finansowy), a także wziąć udział w sesjach psychoterapeutycznych.

W trosce o zdrowie i kondycję fizyczną pracowników zorganizowaliśmy także akcje bezpłatnych postcovidowych badań lekarskich oraz krótkie przerwy w pracy na ćwiczenia i konsultacje z fizjoterapeutą, a także zapewniliśmy dostęp do indywidualnego coacha zdrowia, wspierającego we wdrażaniu zdrowych nawyków.

W ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych uruchomiliśmy pożyczkę „na Zdrowie” przeznaczoną na cele prozdrowotne. Realizowaliśmy również działania wspierające pracowników z niepełnosprawnością w programie Zdrowie na TAK – zwiększyliśmy wysokość pakietu adaptacyjnego oraz doposażyliśmy stanowiska pracy w dodatkowy sprzęt zgodnie ze zgłoszonymi potrzebami.

## Bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP)

Zarówno prawo pracy, jak i regulaminy wewnętrzne 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 BHP i ergonomii, poprzez aktywne uczestnictwo pracowników 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. analizy stanu BHP, analizy wypadków przy pracy, porady/prezentacje związane z profilaktyką zdrowotną i bezpieczeństwem pracy,
- współpracę z partnerami społecznymi w ramach działalności komisji BHP – wspólne przeglądy warunków pracy, formułowanie wniosków dotyczących poprawy warunków pracy,
- bieżące monitorowanie warunków pracy,
- zapewnienie badań profilaktycznych pracowników oraz szkoleń BHP.

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

Dla wszystkich stanowisk pracy zostały zidentyfikowane i ocenione oraz udokumentowane ryzyka zawodowe, które są zawarte w kartach oceny ryzyka, dostarczających pracownikowi 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.

Pracownicy Orange Polska są objęci opieką medyczną w PZU Zdrowie. Oprócz medycyny pracy mogą oni również skorzystać z bezpłatnego pakietu dodatkowych świadczeń medycznych.

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.

Wszyscy pracownicy Orange Polska są zobowiązani do odbycia wstępnego szkolenia BHP. Ponadto, niektóre grupy pracowników są zobowiązane do szkoleń okresowych, m.in. menedżerowie co 5 lat, a pracownicy na stanowiskach robotniczych co 3 lata lub co rok.

W 2022 roku działania w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy koncentrowały się na przygotowaniach do bezpiecznego powrotu do biur po szczycie pandemii COVID-19. Wznowiono stacjonarne i praktyczne szkolenia z pierwszej pomocy dla pracowników w całej Polsce. Renegocjowano i przedłużono umowę z PZU Zdrowie, uzyskując wprowadzenie rozwiązań ułatwiających umawianie się i korzystanie z usług medycznych, a także uzgodniono i rozpoczęto proces kierowania pracowników na badania profilaktyczne. Przywrócono przeglądy warunków pracy w salonach sprzedaży. Wprowadzono zmiany w wewnętrznych aktach prawnych, umożliwiając płynne przejście pracowników TP Teltech. Trwają prace nad dalszą digitalizacją procesów BHP oraz przygotowania do wprowadzenia regulacji dotyczących pracy zdalnej.



# 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.

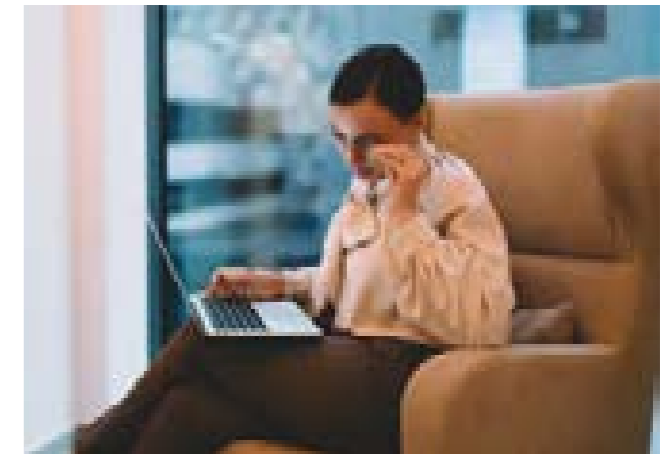
Polityka wynagradzania jest zgodna z obowiązującymi regulacjami w zakresie prawa pracy i ładu korporacyjnego. Zasady wynagrodzeń dla pracowników Orange Polska S.A., którzy są objęci Ponadzakładowym Układem zbiorowym Pracy, powstają we współpracy ze związkami zawodowymi.

System wynagrodzeń składa się z:

- wynagrodzenia zasadniczego – uwzględniającego rynkowe standardy wynagrodzeń dla poszczególnych stanowisk oraz indywidualne kompetencje i wkład pracowników oraz zasady niedyskryminacji,
- premii – system premiowania przeznaczony jest 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 wdrażanie strategii Spółki,
- nagród uznaniowych,
- benefitów,
- 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, digitalna sprzedaż i obsługa, metodologie agile i zarządzanie projektami oraz ekologia i społeczna odpowiedzialność biznesu. Celem rozwoju 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 – szkoleń, kursów online, platform



edukacyjnych, filmów, dzielenia się wiedzą w ramach programu Eksperci dla ekspertów, peer mentoringu oraz aktywności w społecznościach edukacyjnych.

Rozwój pracowników jest realizowany poprzez wprowadzenie spójnego modelu/procesu, narzędzia oraz oferty rozwojowej w formie długofalowych ścieżek edukacyjnych (learning paths). Aby zapewnić spójny model zarządzania kompetencjami, został wdrożony projekt transformacyjny – SkillsUp, którego celem jest zapewnienie kompetencji niezbędnych do realizacji strategii Orange, dzięki wykorzystaniu potencjału każdego z nas i trafnym inwestycjom w rozwój. W 2022 roku został przeprowadzony pilotaż SkillsUp w grupie ok. 800 użytkowników, a następnie program został wdrożony w czterech wybranych zespołach. Na 2023 rok jest przewidziane wdrożenie SkillsUp dla kolejnych struktur.

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 przez zmianę kulturową, technologiczną i w kierunku wykorzystywania 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 sposobów i narzędzi pracy agile. Na 2023 rok jest planowany trzeci, ostatni moduł w obszarze cyfrowych doświadczeń klienta.

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





# Dialog i zaangażowanie

## 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,
- rodzaje prac i wykaz stanowisk pracy 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 usprawiedliwienia 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 7 grudnia 2021 r. i obowiązuje na lata 2022-2023. Umowa określa m.in. wielkość odejść dobrowolnych i pakiet finansowy dla pracownika odchodzącego 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 2022-2023 przewidują również działania na rzecz przyjaznego środowiska pracy oraz utrzymanie pakietu opieki medycznej. Ponadto, Orange Polska S.A. zadeklarował utrzymanie budżetu szkoleniowego w latach 2022-2023 na poziomie ubiegłorocznego.

W dniu 19 października 2022 r. zostało również zawarte z Partnerami Społecznymi Porozumienie, które określa szczegółowe zasady zwolnienia grupowego w 2023 roku oraz postępowania w sprawach realizacji Umowy Społecznej 2022-2023 w roku 2023. W ramach tego Porozumienia, określono limit odejść pracowników w 2023 roku na poziomie 640, zasady odejść dobrowolnych, a także wysokość odpraw i dodatkowych odszkodowań dla pracowników odchodzących w 2023 roku. Porozumienie określa również zasady i kryteria doboru, jakie pracodawca stosuje wobec pracowników, którym wypowiedza umowy o pracę z przyczyn nie dotyczących pracowników.

Z dniem 1 grudnia 2022 r. spółka TP Teltech Sp. z o.o. połączyła się z Orange Polska S.A. Pracownicy, którzy przeszli w trybie artykułu 23 (1) Kodeksu Pracy do Orange Polska S.A., są objęci postanowieniami Ponadzakładowego Układu Zbiorowego Pracy dla Pracowników Orange Polska S.A. (z uwzględnieniem przepisów powszechnie obowiązujących, tj. artykułu 2418 Kodeksu Pracy).

## Wolontariat pracowniczy

W Orange Polska od 19 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 lokalnych społeczności przy wsparciu Fundacji Orange.



W 2022 roku, w ramach działań związanych z pomocą Ukrainie, wolontariusze Fundacji Orange skoncentrowali się na pomocy osobom uciekającym przed wojną. Podjęli konkretne działania, w tym pomoc na granicy, na dworcach i w miejscach pobytu uchodźców. Wolontariusze gościli w swoich domach osoby z Ukrainy oraz organizowali pomoc korzystając ze środków w ramach grantów od Fundacji Orange.

W Fundacji została uruchomiona specjalna edycja programu grantowego. Wolontariusze zrealizowali 160 grantów humanitarnych. Dodatkowo Fundacja Orange przyznała pomoc finansową dla wolontariuszy, którzy gościli w swoich domach rodziny z Ukrainy – przyznano 75 takich dofinansowań.

Po pierwszej fali pomocy humanitarnej przyszedł etap wsparcia długofalowego. Fundacja Orange sfinansowała 12 projektów długofalowych, realizowanych przez wolontariuszy Fundacji Orange wraz z organizacjami pozarządowymi. Były to granty w wysokości od 20 do 50

tys. zł, przeznaczone na wsparcie inicjatyw integrujących uchodźców ze społecznościami, do których trafili. W ramach projektów zostały sfinansowane kursy i warsztaty dla mam z Ukrainy (szycia, księgowości), aby mogły znaleźć w Polsce pracę, nauka języka polskiego, warsztaty artystyczne, kulinarne i taneczne dla dzieci, pomoc psychologiczna i prawna oraz wiele innych inicjatyw.

Program wolontariatu pracowniczego Orange Polska otrzymał Certyfikat Wolontariatu Pracowniczego Najwyższej Jakości, potwierdzający jego zgodność z Kartą Wolontariatu Pracowniczego. Oznacza to, że przestrzegamy fundamentalnych zasad i wartości wolontariatu oraz wspieramy naszych pracowników w ich inicjatywach społecznych. Potwierdził to audyt przeprowadzony przez ekspertów Komisji Certyfikacyjnej, powołanej przy Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce. Audyt obejmował przegląd wyników i dokumentów ankietowych oraz rozmowy bezpośrednie z koordynatorem wolontariatu i kilkoma wolontariuszami. W 2022 roku otrzymaliśmy certyfikat po raz drugi.

Wolontariat pracowniczy	2021	2022
Liczba wolontariuszy	1 958	3 030
Liczba godzin wolontariackich	15 000	23 200





## Innowacje pracownicze

W Orange Polska działają wewnętrzne inkubatory innowacji – specjalne programy, które zachęcają pracowników do zgłaszania innowacji, oferują odpowiednie narzędzia i wsparcie do ich tworzenia oraz nagradzają i wdrażają najlepsze pomysły.

### Kluby „Słuchamy i Działamy”

Kluby „Słuchamy i Działamy” to kompleksowa platforma do wdrażania usprawnień w firmie. Pracownikom dajemy wiedzę i narzędzia oraz przeprowadzamy ich przez cały proces od stworzenia pomysłu do jego wdrożenia. Każdy pracownik może w dedykowanej aplikacji wewnętrznej uruchomić usprawnienie, znaleźć chętnych do współpracy i skutecznie przeprowadzić cały pomysł od a do z. Dodatkową zachętą jest ogólnofirmowy konkurs z nagrodami, jako sposób doceniania inicjatyw i celebrowania najlepszych z nich. Uczestnicy Klubów mają też możliwość prezentowania swoich pomysłów Zarządowi. W 2022 roku powstało 125 klubów „Słuchamy i Działamy”, które angażowały ponad 600 osób. W ciągu siedmiu lat, w ramach tej inicjatywy, w działalność klubów włączyło się 5 tys. pracowników. Usprawnienia dotyczą

różnych obszarów – procesów, technologii, robotyzacji, oszczędności, działań proklienckich, a także środowiska pracy, innowacji i ekologii.

### Tablica pomysłów

Inną wewnętrzną zachętą dla innowacji pracowniczych jest Tablica pomysłów. Na tej wirtualnej tablicy można zgłaszać pomysły na innowacje w dwóch obszarach – doświadczeń klienta i doświadczeń pracownika. Pomysły są komentowane przez pracowników, którzy oddają też głosy za lub przeciw. Pomysły, które zbiorą 100 punktów lub więcej (średnio 39% wszystkich zgłoszonych), są kierowane do oceny przez właścicieli biznesowych. Każdy nowo zgłoszony pomysł otrzymuje status Active (aktywny), który jest następnie systematycznie aktualizowany na: Under review (w trakcie oceny przez właściciela biznesowego), In progres (z pozytywną oceną przez właściciela biznesowego, przyjęty do wdrożenia), Delivered (wdrożony) lub Archived (nie będzie wdrażany, ponieważ otrzymał zbyt mało punktów i/ lub właściciel biznesowy po analizie podjął taką decyzję).

Średnio wdrażanych jest 20% pomysłów, które uzyskały 100 lub więcej punktów. Na tablicy pomysłów ogłaszamy też wyzwania tematyczne. W 2022 roku przeprowadziliśmy trzy wyzwania, które dotyczyły usługi Orange Flex, usług przedpłaconych oraz inicjatyw energooszczędnych. Rok 2022 był rekordowy pod względem zaangażowania pracowników: 363 pracowników zgłosiło 655 pomysłów (wzrost o 3% względem 2022 roku). Zebrały one blisko 14 tys. interakcji (12,1 tys. głosów i 1,9 tys. komentarzy) od 3 tys. pracowników Orange Polska.

### Hackathony

Hackathony to nowa inicjatywa dla pracowników, która promuje innowacyjność i współpracę oraz kompetencje uczenia maszynowego i analizy danych na potrzeby realizacji konkretnego celu biznesowego. W kwietniu i maju 2022 roku zorganizowaliśmy drugi hackathon: „Orange DataHack: więcej za więcej” z wykorzystaniem rzeczywistych danych i analiz. Wzięło w nim udział 219 osób z dziesięciu różnych działów. Uczestnicy pracowali przez dwa tygodnie w 47 zespołach. Ich zadaniem było opracowanie modeli i przeszkolenie ich przy użyciu uczenia maszynowego w celu zwiększenia retencji mobilnych usług głosowych B2C wraz ze wzrostem wartości. Modele z potencjałem wykorzystania biznesowego dostarczyło 80% uczestniczących zespołów. W listopadzie Orange Polska był partnerem HackYeah – największego stacjonarnego hackathonu w Europie. W tej całodobowej imprezie, która odbyła się w krakowskiej Tauron Arenie, wzięło udział 2,3 tys. uczestników. Naszym głównym celem była promocja programu „Re” i poszukiwanie rozwiązań związanych z gospodarką o obiegu zamkniętym.





Ponad  
**6,5 tys.**  
dzieci w programach  
edukacyjnych  
Fundacji Orange

# Społeczeństwo

**Włączenie cyfrowe ma obecnie szczególnie ważny wymiar społeczny. Z jednej strony oznacza zapewnienie dostępu do szybkiego internetu, z drugiej – edukację i rozwój kompetencji cyfrowych. Działamy na obu tych polach.**







## Wpływ ekonomiczny

Orange Polska jest polską firmą działającą pod globalną marką i mocno zakorzenioną w polskiej gospodarce. Jest też stabilnym i długofalowym inwestorem. Nasza infrastruktura jest nierozdzielnie związana z Polską. Oprócz zatrudnionych bezpośrednio nieco ponad 9 tys. pracowników, pośrednio działalność Orange Polska tworzy ponad 40 tys. miejsc pracy u dostawców, poddostawców i partnerów w całym kraju. Dużą część potrzebnych nam usług i urządzeń kupujemy w Polsce.

Sprzedawane przez naszą firmę produkty i usługi oraz wielomiliardowe inwestycje, zwłaszcza w nowoczesną sieć światłowodową i mobilną, współtworzą polski produkt krajowy brutto (PKB). Do wzrostu PKB przyczyniają się pośrednio także płacone przez Orange Polska podatki, wydatki na pensje pracowników czy zakup produktów i usług u lokalnych dostawców. Są to środki, które dalej krążą w gospodarce i dzięki którym kolejne podmioty tworzą swoje produkty i usługi.

Inwestycje w szerokopasmowy internet przekładają się wprost na wzrost PKB. Według ekonomistów Banku Światowego, wzrost penetracji szerokopasmowego internetu o 10 punktów procentowych powoduje przyspieszenie potencjalnego tempa wzrostu gospodarczego o 0,3-1,5 pkt. proc. Na tej podstawie szacujemy, że dzięki szerokopasmowemu internetowi od Orange Polska, potencjalny PKB Polski wzrósł w latach 2004-2022 o 9% (w oparciu o szacunki OECD sprzed pandemii).

### Inwestycje w rozwój sieci

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 kraju, opierająca się na rozwijaniu nowoczesnych sieci telekomunikacyjnych.

W 2022 roku Orange Polska przeznaczył na inwestycje 1,72 mld zł. W latach 2016-2022 suma inwestycji firmy w cyfryzację Polski wyniosła ok. 14 mld zł. Szeroki dostęp do internetu zapewnia szybki rozwój gospodarki cyfrowej i szybszy wzrost gospodarczy. Internet staje się jednym z zasobów wpływających na potencjał rozwoju gospodarki. W samym 2022 roku na światłowód wydaliśmy 60 mln zł.

W zasięgu superszybkiego internetu światłowodowego od Orange znajduje się obecnie ponad 7,08 mln gospodarstw domowych, a z usług korzysta ponad 1,2 miliona klientów, którzy cieszą się dzięki temu dostępem do internetu o prędkości nawet do 1 Gb/s. Od 2015 roku Orange zainwestował w rozwój sieci światłowodowej około 4 mld zł. Zasięg Orange Światłowodu to zarówno sieć wybudowana przez operatora, jak i łącza dostępne dzięki współpracy z kilkudziesięcioma firmami posiadającymi sieci FTTH. Z drugiej strony, wybudowane przez Orange światłowody są udostępniane na rynku hurtowym innym operatorom.



Rozwój współpracy międzyoperatorskiej to istotny element ogłoszonej w ubiegłym roku 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. Inwestycje otwierają nowe możliwości rozwoju lokalnym społecznościom i przedsiębiorcom.

Na koniec 2024 roku Orange Światłowód będzie dostępny dla około 7-8 mln gospodarstw domowych, czyli ponad połowy wszystkich w kraju. Zasięg będzie rozwijany głównie w oparciu o współpracę z innymi operatorami, w tym z utworzoną w 2021 roku spółką Światłowód Inwestycje. Orange jest liderem jeśli chodzi o dostarczanie szerokopasmowych usług w małych lokalizacjach w Polsce. 38% szybkich stacjonarnych łączy internetowych na wsi w Polsce to łącza dostarczane przez Orange.

Dostarczyliśmy już szybkie łącza do 3140 szkół działających w Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (OSE). Łącza zostały zrealizowane na bazie przetargów rozpisywanych przez NASK, który jest operatorem OSE. Orange Polska podłącza placówki w ramach inwestycji własnych oraz uczestnicząc w POPC (Program Operacyjny Polska Cyfrowa), największym publicznym programie budowy infrastruktury szerokopasmowej, budując sieć szybkiego internetu z wykorzystaniem środków unijnych tam, gdzie brakuje nowoczesnej infrastruktury – na terenach tzw. białych plam. W ponad 100 szkołach zostały zainstalowane łącza tymczasowe (nie gwarantujące przepływności 100 Mb/s).

Orange Polska uczestniczy w POPC w wyniku rozstrzygnięć kolejnych konkursów o dofinansowanie. Od 2016 roku realizujemy inwestycje światłowodowe, których celem jest wyeliminowanie terytorialnych różnic w możliwości dostępu do internetu szerokopasmowego. We wnioskach konkursowych Orange Polska zadeklarował objęcie zasięgiem sieci 395 tys. gospodarstw domowych w obszarach klasyfikowanych jako białe plamy na internetowej mapie Polski. Na koniec 2022 roku inwestycjami POPC objęliśmy już 383 tys. gospodarstw domowych (a w samym 2022 roku zwiększyliśmy zasięg sieci o 58 tys.). Te inwestycje mają ogromny wpływ na poprawę jakości życia na wsiach i w obszarach mniej zurbanizowanych, rozwój lokalnych społeczności oraz wzrost konkurencyjności obszarów pozbawionych wcześniej możliwości, jakie daje cyfryzacja. Pozwalają przełamać bariery dostępu do edukacji, e-usług, zdalnej pracy czy innych aktywności, które do tej pory były ściśle związane z fizyczną obecnością w miastach.

## Wartość łańcucha dostaw

Na działalności dużych firm korzystają inne firmy – mogą się rozwijać, dawać zatrudnienie, inwestować. Zdecydowaną większość towarów i usług, których Orange potrzebuje do prowadzenia biznesu w Polsce, kupuje w kraju. Aż 91% krajowych dostawców Orange Polska to firmy polskie lub z przewagą własności polskiej.

W samym 2022 roku, ponad 87% wydatków Orange Polska stanowiły zakupy u firm polskich lub polskich oddziałów firm zagranicznych. Zamówienia w kwocie ponad 4,8 mld złotych popłynęły do blisko 3 tysięcy firm. Pomimo pandemii, Orange wciąż zasilą polską gospodarkę, przyczyniając się do jej stabilności – wartość zamówień w 2020 roku była zbliżona do ich przeciętnej skali w poprzednich trzech latach (93%). Szacunkowo, Polska zawdzięcza zakupom Orange średniorocznie 0,2% wzrostu PKB.

Te wydatki zasilają naszą gospodarkę i napędzają popyt. Zgodnie z tak zwanym modelem przepływów międzygałęziowych, który opisuje efekty popytowe zakupów w całym łańcuchu dostaw, oszacowaliśmy, że wydatki Orange Polska wygenerowały w latach 2005-2022 łączny wzrost popytu na towary i usługi polskich przedsiębiorstw aż o ponad 200 mld zł.

Ponad 1/4 (26%) wydatków Orange Polska na zakupy w Polsce zasila firmy sektora wysokich technologii (klasyfikowane przez Eurostat jako high technology albo high tech knowledge intensive services). Kolejne 16% wydatków zasililo firmy z branż opartych na wykorzystaniu zaawansowanej wiedzy (knowledge intensive). W 2021 roku było to łącznie ponad 2 miliardy złotych. 15% środków na zakupy Orange Polska zasililo zlokalizowane w Polsce przedsiębiorstwa sektora ICT, będące kluczowym zasobem nowoczesnej gospodarki.







# Zaangażowanie społeczne

## Włączenie 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 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 (raport Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce – stan zjawiska, trendy, rekomendacje, Fundacja Orange, Fundacja Stocznia, 2021).

Wyniki raportu służą do planowania działań na 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 czy 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, obejmujących 4 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, definiuje Strategia na lata 2021-2023. Obejmuje ona realizację celów w zakresie edukacji cyfrowej i zapobiegania cyfrowemu wykluczeniu poprzez prowadzenie długofalowych programów społecznych, opartych na rzetelnej diagnozie społecznych potrzeb i oczekiwań. Najważniejsze programy Fundacji Orange to: MegaMisja, #SuperKoderzy i Pracownie Orange, 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.

W 2022 roku, oprócz długofalowych strategicznych działań społecznych w obszarze edukacji cyfrowej, Grupa Orange Polska zaangażowała się w pomoc humanitarną dla uchodźców i uchodźczyń z objętej wojną Ukrainy.



**W 2022 roku Fundacja Orange otrzymała Nagrodę im. Janusza Korczaka za wieloletnie działania na rzecz edukacji cyfrowej dzieci i młodzieży oraz wspieranie nauczycieli.**



## 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. Naszym celem jest podniesienie wiedzy i cyfrowych kompetencji nauczycieli, wychowawców świetlic oraz ich uczniów. Zależy nam, by 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 po świecie, w którym nie obędziemy się bez technologii. Ze względu na zamknięcie szkół i potrzebę wsparcia nauczycieli, w programie wprowadzono szereg dodatkowych webinarów dla nauczycieli, wspierających ich w radzeniu sobie z wyzwaniami edukacji zdalnej.

### Kluczowe wskaźniki i cele dla Programu MegaMisja

MegaMisja	2021	2022
Liczba przeszkolonych dzieci	4.000	3.800
Liczba przeszkolonych nauczycieli	150	190

## #SuperKoderzy

#SuperKoderzy to ogólnopolski program edukacyjny skierowany do uczniów szkół podstawowych z klas 4-8. Jego kluczowym elementem jest nauka programowania, ale realizowana w innowacyjny sposób – nie tylko na lekcjach informatyki, ale również na zajęciach przedmiotowych, np. przyrodzie, matematyce, historii, muzyce czy języku polskim. Wszystkie materiały dydaktyczne są przygotowywane w oparciu o obowiązującą podstawę programową. Młodzi #SuperKoderzy uczą się pracy zespołowej oraz rozwijają kreatywność i umiejętności logicznego myślenia. W programie dostępna jest również ścieżka dla dzieci o specjalnych potrzebach edukacyjnych. Nauczyciele biorący udział w programie uczestniczą w profesjonalnych szkoleniach i zawsze mogą liczyć na wsparcie merytoryczne profesjonalnych edukatorów. W 2022 roku część materiałów została przetłumaczona na język ukraiński.

### Kluczowe wskaźniki i cele dla Programu #SuperKoderzy

#SuperKoderzy	2021	2022
Liczba przeszkolonych dzieci	2.839	2.708
Liczba przeszkolonych nauczycieli	280	280

## Lekcja:Enter

Lekcja:Enter to projekt edukacji cyfrowej skierowany do nauczycieli, którego celem jest doskonalenie ich kompetencji cyfrowych. W latach 2020-2023 przeszkolonych zostanie ponad 75 tys. nauczycieli (15% z każdego województwa). W ramach projektu nauczyciele są przygotowani do korzystania z narzędzi cyfrowych oraz aktywizujących metod nauczania. W czasie szkoleń uczą się korzystać w sposób odpowiedzialny i kreatywny, z zachowaniem zasad bezpieczeństwa, ze stron i portali edukacyjnych, e-zasobów oraz różnego rodzaju aplikacji. Praktycznym elementem szkoleń jest tworzenie przez nauczycieli własnych treści cyfrowych, które mogą w przyszłości wykorzystywać podczas prowadzonych przez siebie lekcji.

Projekt jest realizowany we współpracy z Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego oraz Instytutem Spraw Publicznych. Działania w systemie regrantowym są realizowane przez placówki doskonalenia nauczycieli we współpracy z samorządami lub organizacjami pozarządowymi. W 2022 roku udzieliłiśmy dofinansowania i wsparliśmy merytorycznie 93 projekty grantowe. W minionym roku do projektu dołączyły 1603 szkoły, a szkolenia rozpoczęło 20 938 nauczycieli i nauczycielek. Do tej pory w Lekcji:Enter wzięło udział 6525 szkół, a szkolenia rozpoczęło 60 554 osób, z czego ponad 65% uczestników z gmin wiejskich, miejsko-wiejskich i miejskich poniżej 20 tysięcy mieszkańców.

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

## Orange Digital Center, Pracownie Orange i FabLaby

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 wyposażyła je i pomaga w ich prowadzeniu, zapewniając dostęp do bezpłatnego internetu, natomiast Fundacja Orange zapewnia ofertę edukacyjną i rozwojową. Celem programu Pracownie Orange jest wzmacnianie lokalnej aktywności mieszkańców małych miejscowości poprzez wspólne tworzenie nowoczesnych przestrzeni oraz wsparcie w rozwoju kompetencji. Wspieramy liderki i liderów w kierowaniu tymi nowoczesnymi i atrakcyjnymi placówkami poprzez profesjonalne szkolenia i wsparcie finansowe. Dotąd powstało 100 Pracowni Orange w całej Polsce. Liderzy i Liderki Pracowni Orange korzystają z internetowej platformy wymiany wiedzy wraz z bazą gotowych do wdrożenia projektów i modułem grywalizacji, który wykorzystuje mechanizm gier do podnoszenia kompetencji społecznych i motywowania mieszkańców do działania na rzecz swojej okolicy. Realizowane w pracowniach projekty są skierowane do różnych grup odbiorców, których największą grupę stanowią dzieci.



W 2022 roku, 16 Pracowni Orange doposażono w nowe zestawy komputerów; tym samym, w ciągu trzech ostatnich lat, 50 Pracowni Orange zyskało nowy sprzęt. Ponadto przeprowadziliśmy projekt edukacyjny dotyczący rozszerzonej rzeczywistości. Przy 10 Pracowniach Orange działa 10 makerspace'ów (przestrzeni wyposażonych w drukarkę 3D, zestaw do elektroniki lub ploter laserowy). W 2022 roku z zajęć w Pracowniach skorzystało 54 219 osób.

Dodatkowo w dwóch miastach – Warszawie i Gdańsku – działają FabLaby, czyli otwarte miejsca skierowane do osób, które chcą się nauczyć twórczo korzystać z nowych technologii. W FabLabach oferujemy wsparcie doświadczonych edukatorów, profesjonalny sprzęt oraz bezpłatne warsztaty dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Jednym z projektów realizowanych przez FabLab w Gdańsku w 2022 roku był projekt wspierający kobiety na rynku pracy (druga edycja iTech Woman). W Warszawie zrealizowano pierwszą edycję projektu YouthLab, skierowanego do osób w wieku 16-25 lat. W 2022 roku w bezpłatnych warsztatach i projektach społecznych w FabLabach uczestniczyło 2636 osób.

W październiku 2022 roku powstało Orange Digital Center. Orange Digital Center skupia programy edukacji pozaformalnej realizowane przez Fundację Orange: Szkołę Kodowania, FabLab powered by Orange oraz Pracownie Orange. Szkoła Kodowania uruchomiła pierwsze kursy w grudniu 2022 roku. W ciągu roku przeszkoliła ponad

100 osób w programowaniu oraz rozwijaniu kompetencji przyszłości, a pierwszeństwo w zakwalifikowaniu na kursy mają osoby, które aktualnie znajdują się w trudniejszej sytuacji życiowej.

#### Kluczowe wskaźniki i cele dla Programu Pracownie Orange

Pracownie Orange	2021	2022
Utrzymanie aktywnych Pracowni	79	76
Liczba mieszkańców miejscowości z dostępem do Pracowni	711.000	684.000



## Case Study

### Orange Digital Center (ODC)

W październiku 2022 roku zostało uruchomione Orange Digital Center.

Orange Digital Center skupia programy edukacji pozaformalnej realizowane przez Fundację Orange: **Szkołę Kodowania**, **FabLab powered by Orange** oraz **Pracownie Orange**. To bezpłatne profesjonalne kursy programowania dla młodych dorosłych, otwarte warsztaty nowoczesnego rzemiosła oraz multimedialne świetlice w małych miastach i wsiach, w których mieszkańcy w każdym wieku mogą rozwijać nowe kompetencje. ODC wspiera ludzi w rozwoju kompetencji przyszłości, aby zwiększać ich szanse w życiu zawodowym i społecznym – szczególnie grupy, które z różnych powodów mogą mieć utrudniony dostęp do tego typu szans lub są zagrożone wykluczeniem społeczno-cyfrowym.

**Szkoła Kodowania** to projekt dla osób w wieku 18-35, które chcą zdobyć nowe kwalifikacje, aby wejść na rynek pracy lub zwiększać na nim swoje szanse, bądź też podjąć nowe wyzwania zawodowe. Obejmuje bezpłatne, profesjonalne kursy programowania, połączone z doradztwem zawodowym i nastawione na wzmacnianie kompetencji społecznych.

Rocznie 105 osób weźmie udział w jednym z trzech profesjonalnych kursów programowania: Java (333 godziny), Python (280 godzin) i UX (172 godziny). Ich ukończenie zostanie potwierdzone certyfikatem zdobytych kompetencji. W 2022 roku udział w kursach rozpoczęło 70 osób.

Oprócz kursów programowania od podstaw, uczestnicy będą mogli skorzystać z konsultacji merytorycznych, spotkań z ekspertami rynku IT, a także z webinarów technologicznych, networkingu i spotkań inspiracyjnych. Fundacja Orange zapewni także indywidualne doradztwo zawodowe, w tym badanie poziomu kompetencji społecznych i inteligencji emocjonalnej.

W ramach Szkoły Kodowania powstały także kursy e-learningowe, które są dostępne bezpłatnie na stronie internetowej. Pomagają one zrozumieć, jakie języki programowania istnieją, oraz poznać ich podstawy. Trenerzy w prosty i przystępny sposób tłumaczą zagadnienia i prezentują zadania praktyczne do rozwiązania. Partnerami projektu są Pomorska Fundacja Inicjatyw Gospodarczych oraz Centrum KreatywnościTargowa.

**FabLab powered by Orange** (ang. fabrication laboratory) to miejsca, które tworzymy wraz z naszymi partnerskimi organizacjami w Warszawie i Gdańsku. Do tych kreatywnych pracowni zapraszamy osoby, które chcą zdobywać nowoczesne kompetencje, w tym w zakresie rzemiosła. Organizujemy warsztaty dla dzieci, młodzieży i dorosłych, a także projekty dedykowane – między innymi dla kobiet czy młodzieży w trudniejszej sytuacji. Pracownie są wyposażone w nowoczesne technologie, takie jak drukarki 3D, plotery laserowe, frezarki CNC, elektronikę czy maszyny do szycia, aby umożliwić nabywanie nowych kompetencji w nurcie DIY (ang. do it yourself – zrób to sam). W tych miejscach kierujemy się także dbaniem o zrównoważony rozwój – wiele przedmiotów powstaje w nurcie less waste.

Partnerami projektu są Stowarzyszenie Robisz.to oraz Stowarzyszenie FabLab Gdańsk.

W 2023 roku, w warszawskim FabLab powered by Orange ruszyły dwa projekty przeznaczone dla kobiet i osób młodych.

- **YouthLab** – projekt skierowany do osób w wieku 16-25 lat, którego celem jest umożliwienie rozpoczęcia od podstaw ścieżki zawodowej w branży kreatywnej i wytwórczej. W ramach projektu młodzi ludzie będą poznawać technologie dostępne w FabLabie, a także tworzyć portfolio. Jedną ze ścieżek będzie realizowana w języku ukraińskim, z myślą o osobach, które przybyły do Polski w wyniku wojny.
- **Maker Woman** – to projekt dla kobiet, które chcą zdobyć nowe umiejętności techniczne i cyfrowe oraz umocnić swoją pozycję na rynku pracy. Projekt został podzielony na kilka działań: kursy długoterminowe (np. projektowanie i drukowanie 3D), kursy weekendowe (np. szycie i haft, CNC, elektronika), kursy jednodniowe

(np. podstawy grafiki wektorowej, podstawy obsługi plotera laserowego), a także spotkania sieciujące. Łącznie w projekcie będzie mogło wziąć udział 600 uczestników. Udział w kursie będzie możliwy także dla kobiet przybyłych z Ukrainy.

Częścią ODS stały się także **Pracownie Orange**. To ogólnopolski program społeczny, w ramach którego od 2012 roku zakładamy i pomagamy prowadzić multimedialne świetlice w małych miastach i wsiach. Celem inicjatywy jest zapewnienie ich mieszkańcom lepszego dostępu do technologii, wsparcie ich w rozwoju kompetencji przyszłości i stworzenie przestrzeni do wspólnych działań. Obecnie w całej Polsce działa 76 Pracowni przy bibliotekach, domach kultury, szkołach i świetlicach wiejskich. Każdą wyposażyliśmy w komputery, ekrany LCD, konsole, meble i bezpłatny internet.

Fundacja pomaga liderkom i liderom prowadzić świetlice, dostosować je do lokalnych potrzeb i działać na rzecz rozwoju społeczności. Liderki i Liderzy uczestniczą w bezpłatnym coachingu, szkoleniach i webinarach z przywództwa, organizowania wolontariatu oraz rozwoju kompetencji cyfrowych. Na specjalnej platformie biorą udział w grywalizacji społecznej, w której podsuwamy im inspiracje, poradniki i gotowe scenariusze do konkretnych działań.

Od 2020 roku tworzymy przy Pracowniach makerspace'y, czyli miniprzestrzenie nowoczesnego rzemiosła, w których mieszkańcy mogą brać udział w warsztatach w nurcie DIY (ang. do it yourself – zrób to sam). Makerspace'y wyposażamy między innymi w drukarki 3D, plotery laserowe oraz stanowiska do elektroniki czy szycia. Aktualnie przy Pracowniach działa 10 takich warsztatów. Ponadto mieszkańcy powiatów, na terenie których znajdują się Pracownie Orange, mogą korzystać z kursów Szkoły Kodowania.







## 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 100 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, takim jak **Smart Light** od Orange. W pierwszym kroku modernizacji oświetlenia wymieniamy lampy sodowe i rtęciowe na LED-owe, co pozwala obniżyć o ok. 50% rachunki za prąd. 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 17 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 wodno-kanalizacyjnej 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 40 miast w Polsce.**

### Mniej spalin w mieście i ułatwienie dla mieszkańców: Smart Bike

Prawie 30% całkowitej emisji CO<sub>2</sub> 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 2022 roku, rowerzyści z 28 miast przejechali na Smart Bike blisko 3,5 miliona kilometrów.**

### Inne rozwiązania Smart City od Orange

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:** to system do monitorowania i zdalnej konfiguracji zegarów astronomicznych wykorzystywanych do sterowania oświetleniem ulicznym. Zegar astronomiczny, na podstawie informacji o bieżącej dacie, współrzędnych geograficznych oraz 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 i aktywują świetlną oraz 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 & 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 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 dane z różnych systemów – odczyty, alarmy, raporty, statystyki – w jednym miejscu. 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

W 2022 roku uruchomiliśmy autorski projekt edukacyjny skierowany do przedstawicieli samorządów: Akademię Lidera Smart City. Inicjatywa miała na celu zwiększenie świadomości w zakresie najnowszych rozwiązań wykorzystywanych w rozwoju inteligentnych miast.

Do pierwszej edycji Akademii Lidera Smart City zaprosiliśmy 60 przedstawicieli z 50 miast, które są na etapie tworzenia swojej strategii smart city lub wprowadzają rozwiązania testowe. Podczas 60 godzin wykładów i warsztatów, 12 ekspertów i praktyków dzieliło się z uczestnikami wiedzą i doświadczeniem. Pokazywaliśmy, jak wybierać najlepsze rozwiązania dla konkretnej miejscowości, jak je wprowadzać i skąd brać na nie fundusze. Samorządowcy zdobyli nowe kompetencje, by wspólnie tworzyć miasta, w których żyje się lepiej.



#### Liderzy ESG: Nagroda Diamentowa

w kategorii program edukacyjny za Akademię Lidera Smart City.

**Smart City Poland Award** w kategorii The Most Smart City, razem z miastem Duszniki

Zdrój (w kategorii Smart City do 30 tys. mieszkańców).

**I Nagroda Smart City Forum 2022** w kategorii

Dostawca rozwiązań Smart City.

**I Nagroda w konkursie Smart City Poland Award**

**2022** w kategorii The Most Smart City za projekt Smart City Szczecin.

Wyróżnienie w konkursie Smart City Poland Award 2022 w kategorii Infrastruktura miejska za projekt Smart Light – inteligentny system do zarządzania oświetleniem miejskim.

## Orange Fab

Dla Orange Fab rok 2022 był czasem kontynuacji prac nad cyfrową transformacją biznesu. Pracowaliśmy także nad nowymi projektami, głównie związanymi z technologią 5G. Nasze działania służyły zarówno zaspokajaniu

wewnętrznych potrzeb Orange, jak i przygotowaniu produktów i usług dla naszych klientów. Rozwijając obszar cyfrowej transformacji biznesu rozpoczęliśmy prace nad stworzeniem silnika rekomendacji, który wykorzystuje algorytmy NLP i NLU. W ramach tego obszaru, rozpoczęliśmy działania nad otwarciem nowych inicjatyw, np. dotyczących algorytmów predykcyjnych wspierających ofertowanie klientów. Ponadto, rozpoczęliśmy poszukiwanie rozwiązań zwiększających zaangażowanie klientów w cyfrowych kanałach samoobsługowych.

W ramach współpracy po okresie akceleracji, ugruntowaliśmy relacje z firmami w takich dziedzinach jak IoT, szkolenia w wirtualnej rzeczywistości czy energetyka. Rozwinęliśmy te obszary o nowe elementy, jak choćby szkolenia VR przygotowujące do prac na wysokości. Uwagę poświęciliśmy także rozwojowi nowych funkcjonalności Smart Energy Controller. To urządzenie, pomagające zwiększać efektywność wykorzystania paneli fotowoltaicznych, zyska teraz nowe funkcje związane z zarządzaniem mocą bierną.

Szukamy także nowych rozwiązań, zwłaszcza wykorzystujących technologię 5G i sieci kampusowe. Pracujemy nad rozwiązaniem do wizualizacji procesu produkcyjnego (tzw. „cyfrowy bliźniak”). Analizujemy także rozwiązania wykorzystujące drony, z naciskiem na modernizację i uatrakcyjnienie demo dotyczącego dronów w 5G Lab. Ponadto, aktywnie włączyliśmy się w działalność 5G Lab, w ramach którego prezentowaliśmy i promowaliśmy sieci kampusowe 5G zarówno wśród pracowników Orange jak i naszych klientów.

Sporo energii poświęcamy promocji startupów z Orange Fab poza granicami Polski. W tym celu intensyfikujemy współpracę w ramach Grupy Orange, co już przynosi wymierne korzyści naszym startupom. Przykładem może być choćby zaproszenie trzech startupów z Polski na targi Viva Technology w Paryżu, co stanowiło dla nich doskonałą okazję do nawiązania relacji biznesowych. Kontynuujemy działania związane z wdrożeniem rozwiązania AR/VR przez polski startup na potrzeby Grupy Orange.

Cały czas rozwijamy ekosystem wsparcia firm i szukamy nowych rozwiązań do współpracy w ramach Orange Fab. Kontynuujemy rozmowy z Orange Ventures na temat zwiększenia aktywności tego funduszu w naszym kraju. Rozwijamy także współpracę z innymi instytucjami otoczenia biznesu. Wspólnie z dotychczasowymi partnerami przygotowujemy się do uruchomienia nowej perspektywy budżetowej na środki UE.

Model działania Orange Fab opiera się na starannym dopasowywaniu startupów i jednostek biznesowych w Orange już na etapie podejmowania współpracy. W połączeniu z dodatkowymi korzyściami dla startupów, jakie oferujemy w ramach Orange Fab, skutkuje to dużą efektywnością współpracy i wysokim wskaźnikiem sukcesu.





## Współpraca z partnerami

Orange 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.

### Współpraca z organizacjami pozarządowymi

Co roku współpracujemy z wieloma organizacjami społecznymi. Niektóre z nich są naszymi partnerami od wielu lat.

**Forum Odpowiedzialnego Biznesu** – Stowarzyszenie wspiera firmy w stawaniu 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** – 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 z członków założycieli jest Orange Polska.

**Fundacja Itaka** – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych 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 28 lat działają na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Celem Fundacji jest tworzenie sprzyjających warunków, dzięki którym osoby z niepełnosprawnością 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.

### Współpraca z instytucjami państwowymi

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 będzie wypracowanie rozwiązań i przedstawienie 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 niepełnosprawnością. Sygnatariusze dokumentu będą 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.

Orange Polska podpisał Deklarację uczestników Okrągłego Stołu Rzecznika Praw Obywatelskich do walki z patotreściami w internecie, w tym ograniczenia zjawiska patostreamingu oraz jego destrukcyjnych skutków społecznych i wychowawczych. Członkami tej koalicji są prawnicy, naukowcy, przedstawiciele władz publicznych, organizacji pozarządowych i firm technologicznych oraz youtuberzy i dziennikarze.

## Orange dla seniorów

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. Pandemia spowodowała, że potrzeba dostępu do nowych technologii stała się koniecznością. Wielu seniorów zaczęło stawiać pierwsze kroki w świecie cyfrowym. Chcemy towarzyszyć seniorom w tej podróży, 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](http://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 70 tys. osób.

Seniorów zapraszamy również na kursy online „Mój pierwszy smartfon”, organizowane na platformie ABC Senior wspólnie z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej. Na webinarach pokazujemy, jak internet pomaga w codziennym życiu oraz jak bezpiecznie z niego korzystać. O tym, jak włączyć internet w telefonie, wysłać maila, zainstalować aplikację czy porozmawiać z bliskimi na czacie komunikatora dowiedziało się na kursach ponad 2500 seniorów.

### Kluczowe wskaźniki programu edukacyjnego dla seniorów

Warsztaty dla seniorów	2021	2022
Seniorzy biorący udział w kursach online	750	2.224
Seniorzy biorący udział w szkoleniach w salonach	43	238

## Bezpieczne korzystanie z nowych technologii

Jednym z ważnych dla nas tematów jest bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w internecie oraz przygotowanie młodych ludzi do świadomego korzystania z nowych mediów. Cele te są realizowane poprzez działania edukacyjne Fundacji Orange oraz usługi Grupy związane z bezpieczeństwem klientów. Wspieramy edukację dzieci ze szkół i przedszkoli w całej Polsce w kwestii zasad bezpiecznego korzystania z internetu. Fundacja Orange, we współpracy z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, oferuje szereg 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 internecie.

Ponadto w 2022 roku kontynuowano kampanię „Zadbaj o dziecięcy mózg!”, promującą wprowadzanie domowych zasad ekranowych, oraz kampanię uświadamiającą „Ciało nie określa”. Kampanie, których partnerem była Fundacja Orange, dotarły do ponad 2 milionów osób.

Orange Polska oferuje również usługi kontroli rodzicielskiej, takie jak Bezpieczny Starter i aplikacja Chroń Dzieci w Sieci, które zwiększają bezpieczeństwo dzieci blokując niewłaściwe treści. Wszelkie informacje i porady na temat bezpiecznego korzystania przez najmłodszych z mediów cyfrowych można też znaleźć na stronie [www.orange.pl/razemwsieci](http://www.orange.pl/razemwsieci).

Usługa Chroń Dzieci w Sieci to kompleksowa ochrona online dla dzieci korzystających ze smartfonów oraz 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 regulacji czasu na korzystanie z internetu. W 2022 roku z usługi korzystało 271 tys. klientów.

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 2022 roku usługę uruchomiło blisko 40 tys. klientów.



Nagroda Dobroczynicy Roku 2022 za działania edukacyjne na rzecz bezpieczeństwa dzieci w sieci – nominacja dla Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę. Konkurs organizowany jest przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce.

### Kluczowe wskaźniki dotyczące bezpieczeństwa dzieci w sieci

Bezpieczne korzystanie z nowych technologii	2021	2022
Liczba rodziców i wychowawców korzystających z materiałów edukacyjnych	255.868	137.760
Liczba dzieci korzystających z działań edukacyjnych	522.505	2.881.958
Liczba szkół uczestniczących w działaniach	4.960	9.805

## Sponsoring i darowizny

### Sponsoring

Orange Polska posiada politykę w zakresie sponsoringu. Strategia sponsoringowa Orange Polska jest pochodną globalnej strategii sponsoringowej Grupy Orange. W strategicznym obszarze sponsoringu, jakim jest obecnie muzyka, Orange Polska tworzy projekty ogólnopolskie, kompleksowe, długofalowe, skierowane do jak najszerszego grona klientów (obecnych i potencjalnych). Orange Polska S.A. angażuje się w projekty długofalowo, a nie jednorazowo. Realizacja kluczowych projektów sponsoringowych jest zatwierdzana przez Zarząd Orange Polska. W celu centralizacji zarządzania projektami sponsoringowymi w Grupie Orange Polska, został powołany Komitet ds. Sponsoringu.

### Kluczowe wskaźniki dla sponsoringu

W 2022 roku, po rocznej przerwie pandemicznej, odbyły się trzy festiwale muzyczne sponsorowane przez Orange: Orange Warsaw Festival, Open'er Festival Powered by Orange i Kraków Live Festival.



Orange Warsaw Festival został uznany za najbardziej dostępne wydarzenie w plebiscycie Lider Dostępności. Organizatorem konkursu jest Fundacja Kultury Bez Barrier. Plebiscyt ma na celu wyłonienie organizatorów wydarzeń w Warszawie, którzy dbają o to, aby jak największa liczba osób ze specjalnymi potrzebami mogła w nich uczestniczyć na równych zasadach.



Sponsoring	2021	2022
<b>Sponsoring muzyczny – Orange Warsaw Festival</b>		
Liczba uczestników	n/d	50.000
Ekwiwalent reklamowy publikacji (w mln zł)	n/d	6,2
Liczba publikacji	n/d	969
<b>Sponsoring muzyczny – Open'er Festival Powered by Orange</b>		
Liczba uczestników	n/d	150.000
Ekwiwalent reklamowy publikacji (w mln zł)	n/d	2,1
Liczba publikacji	n/d	8.477
<b>Sponsoring muzyczny – Kraków Live Festival</b>		
Liczba uczestników	n/d	20.000
Ekwiwalent reklamowy publikacji (w tys. zł)	n/d	2,2
Liczba publikacji	n/d	809







### Darowizny

W ramach polityki darowizn Orange Polska posiada sformalizowane zasady funduszu darowizn, które określa decyzja 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 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 charytatywne m.in. Caritas Polska, Fundacji Polsat, Fundacji TVN, Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy i Fundacji Dzieło Nowego Tysiąclecia. W 2022 roku numery zostały uruchomione dla ponad 15 organizacji, które otrzymały łącznie ponad 6,38 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	2021	2022
Wysokość udzielonego wsparcia w postaci darowizn (w mln zł)	11,6	9,9



## Pomoc humanitarna

Wojna w Ukrainie zmusiła miliony osób do ucieczki i przekroczenia granic Polski. Bardzo ważny stał się dla nich dostęp do informacji i 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. Dla zapewnienia dobrej łączności i sprawnego dostępu do internetu, konieczne było wzmocnienie i doposażenie sieci komórkowej. Dlatego we współpracy w ramach sieci współdzielonych z T-Mobile, w pobliżu terenów przygranicznych rozmieściliśmy 6 mobilnych stacji bazowych oraz zwiększyliśmy przepustowość w innych lokalizacjach poprzez uruchomienie 2 nowych i rozbudowę 16 stacji bazowych. Pozwoliło to na poprawę dostępności naszych usług – przede wszystkim na przejściach granicznych i w ośrodkach recepcyjnych. Kolejne były dworce kolejowe i inne punkty informacyjne, które potrzebowały bezpłatnego Wi-Fi, wreszcie punkty, które przyjmowały uchodźców i udzielały im pierwszej pomocy i zakwaterowania. Starając się odpowiedzieć na te potrzeby, Orange uruchomił 25 hot spotów w takich lokalizacjach.

Pracownicy Orange Polska od pierwszych dni wojny stali na granicach, by rozdawać darmowe karty SIM.

Rozmieściliśmy również zespoły wolontariuszy – rejestratorów kart. Do tej pory rozdaliśmy ponad 1 milion kart w punktach recepcyjnych, przejściach granicznych, na dworcach i w stałych punktach sprzedaży.

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 i 30 routerów mobilnych. Dzięki naszym usługom powstały ośrodki pomocy prawnej, socjalnej czy psychologicznej.

W pomoc dla Ukrainy zaangażowali się też pracownicy firmy. Zorganizowaliśmy zbiórki w naszych 14 największych biurach i wysłaliśmy 50 ciężarówek (ok. 100 ton) z pomocą dla Ukrainy (m.in. odzież, żywność, środki czystości, apteczki, powerbanki, krótkofalówki, czołówki, drony, kuchenki gazowe, telefony z cyrylicą, agregaty). Wysyłamy



również pomoc do personelu medycznego. Ze środków zebranych przez naszych pracowników zakupiliśmy 300 powerbanków oraz 6 agregatów zasilających urządzenia medyczne ratujące życie.

Ponadto udostępniliśmy nasz ośrodek szkoleniowy w Serocku, gdzie w okresie od lutego do października 2022 roku gościliśmy ponad 700 obywateli Ukrainy, zapewniając im wraz z lokalnym samorządem zakwaterowanie, wyżywienie oraz pomoc psychologiczną, edukacyjną i medyczną. W naszym dawnym biurcu w Żórawinie, od marca do grudnia 2022 roku gościliśmy 65 ukraińskich uchodźców. Od października 2022 roku, w naszym dawnym biurcu w Łodzi gościmy wspólnie z Fundacją im. Leny Grochowskiej ponad 80 uchodźców.

Fundacja Orange wsparła uruchomienie szkoły online dla ukraińskich uczniów. Fundacja przeprowadziła również

kampanię edukacyjną na temat dezinformacji, podnosząc świadomość tego problemu.

Przy wsparciu finansowym Fundacji Grupy Orange zrealizowano trzy projekty pomocowe:

- Uruchomiono również w języku ukraińskim telefon zaufania dla dzieci (116 111), oferujący im po traumie wojennej pomoc świadczoną przez ekspertów Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę. Infolinia przyjęła już blisko 2 tys. połączeń;
- Program wolontariatu z organizacjami pozarządowymi: 12 dużych projektów grantowych z udziałem 10 700 beneficjentów (bezpośrednich i pośrednich), 40 mikrograntów, 3 211 uczestników;
- Dom Ukraiński prowadzony przez Fundację „Nasz Wybór” – lekcje języka polskiego, z których skorzystało 590 osób.



## Kluczowe zobowiązania społeczne i ich realizacja

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

Cele w obszarze społecznym	Realizacja w 2022	Cel roczny
<b>Bezpieczne korzystanie z nowych technologii</b>		
Liczba rodziców i wychowawców, którzy skorzystali z materiałów edukacyjnych	137.760*	700.000
Liczba dzieci korzystających z działań edukacyjnych	2.881.958*	500.000
Liczba szkół, które uczestniczyły w Programie	9.805	4.500
<b>Programy edukacyjne dla szkół (MegaMisja, #SuperKoderzy)</b>		
Liczba przeszkolonych dzieci	6.508	5.500
Liczba przeszkolonych nauczycieli	470	430
Liczba szkół w programach	330	290
<b>Pracownie Orange</b>		
Utrzymanie aktywnych Pracowni (ze 100 utworzonych)	76	80
Liczba mieszkańców miejscowości z dostępem do Pracowni	684.000	720.000

\* Z uwagi na potrzebę społeczną i sytuację postpandemiczną, działania edukacyjne w zakresie bezpieczeństwa dzieci w sieci były skupione bezpośrednio na grupie najmłodszych, a nie dorosłych opiekunów. W trakcie 2022 roku można było zaobserwować spadek zainteresowania materiałami edukacyjnymi ze strony dorosłych, co wynikało ze zmęczenia i obciążenia psychicznego spowodowanego bieżącą sytuacją.





Neutralność  
klimatyczna  
netto do 2040 roku

# Klimat i środowisko

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





## Pytania do Jacka Hutry doradcy ds. strategii klimatycznej



**P: Orange Polska deklaruje, że z wyprzedzeniem osiągnie cele klimatyczne zakładane na 2025 rok – dzięki czemu jest to możliwe?**

Najważniejszym źródłem naszych emisji własnych jest energia elektryczna, zwłaszcza ta niezbędna do zasilania naszych sieci. I to właśnie zdecydowane działania w tym obszarze pozwalają na przyspieszenie redukcji naszych emisji.

Po pierwsze, nasze zespoły odpowiedzialne za sieci intensyfikują optymalizację energii – to właśnie stałe podnoszenie efektywności energetycznej było głównym źródłem zmniejszania naszego wpływu na klimat aż do 2020 roku. Łącznie, od 2015 roku Orange Polska zmniejszył całkowite zużycie energii o około 18% pomimo około czterokrotnego wzrostu wolumenu transmisji danych w naszych sieciach w tym samym okresie. To pozostanie bardzo istotnym obszarem działania, ale oczywiście nie można oczekiwać, że w nieskończoność uda się obniżyć zużycie prądu – wykładniczy wzrost transmisji danych już w najbliższych latach przeważa nad uzyskiem z poprawy efektywności.

Dlatego tym ważniejszy staje się drugi kluczowy filar naszych działań – transformacja struktury energetycznej. W 2021 roku, dzięki wejściu w życie pierwszej długoterminowej umowy zakupu energii z nowych źródeł wiatrowych w Polsce, to właśnie OZE stały się kołem zamachowym naszych redukcji emisji CO<sub>2</sub>. Dzięki wysiłkom zwłaszcza naszego Działu Zakupów i innowacyjnemu podejściu do poszukiwania nowych projektów OZE, obecnie mamy już cztery umowy PPA i pewność, że już w 2023 roku osiągniemy w naszym zużyciu pierwotnie cel OZE

zakładany na rok 2025 – a co za tym idzie i zdecydowane redukcje emisji: z trzyletnim wyprzedzeniem przekroczymy cel redukcji o 65% w porównaniu do 2015 roku.

W porządkowaniu i przyspieszaniu działań pomaga to, że już od początku 2022 roku wszyscy menedżerowie objęci półrocznym systemem zadań premiowych są rozliczani z obowiązkowego, solidarnościowego celu redukcji emisji. Analogiczne cele mamy zresztą w długoterminowym programie motywacyjnym dla kluczowych menedżerów.

A najważniejsze jest to, że działania Orange Polska są ściśle związane z naszym biznesem – to nie dodatek czy dekoracja. Dlatego mogą mieć długoterminowy charakter i wyraźne efekty. Skoro najważniejszym zasobem w sektorze cyfrowym jest energia, to na niej się skupiamy – to bardzo istotny koszt i największe źródło emisji.

**P: Co poza tym będzie więc priorytetem działań klimatycznych Orange Polska w najbliższych latach?**

Oczywiście nie spoczywamy na laurach i nie zarzucamy pracy nad zakresami 1 i 2. Wciąż mamy wiele do zrobienia i wykorzystamy każdą możliwość dalszego poprawienia naszych wyników. Zaawansowanie w obszarze redukcji emisji własnych pozwala nam teraz skupić się na kolejnym ważnym, choć niełatwym, temacie, jakim są emisje w całości naszego łańcucha wartości (zakres 3 emisji) – przede wszystkim pochodzące od dostawców i klientów. W tym roku opublikowaliśmy po raz pierwszy pełne szacunki emisji w zakresie 3. Dzieli się one na dwie części o porównywalnej wielkości.

Pierwsza dotyczy emisji związanych z produkcją energii, którą obraca Orange Energia. To znaczące emisje, ale ponieważ nie dotyczą naszej podstawowej działalności biznesowej, wykazujemy je oddzielnie – i oddzielnie podchodzimy do zarządzania nimi. Ale są naturalnie także objęte naszym nadrzędnym celem neutralności klimatycznej netto.

Druga część jest dla nas szczególnie ważna, dotyczy bowiem samego serca naszej działalności – chodzi o emisje naszych dostawców, klientów i pracowników związane z działalnością Orange Polska w sektorze cyfrowym. Zidentyfikowaliśmy trzy priorytety, na których chcemy się skoncentrować, aby osiągnąć określony przez Grupę Orange cel redukcji zakresu 3: spadek o minimum 14% w 2025 roku w porównaniu do roku 2018. Te kluczowe zagadnienia to: zużycie energii przez klientów do zasilania urządzeń niezbędnych do korzystania z naszych usług (zwłaszcza stacjonarnych: modemów i dekodery telewizyjnych), inwestycje w infrastrukturę



sieciową oraz emisje z produkcji urządzeń sprzedawanych czy udostępnianych naszym klientom. Nie zaczynamy rzecz jasna od zera – warto przytoczyć świetne wyniki prowadzonej od lat przez nasz łańcuch dostaw zbiórki i odnowy stacjonarnych urządzeń sieciowych.

Ponadto w kwietniu 2023 roku uruchomiliśmy Program Re, ukierunkowany na uporządkowanie i przyspieszenie działań, które wydłużają życie telefonów komórkowych, redukując emisje związane z ich produkcją i użytkowaniem. Tu szczególnie istotna jest zbiórka telefonów w ramach odkupu (jeśli są sprawne) lub do recyklingu (jeśli już nie działają), naprawa urządzeń oraz rozszerzanie oferty telefonów odnawianych.

Wreszcie, rok 2025 to oczywiście nie koniec naszej drogi. Naszym nadrzędnym celem jest uzyskanie neutralności klimatycznej netto do 2040 roku. Przygotowujemy plan działania na rok 2030, ponieważ Grupa Orange ogłosiła niedawno swój średnioterminowy, oparty na danych naukowych cel na tę perspektywę: redukcję wszystkich emisji (zakresy 1+2+3) o co najmniej 45% w stosunku do roku 2020.

**P: Jakie są największe wyzwania, z którymi musi się zmierzyć firma w najbliższym czasie?**

Najważniejszym wyzwaniem systemowym stojącym przed wszystkimi branżami energochłonnymi, a do nich należy sektor cyfrowy, jest dostępność w Polsce nowych OZE. Potrzeba zdecydowanego wsparcia dla nowych dużych inwestycji wiatrowych na lądzie i morzu oraz słonecznych, a także szybkiej poprawy stanu krajowego systemu elektroenergetycznego.

Edukacja i zaangażowanie klientów to drugi bardzo ważny temat – nad którym już zresztą pracujemy. Naszą odpowiedzialnością jako operatora jest zadbanie o nasze emisje własne, a także wdrażanie rozwiązań, które umożliwią zmniejszanie emisji u klientów korzystających z naszych usług. Dlatego pracujemy z dostawcami nad efektywnością energetyczną naszych urządzeń oraz wprowadzamy w nich nowe tryby energooszczędne. Ale to do klienta należy ostatni krok – uruchomienie takiego trybu i zaakceptowanie, że w zamian za znaczące oszczędności energii urządzenie będzie budziło się do działania o kilkanaście sekund dłużej. Podobnie ze zbiórką sprzętu czy sprzedażą telefonów odnawianych – po naszej stronie jest przygotowanie procesów czy ofert, ale to klient musi na koniec przyjąć i zostawić telefon, w którymś z naszych salonów bądź zdecydować się na urządzenie z odnowy.







## Orange Goes Green – 3 priorytety na naszej drodze do 2025 roku

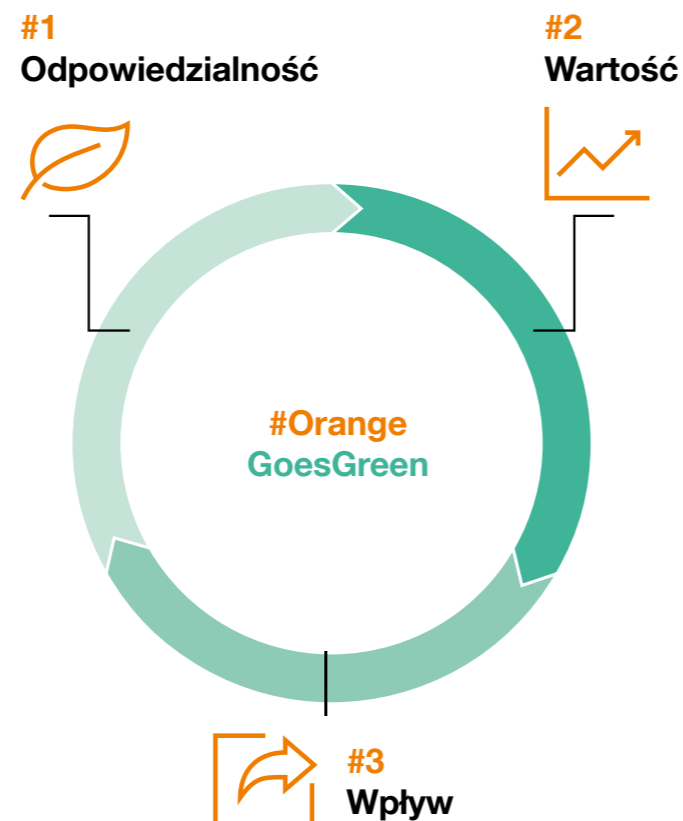
### #1 Odpowiedzialność za redukcję emisji gazów cieplarnianych oraz zużycia zasobów

Przejawem naszego negatywnego wpływu na środowisko są przede wszystkim emisje gazów cieplarnianych, zwłaszcza pochodzące ze zużycia energii. Osiągnięcie neutralności klimatycznej netto do 2040 roku jest naszym nadrzędnym celem klimatycznym i środowiskowym.

W pierwszy okresie, do 2025 roku, w szczególności będziemy się skupiać na redukowaniu naszych bezpośrednich i pośrednich emisji własnych (zakresy 1 i 2 emisji). Naszym celem jest obniżenie ich o co najmniej 65% w porównaniu do 2015 roku.

Ten cel będziemy realizować poprzez następujące działania:

- Zwiększenie udziału odnawialnych źródeł energii w naszym zużyciu do minimum 60% w 2025 roku, dzięki zawieraniu długoterminowych umów zakupowych bezpośrednio z wytwórcami energii odnawialnej (tzw. umowy PPA);
- Dalsza optymalizacja wydajności energetycznej naszych sieci;
- Wprowadzanie i rozwój nowych, bardziej wydajnych energetycznie technologii, np. światłowodu czy 5G;



- Dalsza optymalizacja naszego portfolio nieruchomości (w tym konsolidacja pracowników w bardziej nowoczesnych, wygodniejszych i bardziej efektywnych energetycznie lokalizacjach) oraz poprawa wydajności zasobowo-energetycznej zajmowanych budynków;
- Kontynuacja optymalizacji i elektryfikacji floty samochodowej.

Cel neutralności klimatycznej do 2040 roku obejmuje emisje całego naszego łańcucha wartości, a więc również emisje naszych dostawców, klientów i pracowników związane z działalnością Orange Polska (tzw. zakres 3 emisji). Oszacowaliśmy i ogłosiliśmy nasze emisje w zakresie 3 oraz ustaliliśmy cel redukcyjny na 2025 rok zgodnie z globalnym, potwierdzonym naukowo celem Grupy Orange (min. 14% redukcji w 2025 roku w porównaniu do 2018 roku). Istotnym elementem naszych działań w zakresie 3 będzie przyspieszanie działań w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym i ekoprojektowania, a także wzmacnianie współpracy z dostawcami oraz edukacja klientów.

Redukcja zużycia przez Orange Polska innych zasobów (np. papieru i plastiku) ma znaczenie drugorzędne dla kluczowego celu neutralności klimatycznej netto, ale jest również objęta niniejszym priorytetem. Działamy na jej rzecz m.in. poprzez upraszczanie i cyfryzację procesów czy przeglądy i usprawnianie praktyki obsługi klientów (np. fakturowanie, dostawy), a także promując opcje mniej obciążające klimat i środowisko.

### #2 Wartość dla klientów i wszystkich akcjonariuszy

Sektor cyfrowy może i powinien być częścią rozwiązania kryzysu klimatycznego. Nie zwalnia to nas z odpowiedzialności za redukcję emisji całego naszego łańcucha wartości (priorytet #1 powyżej), ale powinno być istotnym elementem naszej strategii. Dlatego podejmujemy następujące działania:

- Rozwój i sprzedaż komercyjnych usług wspierających wyzwania klimatyczno-środowiskowe naszych klientów indywidualnych i biznesowych (w tym pozwalających na redukcję emisji gazów cieplarnianych czy zużycia zasobów).
- Specjalne oferty oraz informowanie klientów na temat

ślądu klimatycznego usług oraz możliwości jego zmniejszenia lub neutralizacji.

- Wprowadzanie i wzmacnianie całościowego zarządzania problematyką środowiskową w doświadczeniu klientów Orange Polska.
- Działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym (jednocześnie wspierające nasze ambicje dotyczące redukcji emisji w zakresie 3, opisane w priorytecie #1 powyżej):
  - wydłużanie cykli życia telefonów komórkowych, zwłaszcza dzięki naprawie, odzyskiwaniu (w drodze odkupu lub zbiórki do recyklingu) czy oferowaniu urządzeń odnowionych – zarządzane poprzez parasolowy Program Re, uruchomiony w kwietniu 2022 roku,
  - odnowa 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, tysiące pracowników i partnerów. Dlatego chcemy być kluczowym graczem w niezbędnej transformacji polskiej gospodarki, a dla realizacji tego celu podejmujemy szereg działań wewnętrznych i zewnętrznych:

- Komunikacja wewnętrzna i edukacja w celu informowania oraz budowania zaangażowania naszych pracowników i współpracowników.
- Komunikacja, współpraca, edukacja i angażowanie interesariuszy zewnętrznych, szczególnie klientów i dostawców.
- Budowanie pozycji Orange Polska jako jednego z polskich „zielonych liderów”.
- Relacje rynkowe i regulacyjne wspierające zmiany korzystne dla klimatu i środowiska.
- Spójne, rzetelne i całościowe raportowanie finansowe i pozafinansowe na temat klimatu, wpisujące się w najlepsze praktyki rynkowe.
- Systemowe i systematyczne uwzględnianie kryteriów środowiskowo-klimatycznych w podejmowaniu decyzji





## Case Study

# Neutralność klimatyczna w praktyce

Globalnym celem Grupy Orange jest osiągnięcie neutralności klimatycznej netto dla wszystkich emisji (własnych i w łańcuchu wartości) najpóźniej do 2040 roku (tzw. net zero carbon). Cel jest osadzony naukowo i zweryfikowany z międzynarodową organizacją SBTi (Science-Based Targets Initiative), która potwierdziła zgodność założeń 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.

### Nasze cele

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	Zakres 2	Zakres 3
Kluczowe źródła emisji w OPL w poszczególnych zakresach	<b>Emisje własne bezpośrednie</b>	<b>Emisje własne pośrednie</b>	<b>Emisje pośrednie w łańcuchu wartości</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paliwa samochodowe</li> <li>Opał</li> <li>Wycieki z instalacji chłodniczych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energia elektryczna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Dostawcy</b> (zwłaszcza produkcja sprzętu infrastrukturalnego i abonenckiego)</li> <li><b>Klienci</b> (zwłaszcza zużycie energii elektrycznej na zasilanie ich urządzeń)</li> <li>Emisje <b>Orange Energia</b> (liczone/wykazywane oddzielnie – inny sektor działalności – ale objęte celem neutralności klimatycznej netto do 2040 roku)</li> </ul>
	#OrangeGoesGreen		

### Co robimy, aby zrealizować cele klimatyczne

Cel neutralności klimatycznej do 2040 roku, przyjęty przez Grupę Orange, zostanie zrealizowany przede wszystkim dzięki faktycznym redukcjom emisji – a nie tzw. kompensacji, offsetowaniu czy neutralizacji (np. poprzez zakup kredytów węglowych czy realizację projektów leśnych). Zgodnie z polityką Orange, zdecydowana większość, bo aż około 90% celu, powinno zostać zrealizowane poprzez redukcję emisji – a co najwyżej pozostałe 10% w drodze udziału w solidnych, zweryfikowanych projektach kompensacyjnych.

W pierwszym okresie, do 2025 roku, Orange Polska koncentruje się na redukcji emisji własnych (Zakresy 1 i 2), a więc tych znajdujących się pod pełną kontrolą przedsiębiorstwa. Do 2020 roku najważniejsza była optymalizacja energii, zwłaszcza w sieciach Orange – a więc poprawa efektywności energetycznej działań firmy. Od 2021 roku kluczowym czynnikiem redukcji emisji jest transformacja struktury energetycznej firmy dzięki długoterminowemu kontraktowaniu energii elektrycznej z nowych odnawialnych źródeł w Polsce (tzw. umowy PPA). Orange kontynuuje jednocześnie optymalizację zużycia energii pod wszelkimi postaciami (prąd, paliwa), zarówno w sieciach jak i nieruchomościach (biura, salony sprzedaży) czy pojazdach.

### Aktualny postęp w realizacji zamierzeń klimatycznych Orange Polska

Na koniec 2022 roku emisje własne Orange Polska były już o 38% niższe niż w 2015 roku (rok bazowy w Grupie Orange) – i spadek ten przyspieszał (na koniec 2020 roku było to 20%, na koniec 2021 roku – 27%). Zużycie energii przez Orange Polska spadło od 2015 roku o około 18%, pomimo czterokrotnego wzrostu transmisji danych w naszych sieciach w tym samym okresie. Jednocześnie udział OZE w naszej strukturze zużycia wzrósł od 0% w 2020 roku do 12% w 2022 roku. Już w 2023 roku zdecydowanie przekroczy pułap minimum 60%, pierwotnie zakładany dopiero na rok 2025.

### Kolejne kroki w drodze do neutralności klimatycznej netto

Potwierdzenie, że uda nam się zrealizować z wyprzedzeniem pierwotnie zakładane na 2025 rok cele klimatyczne (minimum 60% udziału OZE w strukturze zużycia i minimum 65% redukcji emisji własnych w porównaniu do 2015 roku), pozwala na skoncentrowanie się na emisjach w łańcuchu wartości (Zakres 3 emisji). Orange po raz pierwszy opublikował pełne szacunki tych emisji i określił priorytety działań. Objęte są one globalnym celem redukcyjnym Grupy Orange na poziomie -14% w 2025 roku (w porównaniu do 2018 roku).

## Cel Orange Polska: neutralność klimatyczna netto do 2040 roku

Zakres 1	Zakres 2	Zakres 3	Kompensacja	0
Spalanie paliw w pojazdach i budynkach; wycieki gazów cieplarnianych	Zużycie zakupionej energii	Klienci, dostawcy, pracownicy	emisji niemożliwych do wyeliminowania w inny sposób	
Emisje własne – główny cel do 2025 roku		Emisje w łańcuchu dostaw	Ostatni krok	Neutralność klimatyczna netto (net zero carbon)
„Zaczynamy od siebie”		Aby osiągnąć cel w 2040 roku, działamy już dziś z naszymi dostawcami i klientami	Kompensacja (neutralizacja, offsetowanie) ma nie przekraczać 10% wyjściowych emisji: cel neutralności klimatycznej netto oparty na wartości rzeczywistej redukcji emisji gazów cieplarnianych; kompensacja ma zastosowanie tylko do emisji, których nie da się inaczej uniknąć	
-65% w 2025 vs 2015		-14% w 2025 vs 2018		
-45% w 2030 vs 2020				
Jak najbliżej neutralności klimatycznej netto do 2040				





37% redukcji emisji  
CO<sub>2</sub> w 2022  
vs 2015

## 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.

W przypadku niepowodzenia realizacji inicjatyw zmniejszających niekorzystny wpływ na klimat, Orange Polska, jako firma odpowiedzialna społecznie, byłaby narażona na straty wizerunkowe. Dodatkowo, nieosiągnięcie przez Orange Polska zakładanego udziału energii ze źródeł odnawialnych mogłoby spowodować wyższe niż zaplanowano wydatki na energię elektryczną i w konsekwencji przełożyć się negatywnie na wyniki finansowe.

### Zakresy 1 i 2 emisji gazów cieplarnianych (emisje własne)

Zużycie energii (przede wszystkim na potrzeby sieciowe) jest głównym źródłem emisji własnych operatora telekomunikacyjnego (zakresy 1 i 2 emisji wg Protokołu GHG – bezpośrednio i pośrednie emisje własne). Dla Orange Polska kluczowe są zarówno działania dotyczące optymalizacji wolumenu, jak i struktury pochodzenia energii.

W celu poprawienia efektywności energetycznej i zmniejszenia negatywnego oddziaływania na klimat, Orange Polska prowadzi szereg działań, skupionych głównie wokół optymalizacji zużycia energii oraz zwiększania udziału energii odnawialnej w całości zapotrzebowania na energię.

Od 2014 roku Orange Polska prowadzi kompleksowe działania, mające na celu zmniejszanie zużycia energii w ramach Programu Optymalizacji Energii. Wdrożono dotąd ponad 230 inicjatyw oszczędnościowych w różnych obszarach sieciowych, które przełożyły się na łączną oszczędność energii w latach 2015-2022 przekraczającą 1,1 TWh.



### Wszystkie działania realizowane w ramach Programu zostały podzielone na cztery obszary:

1. FIX Legacy Decommissioning to inicjatywy dotyczące starszych technologii stacjonarnych, czyli PSTN czy ATM. W ramach tych inicjatyw klienci przełączani są na nowsze i bardziej efektywne energetycznie technologie. Optymalizowane są też starsze urządzenia poprzez „zagęszczenie” dostępow dla klientów na kartach i wyłączenie nadmiarowych kart.
2. Poprawa efektywności sieci RAN to szereg działań zmniejszających zużycie energii w mobilnej radiowej sieci dostępowej, przy zachowaniu najlepszej jakości usług dla klientów. W okresie niższej aktywności abonentów, np. w nocy, do zapewnienia połączeń i transferu danych jest potrzebnych mniej zasobów radiowych, dlatego czasowo zostają wyłączone, zmniejszając zużycie energii.
3. Modernizacja środowiska technicznego ma zapewnić optymalne warunki pracy urządzeń telekomunikacyjnych, dzięki systemom klimatyzacji, zasilania, ogrzewania itp. Główne działania to wymiana klimatyzacji na efektywniejszą oraz doposażanie pomieszczeń w układy chłodzenia systemami wentylacji (tzw. free cooling).
4. Big Data Energy. Dostępne dane energetyczne są pozyskiwane, przetwarzane i analizowane przy wykorzystaniu narzędzia business intelligence. Dzięki temu można wykryć anomalie, 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 działalności. W 2022 roku firma kontynuowała optymalizację portfela nieruchomości, a w szczególności konsolidowanie zespołów i przenoszenie ich do nowych, bardziej energooszczędnych lokalizacji. Ponadto, podjęto działania oszczędzające energię przeznaczaną na ogrzewanie i chłodzenie nieruchomości, a także zużycie energii w salonach sprzedaży. Przyspieszyła także elektryfikacja floty samochodowej przy jednoczesnej kontynuacji jej optymalizacji.

Spółka kontynuowała zwiększanie udziału odnawialnych źródeł energii w swojej strukturze energetycznej, zawierając kolejne kontrakty na zakup odnawialnej energii bezpośrednio u jej producentów w oparciu o długoterminowe umowy zakupowe typu Power Purchase Agreement (PPA). Pierwszą taką umowę zawarto w 2020 roku, gdy udział energii odnawialnej w strukturze zużycia Orange Polska wynosił zero. W 2021 roku, rozpoczęcie pracy dwóch farm wiatrowych zbudowanych na potrzeby Orange Polska pozwoliło osiągnąć 6% energii odnawialnej w skali roku. Kolejne kontrakty pozwoliły w 2022 roku osiągnąć 12% udziału energii odnawialnej. Dzięki temu w kolejnych latach Orange Polska z wyprzedzeniem zrealizuje cele klimatyczne założone na 2025 rok (min. 60% udziału energii odnawialnej w strukturze zużycia energii).

Pomimo rosnącej transmisji danych w swoich sieciach, przede wszystkim dzięki opisanym wyżej działaniom dotyczącym energii, Orange Polska zredukował swoje emisje własne w 2022 roku o 37% (189,4 tys. ton)

w porównaniu do 2015 roku (rok bazowy dla emisji w Grupie Orange). Nasz cel redukcyjny w tym zakresie na 2025 rok to -65% w porównaniu do roku 2015. Został on przyjęty przez Zarząd Orange Polska i ogłoszony w kwietniu 2021 roku, wraz z potwierdzeniem nadrzędnego celu klimatycznego firmy: całkowitej neutralności klimatycznej do 2040 roku, zarówno dla emisji własnych jak i całego łańcucha wartości (czyli zakresy 1, 2 i 3 emisji gazów cieplarnianych wg Protokołu GHG). Cele klimatyczne Orange Polska są w pełni zgodne z potwierdzonymi naukowo globalnymi celami Grupy Orange, realizującymi założenia Porozumienia Paryskiego – ograniczenie globalnego ocieplenia do poniżej 1,5 stopnia Celsjusza do końca XXI wieku.

### Zakres 3 emisji gazów cieplarnianych (emisje w łańcuchu wartości)

Orange Polska po raz pierwszy publikuje oszacowanie pełnych emisji gazów cieplarnianych w zakresie 3, a więc emisji dostawców, klientów i pracowników związanych z działalnością Spółki. Do tej pory, zgodnie z globalnym podejściem Grupy Orange, były prezentowane jedynie cząstkowe emisje zakresu 3 dotyczące podróży służbowych.

Oszacowanie emisji – podobnie jak dla zakresów 1 i 2 – jest prowadzone zgodnie z wytycznymi Protokołu GHG i koordynowane przez centralę Grupy Orange w Paryżu, w oparciu o lokalne dane z poszczególnych krajów Grupy, w celu zagwarantowania spójności metodologicznej. Ze względu na złożoność metodologiczną (w szczególności związaną z koniecznością gromadzenia zróżnicowanych danych dla szerokiego katalogu podmiotów w łańcuchu wartości), emisje w zakresie 3 są obecnie kalkulowane



z rocznym opóźnieniem – w niniejszym raporcie są prezentowane ostatnie dostępne dane, czyli za rok 2021. Metodologia wyznaczania emisji w zakresie 3 podlega stałemu procesowi doskonalenia w Grupie Orange, w szczególności co do maksymalizacji udziału w wyliczeniach danych fizycznych w miejsce przybliżeń finansowych. Globalny, potwierdzony naukowo cel redukcji emisji Grupy Orange to -14% w 2025 roku w porównaniu z 2018 rokiem (rok bazowy, przyjęty z uwagi na brak wiarygodnych danych za wcześniejsze okresy).

Emisje Orange Polska w zakresie 3 (z wyłączeniem Orange Energia, prezentowanego oddzielnie poniżej) wyniosły 619 tys. ton CO<sub>2</sub>e, a największymi źródłami pochodzenia emisji były: zakupione produkty i usługi (w tym w szczególności udostępniane klientom urządzenia niezbędne do korzystania z usług cyfrowych), dobra kapitałowe (w tym w szczególności inwestycje infrastrukturalne) oraz korzystanie przez klientów z produktów i usług Orange (w szczególności powiązane z tym zużycie energii elektrycznej). W stosunku do bazowego roku 2018, w którym emisje w zakresie 3 wyniosły 687 tys. ton CO<sub>2</sub>e, w 2021 roku były one niższe o niecałe 10%.

Firma podejmuje już 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 (elementy te są objęte Programem Re, uruchomionym w kwietniu 2022 roku, którego celem jest promocja i akceleracja GOZ w celu redukcji emisji zakresu 3). Ponadto, Orange Polska co roku odzyskuje od klientów, odnawia i kieruje do ponownego wykorzystania około 500 tys. sztuk klienckich urządzeń sieciowych (tzw. CPEs – modemy internetowe i dekodery telewizyjne). Firma wdraża i promuje wśród klientów energooszczędne opcje w urządzeniach sieciowych. Jednocześnie Orange Polska bierze udział w międzynarodowych inicjatywach Grupy Orange



dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym w zakresie infrastruktury sieciowej.

Oddzielną kategorią emisji w zakresie 3 są emisje związane z działalnością Orange Energia, spółki zajmującej się przede wszystkim obrotem energią elektryczną w Polsce (obok m.in. oferowania instalacji fotowoltaicznych czy innych usług). 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. Jednocześnie, ze względu na bardzo wysokie uzależnienie polskiej energetyki od paliw kopalnych (przede wszystkim węgla), energia objęta obrotem na polskim rynku jest bardzo wysoko emisyjna, co przekłada się na znaczne emisje Orange Energia – włączenie tych emisji do pozostałych emisji Orange Polska z podstawowej działalności zaciemniłoby prezentację danych i utrudniło ich analizę.

Emisje Orange Energia są również objęte strategicznym celem klimatycznym Orange Polska – neutralności klimatycznej netto do 2040 roku dla wszystkich emisji (zakresy 1, 2 i 3). W 2021 roku wyniosły one dla tej spółki 619 tys. ton CO<sub>2</sub>e. Wzrost całkowitych emisji Orange Energia od 2018 roku (gdy wynosiły 107 tys. ton CO<sub>2</sub>e) do 2021 roku wynika z rozwoju działalności spółki (wielokrotny wzrost wolumenu obrotu energią). Częściowo kompensował go spadek przeciętnego współczynnika emisji obracanej energii, a także inne podejmowane przez Orange Energia działania zmierzające do dekarbonizacji kupowanej i sprzedawanej energii, a w szczególności dokupywanie gwarancji pochodzenia ze źródeł odnawialnych dla rosnącej części energii. Obecnie całość energii sprzedawanej klientom indywidualnym jest zdekarbonizowana dzięki tym gwarancjom, a spółka podejmuje działania mające na celu rozszerzenie oferty energii odnawialnej na klientów biznesowych.



## 1 Zarządzanie organizacją w zakresie zagrożeń i szans związanych z klimatem

Aby lepiej zarządzać wpływem na klimat, Orange Polska stworzył w 2020 roku stanowisko doradcy ds. strategii klimatycznej Orange Polska (Chief Climate Officer), który odpowiada za koordynację działań Orange Polska 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 strategii biznesowej Orange Polska .Grow, a ich realizacja jest kwartalnie raportowana Zarządowi. Stworzony został specjalny program #OrangeGoesGreen, prowadzony przez doradcę ds. strategii klimatycznej Orange Polska, który ma za zadanie przyspieszenie działań na rzecz klimatu i realizację celów klimatycznych. Nadzór nad realizacją programu sprawują Prezes Zarządu oraz Członek Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych.

Powołany został dedykowany zespół złożony z przedstawicieli różnych jednostek firmy, w ramach którego jest obecnie realizowanych 13 projektów. Za

realizację projektów 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. Zespół spotyka się raz na dwa miesiące, a 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 realizacji tych celów.

Redukcja emisji z zakresu 1 i 2 jest uwzględniona jako cel w systemie oceny MBO dla kluczowych menedżerów zajmujących się tym tematem, a w szczególności odpowiednich Członków Zarządu (Prezes Zarządu, Członek Zarządu ds. Sieci i Technologii, Członek Zarządu ds. Strategii i Spraw Korporacyjnych) i 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 uwzględniane jest 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 łagodzące stanowią jedno ze źródeł wykorzystywanych do przygotowania rocznego Planu Audytu Wewnętrznego. Do wyceny i raportowania ryzyka stosowane są 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 jedno ryzyko klimatyczne.

### Odniesienie do najbardziej istotnych ryzyk wpływu firmy na klimat

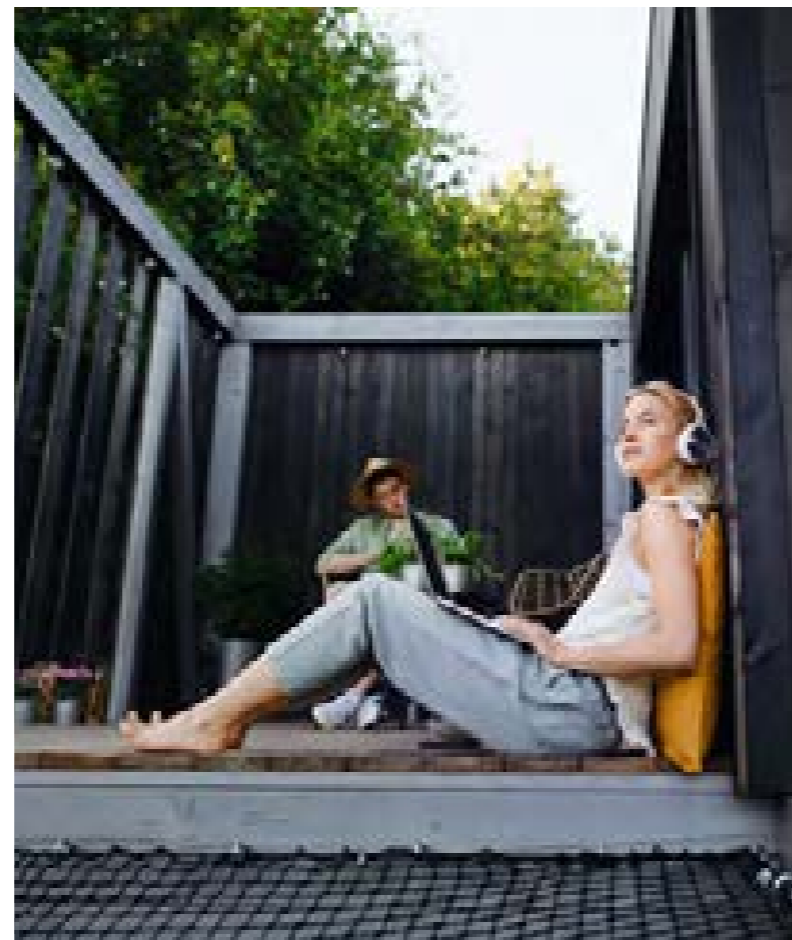
#### Utrata reputacji z powodu negatywnego wpływu na klimat

Brak sukcesu w realizacji strategii klimatycznej Orange Polska może mieć niekorzystny wpływ na reputację firmy oraz skutkować wzrostem kosztów operacyjnych oraz 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 zmniejszenia negatywnego wpływu działalności Spółki oraz oferowanych przez nią produktów i usług na środowisko naturalne.

Chociaż technologia 5G jest efektywniejsza energetycznie od starszych technologii, stale rosnący ruch transmisji danych zwiększa całkowite zużycie prądu, co może powodować wzrost emisji CO<sub>2</sub> (zużycie energii elektrycznej jest głównym źródłem emisji 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 CO<sub>2</sub> pomimo wzrostu ruchu.

Jak szczegółowo przedstawiono wcześniej, 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 bezpośrednio z producentami oraz działania optymalizujące zużycie energii, między innymi 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.

#### Ryzyko krótkoterminowe.



### Analiza oraz określenie poziomu i charakteru znaczenia zmian klimatycznych

W 2021 roku został przeprowadzony proces 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), średnio- (do 2050) i długoterminowe (2100) (ujęcie czasowe). W całym procesie uczestniczył zespół złożony z przedstawicieli kierownictwa i różnych obszarów firmy, które zostały uznane za najważniejsze z uwagi na aktualny i potencjalny wpływ na środowisko. W 2022 roku przeprowadzono skróconą wersję 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.

#### Cel:

Określenie najistotniejszych negatywnych czynników klimatycznych oraz szans, które wpływają, w zależności od scenariuszy klimatycznych, na podatność i przystosowanie w danym obszarze oraz łańcuchu budowania wartości.

#### Rezultat:

Lista najważniejszych negatywnych czynników klimatycznych i szans stojących przed Polską oraz przed Orange Polska w całym łańcuchu wartości w aspekcie poszczególnych scenariuszy klimatycznych.

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

#### Cel:

Opisanie najważniejszych negatywnych czynników społeczno-gospodarczych oraz szans wpływających na Polskę oraz branżę telekomunikacyjną.

#### Rezultat:

Lista najważniejszych wyzwań społeczno-gospodarczych i możliwości wpływających na podatność na zmianę klimatu w Polsce dla branży telekomunikacyjnej. Określenie potrzebnych informacji lub szczegółowych analiz konkretnych negatywnych czynników społeczno-gospodarczych lub szans tworzonych przez zmianę klimatu, aby ocenić ogólną podatność na zmiany klimatu.



## 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.

### Cel:

Określenie najwrażliwszych działań w obszarach lub sektorach, które zostaną najbardziej dotknięte przez negatywne czynniki klimatyczne i społeczno-gospodarcze.

### Rezultat:

Lista najwrażliwszych działań lub wpływu negatywnych czynników klimatycznych i społeczno-gospodarczych na pogorszenie lub odciążenie celów i działań Orange Polska.

Określenie możliwych braków Orange Polska w wiedzy dotyczącej wpływu zmian klimatycznych i społeczno-gospodarczych na konkretne działania.



## 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

### Cel:

Określenie i sklasyfikowanie wewnętrznych i zewnętrznych czynników zdolności przystosowawczej, aby wybrać najbardziej istotne czynniki do oceny podatności na zmianę klimatu na obszarze Polski oraz w sektorze telekomunikacji.

### Rezultat:

Lista czynników mających największy wpływ na zdolność przystosowawczą na lokalnym obszarze lub w sektorze gospodarki.

## 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

### Cel:

Określenie czynników ograniczających oraz wspomagających procesy.

### Rezultat:

Lista zhierarchizowanych środków przystosowania i kapitalizacji, potencjalnych konfliktów, czynników ułatwiających i wspólnych korzyści oraz przeszkód utrudniających wdrożenie określonych środków.

Plan działania zawierający zhierarchizowane środki, w tym konkretne kroki.



## Metodologia

Metodologia identyfikacji, wyceny i działań łagodzących ryzyka dla Orange Polska została opracowana w oparciu o wytyczne Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (TCFD), raporty Międzyrządowego Panelu 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 3 okresów: 2022-2025 (okres strategii OPL), 2025-2050 (cel UE osiągnięcia neutralności klimatycznej to 2050) i 2100 (prognoza szczytu klimatycznego w Paryżu przedstawiona na ten okres).

Przedstawiona metodologia została wykorzystana przy wsparciu prof. P. Bogacza z Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie.

W ramach analizy zostały opracowane dla Orange Polska cztery scenariusze:

- Scenariusz pozytywny RCP2,6 – dynamika ocieplenia klimatu do 2100 roku poniżej 1,5°C w stosunku do ery przedindustrialnej;
- Scenariusz neutralny RCP4,5 – dynamika ocieplenia klimatu do 2100 roku pomiędzy 1,5 a 2°C w stosunku do ery przedindustrialnej;
- Scenariusz negatywny RCP6 – dynamika ocieplenia klimatu do 2100 roku pomiędzy 2 a 3°C w stosunku do ery przedindustrialnej;
- Scenariusz bardzo negatywny RCP8,5 – dynamika ocieplenia klimatu do 2100 roku powyżej 3°C w stosunku do ery przedindustrialnej.

Na powyższej podstawie przyjęto następujący horyzont czasowy ryzyk:

- Krótkoterminowe (do 2025 roku),
- Średnioterminowe (do 2050 roku),
- Długoterminowe (do 2100 roku).

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 kategorii ryzyk kluczowych znalazło się ryzyko dotyczące utraty reputacji z powodu negatywnego wpływu na klimat. 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 2022 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. kłęski 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, a tym samym wpływać na jego sytuację finansową i perspektywy rozwoju.

Eksperti Orange Polska zidentyfikowali zagrożenia związane ze zmianami klimatu, które mogą znacząco wpłynąć na Spółkę. Ryzyka te zostały wycenione pod względem wartości i prawdopodobieństwa. Wycenę oparto na zdyskontowanych przyszłych przepływach pieniężnych 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 w poniższej tabeli, łącząc je z poszczególnymi czynnikami klimatycznymi i skutkami ich zadziałania.





Czynnik klimatyczny oparty na długoterminowych prognozach w różnych scenariuszach temperaturowych (2-4°C)	Ryzyko (opisane poniżej)	Ryzyko wynikające z czynnika klimatycznego	Wartość ryzyka = przyszłe przepływy pieniężne wynikające z:
Fale upałów, ulewnych deszczy/burz, powodzi rzecznych	a)	Uszkodzenia sprzętu spowodowane wysokimi temperaturami, falami upałów, powodziami i innymi ekstremalnymi warunkami pogodowymi	Koszt napraw uszkodzonych aktywów
Wzrost poziomu morza	a)	Uszkodzenia sprzętu z powodu wzrostu poziomu morza	Koszt odbudowy i relokacji majątku
Wzrost temperatury	b)	Zwiększona ilość wymaganej energii	Koszt 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 sprzętu 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	Niewyceniony

#### 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 trwałe 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, wybory 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, izolacja, systemy chłodzenia) lub zapewnić odpowiednie rozwiązania ochronne (np. pompy).

##### Ryzyko średnio- i długoterminowe.

#### b) Ryzyka związane z przejściem

##### Wpływ zmian klimatycznych na dostarczanie, zużycie i koszty energii

Zmiana klimatu (a w szczególności rosnące temperatury i ekstremalne zjawiska pogodowe) będą miały prawdopodobnie znaczny wpływ na dostarczanie 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 dobową temperaturą, intensywna burza i deszcz, albo przewlekłą (długotrwałą) – np. częstsze fale upałów lub intensywne burze. Oba te rodzaje ryzyka mają podobny, istotny wpływ na dostarczanie, 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 samej infrastruktury firmy ze względu na wyższe temperatury otoczenia.

Zarządzanie i podejście Orange Polska do tego ryzyka 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 dostawy). Spółka optymalizuje także zużycie energii w celu zmniejszenia zapotrzebowania (wielkości zużycia). Program Optymalizacji Energii obejmuje optymalizację zużycia energii dla nieruchomości nietechnicznych oraz ewolucję w kierunku bardziej energooszczędnych technologii. Koncentrujemy się także na technologiach chłodzenia (ograniczenie zużycia energii; połączone rozwiązania pasywne/aktywne). Podejmujemy też starania o pozyskanie energii odnawialnej od dostawców (umowy PPA), uzupełniając to działaniem o własne źródła (Solar-as-a-Service), gwarantujące długoterminowy dostęp do niezbędnych ilości energii.

##### Ryzyko krótko-, średnio- i długoterminowe.

#### c) Zakłócenia łańcuchów dostaw spowodowane kwestiami związanymi ze zmianą 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 sprzętu 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 tras 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 BuyIn) w celu wdrożenia odpowiednich rozwiązań na poziomie międzynarodowym.

##### Ryzyko średnio- i długoterminowe.





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

Skutki społeczne, demograficzne, gospodarcze i regulacyjne związane ze zmianami 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 wymagania wobec największych przedsiębiorstw w zakresie kosztów operacyjnych lub finansowych (np. w zakresie wymaganej obowiązkowej redukcji emisji, wykorzystania energii odnawialnej, zarządzania środowiskowego, rozwiązań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym itp.). 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 na 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 oceniamy, że wpływ ten w dużej mierze zostanie 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.

Z tego powodu stale monitorujemy sytuację prawno-regulacyjną z perspektywy zmian klimatu, poprzez specjalny zespół ekspertów. Systematycznie informujemy i angażujemy kluczowych interesariuszy wewnętrznych, aby z wyprzedzeniem i jak najlepiej odpowiadać na zachodzące zmiany. Współpracujemy także z zewnętrznymi interesariuszami (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.

#### Ryzyko średnio- i długoterminowe.

#### Szanse związane z polityką klimatyczną

Orange Polska postrzega działania na rzecz ochrony klimatu również jako szanse, takie jak:

- Rozwój oferty Smart City opartej o Internet Rzeczy (IoT) dla miast i spółek miejskich, pozwalającej na lepsze gospodarowanie zasobami, zmniejszenie zużycia energii elektrycznej i emisji gazów cieplarnianych oraz większy komfort mieszkańców.
- Stabilizacja kosztów energii elektrycznej dzięki postępującemu przechodzeniu na energię ze źródeł odnawialnych w oparciu o wieloletnie kontrakty bezpośrednio z producentami (PPA).
- Potencjał wykorzystywania środków europejskich na projekty wpisujące się w niezbędną zieloną i cyfrową transformację.



## 3 Strategia klimatyczna

### Wpływ ryzyk i szans związanych z klimatem na strategię firmy

W ramach podejścia #OrangeGoesGreen, Spółka przyjęła strategię klimatyczną, której kluczowym celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej netto (Net Zero Carbon) do 2040 roku. Neutralność obejmie zarówno własne emisje bezpośrednie i pośrednie gazów cieplarnianych (zakresy 1 i 2 śladu węglowego w ujęciu Protokołu GHG), jak i emisje w łańcuchu wartości (zakres 3). Cele klimatyczne Orange Polska są w pełni zgodne z potwierdzonymi naukowo globalnymi celami Grupy Orange, realizującymi założenia Porozumienia Paryskiego – ograniczenie globalnego ocieplenia do poniżej 1,5 stopnia Celsjusza do końca XXI wieku.

Pierwszy etap działań obejmuje okres do 2025 roku. W tej perspektywie działania skupiają się wokół trzech priorytetów:

#### Priorytet 1: Odpowiedzialność za redukcję emisji CO<sub>2</sub> i zużycia zasobów:

- Zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub> w zakresach 1 i 2 śladu węglowego w ujęciu Protokołu GHG (bezpośrednie i pośrednie emisje własne) o 65% w porównaniu do 2015 roku.

Osiągnięcie tego celu będzie możliwe przede wszystkim dzięki:

- zwiększeniu udziału energii odnawialnej w strukturze energetycznej do co najmniej 60% w 2025 roku, w oparciu o długoterminowe umowy zakupowe (PPA), zawierane bezpośrednio z producentami energii odnawialnej;
- pracy nad dalszą poprawą efektywności energetycznej własnej sieci;
- wprowadzeniu nowych, znacznie efektywniejszych technologii, takich jak światłowody i 5G;

- redukcji emisji w zakresie 3 emisji GHG (emisje przez dostawców, klientów i pracowników powiązane z działalnością Orange Polska), w tym wprowadzenie ekologicznego projektowania;
- optymalizacji innych zasobów zużywanych przez Orange Polska.

**Priorytet 2:** Wartość dla klientów i wszystkich interesariuszy dzięki działaniom na rzecz klimatu:

- rozwój i sprzedaż usług komercyjnych wspierających klientów indywidualnych i biznesowych w ich wyzwaniach klimatycznych (w szczególności rozwiązań umożliwiających zmniejszenie emisji GHG i zużycia zasobów);
- specjalne oferty ekologiczne i komunikacja z klientami dotycząca śladu klimatycznego usług i możliwości jego zmniejszenia lub zneutralizowania, a także całościowe zarządzanie obawami ekologicznymi w doświadczeniach klientów Orange Polska;
- gospodarka o obiegu zamkniętym:
  - przyjmowanie, odkupywanie, recykling i naprawa telefonów komórkowych,
  - odnawianie urządzeń abonenckich (modemów i dekoderek),
  - korzystanie z odnowionych urządzeń w sieci Orange Polska.

**Priorytet 3:** Wpływ na zieloną i cyfrową transformację polskiej gospodarki:

- komunikacja wewnętrzna i edukacja pracowników w celu ich większego zaangażowania;
- komunikacja zewnętrzna i budowanie wizerunku Orange Polska jako „ekologicznego lidera”;
- relacje z rynkiem i regulatorem;
- kompleksowa, rzetelna i spójna sprawozdawczość finansowa i pozafinansowa;
- stałe uwzględnianie aspektów klimatycznych i środowiskowych przy podejmowaniu decyzji.







## 4 Kluczowe cele polityki klimatycznej i środowiskowej oraz ich realizacja w 2022 roku

### Cele i mierniki ich realizacji

Kluczowe cele w zakresie oddziaływania na środowisko zdefiniowane w strategii Orange Polska, wpisujące się w globalne cele klimatyczne Grupy Orange (objęte

strategią Engage 2025), są oparte o naukę i potwierdzone z Science-Based Targets Initiative jako realizujące zapisy Porozumienia Paryskiego (ograniczenie globalnego ocieplenia w XXI wieku do maksymalnie 1,5 stopnia Celsjusza w porównaniu do epoki przedprzemysłowej).

Cele w obszarze klimatycznym do 2025	Realizacja w 2021	Realizacja w 2022
Zmniejszenie emisji GHG w zakresach 1 i 2 o 65% (vs 2015 r.)	-27%	-37%
60% zużytej energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych	6%	12%



## Działania realizowane w 2022 roku

### Odpowiedzialność

#### Zakres 1 emisji gazów cieplarnianych:

- Przyspieszenie elektryfikacji floty samochodów Orange Polska i dalsza jej optymalizacja;
- Kontynuacja optymalizacji portfela nieruchomości i przenoszenie pracowników do mniejszej liczby mniej energo- i zasobochłonnych biur.

- Dzięki Programowi Optymalizacji Energii (EOP) oszczędziliśmy już ponad 1,1 TWh od 2015 roku;
- Dodatkowe działania optymalizacyjne dotyczące zużycia energii w nieruchomościach (ogrzewanie, chłodzenie, oświetlenie), w tym salonach sprzedaży

#### Zakres 2 emisji gazów cieplarnianych:

- Podpisanie dwóch kolejnych długoterminowych umów zakupu energii odnawialnej bezpośrednio od producentów (cPPA – Corporate Power Purchase Agreement) – łącznie cztery zawarte przez Orange Polska umowy zapewniają, że z wyprzedzeniem osiągniemy nasze cele klimatyczne na 2025 rok. Od 0% udziału energii elektrycznej w 2020 roku, przez 6% w 2021 roku, w 2022 roku osiągnęliśmy poziom 12% - i potwierdzamy cel min. 60% na rok 2025;

#### Zakres 3 emisji gazów cieplarnianych:

- Pierwsza pełna kalkulacja emisji gazów cieplarnianych w zakresie 3;
- Uruchomienie Programu Re w celu akceleracji działań GOZ w zakresie telefonów komórkowych (zbiórka, odkup, naprawa, odnowa, recykling);
- Promowanie trybów energooszczędnych w urządzeniach stacjonarnych;
- Kontynuacja działań dotyczących zbiórki i odnowy stacjonarnego sprzętu sieciowego.



### Wartość

- Promowanie działań związanych z GOZ (Program Re) – w szczególności systematyczne rozszerzanie oferty telefonów odnawialnych dostępnych w sprzedaży, a także wzmocnienie wysiłków dotyczących zbiórki i odkupu telefonów używanych;
- Odnawianie klienckiego sprzętu sieciowego (modemy, dekodery telewizyjne). Rocznie odnawiamy ponad pół miliona takich urządzeń. Około 60% naszych klientów podpisując umowę, dostaje właśnie takie urządzenie;
- Dalsza cyfryzacja w celu uproszczenia, przyspieszenia i zwiększenia efektywności procesów, w tym redukcji zużycia papieru. Zachęcamy klientów do przechodzenia na e-fakturę, wyboru bardziej odpowiedzialnych akcesoriów czy zaangażowania w akcje ekologiczne. Dzięki zaangażowaniu klientów, powstało już około 11 hektarów wieczystych, bioróżnorodnych lasów, co jest okazją do

- działań edukacyjnych, wyjaśniających szerszy kontekst problematyki klimatycznej, a zwłaszcza konieczność odchodzenia od paliw kopalnych i rozwoju energetyki odnawialnej;
- Wdrażanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym do naszej sieci (projekt OSCAR) – wykorzystywanie urządzeń sieciowych na potrzeby wewnętrzne;
- Kontynuacja ogólnopolskiej oferty fotowoltaiki Orange Energia, który jest też największym niezależnym sprzedawcą energii w Polsce. Na cały wolumen energii, którą sprzedaje klientom indywidualnym, dokupuje gwarancje pochodzenia ze źródeł odnawialnych, co pozwala na dekarbonizację w zakresie 3 tej części sprzedawanej energii;
- Rozwój oferty Smart City, która pozwala bardziej efektywnie wykorzystywać zasoby. W portfolio usług Orange Polska są m.in. inteligentne, zdalne liczniki mediów, systemy zarządzania oświetleniem miejskim czy platformy rowerów miejskich.

### Wpływ

- Strategia klimatyczna #OrangeGoesGreen została wyróżniona w wiodącym globalnym konkursie sektora telekomunikacyjnego i cyfrowego – londyńskich World Communication Awards 2022;
- Ponad 10 tysięcy pracowników i współpracowników ukończyło szkolenie dotyczące klimatu (czterokrotny wzrost w ciągu roku), a 44 wybrane osoby zostały objęte rocznym programem podyplomowych studiów Green Academy w Collegium Civitas dotyczących zrównoważonego rozwoju, których partnerem jest Orange Polska;
- Bieżące analizowanie jak najlepszego wykorzystania funduszy unijnych dotyczących zielonej i cyfrowej transformacji – dla nas i naszych klientów;
- Wsparcie dla Klimatycznej Bazy Wiedzy, zainicjowanej przez Climate Purpose Lab i grupującej kilkanaście czołowych klimatycznych organizacji pozarządowych i instytucji naukowych w Polsce. Skierowana do mediów i influencerów baza umożliwia bezpłatny dostęp do polskojęzycznych podsumowań i streszczeń kluczowych międzynarodowych raportów i opracowań naukowych na temat klimatu i jego ochrony.





## Taksonomia

Niniejsze ujawnienia zostały przygotowane na podstawie następujących regulacji europejskich („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 „Kryteria Techniczne”, „Kryteria”);
- 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) 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”).

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.

Kryteria Techniczne określają sektory oraz listę rodzajów działalności gospodarczych mogących wnieść istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub adaptację do zmian klimatu oraz kryteria istotnego wkładu i nie czynienia poważnych szkód pozostałym celom środowiskowym (ang. Do No Significant Harm – DNSH). Taksonomia UE obejmuje 13 sektorów działalności („działalność kwalifikowana”) i może ulec zmianie, a działalności gospodarcze uznawane obecnie za kwalifikowane w rozumieniu Taksonomii UE prawdopodobnie zostaną uzupełnione o kolejne sektory lub rodzaje.

Obecnie Kryteria obejmują sektory działalności odpowiedzialne za największą emisję gazów cieplarnianych oraz o największym potencjale realizacji celów środowiskowych.



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 działalności kwalifikowanej zgodnie z Taksonomią UE, w związku z czym ta działalność nie jest uznawana za zrównoważoną. Jednocześnie, Orange Polska ocenia, że jej działalność w obszarze nieobjętym Taksonomią UE wnosi pozytywny wkład w adaptację do niekorzystnych zmian klimatycznych lub ich łagodzenie, a tym samym przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, np. dzięki zmniejszeniu zapotrzebowania na transport oraz budowę nieruchomości z przeznaczeniem na cele związane z pracą, edukacją lub rozrywką. Branża cyfrowa ma szczególne możliwości w zakresie potencjalnego pozytywnego wpływu na inne sektory poprzez wspieranie zarządzania emisjami i ich redukcji. W szczególności, rozwiązania i produkty informatyczne, które funkcjonują w oparciu o nasze sieci, pomagają firmom i osobom prywatnym w zmniejszaniu emisji CO<sub>2</sub>. Do tych rozwiązań i produktów należą między innymi konferencje internetowe i wideokonferencje, a także „inteligentne” rozwiązania dla miast i budynków. Więcej informacji na temat naszego wkładu w ochronę klimatu przedstawiono w rozdziałach Klimat i środowisko oraz Społeczeństwo.

Orange Polska dokonał analizy swojej działalności za 2022 rok w zakresie zakwalifikowania jej zgodnie z Taksonomią UE i dokonał obliczenia kluczowych wskaźników dotyczących udziału procentowego przychodów (obrotów), nakładów inwestycyjnych („CAPEX”) i wydatków operacyjnych („OPEX”) związanych z tą działalnością („wskaźniki wyników”) do całości przychodów, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych Orange Polska wg definicji Taksonomii UE. W związku z opisanym powyżej podejściem Komisji Europejskiej do kwalifikacji działalności, tylko nieliczne obszary działalności Orange Polska zostały objęte Taksonomią UE, co skutkuje niskim poziomem ujawnionych wskaźników wyników Orange Polska.

Za 2021 rok, Orange Polska zaraportował swoją działalność, którą zgodnie z Taksonomią UE uznał za kwalifikującą się do Taksonomii UE, czyli swoją działalność kwalifikowaną.

W ujawnieniach za 2022 rok, Orange Polska przedstawia działalność kwalifikowaną Spółki oraz, dodatkowo, działalność zgodną („działalność zgodna”), czyli działalność kwalifikowaną Orange Polska, która spełnia: i) kryteria istotnego wkładu w łagodzenie zmian klimatu lub adaptację do nich oraz (ii) kryteria nie wyrządzania poważnych szkód pozostałym celom środowiskowym (DNSH), a także jest prowadzona zgodnie z minimalnymi

gwarancjami, tj. w sposób zapewniający minimalne gwarancje, takie jak przestrzeganie praw pracowniczych, praw człowieka i inne.

Orange Polska zamieścił komentarz na temat kwalifikacji, zgodności i kluczowych wskaźników dotyczących swojej działalności, ponieważ system identyfikacji i klasyfikacji działalności zrównoważonej uregulowany w Taksonomii UE, wymaga interpretacji i nie odzwierciedla wszystkich działań podejmowanych przez Orange Polska w zakresie redukcji wpływu na środowisko i realizacji celów klimatycznych (patrz: Obszar środowiskowy i klimatyczny).

Przykładem istotnej działalności Orange Polska, z punktu widzenia realizacji celów klimatycznych, poza działalnością telekomunikacyjną, która nie może zostać uznana za kwalifikowaną, zgodnie z interpretacją obecnie obowiązującej Taksonomii UE, jest zakup na potrzeby własne energii ze źródeł odnawialnych (wiatru i słońca) w ramach długoterminowych umów z dostawcami (ang. Power Purchase Agreement – PPA,) i w modelu Solar-as-a-Service, w którym instalacje fotowoltaiczne są dzierżawione.

W przyszłości zmiany regulacyjne mogą spowodować, że dodatkowe rodzaje działalności w zakresie usług informacji i komunikacji, poza obecnie uznanymi za kwalifikowane usługami przetwarzania danych za pośrednictwem ośrodków przetwarzania i rozwiązaniami opartymi na danych służącymi redukcji emisji gazów cieplarnianych, zostaną objęte systematyką Taksonomii UE, w tym usługi stanowiące główną działalność operatora telekomunikacyjnego, takiego jak Orange Polska, które umożliwiają innym przedsiębiorstwom ograniczenie emisji gazów cieplarnianych.

Lista działań kwalifikujących się do Taksonomii UE oraz lista 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 Orange Polska.







## 1. Określenie kwalifikujących się działań w rozumieniu Taksonomii UE tj. działalności kwalifikowanej

Orange Polska przeprowadził przegląd całego zakresu swoich działalności w celu określenia, które z nich spełniają kryteria opisu działalności zawarte w Kryteriach Technicznych.

Działalność Orange Polska kwalifikująca się do Taksonomii UE, tj. działalność kwalifikowana generująca przychody, obejmuje:

Cel środowiskowy jaki realizuje działalność	Rodzaj działalności wg Taksonomii UE	Opis działalności wg Taksonomii UE	Powiązany kod NACE (klasyfikacja działalności gospodarczej Unii Europejskiej)	Opis działalności Orange Polska
Łagodzenie zmian klimatu	6.4 Eksploatacja urządzeń do mobilności osobistej, logistyka rowerowa	Sprzedaż, zakup, finansowanie, leasing, wynajem i eksploatacja urządzeń do mobilności osobistej lub urządzeń transportu osobistego, napędzanych siłą mięśni użytkownika, silnikiem bezemisyjnym lub z obu tych źródeł (silnika bezemisyjnego i siły mięśni).	77.11.Z	Oferta Smart Bike – system wypożyczenia rowerów czwartej generacji (bez stacji dokujących)
	7.6 Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej	Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej na miejscu.	43.21.Z	Usługi profesjonalne w zakresie oferty fotowoltaiki dla klientów indywidualnych i biznesowych
	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 obrzeżach sieci.	63.11.Z	Usługi hostingu i przetwarzania danych w Centrach Danych
	8.2 Rozwiązania oparte na danych, na potrzeby redukcji emisji gazów cieplarnianych	Opracowywanie lub stosowanie rozwiązań ICT (ang. Information and Communication Technology, tj. technologia teleinformatyczna) służących do gromadzenia, transmisji, przechowywania danych oraz do ich modelowania i wykorzystania, jeżeli ta działalność 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), Internetu rzeczy, 5G i sztucznej inteligencji.	63.11.Z	Inteligentne usługi oparte o Internet Rzeczy (IoT)

Rozwiązania wzięte pod uwagę dla działania 8.2 „Rozwiązania oparte na danych na rzecz redukcji emisji gazów cieplarnianych” odnoszą się do usług związanych z Internetem Rzeczy (ang. Internet of Things - IoT) uznawanych za usługi umożliwiające innym sektorom gospodarki ograniczenie ich emisji gazów cieplarnianych.

Usługi oparte o IoT obejmują rozwiązania umożliwiające sterowanie oświetleniem, monitoring jakości powietrza, kontrolę przepływów logistycznych i odczyt wodomierzy, wspierając rozwój inteligentnych miast. 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.

Oprócz nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych związanych z działalnościami Orange Polska, które generują przychody, Spółka identyfikuje tzw. indywidualne nakłady inwestycyjne na działania kwalifikujące się do Taksonomii UE, tj. takie, które nie generują przychodów:

### Cel środowiskowy

### Rodzaj działalności wg Taksonomii UE

Łagodzenie zmian klimatu

6.5 Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi.

7.4 Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach i na parkingach przy budynkach.

7.7 Nabywanie i prawo własności budynków.





## 2. Obliczanie kluczowych wskaźników wyników

Orange Polska obliczył kluczowe wskaźniki wyników zgodnie z przepisami Rozporządzenia 2020/852 i Rozporządzenia 2021/2178 w oparciu o istniejące procesy i systemy raportowania oraz przyjęte założenia (zob. Nota metodologiczna).

Orange Polska zastosował wskazaną w powyższych regulacjach metodologię wyliczenia kwalifikowanej części przychodów, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych.

### 2.1. Udział przychodów związanych z kwalifikowaną działalnością w całości przychodów

Wskaźnik udziału przychodów związanych z działalnością kwalifikowaną został policzony przez podzielenie sumy przychodów z działalności kwalifikowanej, opisanej w pkt. 1 powyżej, przez przychody określone w skonsolidowanym rachunku zysków i strat w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony 31 grudnia 2022 r. (skonsolidowane przychody) oraz w Nocie 6 „Przychody” w tym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

	31 grudnia 2022
Przychody z działalności kwalifikowanej	72 mln zł
Skonsolidowane przychody	12 488 mln zł
Wskaźnik przychodów związanych z działalnością kwalifikowaną	0,6%

Odsetek przychodów związanych z działalnością kwalifikowaną wynosi 0,6%, co odzwierciedla niewielki udział działalności sektora usług telekomunikacyjnych w zakresie działalności objętych obecnie zakresem Taksonomii UE.

Kluczowe kwalifikowane przychody Orange Polska w 2022 roku, tj. wykazane w liczniku wskaźnika wyników, obejmują przychody z usług hostingu i przetwarzania danych w centrach danych, przychody z tytułu inteligentnych usług opartych o Internet Rzeczy oraz przychody z usług w zakresie fotowoltaiki.

### 2.2. Udział nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikowaną w całości nakładów inwestycyjnych

Wskaźnik nakładów inwestycyjnych Orange Polska związanych z działaniami kwalifikowanymi został obliczony

przez podzielenie sumy nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikowanej, opisanej w pkt. 1 powyżej, przez sumę nakładów inwestycyjnych ujętych w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony 31 grudnia 2022 r., obliczoną według definicji Taksonomii UE, jako zwiększenie:

- wartości niematerialnych (nabycie wartości niematerialnych w Nocie 11 „Pozostałe wartości niematerialne” w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy Kapitałowej Orange Polska za 2022 r.),
- środków trwałych (nabycie środków trwałych w Nocie 12 „Środki trwałe” w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy Kapitałowej Orange Polska za 2022 r.),
- a także aktywów z tytułu prawa do użytkowania (zwiększenia w Nocie 14.1 „Grupa jako leasingobiorca” w sprawozdaniu skonsolidowanym Grupy Kapitałowej Orange Polska za 2022 r.).

	31 grudnia 2022
Nakłady inwestycyjne związane z działalnością kwalifikowaną	114 mln zł
Suma nakładów inwestycyjnych	2 739 mln zł
Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikowaną	4,2%

Suma nakładów inwestycyjnych zdefiniowanych jak wyżej (CAPEX) różni się od wskaźnika eCapex zaprezentowanego w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony 31 grudnia 2022 r., przede wszystkim dlatego, że eCapex nie zawiera zwiększenia aktywów z tytułu rezerwacji i innych praw do częstotliwości oraz prawa do użytkowania, a ponadto jest pomniejszony o naliczone wpływy ze sprzedaży aktywów.

Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością kwalifikowaną wynosi 4,2%, co odpowiada niewielkiej części nakładów inwestycyjnych kwalifikowanych w Orange Polska. Dzieje się tak dlatego, że Taksonomia UE w obecnym kształcie nie uwzględnia wszystkich działań sektora telekomunikacyjnego podejmowanych w celu łagodzenia lub adaptacji do zmian klimatu.

Kluczową działalność inwestycyjną Orange Polska w 2022 roku, ukierunkowaną na wzmocnienie zrównoważonego charakteru działalności uznanej za kwalifikowaną zgodnie z Taksonomią UE, stanowi rozwój infrastruktury technicznej centrów danych.



### 2.3. Udział wydatków operacyjnych związanych z działalnością kwalifikowaną w całości wydatków operacyjnych

Zgodnie z zapisami Załącznika nr 1 do Rozporządzenia 2021/2178, wydatki uwzględniane w celu obliczenia wskaźnika wydatków operacyjnych Orange Polska związanych z działalnością kwalifikowaną, definiowane jako kwalifikowane wydatki operacyjne w liczniku wskaźnika oraz suma wydatków operacyjnych w mianowniku, obejmują:

- 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, Orange Polska nie wzięła pod uwagę wydatków na zakup energii pozwalających na działanie w szczególności centrów danych, ponieważ wydatki te nie stanowią ani CAPEXu ani OPEXu w rozumieniu Taksonomii UE.

	31 grudnia 2022
Wydatki operacyjne związane z działalnością kwalifikowaną	24 mln zł
Suma wydatków operacyjnych	1 161 mln zł
Wskaźnik wydatków operacyjnych związanych z działalnością kwalifikowaną	2,1%

Wydatki operacyjne wchodzące w skład wskaźnika są ujęte w kosztach zakupów zewnętrznych, pozostałych przychodach i kosztach operacyjnych oraz kosztach świadczeń pracowniczych w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej Orange Polska za rok zakończony 31 grudnia 2022 r. 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 tego, że Taksonomia UE w obecnym kształcie nie uwzględnia wszystkich działań sektora telekomunikacyjnego podejmowanych w celu łagodzenia lub adaptacji do zmian klimatu, w tym działań realizowanych przez Orange Polska na rzecz redukcji wpływu na środowisko i realizacji celów klimatycznych (zob. opis w sekcji: Obszar środowiskowy i klimatyczny).

Zgodnie z interpretacją Orange Polska, według obecnie obowiązującej Taksonomii UE, Orange Polska 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 kwalifikowaną i dlatego nie ujął tych kosztów w kalkulacji wskaźnika wydatków operacyjnych.

Kluczowe kwalifikowane wydatki operacyjne Orange Polska w 2022 roku, tj. wykazane w liczniku wskaźnika wyników, obejmują koszty inteligentnych usług opartych o Internet Rzeczy i koszty usług w zakresie fotowoltaiki.





### 3. Określenie działalności zgodnej wg Taksonomii UE

Zgodnie z wyjaśnieniem podanym we wstępie niniejszej części (Taksonomia), działalność zgodna to działalność kwalifikowana, która spełnia (i) kryteria służące określeniu, czy dana działalność wnosi istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu lub adaptację do nich, (ii) kryteria „nie wyrządzania poważnych szkód” (DNSH) oraz (iii) jest prowadzona zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

Ocena zgodności działalności z kryteriami istotnego wkładu i DNSH została dokonana poprzez analizę wymogów w tym zakresie dla poszczególnych działalności Orange Polska kwalifikujących się do Taksonomii UE oraz ustalenie ich spełniania przez poszczególne działalności.

Ocena zgodności działalności Orange Polska w zakresie zapewnienia minimalnych gwarancji została dokonana poprzez analizę wymogów minimalnych gwarancji i ich spełnienia przez Orange Polska.

Orange Polska spełnia wymogi minimalnych gwarancji, tj. posiada i stosuje rozwiązania oraz procedury, które mają zapewnić prowadzenie działalności zgodnie z zasadami i rekomendacjami wskazanymi w takich dokumentach jak Wytyczne OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka, a także konwencje i deklaracje dotyczące praw człowieka i podstawowych zasad i praw w pracy wskazane w Taksonomii UE.

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 części 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, monitorowania i zapobiegania ryzykom społecznym, tzw. Plan Czujności (ang. Vigilance Plan), 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 (Kodeks postępowania dostawcy, klauzula CSR i klauzula Compliance oraz kwestionariusz CSR),
- Program Zarządzania Zgodnością (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, w celu podniesienia świadomości na temat obowiązujących standardów, przepisów i regulacji,
- system zgłaszania nieprawidłowości (ang. whistleblowing) dotyczących etyki, zarządzania zgodnością (compliance) i społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

#### 3.1. Udział przychodów związanych ze zgodną działalnością w całości przychodów

Proporcja przychodów Orange Polska związanych z działalnością zgodną jest określana poprzez podzielenie sumy przychodów z działalności zgodnej przez skonsolidowane przychody. Przychody z działalności zgodnej są określone na podstawie wskazania działalności zgodnej, po dokonaniu oceny spełniania kryteriów istotnego wkładu, kryteriów DNSH i minimalnych gwarancji. Skonsolidowane przychody są równe skonsolidowanym przychodom określonym w pkt. 2.2, gdzie zostały zdefiniowane.

31 grudnia 2022

Przychody z działalności zgodnej	17 mln zł
Skonsolidowane przychody	12 488 mln zł
Wskaźnik przychodów związanych z działalnością zgodną	0,1%



W 2022 roku przychody z działalności zgodnej wyniosły łącznie 17 mln zł.

Skonsolidowane przychody wyniosły w 2022 roku 12 488 mln zł.

Przychody Orange Polska z działalności 6.4, tj. Eksploatacja urządzeń mobilności osobistej, logistyka rowerowa, oraz 7.6, tj. Instalacja, konserwacja i naprawa technologii energii odnawialnej, uznaje się za zgodne, ponieważ spełniają kryteria istotnego wkładu i DNSH określone dla tych działalności, a działalność Orange Polska jest prowadzona zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

W przypadku działania 8.1, tj. Przetwarzanie danych, hosting i działania pokrewne, Orange Polska uznaje tę działalność za niezgodną, ponieważ centra danych obsługiwane przez Orange Polska nie spełniają niektórych Kryteriów Technicznych, 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, podobnie jak większość urządzeń klimatyzacji dostępnych obecnie na rynku.

W zakresie działania 8.2, tj. Rozwiązania oparte na danych w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych, Orange Polska ocenia Internet Rzeczy, w tym usługi tego typu świadczone przez Orange Polska, za kluczowy element optymalizacji zarządzania zasobami, procesami logistycznymi, a w szczególności mobilnością, co może skutkować zmniejszeniem emisji gazów cieplarnianych. Jednocześnie, Orange Polska uznaje swoje usługi IoT za niezgodne, ponieważ nie posiada analiz dotyczących cyklu życia rozwiązań IoT oraz nie ma dostępu do danych zewnętrznych

(klientów) związanych z wynikami osiągniętymi przez wdrożenie rozwiązań opartych o Internet Rzeczy, umożliwiających dokonanie oceny redukcji emisji gazów cieplarnianych. W rezultacie, Orange Polska nie posiada weryfikacji wyliczeń przez niezależną stronę trzecią, przez co nie spełnia Kryteriów.

Odsetek przychodów związanych z działalnością zgodną wynosi 0,1%. Niewielki odsetek działalności zgodnej w Orange Polska wynika przede wszystkim z niewielkiego udziału działalności kwalifikowanej.

#### 3.2 Udział nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną w całości nakładów inwestycyjnych

Proporcja nakładów inwestycyjnych Orange Polska związanych z działalnością zgodną jest określana poprzez podzielenie sumy nakładów inwestycyjnych poniesionych w ramach działalności zgodnej przez sumę nakładów inwestycyjnych zdefiniowanych w pkt 2.2.

	31 grudnia 2022
Nakłady inwestycyjne związane z działalnością zgodną	1,3 mln zł
Suma nakładów inwestycyjnych	2 739 mln zł
Wskaźnik nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną	0,05%

Nakłady inwestycyjne związane z działalnością zgodną, która nie generuje przychodu (tzw. indywidualne nakłady inwestycyjne) wyniosły PLN 1,3 mln.

Suma nakładów inwestycyjnych wynosi PLN 2 739 mln.



Część nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością 6.5 tj. Transport motocykli, samochodów osobowych i lekkich pojazdów użytkowych, w zakresie w jakim dotyczą samochodów elektrycznych, spełnia Kryteria i DNSH, a działalność Orange Polska prowadzona jest zgodnie z minimalnymi gwarancjami, w związku z czym tę część nakładów na transport uznaje się za zgodne. W celu ograniczenia wpływu na środowisko emisji CO<sub>2</sub> związanych z transportem, Orange Polska realizuje plan inwestycyjny w zakresie wymiany floty na flotę pojazdów elektrycznych.

Nakłady inwestycyjne związane z działalnością 7.4 tj. Montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach (i na parkingach przy budynkach) uznaje się za zgodne, ponieważ spełniają Techniczne Kryteria i DNSH, a działalność Orange Polska prowadzona jest zgodnie z minimalnymi gwarancjami.

Nakłady inwestycyjne związane z działalnością 7.7 tj. Nabywanie i prawo własności budynków uznaje się za niezgodne, ze względu na brak spełnienia Technicznych Kryteriów.

Nakłady inwestycyjne poniesione przez Orange Polska i związane z działalnością 8.1 tj. Przetwarzanie danych, hosting i działalność pokrewna dotyczą w szczególności dalszej rozbudowy i rozwoju infrastruktury technicznej centrów danych oraz modernizacji wyposażenia w celu poprawy efektywności energetycznej. Należy zauważyć, że inwestycji tych nie uznaje się za zgodne z powodów

#### 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

opisanych w punkcie 3.1 i dotyczących przychodów z działalności 8.1.

Udział nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną wynosi 0,05 %, co odzwierciedla niewielki odsetek działalności kwalifikowanej w Orange Polska objętych obecnym zakresem Taksonomii UE oraz z powodów opisanych powyżej i w pkt 3.1.

#### 3.3 Udział wydatków operacyjnych związanych z działalnością zgodną w całości wydatków operacyjnych

Proporcja wydatków operacyjnych Orange Polska związanych z działalnością zgodną jest określana poprzez podzielenie sumy wydatków operacyjnych związanych z działalnością zgodną przez sumę wydatków operacyjnych. Suma wydatków operacyjnych jest zdefiniowana w pkt 2.3.

31 grudnia 2022	
Przychody z działalności zgodnej	8,8 mln zł
Skonsolidowane przychody	1 161 mln zł
Wskaźnik przychodów związanych z działalnością zgodną	0,8%

W 2022 wydatki operacyjne związane z działalnością zgodną, wyniosły PLN 8,8 mln.  
Suma wydatków operacyjnych wyniosła PLN 1 161 mln.



## 4. Nota metodologiczna

Sposób wyliczenia wskaźników wyników, zaprezentowanych w pkt. 2 i 3 powyżej, wynika z wymogów Taksonomii UE. W przypadku konieczności doprecyzowania opisu sposobu kalkulacji, Orange Polska przyjęła następujące założenia:

#### 4.1. Wskaźniki wyników dotyczące udziału przychodów kwalifikowanych i zgodnych w skonsolidowanych przychodach

- W ramach działalności 6.4 dotyczącej oferty Smart Bike, Orange Polska sprzedaje rozwiązania obejmujące łącznie sprzęt i usługi łączności. Z tego powodu, nie ma możliwości wydzielenia przychodów ze sprzedaży łączności, które są ujęte w przychodach kwalifikowanych oraz zgodnych;
- W ramach działalności 7.6, tj. Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej, Orange Polska ujmuje w przychodach montaż instalacji fotowoltaicznych wraz z przychodami ze sprzedaży sprzętu, gdyż nie ma możliwości wydzielenia przychodów ze sprzedaży sprzętu i łączności, które są ujęte w przychodach kwalifikowanych i zgodnych;
- W ramach działalności 8.2 dotyczącej usług IoT, 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 przychodów ze sprzedaży sprzętu i łączności, które są ujęte w przychodach kwalifikowanych.

#### 4.2. Wskaźniki wyników dotyczące udziału nakładów inwestycyjnych kwalifikowanych i zgodnych w sumie nakładów inwestycyjnych

- Nakłady inwestycyjne w ramach działalności 7.7, tj. 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.

Orange Polska nie ujęła wartości przychodów, CAPEX czy OPEX podwójnie we wskaźnikach wyników

The share of operating expenses related to the aligned activities is 0.8%















# 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 31000:2018 oraz ISO 27005 (tylko 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



### Apetyt na ryzyko

Przy ocenie ryzyka uwzględniamy prawdopodobieństwo i wpływ zajścia określonych zdarzeń na sytuację finansową, wizerunek przedsiębiorstwa, ciągłość działania oraz życie i zdrowie ludzi. W ubiegłym roku zidentyfikowano i uwzględniono w metodologii dodatkowe konsekwencje ryzyka o charakterze prawno-regulacyjnym. W przypadku, gdy konsekwencje wystąpienia ryzyka mają, na przykład, wpływ zarówno finansowy jak i wizerunkowy, wycenia się je według najbardziej negatywnego skutku. 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 Wewnętrznej.

### Klastry i domeny

Dodatkowo, zidentyfikowane czynniki ryzyka o podobnym charakterze są łączone w grupy (tzw. klastry) w celu zapewnienia spójnego i efektywnego zarządzania ryzykiem w całej Grupie Orange Polska. Procesem oceny ryzyka (zob. schemat na następnej stronie) zarządzają koordynatorzy poszczególnych domen. Podział czynników ryzyka na domeny ryzyk operacyjnych, utraty informacji, ciągłości działania, zapewnienia zgodności, 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.

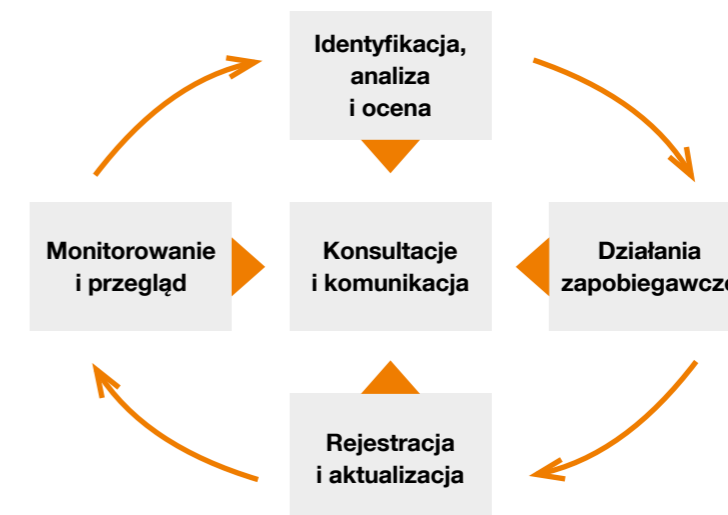


### Proces zarządzania ryzykiem

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.

Proces zarządzania ryzykiem w Orange Polska pokazano na schemacie poniżej.





## Sprawozdawczość

Do wyceny i raportowania ryzyka stosowane są mapy ryzyka (ang. heat map), które ilustrują stopień zagrożenia ze strony poszczególnych zdarzeń.

### Przykładowa mapa ryzyka

Prawdopodobieństwo	5					
	4					
	3	PR		BC		
	2					
	1					
		1	2	3	4	5
		Wpływ				

FN - finansowy;  
 HR - zasoby ludzkie;  
 LR - prawno-regulacyjny;  
 PR - wizerunkowy;  
 BC - ciągłość świadczenia usług.

Ten konkretny przykład pokazuje ryzyko mające niski wpływ wizerunkowy i umiarkowany wpływ na ciągłość świadczenia usług. W efekcie, całe ryzyko zostałoby ocenione jako średnie.

Komitet Audytowy monitoruje skuteczność systemu zarządzania ryzykiem oraz analizuje raporty dotyczące jego kształtu i funkcjonowania. Ryzyka kluczowe są omawiane podczas posiedzeń Zarządu oraz Rady Nadzorczej.

## Ryzyka kluczowe

Ryzyka kluczowe, przedstawione w tabeli na stronach 186-199, to zagregowane kategorie ryzyk opartych o zdarzenia. Ryzyka te mogą mieć istotny wpływ na model biznesowy, przyszłe wyniki i płynność Grupy. W każdym przypadku przedstawiono także metody ograniczania danego ryzyka przez Zarząd.

Uwzględnione na liście ryzyk kluczowych obszary ryzyka odpowiadają czynnikom, które są najsilniej związane



z działalnością biznesową bądź wpływają na utratę lub wzrost wartości. Ryzyka te podlegają zmianom. Na przykład, 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 CO<sub>2</sub>, 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 obowiązkiem realizowania Planu Nadzoru, wprowadzonym francuską ustawą 2017-399 z dnia 27 marca 2017 r.

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.





## Ekspozycja na ryzyko

W kolumnie „Ekspozycja na ryzyko”, za pomocą odpowiednich strzałek pokazano zmianę ekspozycji względem poprzedniego roku dla poszczególnych kategorii ryzyka.

↑ 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
<b>Wojna na Ukrainie</b>	Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw	→	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ryzyko ataków i cyberataków na kluczową infrastrukturę Polski jako członka NATO,</li> <li>ograniczenie dostępnej pojemności sieci ze względu na zwiększony dwustronny ruch (głosowy i transmisji danych) z wschodnią częścią Polski.</li> </ul>	<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 aplikacje.</p> <p>Ogromny i szybki wzrost ruchu generowanego przy wschodniej granicy przez licznych uchodźców może ograniczyć dostępną pojemność sieci i utrudnić świadczenie usług telekomunikacyjnych w tej części kraju.</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>Aby zapewnić płynne świadczenie usług telekomunikacyjnych, Orange Polska dostosowuje parametry swojej sieci do zwiększonego ruchu.</p>
<b>Przychody i zyski</b> Brak sukcesu wdrażanej przez Orange Polska strategii może skutkować utratą udziałów w rynku i/ lub spadkiem zysków	Bezkonkurencyjna transmisja danych dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw	→	<ul style="list-style-type: none"> <li>Spadek popytu na produkty i usługi telekomunikacyjne,</li> <li>zwiększenie konkurencji oraz presji na usługi i ceny,</li> <li>zwiększenie konkurencji na rynku ofert konwergentnych,</li> <li>niezrealizowanie zakładanego zwrotu z inwestycji w światłowody oraz utrata części rynku dostępu szerokopasmowego,</li> <li>zakłócenie globalnych łańcuchów dostaw,</li> <li>pojawienie się nowych typów nadużyć towarzyszących rozwojowi nowych technologii.</li> </ul>	<p>Ze względu na niestabilną sytuację rynkową, spowodowaną głównie rosnącą inflacją (zwłaszcza cenami energii) oraz wprowadzeniem nowych regulacji fiskalnych i podatkowych, obecni i potencjalni klienci mogą dysponować mniejszym dochodem rozporządzalnym oraz mogą być mniej skłonni do zaciągania długoterminowych zobowiązań finansowych. Może to spowodować, że Orange Polska nie osiągnie założonych wielkości sprzedaży i marży.</p> <p>Główne rynki, na których Orange Polska prowadzi działalność, znajdują się pod rosnącą presją konkurencyjną w związku z wejściem nowych operatorów oraz rosnącą liczbą operatorów realizujących strategię konwergencji usług mobilnych i stacjonarnych. Presja ta może się zwiększyć w wyniku otwierania dostępu hurtowego do kolejnych sieci światłowodowych, w tym budowanych w ramach projektów POPC oraz przez spółkę Światłowod Inwestycje w ramach niedawno ogłoszonej współpracy.</p> <p>Te trendy i zmiany rynkowe mogą ograniczyć możliwość realizacji celów w zakresie konwergencji przez Orange Polska ze względu na zagęszczenie rynku i wpływ naszej strategii ukierunkowanej na wartość – silniejsze podmioty mogą bowiem wywierać presję na rynkowe ceny detaliczne. Zmiany na rynku mogą się także przyczynić do zmniejszenia zwrotu z inwestycji Spółki w sieć światłowodową w wyniku przejęcia części popytu przez nowych dostawców wykorzystujących otwarty dostęp hurtowy.</p> <p>Sytuacja pandemiczna spowodowała pogłębiający się spadek efektywności działania producentów sprzętu elektronicznego. Okres oczekiwania na dostawę określonych urządzeń wydłużył się nagle aż o 180 dni. Taka sytuacja może skutkować brakiem urządzeń elektronicznych w kilku obszarach biznesowych Orange Polska – zarówno na potrzeby własne jak i dla klientów.</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>W odpowiedzi, Orange Polska koncentruje się na procesie transformacji działalności i kosztów w celu osiągnięcia odporniejszego i efektywniejszego modelu biznesowego, który zapewni większą elastyczność w przypadku zawirowań na rynku, takich jak spadek sprzedaży czy zakłócenie łańcuchów dostaw. Jesteśmy przekonani, że dzięki atrakcyjności naszej oferty i wieloletniemu doświadczeniu w świadczeniu usług konwergentnych, mamy narzędzia pozwalające różnicować ofertę w celu utrzymania jej konkurencyjności i optymalnego dopasowania do potrzeb klientów.</p> <p>Orange Polska zdecydował się rozważyć większą otwartość na rynku hurtowym, umożliwiając innym operatorom (np. T-Mobile) sprzedaż usług w oparciu o sieć światłowodową Spółki w celu znacznego zwiększenia rentowności tej sieci. Aby jeszcze zwiększyć zasięg naszych usług światłowodowych, zawarliśmy umowę o współpracy w ramach projektu Światłowod Inwestycje, którego celem jest budowa sieci światłowodowej dla dalszych 1,7 mln gospodarstw domowych do 2025 roku. Światłowod Inwestycje będzie świadczyć usługi hurtowe, zapewniając Orange Polska i innym zainteresowanym operatorom dostęp do sieci na równych warunkach. Orange Polska aktywnie wykorzystuje również infrastrukturę innych operatorów do zwiększenia zasięgu swoich usług światłowodowych, aby utrzymać przewagę skali nad innymi podmiotami.</p> <p>Ponadto, stale inwestujemy w jakość kanałów sprzedażowych i obsługi klientów.</p>







<p><b>Usługi telekomunikacyjne</b></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>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Niedostępność infrastruktury informatyczno-sieciowej Orange Polska,</li> <li>przerwy w dostawie prądu,</li> <li>narażenie Orange Polska na ataki cybernetyczne,</li> <li>wykładniczy wzrost ruchu sieciowego,</li> <li>wystąpienie błędów ludzkich bądź aktów terroru lub sabotażu,</li> <li>zwiększenie częstotliwości lub nasilenia określonych zjawisk pogodowych,</li> <li>narażenie techników i inżynierów usuwających w terenie usterki sieci na zakażenie,</li> <li>obniżenie jakości lub zaprzestanie świadczenia usług na skutek zależności od partnerów zewnętrznych.</li> </ul>	<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.</p> <p>Infrastruktura krytyczna jest zabezpieczona przed potencjalnymi ograniczeniami w dostawie energii. 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><b>Bezpieczeństwo informacji</b></p> <p>Naruszenie bezpieczeństwa informacji, w tym danych osobowych</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Naruszenie bezpieczeństwa informacji, w tym danych osobowych.</li> </ul>	<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. 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>
<p><b>Ryzyko finansowe</b></p> <p>Ryzyka związane z rynkami finansowymi</p>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Wzrost stóp procentowych,</li> <li>osłabienie kursu rodzimej waluty,</li> <li>dalszy wzrost kosztów energii.</li> </ul>	<p>W 2022 roku Rada Polityki Pieniężnej kontynuowała podwyżki stopy referencyjnej, która wzrosła z 1,75% do 6,75%. Od września 2022 roku cykl zacieśnienia polityki monetarnej zatrzymał się, gdyż zdaniem Prezesa NBP jego kontynuowanie mogło doprowadzić do zahamowania wzrostu gospodarczego.</p> <p>Wahania kursów walutowych mają wpływ na wysokość zobowiązań Orange Polska denominowanych w walutach obcych, a także na wysokość rozliczeń z operatorami zagranicznymi.</p> <p>Podwyżki cen energii mogą spowodować dalszy znaczący wzrost kosztów operacyjnych, co przełoży się na dodatkową presję na rentowność operacyjną.</p>	<p>Wzrost stóp procentowych nie powinien mieć istotnego wpływu na koszt obsługi zadłużenia do połowy 2024 roku, gdyż ponad 90% długu Orange Polska jest oparte na stałej stopie procentowej.</p> <p>Ewentualne osłabienie kursu złotego nie powinno mieć wpływu na wysokość zobowiązań Orange Polska denominowanych w walutach obcych oraz na wysokość rozliczeń z operatorami zagranicznymi, m.in. ze względu na utrzymywany wysoki poziom zabezpieczeń.</p> <p>Zgodnie ze strategią „Grow, Orange Polska będzie zwiększać udział energii ze źródeł odnawialnych w całkowitym zapotrzebowaniu na energię w celu znaczącego ograniczenia emisji CO<sub>2</sub>, co przełoży się również na spadek całkowitych kosztów energii elektrycznej. Spółka stara się pozyskać krótko- i długoterminowe umowy z dostawcami energii ze źródeł odnawialnych, które nie obejmują kosztów pozwoleń na emisję CO<sub>2</sub>. Pozwoli to nam w najbliższych latach zmniejszyć ryzyko dla budżetu.</p> <p>Ponadto, podjęliśmy szereg działań w celu podniesienia efektywności energetycznej oraz ograniczenia zużycia energii elektrycznej na własne potrzeby.</p>



<p><b>Ład korporacyjny oraz otoczenie regulacyjne, podatkowe i prawne</b></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"> <li>Ryzyko związane z pozyskaniem nowych pasm na potrzeby świadczenia zaawansowanych usług telekomunikacyjnych (w tym 5G),</li> <li>potencjalne konsekwencje sporu USA – Chiny,</li> <li>ryzyko wprowadzenia obowiązku wycofania określonych typów urządzeń,</li> <li>proces legislacyjny ustawy –Prawo komunikacji elektronicznej (które ma zastąpić obecne Prawo telekomunikacyjne),</li> <li>postępowania UOKiK i Komisji Europejskiej w sprawie współdzielenia sieci,</li> <li>korekty finansowe i obniżenie dofinansowania w przypadku opóźnień inwestycji w ramach POPC,</li> <li>wzrost obciążeń podatkowych i presji fiskalnej w wyniku zmian w prawie,</li> <li>wzrost opłat za używanie gruntu stron trzecich na potrzeby budowy i utrzymania infrastruktury Orange Polska,</li> <li>straty wizerunkowe i finansowe na skutek udziału pracowników Orange Polska w działaniach o charakterze korupcyjnym,</li> <li>zakończenie świadczenia usług wskutek umieszczenia partnerów Orange Polska na liście sankcyjnej.</li> </ul>	<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 2023 roku Spółka będzie musiała dostosować działalność do postanowień Prawa komunikacji elektronicznej. Nowa ustawa (obecnie na etapie prac legislacyjnych) zastąpi Prawo telekomunikacyjne, wyznaczając nowe ramy prawne dla operatorów telekomunikacyjnych.</p> <p>Na szczeblu rządowym trwają prace legislacyjne nad projektem ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa. Projekt zakłada m.in. wprowadzenie mechanizmu określania dostawców wysokiego ryzyka, przy czym jednym z kryteriów ma być to, czy dany dostawca znajduje się pod kontrolą państwa spoza UE lub NATO. Ten mechanizm może skutkować wydaniem decyzji określającej m.in. zasoby, które powinny zostać wycofane w terminie 7 lub 5 lat (w zależności od typu). To bezpośredni wynik działań wymierzonych w dostawców wysokiego ryzyka, które są podejmowana stopniowo, ale konsekwentnie przez administrację USA, a następnie rekomendacji wydawanych przez instytucje UE. 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 2022 roku nastąpiły zmiany otoczenia prawnego zarówno w zakresie prawa ogólnego jak i przepisów odnoszących się bezpośrednio do branży telekomunikacyjnej. W 2020 roku rozpoczął się proces legislacyjny dotyczący Prawa komunikacji elektronicznej; prace trwają, a ustawa powinna wejść w życie w 2023 roku. Zmiany w otoczeniu prawnym i regulacyjnym wymagają stałego i starannego monitorowania, jak również zapewnienia środków na wdrożenie nowych regulacji, aby zapobiec niezgodności z przepisami. 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. Spółka prowadzi także szereg działań o charakterze informacyjnym i szkoleniowym w celu podniesienia świadomości pracowników w zakresie przepisów i zasad antykorupcyjnych. W 2019 roku, w Orange Polska wprowadzono nowy program szkoleń „Zero tolerancji dla korupcji”. Szkolenia były 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><b>Oddziaływanie pól elektromagnetycznych</b></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"> <li>Niekorzystny wpływ pól elektromagnetycznych na zdrowie ludzi,</li> <li>spadek zainteresowania mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi,</li> <li>trudności inwestycyjne i zwiększone koszty związane z instalowaniem stacji bazowych i innych urządzeń bezprzewodowych.</li> </ul>	<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 pól elektromagnetycznych zostały zrównane z Zaleceniem Rady 1999/519/WE, co oznacza, że obecnie odpowiadają limitom stosowanym w większości krajów europejskich. Gdyby w przyszłości nowe badania naukowe w pewnym stopniu potwierdziły słuszność powyższych obaw, spowodowałoby to zapewne 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>


**Ryzyka klimatyczne, społeczne, środowiskowe i związane z prawami człowieka**
**Skutki nieosiągnięcia celów klimatycznych**

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

Efektywność i odpowiedzialność w działaniu



- Straty wizerunkowe w wyniku faktycznego lub domniemanego nieosiągnięcia celów i ambicji klimatycznych (szczególnie w zakresie ograniczenia emisji CO<sub>2</sub>),
- niewystarczające wsparcie regulacyjne dla rozwoju energetyki odnawialnej w Polsce,
- małe zainteresowanie klientów wyborem rozwiązań neutralnych klimatycznie lub ograniczających emisję CO<sub>2</sub>,
- brak polskiej narodowej strategii neutralności klimatycznej.

Konieczne staje się zmniejszenie wpływu działalności Spółki oraz oferowanych przez nią produktów i usług 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.

Chociaż technologia 5G jest efektywniejsza energetycznie od starszych technologii, stale rosnący ruch transmisji danych zwiększa całkowite zużycie prądu, co może powodować wzrost emisji CO<sub>2</sub> (zużycie energii elektrycznej jest głównym źródłem emisji 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 CO<sub>2</sub> pomimo wzrostu ruchu.

Ekologia znalazła się w centrum strategii biznesowej Grupy Orange oraz Orange Polska. Celem Spółki jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2040 roku oraz znaczące zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych do 2025 roku. Powołanie doradcy ds. strategii klimatycznej (który w szczególności odpowiada za określanie celów środowiskowych, ściśle zharmonizowanych ze strategią biznesową Grupy oraz realizację pilotażowych planów działań związanych z celami do roku 2025) oraz opracowanie strategii klimatycznej i planu działania (#OrangeGoesGreen). Otwarty dialog z interesariuszami w sprawie zaangażowania i działań Orange Polska oraz pozytywnego wpływu branży telekomunikacyjnej na zmniejszenie emisji w innych sektorach. Zakup zielonej energii w oparciu o długoterminowe umowy bezpośrednio z producentami w celu zwiększenia jej udziału w strukturze zużycia do 60% do 2025 roku. Kontynuacja działań optymalizujących zużycie energii, w tym między innymi poprzez ewolucję technologiczną oraz wdrażanie efektywniejszych energetycznie rozwiązań (np. 5G zamiast 4G, światłowody zamiast łączy miedzianych).

**Niekorzystny wpływ zmian klimatu na działalność Orange Polska**

Efektywność i odpowiedzialność w działaniu



- Uszkodzenia lub nieprawidłowe działanie infrastruktury,
- ciągłość dostaw, zużycie i koszty energii,
- zakłócenie łańcuchów dostaw spowodowane kwestiami związanymi ze zmianami klimatu,
- skutki regulacyjne i społeczno-gospodarcze związane ze zmianami klimatu.

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.

Rosnące obciążenie krajowego systemu energetycznego może skutkować niższymi dostawami energii i wyższymi cenami, a w poważniejszych przypadkach nawet lokalnymi przerwami w dostawie prądu.

Wyższe temperatury otoczenia mogą powodować zwiększone wymagania dotyczące chłodzenia infrastruktury Orange Polska.

Braki sprzętu lub opóźnienia w jego dostawach mogą powodować trudności w świadczeniu usług przez Orange Polska.

Z powodu opóźnień w dostawach sprzętu mogą potencjalnie wystąpić problemy w funkcjonowaniu systemów teleinformatycznych.

Związane ze zmianami klimatu wymagania regulacyjne wobec największych przedsiębiorstw (konieczność ograniczeń i dostosowania) mogą wpłynąć na wyniki finansowe.

Można się spodziewać zmian demograficznych i społeczno-gospodarczych.

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).

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><b>Zdrowie i bezpieczeństwo ludzi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ryzyko obrażeń fizycznych lub problemów psychicznych</li> </ul>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa ludzi wynikające z działalności Spółki oraz jej własnych działań i zaniedbań,</li> <li>• mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw,</li> <li>• zwiększone obciążenia psychiczne w związku z pandemią,</li> <li>• restrukturyzacja Orange Polska.</li> </ul>	<p>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.</p> <p>Ze względu na warunki pandemiczne, zwiększyło się ryzyko problemów psychologicznych. W niektórych obszarach usług zewnętrznych (np. outsourcing kadr i procesów, partnerzy techniczni), pracownicy podwykonawców mogą być również narażeni na to ryzyko.</p>	<p>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. W czasie pandemii Spółka dodatkowo oferowała pracownikom szkolenia i wsparcie w zakresie organizacji pracy zdalnej, kondycji psychicznej i fizycznej, zdrowego stylu życia oraz zarządzania relacjami z bliskimi i swoimi emocjami.</p> <p>Kwestie zdrowia i bezpieczeństwa ludzi są również uwzględnione w umowach z dostawcami poprzez zapisy klauzuli CSR oraz Kodeksu dla dostawców.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Czynniki ryzyka związane z zasobami ludzkimi i dostosowaniem struktury organizacyjnej</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa ludzi wynikające z działalności Spółki oraz jej własnych działań i zaniedbań,</li> <li>• restrukturyzacja Orange Polska.</li> </ul>	<p>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.</p> <p>Ze względu na pandemię, dostępnych jest mniej możliwości na rynku pracy.</p>	<p>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. Eventualne niepowodzenie tej transformacji będzie miało negatywny wpływ na marżę operacyjną, 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.</p>
<p><b>Poważne naruszenia praw człowieka i podstawowych wolności</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negatywny wpływ nowych technologii na dzieci i młodzież</li> </ul>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosnący udział technologii w życiu społecznym,</li> <li>• zdalna nauka w szkołach w czasie pandemii,</li> <li>• uzależnienie młodzieży od internetu, gier komputerowych i mediów społecznościowych.</li> </ul>	<p>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.</p>	<p>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 wspierając 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. Chroni dzieci w sieci czy Bezpieczny Starter. Orange Polska stworzył także platformę internetową <a href="http://www.orange.pl/razemwsieci">www.orange.pl/razemwsieci</a>, gdzie można znaleźć informacje na temat odpowiedzialnego i bezpiecznego korzystania z mediów cyfrowych.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niewolnictwo, praca przymusowa i praca dzieci</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw.</li> </ul>	<p>Ryzyko pracy niewolniczej lub przymusowej jest marginalne (niematerialne) w przypadku operacji wewnętrznych i głównych dostawców krajowych, natomiast może się pojawić w globalnym łańcuchu dostaw.</p>	<p>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 postępowania dostawców, obejmujący między innymi kwestie zdrowia ludzkiego, bezpieczeństwa i ochrony. Dla dostawców i innych interesariuszy jest dostępny lokalny system informowania o nieprawidłowościach „Zapytaj etyka”.</p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>Ryzyko złych warunków pracy</li> </ul>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p> <p>Najlepsze doświadczenie klienta</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw.</li> </ul>	<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>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Naruszenie wolności wypowiedzi</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Rosnący udział technologii w życiu społecznym,</li> <li>dostępność treści i mechanizmów śledzenia użytkowników w internecie,</li> <li>budzenie niepokojów społecznych i dezinformacja w sieci.</li> </ul>	<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"> <li> Dyskryminacja</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Mniejsza kontrola nad warunkami pracy w globalnych łańcuchach dostaw,</li> <li>nowe regulacje prawne dotyczące wymagań w zakresie dostępności dla klientów z niepełnosprawnościami,</li> <li>wyłączenie cyfrowe osób starszych.</li> </ul>	<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.</p> <p>W Spółce powołano Komitet ds. Etyki Danych i Sztucznej Inteligencji, który także zajmuje się 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>



<p><b>Szkody w środowisku</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ryzyko utraty zaufania i reputacji z powodu niewłaściwego przetwarzania odpadów niebezpiecznych</li> </ul>	<p>Efektywność i odpowiedzialność w działaniu</p>	<p>➔</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coraz ostrzejsze przepisy i wymagania dotyczące elektrośmieci,</li> <li>obowiązki w zakresie stosowania gospodarki o obiegu zamkniętym.</li> </ul>	<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). Kwestie środowiskowe są również uwzględnione w umowach z dostawcami poprzez zapisy klauzuli CSR oraz Kodeks dla dostawców.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ryzyko nieefektywnych procesów zbierania zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego</li> </ul>		<p>➔</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coraz ostrzejsze przepisy i wymagania dotyczące elektrośmieci,</li> <li>obowiązki w zakresie stosowania gospodarki o obiegu zamkniętym.</li> </ul>	<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 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 poprzez punkty obsługi klienta lub 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>







# 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,

Drugi rok wdrażania naszej strategii .Grow był naznaczony olbrzymimi zmianami w otoczeniu geopolitycznym i makroekonomicznym. Wybuch wojny w Ukrainie, kryzys energetyczny i najwyższa od wielu lat inflacja powodowały wyjątkową niestabilność warunków prowadzenia biznesu. Bardzo dobre wyniki operacyjne i finansowe osiągnięte w 2022 roku potwierdzają, że Orange Polska ma zdrowe fundamenty i właściwą strategię, która zdaje test nawet w tak trudnym otoczeniu. Rada Nadzorcza jest pełna uznania dla wysiłków zespołów Orange Polska w obliczu tak bezprecedensowych wyzwań. Cieszy mnie, że Spółka jest w stanie w coraz większy sposób dzielić się korzyściami z sukcesu wdrażania strategii z Akcjonariuszami w postaci dywidend.

Ubiegły rok był szczególnym testem dla filaru strategii związanego z odpowiedzialnością. Z jednej strony była to szybka i zdecydowana reakcja Spółki na kryzys uchodźczy związany z wojną na Ukrainie, rozciągająca się od dedykowanych ofert telekomunikacyjnych, goszczenia uchodźców we własnych ośrodkach po wiele oddolnych inicjatyw, w których nasi pracownicy poświęcali swój czas i środki, aby nieść pomoc humanitarną. Z drugiej strony – poradzenie sobie z kryzysem energetycznym. Dzięki

podpisanym umowom na odbiór energii z farm wiatrowych, uda się nam ustabilizować koszty energii w bieżącym roku (po olbrzymim wzroście w roku ubiegłym) oraz znacznie ograniczyć emisję CO<sub>2</sub>. Spółce udało się zabezpieczyć wykonanie strategicznego celu w tym zakresie trzy lata przed terminem.

Przedmiotem analiz Rady Nadzorczej oraz Komitetu ds. Strategii w ubiegłym roku była sytuacja konkurencyjna na rynku. Po przejściu UPC przez Play powstał nowy istotny gracz na rynku ofert konwergentnych, na którym od wielu lat lideruje Orange Polska. Był to ruch oczekiwany i nie zmienia nastawienia Spółki w zakresie realizacji strategii wartości, która jest tym większą koniecznością w obliczu wysokiej inflacji kosztów. Innym tematem był rozwój sytuacji wokół aukcji na częstotliwości 5G. Jako Spółka, cieszymy się, że konsultacje w końcu ruszyły i oczekujemy transparentnego procesu. Pasma C polepszy przepustowość sieci komórkowej i otworzy nowe możliwości biznesowe.

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 tego rozdziału.

Warto wspomnieć, że w zakresie dbania o najwyższe standardy ładu korporacyjnego, Rada Nadzorcza zleciła Zarządowi wzmocnienie nadzoru nad spółkami zależnymi.

Częstotliwość posiedzeń Rady Nadzorczej i jej komitetów wskazuje, że mamy ścisły kontakt z Zarządem. W 2022 roku odbyło się pięć posiedzeń Rady Nadzorczej i piętnaście posiedzeń jej komitetów. Średnia frekwencja na posiedzeniach wynosiła 94,4%. Oba Walne Zgromadzenia, które odbyły się w 2022 roku dały Akcjonariuszom możliwość uczestnictwa w sposób całkowicie zdalny, co wpisuje się w dobre praktyki w tym zakresie.

Co do 2023 roku, zdaniem Rady Nadzorczej, kluczowe zadania stojące przez Zarządem obejmują sprostanie wyzwaniom konsekwentnej realizacji celów strategii .Grow w warunkach wciąż trudnego otoczenia makroekonomicznego, w szczególności wpływu inflacji na koszty operacyjne, a także pozyskanie pasma 5G oraz stopniowe przygotowywanie planu pod kolejny okres strategiczny.

Pomimo ewidentnych wyzwań, jestem w pełni przekonany, że posiadamy odpowiednie zasoby i aktywa żeby im sprostać, w czym Rada Nadzorcza będzie wspierała Zarząd. Działamy na atrakcyjnym rynku, w naszych działaniach kierując się długoterminowymi korzyściami dla wszystkich naszych Akcjonariuszy.

**Maciej Witucki**  
Przewodniczący Rady Nadzorczej



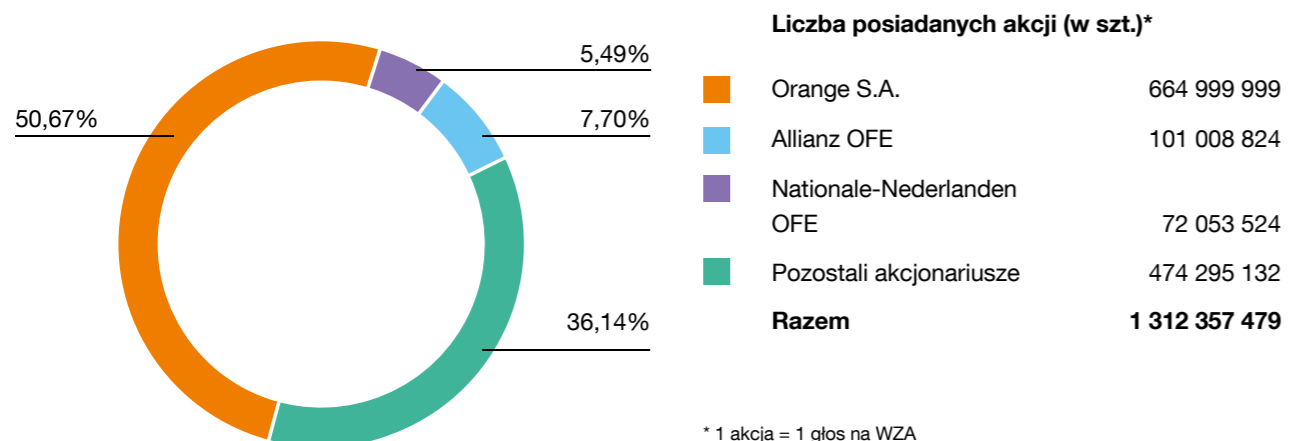


## Nasze podejście do ładu korporacyjnego

**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. 105

### Struktura własnościowa



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. 105.

### 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, poczynając 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 trwały, 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,
- ustalanie 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/2020/12/Statut-OPL\\_2020.pdf](http://www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Statut-OPL_2020.pdf) oraz [www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin\\_WZA\\_OPL\\_2020.pdf](http://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,
- wybór 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/2020/12/Statut-OPL\\_2020.pdf](http://www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Statut-OPL_2020.pdf) oraz [www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin-Rady-Nadzorczej\\_2020.pdf](http://www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin-Rady-Nadzorczej_2020.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/2020/12/Statut-OPL\\_2020.pdf](http://www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Statut-OPL_2020.pdf) oraz [www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin\\_Zarzadu\\_2020.pdf](http://www.orange-ir.pl/wp-content/uploads/2020/12/Regulamin_Zarzadu_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 wносить sprawy 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.



## 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,
- 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 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 głosowaniem powinien nie brać w nim udziału lub oddać głos wstrzymujący, i żądać zaznaczenia tego w protokole.

W szczególnych przypadkach, Arbitr, 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 Przewodniczącego 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 2022 roku

### Działalność Walnego Zgromadzenia w 2022 roku

W dniu 22 kwietnia 2022 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 2021,
- zatwierdziło sprawozdanie finansowe Spółki Orange Polska S.A. za rok obrotowy 2021,
- zatwierdziło skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2021,
- udzieliło członkom organów Orange Polska S.A. absolutorium z wykonania przez nich obowiązków w roku obrotowym 2021,

- podjęło uchwałę w sprawie podziału zysku Spółki Orange Polska S.A. za rok obrotowy 2021, na podstawie której zysk netto Spółki Orange Polska S.A. w kwocie 915.493.003,09 zł (wykazany w sprawozdaniu finansowym Spółki za rok obrotowy 2021) został przeznaczony na:
  - wypłatę dywidendy, w kwocie 328.089.369,75 zł
  - kapitał rezerwy, w kwocie 18.309.860,06 zł, z możliwością przeznaczenia na wypłatę dywidendy
  - kapitał rezerwy, w kwocie 569.093.773,28 zł.,
- zatwierdziło sprawozdanie Rady Nadzorczej za rok obrotowy 2021,
- wyraziło pozytywną opinię o sporządzonym przez Radę Nadzorczą corocznym sprawozdaniu o wynagrodzeniach.



## Działalność Rady Nadzorczej w 2022 roku

### Skład Rady Nadzorczej (na dzień 31 grudnia 2022 roku)

Maciej Witucki	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Ramon Fernandez	Zastępca Przewodniczącego (*)
Marc Ricau	Sekretarz Rady Nadzorczej
Philippe Béguin	Członek Rady Nadzorczej
Bénédicte David	Członek Rady Nadzorczej
Bartosz Dobrzyński	Niezależny Członek Rady Nadzorczej
John Russell Houlden	Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodniczący Komitetu Audytowego
Mari-Noëlle Jégo-Laveissière	Członek Rady Nadzorczej (**)
Patrice Lambert-de Diesbach	Członek Rady Nadzorczej
Monika Nachyła	Niezależny Członek Rady Nadzorczej
Maria Pasło-Wiśniewska, PhD	Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodnicząca Komitetu ds. Wynagrodzeń
Wioletta Rosołowska	Niezależny Członek Rady Nadzorczej
Jean-Michel Thibaud	Członek Rady Nadzorczej
Jean-Marc Vignolles	Członek Rady Nadzorczej, Przewodniczący Komitetu ds. Strategii

(\*) Zrezygnował z członkostwa w Radzie Nadzorczej z dniem 14 lutego 2023 roku

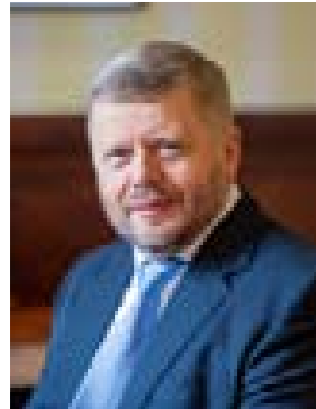
(\*\*) Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej od 14 lutego 2023 roku

W 2022 roku w skład Rady Nadzorczej wchodziło pięciu Członków niezależnych: Bartosz Dobrzyński, John Russell Houlden, Monika Nachyła, dr Maria Pasło-Wiśniewska i Wioletta Rosołowska.





## Sylwetki Członków Rady Nadzorczej



### Maciej Witucki

**Zakres obowiązków:** Chairman of the Supervisory Board

**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 wspomaganie 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 Orange SA ds. Europy (z wyłączeniem Francji). 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.



### 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 (Chartered Institute of Management Accountants – CIMA), Dyplomowanym Globalnym Księgowym Zarządczym (Chartered Global Management Accountant – CGMA) oraz członkiem brytyjskiego Stowarzyszenia Skarbników

Korporacyjnych (Association of Corporate Treasurers – 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:** Zdobył bogate doświadczenie w zakresie księgowości i audytu, pełniąc szeroki zakres ról finansowych w Spicer & Oppenheim (obecnie Deloitte), ICI i BT. Następnie został dyrektorem finansowym w firmie Lovells (2002-2008), członkiem zarządu ds. finansów w Telecom New Zealand (2008-2010) i członkiem zarządu ds. finansów w United Utilities Group (2010-2020). W latach 2011-2013 był członkiem brytyjskiej Rządowej Grupy Roboczej ds. Rynków Usług Ekosystemowych, a od 2014 do 2020 roku – członkiem Komitetu Głównego oraz Przewodniczącym Komitetu ds. Sprawozdawczości Finansowej „Grupy 100” (który reprezentuje wspólne stanowisko spółek FTSE 100 wobec Rady Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, 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 Corsair Infrastructure oraz dyrektorem niewykonawczym w Kelda Holdings i Yorkshire Water.



### Maria Pasło-Wiśniewska

**Zakres obowiązków:** Niezależny Członek Rady Nadzorczej, Przewodnicząca Komitetu ds. Wynagrodzeń, członek Komitetu Audytowego i 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:** W maju 2018 roku został mianowany na stanowisko Dyrektora Operacyjnego Orange na Europę, a do kwietnia 2020 roku był Członkiem Komitetu Zarządzającego Grupy Orange. 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:** Od 1 stycznia 2021 roku pełni w Orange funkcję Starszego Prezesa 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 cała jej kariera zawodowa 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 2016 roku jako Dyrektor Strefy Afryki Środkowo-Zachodniej. Na tym ostatnim stanowisku odpowiadała za sześć spółek z Grupy Orange.



## Bartosz Dobrzyński

**Zakres obowiązków:** Niezależny Członek Rady Nadzorczej, członek 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.



## Patrice Lambert - de Diesbach

**Zakres obowiązków:** Członek Rady Nadzorczej, członek Komitetu ds. Strategii

**Powołanie w skład Rady Nadzorczej:** lipiec 2016.

**Kwalifikacje:** Jest członkiem Francuskiego Stowarzyszenia Analityków Finansowych (SFAF) oraz absolwentem Conservatoire National des Arts et Métiers (finanse), IEP Paris (nauki polityczne) oraz Uniwersytetu Paryż X – Nanterre (ekonomia i ekonometria).

**Doświadczenie zawodowe:** Od 2011 roku jest Dyrektorem Departamentu Relacji Inwestorskich i Komunikacji Finansowej w Orange. Upřednio (od 2010 roku), był Dyrektorem Departamentu Relacji Inwestorskich i Komunikacji Finansowej w koncernie Carrefour. Przedtem pracował jako Dyrektor Działu Badawczego w CM-CIC Securities, a wcześniej, przez 18 lat, jako analityk finansowy zajmował się wieloma branżami przemysłu dla różnych biur maklerskich, m.in. CM-CIC Securities, Exane BNP Paribas, UBS Warburg, Deutsche Bank oraz HSBC James Capel. Jest Członkiem Rady Nadzorczej i Komitetu ds. Strategii Orange Belgium oraz Członkiem Zarządu Francuskiego Stowarzyszenia Relacji Inwestorskich (CLIFF).



## Monika Nachyła

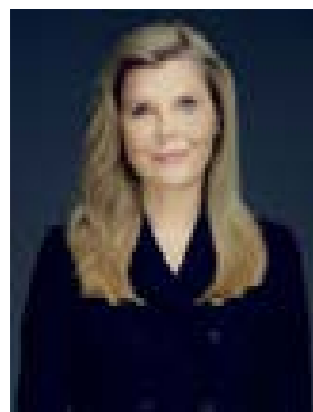
**Zakres obowiązków:** Niezależny Członek Rady Nadzorczej, członek Komitetu Audytowego i Komitetu ds. Strategii

**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 Przewodnicząca Rady Nadzorczej Velvet Care.





## Wioletta Rosołowska

**Zakres obowiązków:** Niezależny Członek Rady Nadzorczej, członek Komitetu ds. Strategii

**Powołanie w skład Rady Nadzorczej:** czerwiec 2021

**Kwalifikacje:** Doskonaliła umiejętności przywódcze w Szkołach Biznesu INSEAD i Uniwersytetu Harvarda. Wśród różnych studiów dla kadry menedżerskiej, ukończyła m.in. Międzynarodowy Program dla Członków Rad Nadzorczych w INSEAD, uzyskując certyfikat w zakresie ładu korporacyjnego..

**Doświadczenie zawodowe:** Od 1 kwietnia 2019 roku do końca kwietnia 2023 roku zajmowała stanowisko Prezesa Zarządu filii L'Oréal obejmującej Niemcy, Austrię i Szwajcarię. W styczniu 2023 roku jej obowiązki uległy rozszerzeniu w związku z utworzeniem nowego klastra organizacyjnego: L'Oréal DACH. Od tego momentu reprezentuje firmę jako Dyrektor Generalny L'Oréal Deutschland i L'Oréal Österreich oraz Wiceprezes Rady Dyrektorów L'Oréal Suisse SA. Przed dołączeniem do L'Oréal, przez dwadzieścia lat pracowała w firmie Tchibo GmbH. Przez sześć lat była członkiem Zarządu odpowiedzialnym za Europę Środkową i Wschodnią, a w latach 2007-2013 zasiadała w Radzie Nadzorczej, nadzorując branżę produktów szybkozbywalnych oraz sprzedaż detaliczną i handel elektroniczny w jedenastu krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Ze względu na doświadczenie, w latach 2012-2016 zasiadała w Radzie Nadzorczej Banku Pekao S.A., a w latach 2016-2018, jako członek niezależny, w Radzie Nadzorczej Wizz Air Holdings. Jest członkiem światowej organizacji liderów biznesu YPO GOLD (od 2001 roku) oraz zasiada w Radzie Programowej polskiej sieci United Nations Global Compact – największej na świecie inicjatywy na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu i wspierania zrównoważonego rozwoju.



## Jean-Michel Thibaud

**Zakres obowiązków:** Członek Rady Nadzorczej, członek Komitetu Audytowego

**Powołanie w skład Rady Nadzorczej:** kwiecień 2019

**Kwalifikacje:** Jest absolwentem politechniki CentraleSupélec oraz Instytutu Nauk Politycznych w Paryżu.

**Doświadczenie zawodowe:** Z dniem 3 kwietnia 2023 roku został mianowany Tymczasowym Dyrektorem Wykonawczym ds. Finansów, Efektywności i Rozwoju w Grupie Orange. Wcześniej zajmował stanowisko Zastępcy Członka Zarządu ds. Finansów, odpowiadając za kontroling. Do Grupy Orange dołączył w 2001 roku jako menedżer, a następnie dyrektor działu finansowania projektów. W latach 2008-2012, piastował stanowisko Skarbnika Grupy Orange, zajmując się pozyskiwaniem finansowania dłużnego (obligacje, finansowanie projektów oraz korporacyjne i strukturyzowane), relacjami z agencjami ratingowymi i rynkami kapitałowymi, a także zarządzaniem środkami pieniężnymi i finansowaniem klientów. W latach 2013-2019 pełnił funkcję Członka Zarządu ds. Finansów i Starszego Wiceprezesa ds. Strategii, Transformacji i Usług Ogólnych w spółce Orange Business Services.





## Kryteria niezależności Członków Rady Nadzorczej

Niezależny Członek Rady Nadzorczej Orange Polska spełnia następujące warunki:

- 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;
- 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;
- 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;
- nie sprawuje kontroli nad Spółką w rozumieniu ustawy o rachunkowości ani nie reprezentuje w żaden sposób akcjonariusza, osób lub podmiotów sprawujących kontrolę nad Spółką;
- 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;
- nie jest obecnie i w ciągu ostatnich trzech lat nie był:
  - właścicielem, współnikiem (w tym komplementariuszem) lub akcjonariuszem obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki lub jednostki z nią powiązanej, lub
  - członkiem rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego obecnej lub poprzedniej firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie sprawozdania finansowego Spółki, lub
  - 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
  - osobą, z której usług korzystała lub którą nadzorowała obecna lub poprzednia firma audytorska lub biegły rewident działający w jej imieniu;;
- 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;
  - nie jest Członkiem Rady Nadzorczej Spółki dłużej niż dwanaście lat;
  - 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;
  - 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:

- obejmuje w szczególności udział w systemie przydziału opcji na akcje lub w innym systemie wynagradzania za wyniki,
- 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.



## Zmiany w składzie Rady Nadzorczej w 2022 roku

W dniu 22 kwietnia 2022 roku wygasły mandaty pięciu osób: pp. Macieja Wituckiego, Michała Kleibera, Moniki Nachyły, Marca Ricau i Jean-Michela Thibauda.

Tego samego dnia następujące osoby: pp. Maciej Witucki, Bartosz Dobrzyński, Monika Nachyła, Marc Ricau, Jean-Michel Thibaud i Maciej Witucki zostały powołane

przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie na Członków Rady Nadzorczej na nową kadencję.

Ramon Fernandez zrezygnował z członkostwa w Radzie Nadzorczej w dniu 14 lutego 2023 roku. Rezygnacja była wynikiem ogłoszonej publicznie przez p. Ramona Fernandezę decyzji o podjęciu nowego wyzwania zawodowego poza Grupą Orange. W tym samym dniu Rada Nadzorcza podjęła decyzję o powierzeniu obowiązków Zastępcy Przewodniczącego Rady Nadzorczej Orange Polska pani Mari-Noëlle Jégo-Laveissière.

## Zasady powoływania i kadencja Członków Rady Nadzorczej

Członek Rady Nadzorczej Orange Polska powinien posiadać należyte wykształcenie, doświadczenie zawodowe i doświadczenie życiowe, reprezentować wysoki poziom moralny oraz być w stanie poświęcić niezbędną ilość czasu, pozwalającą na należyte wykonywanie funkcji w Radzie Nadzorczej.

Członkowie Rady Nadzorczej są powoływani przez Walne Zgromadzenie. Każdy akcjonariusz ma prawo zgłosić kandydaturę na Członków Rady Nadzorczej. Członkowie Rady Nadzorczej są następnie powoływani przez Walne Zgromadzenie zwykłą większością głosów oddanych.

W przypadku wygaśnięcia mandatu Członka Rady Nadzorczej z powodu innego niż upływ kadencji

lub odwołanie z funkcji Członka Rady Nadzorczej, reszta Członków Rady Nadzorczej może powołać, większością dwóch trzecich głosów oddanych, nowego Członka Rady Nadzorczej. Mandat tak powołanego Członka wygasa z dniem następnego Walnego Zgromadzenia, odbytego nie wcześniej niż 5 tygodni od powołania.

Kadencja Członków Rady Nadzorczej trwa trzy lata. Mandaty Członków Rady Nadzorczej wygasają z dniem odbycia Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za drugi pełny rok obrotowy pełnienia przez nich funkcji (a również wskutek śmierci, rezygnacji albo odwołania ze składu Rady Nadzorczej).





### Macierz umiejętności Członków Rady Nadzorczej Orange Polska

Imię i nazwisko	Finanse/audyt/ rachunkowość/ ryzyko	Zarządzanie	Prawo/ zgodność/ład korporacyjny/ etyka	Informatyka i technologia	Zasoby ludzkie	Sprzedaż i marketing	CSR and Sustainable Growth	CSR i zrównowa- żony wzrost	Otoczenie regulacyjne	Produkcja/ łańcuch dostaw
Maciej Witucki		•	•	•		•	•	•	•	
Ramon Fernandez	•	•	•						•	•
Marc Ricau	•	•	•	•		•	•			
Philippe Béguin		•	•	•		•		•		
Bénédicte David	•	•		•	•	•	•			
Bartosz Dobrzyński		•				•			•	•
John Russell Houlden	•	•	•	•			•	•	•	
Mari-Noëlle Jégo-Laveissière		•	•	•		•	•			•
Patrice Lambert-de Diesbach	•	•			•		•		•	
Monika Nachyła	•	•	•		•	•	•	•	•	
Maria Pasto-Wiśniewska, PhD	•	•	•		•		•	•	•	
Wioletta Rosołowska		•	•		•	•	•			
Jean-Michel Thibaud	•	•	•	•					•	
Jean-Marc Vignolles		•		•	•	•			•	

► 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.

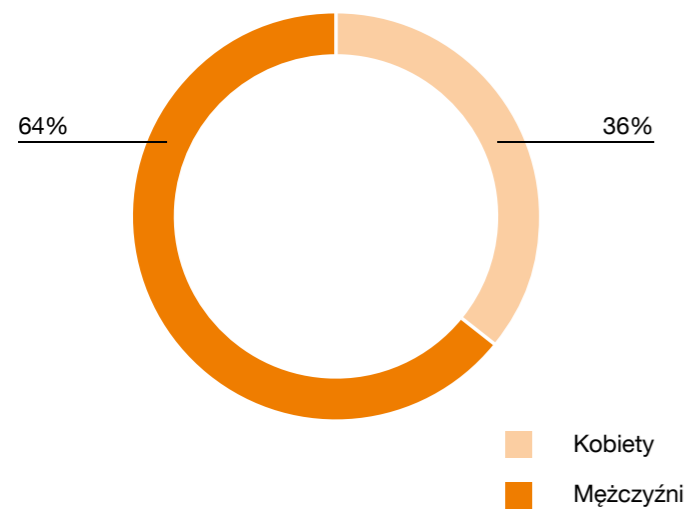
Ponadto, zgodnie z Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych 2021, przyjętymi przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie, w dniu 22 kwietnia 2022 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie przyjęło Politykę zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Rady Nadzorczej.

Celem tej Polityki jest::

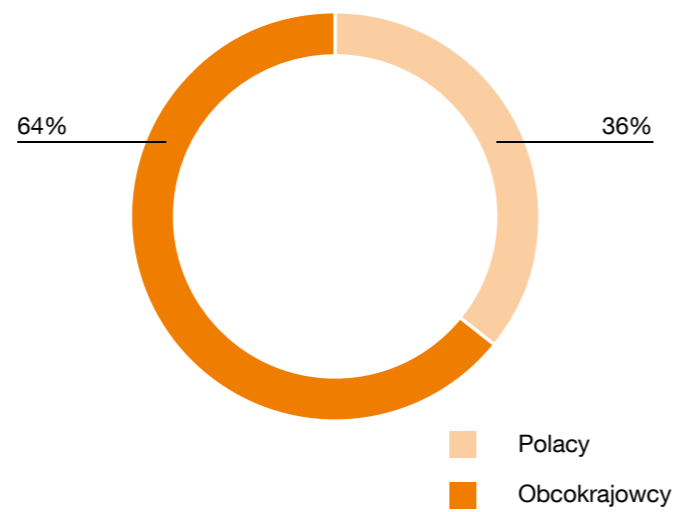
- określenie standardów, które muszą być spełnione, aby stanowiska w Radzie Nadzorczej były zajmowane przez osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje, wiedzę merytoryczną, umiejętności, doświadczenie zawodowe, predyspozycje i reputację właściwą do pełnienia tej funkcji, oraz
- wdrożenie rozwiązań na rzecz równego traktowania i różnorodności w odniesieniu do Rady Nadzorczej Orange Polska.

### Rada Nadzorcza

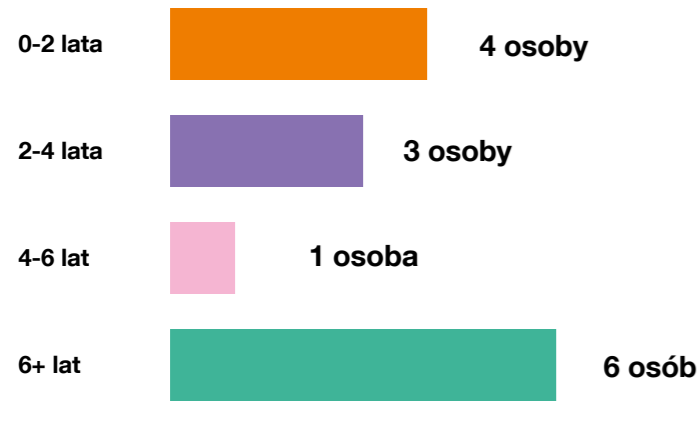
#### Płeć



#### Narodowość



#### Staż



Philippe Béguin, Bénédicte David, Bartosz Dobrzyński, Wioletta Rosołowska

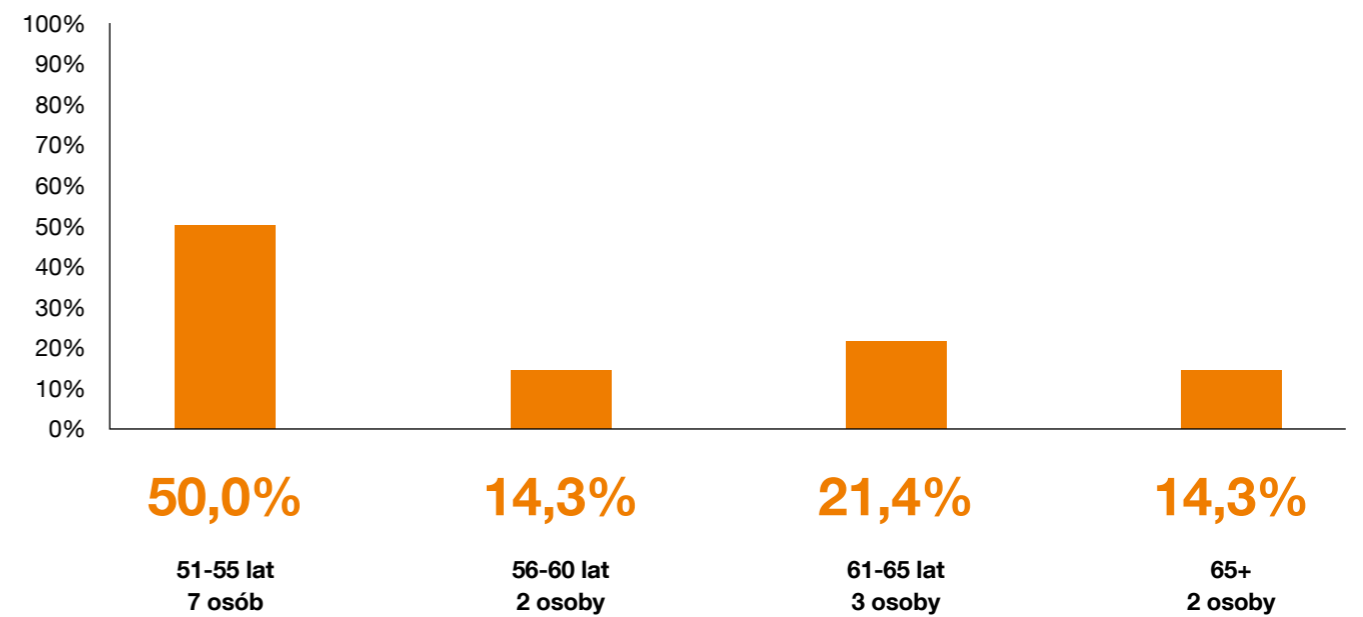
Marie-Noëlle Jégo-Laveissière, Monika Nachyła, Jean-Michel Thibaud

Jean-Marc Vignolles

Maciej Witucki, Ramon Fernandez, Marc Ricau, John Russell Houlden, Patrice Lambert-de Diesbach, Maria Pasło-Wiśniewska



#### Wiek





## Główne obszary działalności Rady Nadzorczej w 2022 roku

W 2022 roku działalność Rady Nadzorczej koncentrowała się w szczególności na następujących zagadnieniach:

### 1. Otoczenie konkurencyjne na rynku telekomunikacyjnym w Polsce

Rynek telekomunikacyjny w Polsce pozostaje konkurencyjny, przy czym zasadnicze pole walki konkurencyjnej przesuwa się z pojedynczych ofert na pakiety usług. W 2022 roku jednym z ważniejszych wydarzeń była finalizacja przejścia UPC (największego operatora kablowego) przez firmę Play, która wcześniej świadczyła wyłącznie usługi komórkowe. W efekcie, na rynku ofert konwergentnych pojawił się nowy istotny gracz. Spowoduje to dalsze nasilenie konkurencji w miarę upowszechniania się na rynku strategii konwergencji – w czym od wielu lat liderem jest Orange Polska. Rada Nadzorcza i Komitet ds. Strategii przeanalizowały potencjalny wpływ tej sytuacji na działalność Orange Polska, dochodząc do wniosku, że Spółka jest do tego dobrze przygotowana i powinna kontynuować realizację strategii ukierunkowanej na wartość, która nabiera kluczowego znaczenia w obecnym otoczeniu inflacyjnym. Osiągnięte w ubiegłym roku bardzo dobre wyniki komercyjne i operacyjne potwierdzają słuszność tego podejścia.

### 2. Rozwój sytuacji w zakresie aukcji 5G

Rada Nadzorcza uważnie śledziła rozwój sytuacji w procesie ogłaszania aukcji na częstotliwości 5G oraz wprowadzania związanych z tym zmian w otoczeniu prawnym, zwłaszcza ustawy o cyberbezpieczeństwie. Nowy projekt tej ustawy, opublikowany przez rząd w październiku 2022 roku, nie zawiera już przepisów dotyczących projektu „Polskie 5G”. Niespodziewane włączenie tych przepisów do poprzedniej wersji ustawy (opublikowanej w październiku 2021 roku) budziło obawy co do ram prawnych i zarządczych takiego rozwiązania. Rada Nadzorcza z dużym zadowoleniem przyjęła ostateczne rozpoczęcie w grudniu procesu konsultacji dokumentacji aukcyjnej pomimo tego, że prace nad ustawą o cyberbezpieczeństwie nie zostały zakończone. Mamy nadzieję, że cały proces będzie przebiegał w sposób sprawny i przejrzysty. Dedykowane pasmo 5G jest konieczne dla zwiększenia przepustowości sieci mobilnej oraz odblokowania nowych możliwości biznesowych.

### 3. Połączenie z TP Teltech oraz wzmocnienie nadzoru nad innymi spółkami zależnymi

W 2022 roku Orange Polska podjął decyzję o połączeniu ze swoją spółką zależną TP Teltech, w której posiadał całość udziałów. Przyczyniło się to do zwiększenia efektywności operacyjnej Grupy Orange

Polska dzięki uproszczeniu procesów zarządczych i biznesowych oraz integracji struktur obu spółek. W październiku, w celu zatwierdzenia połączenia, zostało zwołane Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. Rada Nadzorcza zwróciła się także do Zarządu o wzmocnienie ram zarządczych w zakresie nadzoru nad spółkami zależnymi. Celem tych działań było w szczególności wdrożenie spójnych strategii w obszarze ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego (ESG), usprawnienie komunikacji pomiędzy spółkami zależnymi a Zarządem Orange Polska oraz lepsze monitorowanie rozmaitych ryzyk biznesowych.

### 4. Monitorowanie wyników operacyjnych i finansowych oraz wykonania budżetu

Rada Nadzorcza stale monitorowała wyniki komercyjne i finansowe Orange Polska oraz wykonanie budżetu na 2022 rok. Było to szczególnie ważne w świetle wyzwań związanych ze skutkami rosnących kosztów energii i wybuchu wojny w Ukrainie. Jednocześnie, bezprecedensowy skokowy wzrost cen energii stał się katalizatorem działań Spółki na rzecz zwiększenia udziału energii ze źródeł odnawialnych w strukturze zużycia. W efekcie, w 2023 roku większość zużywanej energii będzie pochodzić z farm wiatrowych, co będzie miało pozytywny wpływ na koszty.

W 2022 roku Rada Nadzorcza odbyła 5 posiedzeń.

Frekwencja na posiedzeniach wyniosła 91,4% oraz 94,4% łącznie z komitetami.



## Udział Członków Rady Nadzorczej w posiedzeniach w 2022 roku

	RADA NADZORCZA	KOMITET AUDYTOWY	KOMITET ds. STRATEGII	KOMITET ds. WYNAGRODZEŃ
Maciej Witucki	5/5			
Ramon Fernandez	3/5			
Marc Ricau	5/5	5/5		5/5
Philippe Béguin	5/5		4/4	
Bénédicte David	5/5		4/4	3/3
Bartosz Dobrzyński	3/3		3/3	3/3
John Russell Houlden	5/5	5/5		
Marie-Noëlle Jégo-Laveissière	5/5			
Michał Kleiber	2/2		1/1	2/2
Patrice Lambert-de Diesbach	4/5		4/4	
Monika Nachyła	5/5	5/5	4/4	
Maria Pasło-Wiśniewska	5/5	5/5	4/4	5/5
Wioletta Rosołowska	3/5		2/4	
Jean-Michel Thibaud	4/5	5/5		
Jean-Marc Vignolles	5/5		4/4	2/2

■ Liczba posiedzeń, w których uczestniczyli Członkowie RN

■ Maksymalna liczba zaplanowanych posiedzeń, w których mogli uczestniczyć Członkowie RN

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 2022 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/](http://www.orange-ir.pl/pl/lad-korporacyjny/).



## Ocena sytuacji Grupy Kapitałowej Orange Polska

Niniejsza ocena sytuacji Grupy Orange Polska w ujęciu skonsolidowanym w 2022 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 2022 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 2022 roku kluczowe cele Grupy przedstawiały się następująco:

- dalsze rozwijanie kluczowych obszarów wzrostu, w tym usług konwergentnych, mobilnych, światłowodowych i ICT, z uwzględnieniem potencjalnych zmian w otoczeniu konkurencyjnym po przejęciu UPC przez Play,
- podjęcie działań przenoszących wysoką presję inflacyjną na klientów w celu ochrony rentowności,
- ograniczenie ryzyka związanego z bezprecedensowym wzrostem cen energii, między innymi poprzez zawarcie nowych długoterminowych umów zakupowych (PPA) z producentami energii,
- ocena ryzyka związanego z wojną w Ukrainie i podjęcie niezbędnych działań w celu ograniczenia tego ryzyka,
- nabycie częstotliwości 5G,
- transformacja kultury organizacyjnej w kierunku większej elastyczności i efektywności kosztowej oraz wdrożenie popandemicznego modelu pracy,
- wypełnienie przedstawionych prognoz i oczekiwań finansowych dotyczących wzrostu przychodów i wskaźnika EBITDAaL.

Rok 2022 był drugim 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. Wobec tych trudnych uwarunkowań Grupa zrealizowała wszystkie cele strategiczne – co zdaniem Rady Nadzorczej jest niezwykle osiągnięciem. To dowód na mocne podstawy, na jakich opiera się działalność Orange Polska.

W 2022 roku kluczowym wyzwaniem było ograniczenie skutków bezprecedensowego kryzysu na rynku energii. Ceny energii gwałtownie wzrosły w wyniku wojny w Ukrainie oraz związanych z tą wojną sankcji nałożonych na Rosję. Spółka ograniczyła wpływ tej sytuacji poprzez wysoki wzrost w kluczowym obszarze działalności oraz dostosowanie bazy kosztowej. Ponadto, dzięki podpisaniu nowych długoterminowych umów z producentami energii (PPA) udało się zabezpieczyć większość kosztów energii w kolejnych latach. Przyczyniło się to również do ograniczenia emisji CO<sub>2</sub> i realizacji strategicznego celu w tym zakresie trzy lata przed terminem. Grupa zrealizowała wszystkie założone cele finansowe i utrzymała wysoką dynamikę komercyjną. Ten drugi element jest szczególnie ważny wobec pojawienia się nowego istotnego konkurenta na rynku ofert konwergentnych po tym, jak firma Play sfinalizowała przejęcie największego operatora kablowego – UPC. Liczba klientów naszych usług światłowodowych zwiększyła się o dalsze 24%, co było efektem wysokiego popytu oraz zwiększania zasięgu tej sieci. Usługi światłowodowe Orange są już dostępne dla blisko połowy gospodarstw domowych w Polsce. Spółka zintensyfikowała ukierunkowaną na wartość strategię „więcej za więcej” w prawie wszystkich kluczowych obszarach na rynku konsumenckim i biznesowym. Jest



to absolutnie kluczowe dla przynajmniej częściowego ograniczenia wpływu wysokiej inflacji – zwłaszcza, że ceny usług telekomunikacyjnych w Polsce są znacząco niższe w porównaniu do innych krajów europejskich.

Spółka osiągnęła też dalszy postęp w procesie cyfryzacji, która stanowi jedno z kluczowych narzędzi zwiększania efektywności wewnętrznej oraz pozwala lepiej reagować na potrzeby klientów. Obserwujemy również pierwsze wymierne korzyści z nawiązanej przez Spółkę współpracy z Google w zakresie rozwiązań w chmurze. Celem jest zarządzanie większością interakcji z klientami przy użyciu metod uczenia maszynowego i sztucznej inteligencji, co pozwoli na lepszą personalizację ofert. Sprzedaż przez kanały cyfrowe wzrosła w 2022 roku o kolejne 20%, do czego przyczyniły się dwa główne elementy: oferta Flex oraz aplikacja Mój Orange – która jest stale doskonalona w celu zwiększenia użyteczności dla klientów.

W 2022 roku jedną z kluczowych kwestii dla Rady Nadzorczej była ponownie sytuacja związana z aukcją na częstotliwości 5G w paśmie C oraz przepisami dotyczącymi cyberbezpieczeństwa. Nowy projekt ustawy o cyberbezpieczeństwie nie zawiera już przepisów dotyczących projektu „Polskie 5G”. Niespodziewane włączenie tych przepisów do poprzedniej wersji ustawy (opublikowanej w październiku 2021 roku) budziło obawy co do ram prawnych i zarządczych takiego rozwiązania. Rada Nadzorcza z dużym zadowoleniem przyjęła ostateczne rozpoczęcie w grudniu 2022 roku oczekiwanego od dawna procesu konsultacji dokumentacji aukcyjnej. Proponowana konstrukcja procesu aukcyjnego opiera się na przewidywalnych zasadach. Przewidziano jednak

wymagające zobowiązania inwestycyjne. W styczniu Spółka przedstawiła swoje stanowisko w ramach konsultacji. Mamy nadzieję, że cały proces będzie przebiegał zgodnie z harmonogramem przedstawionym przez regulatora.

Orange Polska znajduje się na półmetku obecnego cyklu strategicznego. W opinii Rady Nadzorczej, wyniki ubiegłych dwóch lat dowodzą, że Spółka jest na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele, pomimo wyjątkowo wymagającego i pełnego wyzwań 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 2022 rok, osiągając bardzo dobre wyniki we wszystkich obszarach, pomimo wyjątkowo wymagającego otoczenia zewnętrznego. Wzrosły przychody i zyski oraz stopa zwrotu z zaangażowanego kapitału, przy utrzymaniu solidnych przepływów pieniężnych i bezpiecznej struktury bilansu. Wyniki za cały rok okazały się lepsze od początkowych oczekiwań.

Zdaniem Rady Nadzorczej, szczególnie godnym odnotowania osiągnięciem jest wzrost EBITDAaL o prawie 4%. Udało się to osiągnąć pomimo skokowego wzrostu kosztów energii o 200 mln zł, wynikającego z rozległego kryzysu na rynku energii. Pokazuje to silny model biznesowy Spółki. Kluczowym czynnikiem







był znaczny wzrost przychodów. We wszystkich trzech kluczowych obszarach działalności – usługach dla klientów indywidualnych i biznesowych oraz usługach hurtowych – Spółka odnotowała solidny wzrost przychodów. Dzięki wysokiej dźwigni operacyjnej, wyższe przychody przełożyły się na wyższy zysk, gdyż działania optymalizacyjne ograniczyły wzrost bazy kosztowej.

W 2022 roku całkowite przychody zwiększyły się o 4,7% – to jest znacznie więcej od pierwotnych oczekiwań – do czego przyczyniły się głównie bardzo dobre wyniki w usługach IT i integracyjnych, wynikające z szerokiego i zdywersyfikowanego portfela usług oraz utrzymującego się popytu na cyfryzację. Łączne przychody z kluczowych kategorii usług telekomunikacyjnych (konwergentnych, wyłącznie komórkowych i wyłącznie stacjonarnego dostępu szerokopasmowego), które mają istotny wpływ na osiąganą marżę, zwiększyły się o 6,3%, utrzymując dynamikę zbliżoną do poprzedniego roku. Na ten wynik złożyły się dwa korzystne czynniki: duże przyrosty liczby klientów oraz wzrost średniego przychodu, jaki ci klienci generują (ARPO). W ubiegłym roku Grupa osiągnęła szczególnie dobre wyniki w działalności hurtowej (z wyłączeniem usług schyłkowych), dzięki dużemu popytowi na dzierżawę infrastruktury ze strony innych operatorów.

Zysk netto za 2022 rok przekroczył 700 mln zł i – pomijając wpływ transakcji dotyczących spółki Światłowodów Inwestycji w 2021 roku – był najwyższy od dziesięciu lat. Przyczyniły się do tego wzrost EBITDAaL oraz niższa amortyzacja.

Organiczne przepływy pieniężne przekroczyły 800 mln zł, po raz kolejny osiągając wysoki poziom. Nakłady inwestycyjne utrzymały się na poziomie zbliżonym do 2021 roku i odzwierciedlały przesunięcie inwestycji z sieci światłowodowej na mobilną, przewidziane w strategii .Grow.

Pomimo wypłaty dywidendy i odnowienia licencji na pasmo 2,1 GHz, nastąpił dalszy niewielki spadek długu netto i dźwigni finansowej. Dźwignia finansowa na poziomie 1,3x odzwierciedla silną strukturę bilansu Spółki, co jest istotnym atutem przy obecnym burzliwym otoczeniu. Należy podkreślić, że koszt obsługi zadłużenia wyniósł jedynie 3,3%, wykazując odporność na znaczące podwyżki stóp procentowych dzięki skutecznym instrumentom zabezpieczającym.

W 2022 roku Orange Polska wznowił wypłacanie dywidendy, co zostało pozytywnie ocenione przez Radę Nadzorczą. Sytuacja Spółki umożliwia podzielenie się płynącymi ze wzrostu korzyściami z akcjonariuszami. Zarząd zarekomendował zwiększenie dywidendy w 2023 roku o 40%, do poziomu 0,35 zł na akcję. Wyniki finansowe w ubiegłych dwóch latach pokazują, że Spółka precyzyjnie realizuje przyjęte założenia i jest na dobrej drodze, aby osiągnąć cele średniookresowe.

## Wnioski i zalecenia na 2023 rok

W realizacji planu strategicznego .Grow na lata 2021-2024, Orange Polska przekroczył półmetek. Wyniki ubiegłych dwóch lat potwierdzają, że to właściwa strategia na trudne czasy, a Spółka jest na dobrej drodze, aby osiągnąć założone cele. Biorąc pod uwagę przewidywane spowolnienie w polskiej gospodarce oraz dwucyfrową inflację wpływającą na koszty operacyjne, rok 2023 będzie zapewne znów pełny wyzwań. Jednak Rada Nadzorcza jest przekonana, że Grupa wdrożyła właściwe działania, aby w pełni wykorzystać swoje aktywa i wartości.

Rada Nadzorcza podziela opinię Zarządu, że w 2023 roku Grupa powinna się w swojej działalności skoncentrować w szczególności na następujących kluczowych aspektach:

- 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.

## 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 wdrożone przez Spółkę narzędzie do samooceny efektywności kontroli, 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 są raportowane na Komitet Audytowy Rady Nadzorczej.

Najważniejsze elementy systemu kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem zostały przedstawione w sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy za 2021 rok, które zostało opublikowane w dniu 16 lutego 2022 roku.

W 2022 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 zostały względem nich przygotowany plan naprawczy. Na podstawie przeprowadzonej oceny Zarząd stwierdził, że na dzień 31 grudnia 2022 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 wprowadzoną Polityką antykorupcyjną zakładającą zasadę „zero tolerancji” wobec korupcji. Funkcja Zarządzania Zgodnością 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 Zarządzania Zgodnością 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 jest prowadzona weryfikacja obecnych i przyszłych partnerów biznesowych w zakresie zagrożeń związanych z korupcją, nadużyciami, niezgodnościami z sankcjami gospodarczymi, praniem brudnych pieniędzy i finansowaniem terroryzmu.

Pracownicy, a także wszyscy interesariusze, mogą korzystać z dedykowanych kanałów, aby zgłosić wątpliwości lub poprosić o radę w zakresie przekupstwa lub konfliktu interesów, jak również jeśli mają podejrzenia co do 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 Zarządzania Zgodnością, wyniki planowych kontroli, a także wyniki kontroli zapoczątkowanych zgłoszeniem nieprawidłowości (whistleblowing) monitorowane są na podstawie cyklicznie składanych raportów. Stosowane działania i mechanizmy zapewniają skuteczność funkcji Zarządzania Zgodnością oraz zapewniają utrzymanie standardów grupowych regulacji antykorupcyjnych.

Radzie Nadzorczej corocznie jest także przedstawiana 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 wypełniał 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 2022. 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 i 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 obowiązujących zasad ładu korporacyjnego, o których mowa powyżej, oprócz zasady 2.2 w części dotyczącej różnorodności w składzie Zarządu. Jednocześnie, zgodnie z przyjętą przez Radę Nadzorczą 3 listopada 2021 r. Polityką zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Zarządu, w zakresie zróżnicowania pod względem płci, w procesie doboru członków Zarządu Orange Polska Rada Nadzorcza będzie



dążyć do zapewnienia udziału kobiet na poziomie nie niższym niż 30%. Na dzień 31 grudnia 2022 r. udział kobiet w Radzie Nadzorczej wynosił 36%, a w Zarządzie 25%.

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 Praktykach 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 charytatywnej

Niniejsza ocena zasadności prowadzonej przez Spółkę polityki wspierania kultury, sportu, instytucji charytatywnych, mediów, organizacji społecznych,

związków zawodowych itp. w 2022 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 2022 roku na wsparcie kultury, sportu, inicjatyw charytatywnych, mediów, organizacji społecznych, związków zawodowych itp. Rada Nadzorcza ocenia, że prowadzona przez Spółkę strategia sponsoringowa, skoncentrowana w 2022 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 i 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 i włączenia społeczno-cyfrowego.





## Działalność Komitetu Audytowego w 2022 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 wojny w Ukrainie na Orange Polska oraz reakcji Grupy

na tę sytuację. To historyczne wydarzenie, w połączeniu z innymi czynnikami, pociągnęło za sobą gwałtowne zmiany w gospodarce światowej, w tym znaczącą inflację, wzrost cen energii i ograniczenie dostępu do surowców energetycznych, 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 właściwe ich 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. Ponadto, Komitet Audytowy dokonał przeglądu wyników analizy utraty wartości.

W 2022 roku Komitet Audytowy analizował także działalność Grupy pod kątem standardów ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego (ESG) oraz przewidywanych wymogów sprawozdawczych wynikających z nowych regulacji, uwzględniając przy tym kluczowe znaczenie tych zagadnień dla inwestorów. W 2023 roku i kolejnych latach Komitet Audytowy planuje w jeszcze większym stopniu skupić się na tym obszarze.

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 ściśle monitorował także zadania i prace biegłego rewidenta oraz opracował rozszerzony zbiór Wskaźników Jakości Audytu.

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 2022 roku

John Russell Houlden	Przewodniczący (niezależny Członek Rady Nadzorczej)
Monika Nachyła	(Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
Maria Pasło-Wiśniewska, PhD	(Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
Marc Ricau	
Jean-Michel Thibaud	

Pracom Komitetu przewodniczy pan John Russell Houlden, niezależny Członek Rady Nadzorczej, który posiada odpowiednie doświadczenie i kwalifikacje w kwestiach finansowo-księgowych oraz audytu. Inni niezależni członkowie Komitetu to dr Maria Pasło-Wiśniewska oraz Monika Nachyła.

### 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.

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 2022 roku sześć planowych posiedzeń. Prezes Zarządu, Członek Zarządu ds. Finansów oraz Dyrektor Audytu Wewnętrznego uczestniczyli we wszystkich posiedzeniach Komitetu Audytowego. Inni Członkowie Zarządu, Dyrektorzy Wykonawczy i inni menedżerowie oraz zaproszeni goście uczestniczyli w posiedzeniach w zależności od poruszanych zagadnień. W posiedzeniach Komitetu uczestniczyli z zasady przedstawiciele biegłego rewidenta Spółki – firmy KPMG.





## 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 biegły rewident, który przekazywał swoje opinie w istotnych kwestiach 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 biegłego rewidenta

Komitet Audytowy odpowiada za relacje z firmą audytorską. Zadanie to obejmuje ocenę skuteczności procesu badania oraz niezależności biegłego rewidenta. Rok 2022 był drugim rokiem badania sprawozdań finansowych Grupy Orange Polska przez KPMG.

Komitet Audytowy dokonał przeglądu zaproponowanego planu prac biegłego rewidenta na 2022 rok, w tym najważniejszych kwestii, na jakich należy się skoncentrować, 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. Pierwsze uwagi na temat pracy biegłego rewidenta zostały zebrane i przedstawione Komitetowi Audytowemu w kwietniu 2022 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 Polskiej Agencji Nadzoru Audytowego (PANA), wynikających z oceny jakości wybranych wcześniejszych audytów przeprowadzonych przez KPMG. Komitet Audytowy omówił z KPMG wnioski PANA, opisane w raporcie z 2021 roku. Wnioski PANA zawarte w raporcie z listopada 2022 roku zostały



przedstawione Komitetowi Audytowemu przez KPMG w styczniu 2023 roku.

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 biegłego rewidenta

W celu zapewnienia, że firma audytorska pozostanie niezależna od Spółki, Komitet Audytowy monitoruje kilka aspektów jej niezależności.

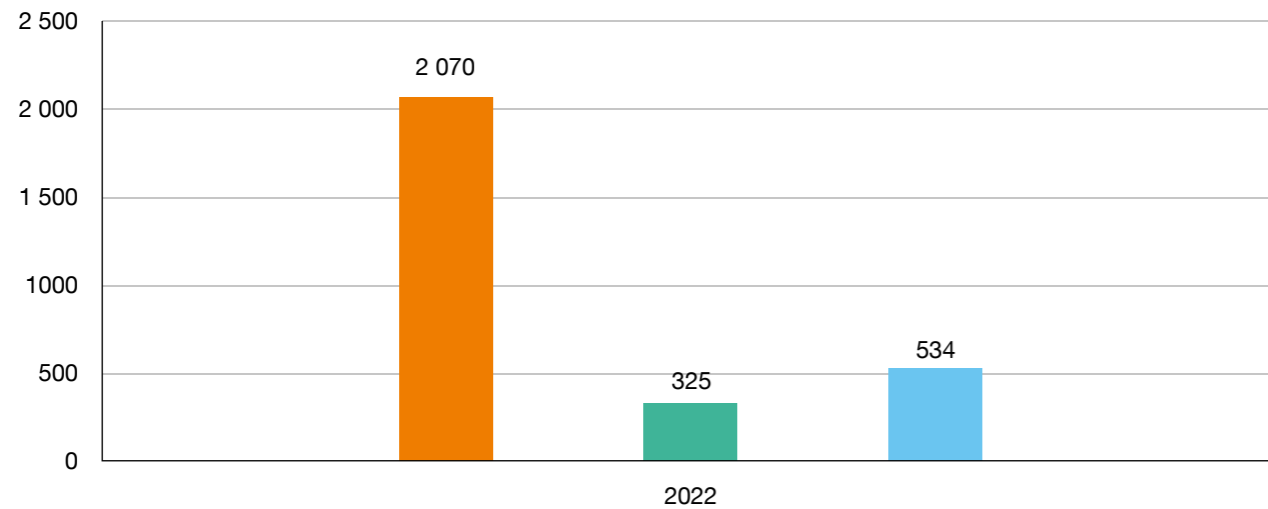
Po pierwsze, przy ocenie niezależności biegłego rewidenta od Spółki, Komitet Audytowy bierze pod uwagę informacje i oświadczenia firmy audytorskiej. Firma audytorska przekazała Komitetowi Audytowemu oświadczenie o niezależności, złożone zgodnie z Ustawą z dnia 11 maja 2017 roku o biegłych rewidentach („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. W pierwszym roku badania sprawozdań finansowych przez KPMG, Zarząd również monitorował wysokość wynagrodzenia za usługi firmy audytorskiej i przekazywał odpowiednie informacje Komitetowi Audytowemu. W 2022 roku wynagrodzenie za usługi KPMG niebędące badaniem stanowiło 23% wynagrodzenia z tytułu badania ustawowego.



## Koszty usług KPMG dla Grupy Orange Polska



■ Badanie ustawowe i przegląd - Grupa i OPL ■ Badanie ustawowe - spółki zależne ■ Inne usługi niebędące badaniem

Po trzecie, 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:

- 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 wzrostem cen energii i stóp procentowych;
- Kontrola nad rentownością projektów, inwestycji i umów przez cały okres ich realizacji;
- Kontrola nad spółkami zależnymi;
- Płynność Grupy;
- Testy utraty wartości;
- Przegląd ekonomicznego okresu użytkowania aktywów;
- Zdefiniowanie segmentów działalności Grupy;
- Podejście do nieistotnych błędów zidentyfikowanych w poprzednim okresie;

- Wycena kluczowych ryzyk, w tym podatkowych;
- Przegląd ujęcia księgowego, szacunków i subiektywnych ocen dotyczących kluczowych transakcji;
- Przedstawienie informacji o roszczeniach i sporach w sprawozdaniach finansowych;
- Przedstawienie informacji o wpływie wojny w sprawozdaniach finansowych;
- Nowe typy transakcji, takie jak wirtualne i fizyczne długoterminowe umowy zakupu energii (PPA), zawierane w celu zabezpieczenia przed wzrostem cen energii;
- Monitorowanie wyników spółki joint venture utworzonej przez Spółkę w 2021 roku w celu dalszej rozbudowy sieci światłowodowej i hurtowej sprzedaży usług opartych na światłowodach, w tym ocena wpływu na sprawozdania finansowe Spółki i Grupy;
- Monitorowanie działań dotyczących ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego (ESG) oraz związanej z tym sprawozdawczości, w tym obecnego i planowanego rozszerzenia zakresu sprawozdawczości i oświadczeń w obszarze europejskiej taksonomii w odniesieniu do działalności zrównoważonej, oceny wpływu zmian klimatycznych na Grupę oraz działań Grupy w celu dostosowania się i ograniczenia ryzyka związanego ze zmianami klimatycznymi i pogorszeniem się stanu środowiska;
- Monitorowanie jakości pracy biegłego rewidenta oraz opracowanie Wskaźników Jakości Audytu (AQI);
- Elektroniczna sprawozdawczość finansowa z rozszerzonym zakresem wskaźników, zgodnie z europejską taksonomią, w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych;
- Komunikacja z Komisją Nadzoru Finansowego (KNF) dotycząca monitorowania jakości pracy biegłego rewidenta oraz sprawozdawczości finansowej Grupy.



## 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. Celem jest zabezpieczenie majątku, wykrycie błędów, a także zapewnienie prawidłowości i kompletności zapisów księgowych oraz ogólnej rzetelności sprawozdań finansowych, na uzasadnionym poziomie pewności. 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 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 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 2022 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.

W grudniu 2022 roku Audyt Wewnętrzny Spółki wydał raport z ogólnej oceny systemu kontroli wewnętrznej w Orange Polska (w oparciu o ramy COSO) w którym stwierdził, że system daje wystarczające zapewnienie, że cele Spółki mogą zostać osiągnięte, raportowanie (wewnętrzne i zewnętrzne, finansowe i niefinansowe) jest rzetelne, a Spółka działa zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

## 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 Auditorów 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 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 de l'Audit et du Contrôle Interne (IFACI), który jest francuskim oddziałem Instytutu Auditorów Wewnętrznych (IIA). Na podstawie przeprowadzonej w 2022 roku oceny, certyfikat IFACI (IIA) dla Audytu Wewnętrznego Orange Polska został odnowiony.

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. W 2022 roku Komitet przeanalizował zaktualizowany 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 uwzględni 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 oraz 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. 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. 276.

## 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. 276



## 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 wprowadzenie przez Spółkę Jednolitego Europejskiego Formatu Raportowania (ESEF), ujawnianie informacji finansowych związanych z klimatem oraz planowane zmiany w otoczeniu podatkowym.

## 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 współpracował również z kierownictwem Spółki nad opracowaniem udoskonalonego podejścia do nadzoru nad spółkami zależnymi Orange Polska.





## Działalność Komitetu ds. Strategii w 2022 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,

Pod wieloma względami rok 2022 był całkowicie odmienny od wszystkich innych w historii Orange Polska. Przyniósł dynamiczne zmiany ekonomiczne i geopolityczne na całym świecie, w tym w Polsce. W momencie, kiedy

oczekiwaliśmy dalszego ożywienia gospodarczego po pandemii, presja inflacyjna, kryzys na rynku energii i wojna w Ukrainie zachwiały globalną równowagę oraz poczuciem stabilności wśród przedsiębiorstw i konsumentów.

Jestem wyjątkowo dumny z Orange Polska, a szczególnie jego pracowników – którzy zjednoczyli się, aby zapewnić odpowiednie wyniki Spółki oraz okazać wsparcie osobom dotkniętym przez wojnę. Ta pomoc w istotny sposób poprawiła los wielu ludzi.

Orange Polska skutecznie poruszał się w tych niepewnych czasach i – pomimo poważnych przeciwności – z dobrymi wynikami kontynuował realizację strategii .Grow. Komitet ds. Strategii wspierał Zarząd poprzez omawianie kluczowych strategicznych obszarów rozwoju, takich jak

transformacja cyfrowa, wizja kolejnego poziomu usług dla klientów biznesowych oraz usług IT i integracji, a także nowe otwarcie w działalności hurtowej.

Do priorytetowych obszarów omawianych w czasie posiedzeń Komitetu należała również strategia Orange Polska w zakresie kapitału ludzkiego, ze szczególnym uwzględnieniem podejścia do rekrutacji, rozwijania kompetencji, zarządzania talentami i polityki wynagrodzeń w warunkach szybko i dynamicznie zmieniającej się sytuacji makroekonomicznej.

Oprócz powyższych wyzwań, Komitet poświęcił także dużo uwagi kryzysowi na rynku energii, zajmując się w szczególności optymalizacją zużycia energii przez Orange Polska oraz transformacją w kierunku źródeł odnawialnych, a także nowym pozycjonowaniem działalności w zakresie odsprzedaży energii, prowadzonej przez spółkę zależną Orange Energia.

Chociaż ubiegły rok był pełen wyzwań, to przyniósł też Spółce istotne sukcesy. Orange Polska jest zdecydowany nadal zapewniać odpowiednią wartość akcjonariuszom oraz skutecznie mierzyć się z potencjalną przyszłą niepewnością w otoczeniu gospodarczym i politycznym.

Dziękuję wszystkim za ciągłe wsparcie.

**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, alianse 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 2022 roku

Jean-Marc Vignolles	Przewodniczący
Philippe Béguin	
Bénédicte David	
Bartosz Dobrzyński	(Niezależny Członek Rady Nadzorczej – od 22 kwietnia 2022 roku)
Patrice Lambert-de Diesbach	
Monika Nachyla	(Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
Maria Pasło-Wiśniewska, PhD	(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 2022 roku Komitet ds. Strategii odbył cztery posiedzenia.



## Kierunki prac Komitetu ds. Strategii w 2022 roku

### Podejście Orange Polska do cyfryzacji

Wraz ze zmianą zachowań i potrzeb klientów, rozwiązania cyfrowe stają się w Polsce normalnością. W strategii Grow określono cyfryzację jako jedną z kluczowych strategicznych dźwigni przyszłego rozwoju Orange Polska. Komitet przeanalizował utworzenie odrębnej jednostki odpowiedzialnej za cyfryzację, z ambitnymi celami – do 2024 roku 25% sprzedaży oraz 75% kontaktów z klientami ma być realizowane poprzez kanały cyfrowe.

### Strategia usług dla klientów biznesowych oraz usług IT i integracji

Będąc liderem na rynku biznesowym, Orange Polska na nowo określa ramy swojej działalności, potwierdzając przy tym kierunki określone w strategii Grow: będziemy kontynuować ścieżkę rozwoju ukierunkowaną na tworzenie wartości oraz wykorzystywanie otwierających się źródeł wzrostu. Obszar usług biznesowych to obecnie domena spółek z kompleksową ofertą, budujących synergii na poziomie relacji z klientami. Komitet omówił wyzwania makroekonomiczne, jakie nagromadziły się w ostatnich miesiącach, a także wpływ tych wyzwań na działalność Orange Polska na rynku biznesowym.

### Przegląd działalności hurtowej Orange Polska

Rynek telekomunikacyjny w Polsce jest wciąż mocno zróżnicowany: obok operatorów ogólnokrajowych działają setki mniejszych, a łączna liczba podmiotów przekracza 4 000. Zwiększa się pokrycie siecią światłowodową operatorów wyłącznie hurtowych, a jednocześnie

wzrasta zainteresowanie współdzieleniem infrastruktury światłowodowej przez operatorów zintegrowanych, co zmienia dynamikę rynku hurtowego. Komitet przeanalizował, w jakim stopniu strategia hurtowa Orange Polska odzwierciedla ostatnie trendy rynkowe.

### Transformacja Orange Energia

Rok 2021 przyniósł gwałtowny wzrost cen energii, co miało niekorzystny wpływ na cały rynek energii, w tym Orange Energia. Wprowadzone w 2021 roku zmiany (konstrukcja ofert i strategia zabezpieczeń) znacząco ograniczyły profil ryzyka w działalności Orange Energia, co pozwoliło spółce osiągnąć dodatnie wyniki w pierwszym półroczu 2022 roku. Komitet omówił plan transformacji Orange Energia oraz przyszłe perspektywy szans i zagrożeń.

### Zwrot ku zielonej energii

Odpowiedzialność za klimat jest kluczowym elementem strategii Grow. Orange Polska jest w połowie drogi do osiągnięcia celów na 2025 rok, dotyczących udziału energii ze źródeł odnawialnych oraz ograniczenia emisji. Chociaż kluczową rolę w osiągnięciu celów klimatycznych odgrywają długoterminowe umowy zakupu energii (PPA), to istotną kwestią pozostaje energooszczędność, a Spółka kontynuuje program optymalizacji zużycia energii. Komitet przeanalizował dotychczasowe osiągnięcia oraz dalsze plany Orange Polska w tym obszarze.

### Strategia dotycząca kapitału ludzkiego

Komitet przeanalizował strategię Orange Polska dotyczącą kapitału ludzkiego w zakresie rekrutacji i rozwijania kompetencji, a także zarządzania talentami i polityki wynagrodzeń, biorąc pod uwagę dynamiczne zmiany sytuacji makroekonomicznej.



## Działalność Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2022 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,

Zaczynając od kwestii formalnej, chciałabym poinformować, że w kwietniu 2022 roku zmienił się skład Komitetu ds. Wynagrodzeń – odeszli z niego panowie Jean-Marc Vignolles i Michał Kleiber, a dołączyli: pani Bénédicte David i pan Bartosz Dobrzyński.

Pragnę serdecznie podziękować Jean-Marcowi i Michałowi za ich wkład w naszą pracę, a jednocześnie powitać Bénédicte i Bartosza w składzie Komitetu.

W 2022 roku Orange Polska kontynuował realizację planu strategicznego .Grow, wdrażając procesy cyfryzacji i transformacji, aby sprostać wyzwaniom przyszłości.

Pomimo niesprzyjających warunków zewnętrznych – w szczególności pandemii, wojny na Ukrainie, kryzysu na rynku energii i rosnącej inflacji – Spółka utrzymała efektywność działania i osiągnęła oczekiwane wyniki biznesowe. W efekcie trwającego procesu zmiany

kulturowej w Orange Polska, jego kierownictwo i pracownicy potrafią działać elastycznie i szybko reagować na potrzeby rynku.

Orange Polska stawia w centrum strategii wzrost wartości dla klientów – szybki dostęp do sieci oraz wysokie standardy usług. Dzięki rosnącemu wykorzystaniu technologii cyfrowych, takich jak sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe, rozwiązania w chmurze itp., Spółka staje się coraz bardziej przyjazna dla klientów, czego potwierdzeniem jest jej wysoka pozycja w rankingu NPS.

To wszystko jest możliwe dzięki stałej trosce o poszerzenie kompetencji naszych pracowników. Długofalowe programy rozwojowe na różnych poziomach zaawansowania, szkoły zawodowe (Data & AI, IT Academy, Cyberbezpieczeństwo), program #Klient, program „PM w akcji”, a także inne programy pomagają Spółce i jej pracownikom dostosować się do szybkich zmian w otoczeniu oraz utrzymać elastyczność i koncentrację w działalności biznesowej. Doceniając korzyści płynące z różnorodności, Orange Polska zaproponował zatrudnionym w Spółce kobietom specjalne szkolenia, które mają im ułatwić rozwój kariery na miarę ich aspiracji i potencjału.

Poprzez strategię #OrangeGoesGreen, która ma przynieść znaczące ograniczenie emisji CO<sub>2</sub>, Orange Polska przyczynia się do ochrony klimatu. Potwierdzeniem wagi tej strategii było włączenie celów związanych z ochroną środowiska do systemu premiowego MBO dla wszystkich Członków Zarządu.



W celu wsparcia realizacji strategii Orange Polska, Komitet ds. Wynagrodzeń zarekomendował powołanie na kolejną kadencję trzech Członków Zarządu: ds. Finansów, ds. Human Capital oraz ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości.

Ponadto, zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz Dobrymi Praktykami Spółek Notowanych na GPW, Komitet wydał pozytywną rekomendację w sprawie Polityki zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Rady Nadzorczej.

Wszystkie rekomendacje Komitetu ds. Wynagrodzeń zostały przyjęte odpowiednio przez Radę Nadzorczą i Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy.

Komitet, pracując zgodnie z przyjętym planem, przeanalizował między innymi następujące zagadnienia: efektywność systemów motywacyjnych wobec wyzwań stojących przed Spółką, kontrola i zarządzanie kosztami pracy w warunkach wysokiej inflacji, a także równość polityki wynagrodzeń w odniesieniu do kobiet i mężczyzn. W 2022 roku Komitet przygotował trzy obowiązkowe sprawozdania: Sprawozdanie o wynagrodzeniach

Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2021, Sprawozdanie z działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2021 roku oraz Informację na temat polityki wynagrodzeń, będącą częścią Sprawozdania Zarządu z działalności Orange Polska w 2021 roku.

Przedstawiając niniejsze Sprawozdanie, pragnę gorąco podziękować wszystkim Członkom Komitetu, kolegom z pionu Human Capital, wspierającym Komitet w realizacji zadań, a także wszystkim pracownikom Orange Polska za ich wkład w wyniki biznesowe w 2022 roku.

Na koniec, co bardzo ważne, pozwolę sobie wyrazić szczególną wdzięczność wszystkim pracownikom Orange Polska za ich empatię i spontaniczną wielkoduszność w pomaganiu uchodźcom z dotkniętej wojną Ukrainy. To był wielki sprawdzian z człowieczeństwa, który nasi pracownicy zdali celująco.

Poniżej przedstawiono szczegółowe informacje na temat działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2022 roku.

**Maria Pasło-Wiśniewska**  
Przewodnicząca Komitetu ds. Wynagrodzeń



### Skład Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2022 roku

dr Maria Pasło-Wiśniewska	Przewodnicząca (Niezależny Członek Rady Nadzorczej)
Prof. Michał Kleiber	(Niezależny Członek Rady Nadzorczej – do 22 kwietnia 2022 roku)
Marc Ricau	
Jean-Marc Vignolles	(do 22 kwietnia 2022 roku)
Bénédicte David	(od 22 kwietnia 2022 roku)
Bartosz Dobrzyński	(Niezależny Członek Rady Nadzorczej – od 22 kwietnia 2022 roku)

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 2022 roku

Komitet ds. Wynagrodzeń odbył w 2022 roku pięć posiedzeń oraz podjął kilka pakietów działań określonych poniżej. We wszystkich z tych posiedzeń uczestniczyli wszyscy Członkowie Komitetu ds. Wynagrodzeń.

### W 2022 roku rekomendacje Komitetu ds. Wynagrodzeń dla Rady Nadzorczej dotyczyły następujących kwestii:

- powołanie i warunki zatrudnienia na następną kadencję, rozpoczynającą się 21 czerwca 2022 roku, Członka Zarządu ds. Finansów, Członka Zarządu ds. Human Capital oraz Członka Zarządu ds. Rynku Hurtowego i Sprzedaży Nieruchomości;
- premia oparta na wskaźnikach finansowych (Stretch Bonus) dla Prezesa Zarządu za 2021 rok;
- warunki Stretch Bonus dla Prezesa Zarządu w 2022 roku;
- kaskada Stretch Bonus – nowy element systemu wynagrodzeń – dla Członków Zarządu w 2022 roku;
- ocena wysokości premii dla Członków Zarządu za 2021 rok;
- cele i warunki uzyskania premii dla Członków Zarządu w 2022 roku;
- zasady udziału Członków Zarządu Orange Polska w Długoterminowym Planie Motywacyjnym Grupy Orange S.A. na lata 2022-2024;
- wskaźniki sukcesu w drugiej serii Długoterminowego Programu Motywacyjnego Orange Polska na lata 2022-2024;
- aktualizacja Regulaminu Długoterminowego Programu Motywacyjnego;
- Sprawozdanie z działalności Komitetu ds. Wynagrodzeń w 2021 roku;
- Polityka zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Rady Nadzorczej.

### Komitet ds. Wynagrodzeń przedstawił opinie dotyczące:

- Sprawozdania o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2021;
- Informacji na temat polityki wynagrodzeń Spółki w 2021 roku.

### Komitet ds. Wynagrodzeń pozytywnie zaopiniował:

- realizację przez Orange Polska planu strategicznego .Grow;
- analizę kosztów pracy Orange Polska w warunkach wysokiej inflacji;
- sposób zatrudniania pracowników oraz typy współpracy z dostawcami usług informatycznych;
- Długoterminowy Plan Motywacyjny Grupy Orange;
- HC Dashboard – okresowy raport o kwestiach z obszaru Human Capital;
- świadczenia przyznane Członkom Zarządu zgodnie

- z wewnętrznymi regulacjami Orange Polska;
- sprawozdanie z wykonania umowy z Orange Global International Mobility SA;
- wyniki Together 2021 – programu akcji pracowniczych Grupy Orange;
- kontynuację lokalnego programu motywacyjnego Orange Polska na lata 2023-2025 (trzeciej serii);
- realizację strategii środowiskowej ukierunkowanej na zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub>;
- proces odkupu używanych urządzeń elektronicznych (komputerów, laptopów i tabletów) przez Członków Zarządu na zasadach ustalonych dla ogółu pracowników Orange Polska.

### Znaczące zagadnienia rozpatrzone przez Komitet ds. Wynagrodzeń w 2022 roku:

- przegląd wszystkich systemów motywacyjnych i zwiększających zaangażowanie pracowników pod kątem nagród i wyróżnień, różnorodności i dobrostanu pracowników oraz kontynuacji barometru społecznego;
- przegląd polityki wynagrodzeń w odniesieniu do kadry kierowniczej i całej Grupy Kapitałowej Orange Polska;
- analiza polityki równości pod kątem wynagrodzeń oraz porównanie wysokości wynagrodzeń kobiet i mężczyzn w Orange Polska;
- zmiany organizacyjne w Orange Polska wynikające z pandemii koronawirusa COVID-19, związane z wymogami sanitarnymi i kontynuacją pracy hybrydowej;
- plan sukcesji Orange Polska w odniesieniu do Członków Zarządu i Dyrektorów Wykonawczych;

Komitet ds. Wynagrodzeń realizował zadania zgodnie z planem pracy na 2022 rok, przyjętym przez wszystkich Członków Komitetu.



## Sprawozdanie o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2022

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 2022 i stanowi przegląd wynagrodzeń przyznanych zgodnie z obowiązującymi i stosowanymi: Polityką wynagradzania w Orange Polska S.A. oraz również od 17 czerwca 2020 r. (z późniejszymi zmianami) Polityką Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. (zwane dalej: „Politykami Wynagradzania”). Polityki Wynagradzania wspierają realizację strategii Orange Polska S.A. (dalej także: „Spółka”) 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 osiągania celów strategicznych, które następnie są kaskadowane do realizacji przez

pracowników na niższych poziomach organizacji w formie celów zarządczych.

Stosowane Polityki Wynagradzania są również elementem całościowej strategii firmy. Poprzez umożliwienie pozyskiwania, utrzymywania oraz motywowania najlepszych menadżerów i profesjonalistów w obszarach specjalizacji występujących w Orange Polska S.A., zapewnia kadry przygotowane do osiągania strategicznych celów Spółki.

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.

### 1. Zmiany w składzie organów Spółki

Skład Zarządu Spółki w roku 2022 nie uległ zmianie. Na dzień 31 grudnia 2022 r. w skład Zarządu Spółki wchodziło: Julien Ducarroz, Jolanta Dudek, Bożena Leśniewska, Witold Drożdż, Piotr Jaworski, Jacek Kowalski, Jacek Kunicki i Maciej Nowohoński.

W składzie Rady Nadzorczej w roku 2022 zaszły następujące zmiany: 22 kwietnia 2022 r. wygasły mandaty



Macieja Wituckiego, prof. Michała Kleibera, Moniki Nachyty, Marca Ricau i Jean-Michela Thibaud. Tego dnia następujące osoby: Bartosz Dobrzyński, Monika Nachyta, Marc Ricau, Jean-Michel Thibaud i Maciej Witucki zostały powołane przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie na Członków Rady Nadzorczej na nową 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., zgodnie z którą system wynagrodzeń stosowanych w Spółce w odniesieniu do Członków Zarządu składał się z części stałej i zmiennej wynagrodzenia, w tym:

- I. wynagrodzenia zasadniczego,
- II. premii uzależnionej od wyników (zmienny składnik wynagrodzenia),
- III. benefitów i świadczeń alokacyjnych,
- IV. długookresowych wynagrodzeń kapitałowych,
- V. składki podstawowej z tytułu uczestnictwa w programie emerytalnym,
- VI. świadczeń związanych z ustaniem stosunku pracy,
- VII. innych świadczeń wynikających z przepisów prawa pracy.

Świadczenia wypłacone w roku 2022 zostały ukształtowane zgodnie z przyjętymi Politykami Wynagradzania i tym samym realizowały kluczowe założenia tych Polityk.

Szczegółowe zasady ustalania wynagrodzeń zostały uregulowane poprzez indywidualne umowy o pracę zawierane z Członkami Zarządu.

Niektóre z elementów wynagrodzenia przysługujące Członkom Zarządu zatrudnionym w Spółce (m.in. składka w pracowniczym programie emerytalnym, niektóre świadczenia niepieniężne) zostały przyznane 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 Członków Zarządu trwa trzy lata. Podstawą wypłaty wynagrodzenia Członków Zarządu były umowy o pracę zawierane na czas trwania kadencji.

Pan Julien Ducarroz, pełniący od 1 września 2020 r. funkcję Prezesa Zarządu Orange Polska S.A. pozostaje zatrudniony w Orange Global International Mobility SA (OGIM SA) z siedzibą w Szwajcarii, spółce z grupy kapitałowej Orange SA i pełni funkcję Prezesa Zarządu na podstawie powołania, w ramach oddelegowania do Orange Polska S.A.

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 i uchwały nr 33 z 9 kwietnia 2015 r. Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Orange Polska S.A. określającej zasady wynagradzania Członków Rady Nadzorczej oraz na podstawie Polityki Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. Jednocześnie, Członkowie Rady Nadzorczej, poza



Członkami Niezależnymi, mogą pozostawać zatrudnieni przez spółkę z grupy kapitałowej Orange SA – wówczas 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 niezależnych, 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 2022 roku wchodziło pięciu Niezależnych Członków Rady: Bartosz Dobrzyński (od 22 kwietnia 2022 r.), John Russell Houlden, prof. Michał Kleiber (do 22 kwietnia 2022 r.), Monika Nachyta, dr Maria Pasło-Wiśniewska i Wioletta Rosołowska.

## 3. Wynagrodzenia Członków Zarządu i Rady Nadzorczej

### a. Wynagrodzenie zasadnicze

Uregulowania wynagrodzeń zasadniczych Członków Zarządu uwzględniają standardy wynagrodzeń stanowisk, związane 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 firmach na rynku polskim.

W okresie sprawozdawczym Orange Polska S.A. kształtowała zasady wynagradzania, uwzględniając brak dyskryminacji, w szczególności ze względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne i orientację seksualną. Spółka okresowo dokonywała przeglądu praktyki wynagradzania pod kątem niedyskryminacji.

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.

W odniesieniu do Członków Zarządu, Komitet Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń jest uprawniony do rekomendowania warunków zatrudnienia, włącznie z wysokością wynagrodzenia zasadniczego w oparciu o następujące aspekty:

- I. zakres odpowiedzialności i złożoności charakteryzujące dane stanowisko,
- II. konkurencyjność rynkową wynagrodzenia,
- III. rekomendację Prezesa Zarządu (nie dotyczy wynagrodzenia Prezesa Zarządu),
- IV. rekomendację Członka Zarządu odpowiedzialnego



w Spółce za obszar Human Capital (nie dotyczy wynagrodzenia Członka Zarządu odpowiedzialnego w Spółce za Human Capital),

- V. indywidualny wkład Członka Zarządu w realizację strategii Spółki.

### b. Benefit

Spółka zapewniała Członkom Zarządu Orange Polska S.A. pakiet benefitów mających na celu umożliwienie i usprawnienie pełnienia funkcji w Spółce.

Członkowie Zarządu zatrudnieni w Orange Polska S.A. byli uprawnieni do następujących pozafinansowych składników wynagrodzenia:

- I. szkoleń oraz studiów mających na celu doskonalenie kwalifikacji zawodowych;
- II. pakietu opieki medycznej dla Członka Zarządu oraz członków rodziny (dzieci, partner/współmałżonek);
- III. ubezpieczenia na życie;
- IV. internetu stacjonarnego w miejscu zamieszkania, o ile pozwala na to infrastruktura telekomunikacyjna Orange Polska S.A.;
- V. zabezpieczenia w przypadku powstania odpowiedzialności cywilnej, będącej wynikiem wykonywania obowiązków Członka Zarządu, w tym w postaci ochrony ubezpieczeniowej;
- VI. innych świadczeń niepieniężnych, jakie przysługują pracownikom Spółki zgodnie z wewnętrznymi regulacjami Orange Polska S.A.





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 roku 2022 Członkom Zarządu zatrudnionym w Orange Polska S.A. faktycznie zostały zapewnione następujące benefity, które zostały uwzględnione w Tabeli 1a:

- I. pakiet opieki medycznej dla Członka Zarządu oraz członków jego rodziny (dzieci, partner/współmałżonek);
- II. ubezpieczenie na życie;
- III. internet stacjonarny w miejscu zamieszkania;
- IV. inne świadczenia niepieniężne, jakie przysługują pracownikom Spółki zgodnie z wewnętrznymi regulacjami Orange Polska S.A.

Członkowie Zarządu w roku 2022 mieli również prawo do ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej.

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 1a, w pozycji Benefity.

Pan Julien Ducarroz, w okresie pełnienia funkcji Prezesa Zarządu Orange Polska S.A., był uprawniony 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 1b.

Członkowie Zarządu Orange Polska S.A., poza oddelegowanym do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu Julienem Ducarroz, nie pobierali w okresie sprawozdawczym wynagrodzenia z innych spółek Grupy Orange SA, poza posiadanym 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 S.A.

#### c. Pozostałe świadczenia dostępne dla Członków Zarządu na zasadach ustalonych dla ogółu pracowników

Członkowie Zarządu zatrudnieni w Orange Polska S.A. mieli prawo do przystąpienia do Pracowniczego Programu Emerytalnego, który jest finansowany ze środków Orange Polska S.A. Program jest prowadzony w formie funduszu emerytalnego (Pracowniczy Fundusz Emerytalny Orange Polska). Uprawnienie to przysługuje Członkom Zarządu po przepracowaniu w Orange Polska 6 miesięcy. Orange Polska S.A. finansuje comiesięczną składkę podstawową w wysokości 7% wynagrodzenia brutto, stanowiącego podstawę wymiaru składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe. W 2022 roku Członkowie Zarządu zatrudnieni w Orange Polska S.A. skorzystali z tego świadczenia.

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.

#### 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, bez wypowiedzenia na podstawie artykułu 53 Kodeksu pracy lub na zasadzie porozumienia stron, a także w związku z upływem terminu, na który Umowa o pracę została zawarta, Członkowi Zarządu przysługuje prawo do odprawy w wysokości 6-krotności miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego.

Wszyscy Członkowie Zarządu są zobowiązani do niepodjęcia żadnej działalności konkurencyjnej przez 12 miesięcy po zakończeniu zatrudnienia w Orange Polska S.A. Z zastrzeżeniem pewnych wyjątków, za powstrzymanie się od działalności konkurencyjnej są upoważnieni do otrzymania odszkodowania w wysokości 6-miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego.



#### e. Część zmienna wynagrodzenia

Każdemu z Członków Zarządu przysługiwała część zmienna wynagrodzenia uzależniona od realizacji (rocznych i półrocznych) celów finansowych i niefinansowych.

Celem systemu premiowania było motywowanie Członków Zarządu do osiągania wysokich wyników pracy, poprzez realizację wyznaczonych i uzgodnionych celów, wspierających wdrażanie strategii 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 zależała od celów solidarnościowych, które są celami finansowymi, wspólnymi dla wszystkich Członków Zarządu.

Część zmienna wynagrodzenia ustalana była w półrocznych okresach rozliczeniowych, a jej wyliczenie było dokonywane jako ocena realizacji celów, zdefiniowanych dla każdego Członka Zarządu w indywidualnym arkuszu zadań.

Cele roczne i półroczne Członków Zarządu zależały od planów biznesowych Spółki dla danego okresu, zakresu odpowiedzialności danego Członka Zarządu, rekomendacji Prezesa Zarządu i rekomendacji Członka Zarządu odpowiedzialnego w Spółce za obszar Human Capital.

Cele w części solidarnościowej obejmowały EBITDAaL (EBITDA po uwzględnieniu kosztów leasingu), Organic Cash Flow (OCF), wskaźnik Green odnoszący się do poziomu emisji CO<sub>2</sub> w całej Grupie Orange Polska i satysfakcji klientów z usług Orange (Perception NPS). W części indywidualnej cele odnosiły się do wyników funkcji, którą Członek Zarządu zarządzał i oceny zarządzania.

W przypadku oceny realizacji celów na 100%, wysokość części zmiennej wynagrodzenia wynosiła 50% wynagrodzenia zasadniczego przysługującego za dany okres na podstawie umowy o pracę. Realizacja wyznaczonych celów poniżej lub powyżej 100% wiązała się odpowiednio z niższą lub wyższą wysokością części zmiennej wynagrodzenia. Wyniki osiągnięte w 2022 roku pozwoliły na przyznanie części zmiennej wynagrodzenia wszystkim Członkom Zarządu, co zostało odzwierciedlone w Tabeli 1a i 1b niniejszego Sprawozdania.

W dniu 25 marca 2022 r. Rada Nadzorcza na wniosek Komitetu Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń przyznała Prezesowi Zarządu oraz Członkom Zarządu prawo do dodatkowej premii Stretch Bonus, którego realizacja jest oparta na EBITDAaL, eCAPEX i OCF jako wskaźnikach finansowych. Warunki wypłaty Stretch Bonus ustala każdorazowo Rada Nadzorcza na podstawie rekomendacji Komitetu Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń.

Stretch Bonus dla Prezesa Zarządu oraz Członków Zarządu za rok 2022, w związku ze spełnieniem ustalonych warunków, zostanie wypłacony w 2023 roku.







Tabela 1a. Wynagrodzenia całkowite Członków Zarządu w 2022 roku

Imię i nazwisko	1. Wynagrodzenie stałe (w tys. zł)						2. Wynagrodzenie zmienne (w tys. zł) <sup>1</sup>				Wynagrodzenie całkowite za 2022 r. (w tys. zł)	Proporcja pomiędzy wynagrodzeniem stałym i zmiennym przyznanym za 2022 r. (%)	Wynagrodzenie zmienne za 2021 r. wypłacone w 2022 r. (bez kosztów zaliczki na poczet premii MBO wypłaconej w grudniu 2021r. (w tys. zł))
	Wynagrodzenie zasadnicze	Benefity*	Świadczenia na rzecz osób najbliższych	Odszkodowania i odprawy	Inne płatności (w tym PPE)	Suma wynagrodzenia stałego	Przyznane za I półrocze 2022 r.	Przyznane za II półrocze 2022 r.	Roczne przyznane za 2022 (Stretch Bonus)	Suma wynagrodzenia zmiennego			
Jolanta Dudek	1 200	29	0	0	128	1 357	331	432	100	863	2 220	61%/39%	278
Bożena Leśniewska	1 440	32	0	0	157	1 629	412	536	120	1 068	2 697	60%/40%	356
Witold Drożdż	960	32	0	0	105	1 097	274	346	80	700	1 797	61%/39%	231
Piotr Jaworski	1 020	35	0	0	111	1 166	287	367	85	739	1 905	61%/39%	240
Jacek Kowalski	1 140	29	0	0	124	1 293	315	410	95	820	2 113	61%/39%	289
Jacek Kunicki <sup>1</sup>	1 080	43	0	0	116	1 239	303	386	90	779	2 018	61%/39%	233
Maciej Nowohoński	1 176	33	0	0	127	1 336	325	429	98	852	2 188	61%/39%	281

\* Wraz z członkami rodzin, zgodnie z zapisem w ust.3b ii.

<sup>1</sup> Pozycja zawiera część zmienną wynagrodzenia naliczoną w 2022 r. do wypłaty w 2023 r., zatwierdzoną przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A., nie zawiera części zmiennej wynagrodzenia naliczonej w 2021 r., a wypłaconej w 2022 r.



Tabela 1b. Kwoty poniesione przez Orange Polska S.A. z tytułu zwrotu kosztów związanych z odelegowaniem do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu w 2022 roku

Imię i nazwisko	1. Wynagrodzenie stałe (w tys. zł)*	2. Wynagrodzenie zmienne (w tys. zł) <sup>1</sup>			Wynagrodzenie całkowite (w tys. zł)	Proporcja pomiędzy wynagrodzeniem stałym i zmiennym (%)	Wynagrodzenie zmienne za 2021 r. wypłacone w 2022 r. (bez kosztów zaliczki na poczet premii MBO wypłaconej w grudniu 2021r.) (w tys. zł)
		z wyłączeniem Stretch Bonus rocznego przyznanego za 2022	Roczne przyznane za 2022 (Stretch Bonus)	Suma wynagrodzenia zmiennego			
Julien Ducarroz	3 848	1 165	657	1 822	5 670	68%/32%	1 077

<sup>1</sup> Pozycja zawiera część zmienną wynagrodzenia naliczoną w 2022 r. do wypłaty w 2023 r., zatwierdzoną przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A., nie zawiera części zmiennej wynagrodzenia naliczonej w 2021 r., a wypłaconej w 2022 r. (z wyjątkiem kwoty powstałej z tytułu różnic kursowych).

\* W wynagrodzeniu stałym uwzględniono dodatkowo świadczenie w postaci karnetu na Orange Warsaw Festival, które otrzymał Prezes Zarządu od Orange Polska S.A.; wartość tego świadczenia wyniosła 1 998 zł.



#### f. Cele zmiennej części wynagrodzenia Członków Zarządu

Zaprezentowane poniżej wskaźniki były podstawą ustalania celów solidarnościowych Członków Zarządu i były rozliczane w bezpośrednim powiązaniu do osiągniętych przez Spółkę wyników rocznych. Całkowite wynagrodzenie każdego Członka Zarządu było zgodne z przyjętą Polityką wynagrodzeń w Orange Polska S.A. oraz Polityką Wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej. Cele oraz sposób ich ustalania zostały zatwierdzone, po dokonanej analizie, przez Komitet Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń.

Rozliczenie celów Członków Zarządu było dokonywane w cyklach półrocznych (z uwzględnieniem osiągniętych wyników rocznych Spółki) przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A. po rekomendacji Komitetu Rady Nadzorczej ds. Wynagrodzeń. Spółka Orange Polska S.A. prezentuje w opublikowanych skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych poziom wskaźników finansowych, które określają sytuację finansową Spółki. Cele realizowane przez Zarząd były ściśle powiązane z tymi wskaźnikami finansowymi, a ich realizacja miała bezpośredni wpływ na wysokość części zmiennej wynagrodzenia każdego Członka Zarządu. Realizacja celów przyczyniała się w ten sposób do osiągnięcia długoterminowych wyników Spółki.

Wskaźniki do ustalenia celów solidarnościowych w 2022 roku przedstawiały się następująco: EBITDAaL, Organic Cash Flow (OCF), Emisja CO<sub>2</sub> (Green), Perception NPS.

Wysokość zmiennej części wynagrodzenia została ustalona na podstawie realizacji celów solidarnościowych i celów indywidualnych.



**Tabela 2. Średnioroczny udział (%) poszczególnych rodzajów celów w wysokości przyznanego Członkom Zarządu wynagrodzenia zmiennego w 2022 roku**

Imię i nazwisko	Udział % celów solidarnościowych	Udział % celów indywidualnych
Julien Ducarroz	81%	19%
Jolanta Dudek	85%	15%
Bożena Leśniewska	82%	18%
Witold Drożdż	83%	17%
Piotr Jaworski	84%	16%
Jacek Kowalski	85%	15%
Jacek Kunicki	84%	16%
Maciej Nowohoński	84%	16%

W 2022 roku Orange Polska S.A. nie korzystała z możliwości żądania zwrotu zmiennych składników wynagrodzenia.



#### g. Programy motywacyjne Orange Polska S.A.

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. Ten ostatni z wymienionych wymiarów działania koncentruje się na redukcji emisji CO<sub>2</sub> i jako instrument motywacyjny stanowi bezpośrednie wsparcie w realizacji jednego z kluczowych elementów strategii Orange Polska, jakim jest ochrona środowiska.

Program jest oparty o trzyletnie cykle (serie Programu), z których każdy rozpoczyna się w kolejnych, następujących po sobie latach kalendarzowych. W ramach Programu uruchomione zostały dwie serie: 2021-2023 oraz 2022-2024.

Zgodnie z przyjętym Regulaminem Programu, Prezes i Członkowie Zarządu mogą nabyć 43 200 akcji fantomowych. Uczestnicy nabyli dobrowolnie akcje fantomowe po cenie 0,50 zł za akcję. Warunkiem wykupu przez Orange Polska S.A. akcji fantomowych, które zostały przypisane do wskaźników sukcesu (KPI): EBITDA<sub>L</sub>, Organic Cash Flow, redukcja emisji CO<sub>2</sub> oraz przynajmniej jeden z celów: 1) Średni kurs akcji w 1 kw. 2024 dla serii 2021-2023; 1kw. 2025 dla serii 2022-2024 lub 2) Wzrost kursu akcji Orange Polska S.A. w stosunku do wzrostu WIG20, jest osiągnięcie przez Orange Polska S.A. wyników biznesowych zdefiniowanych dla danego wskaźnika sukcesu. Dodatkowym warunkiem wykupu przez Orange Polska S.A. od uczestników Programu akcji fantomowych w liczbie wynikającej z wyników KPI jest utrzymanie średniego kursu w pierwszym kwartale po zakończeniu czasu trwania serii Programu na poziomie nie niższym niż średni kurs w pierwszym półroczu trwania serii Programu. W przeciwnym wypadku, akcje fantomowe nie zostaną wykupione, co będzie oznaczać utratę zainwestowanych środków.



**Tabela 3. Wartość płatności opartych na akcjach fantomowych w ramach Długoterminowego Planu Motywacyjnego rozpoznana przez Orange SA w odniesieniu do Członków Zarządu – seria LTI 2021-2023**

LTI 2021-2023

Imię i nazwisko	Liczba nabytych akcji fantomowych	Wartość płatności opartych na akcjach zaliczona w koszty Spółki za 12 miesięcy do 31 grudnia 2022 (w tys. zł)*
Julien Ducarroz	43 200	73
Jolanta Dudek	43 200	73
Bożena Leśniewska	43 200	73
Witold Drożdż	43 200	73
Piotr Jaworski	43 200	73
Jacek Kowalski	43 200	73
Jacek Kunicki	43 200	73
Maciej Nowohoński	43 200	73

\* liczba akcji x wycena opcji na akcje na dzień 31.12.2022 r.

**Tabela 3a. Wartość płatności opartych na akcjach fantomowych w ramach Długoterminowego Planu Motywacyjnego rozpoznana przez Orange SA w odniesieniu do Członków Zarządu – seria LTI 2022-2024**

LTI 2022-2024

Imię i nazwisko	Liczba nabytych akcji fantomowych	Wartość płatności opartych na akcjach zaliczona w koszty Spółki za 12 miesięcy do 31 grudnia 2022 (w tysiącach złotych)*
Julien Ducarroz	43 200	69
Jolanta Dudek	43 200	69
Bożena Leśniewska	43 200	69
Witold Drożdż	43 200	69
Piotr Jaworski	43 200	69
Jacek Kowalski	43 200	69
Jacek Kunicki	43 200	69
Maciej Nowohoński	43 200	69

\* liczba akcji x wycena opcji na akcję na dzień 31.12.2022 r.

**h. Długoterminowy Plan Motywacyjny (LTIP) – Grupa Orange**

Długoterminowy Plan Motywacyjny Grupy Orange (Long Term Incentive Plan) jest planem o edycjach trzyletnich. Plan obejmuje kluczowe osoby zatrudnione w Grupie Orange i jest zintegrowany z planem strategicznym Grupy Orange.

Członkom Zarządu jest przyznawane 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 roku została udostępniona druga edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2018-2020, która zakończyła się przekazaniem w kwietniu 2021 roku przez Orange SA osobom uprawnionym akcji z prawem do dysponowania.

W lipcu 2019 roku została udostępniona trzecia edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2019-2021.

W kwietniu 2022 roku została rozliczona trzecia edycja trzyletniego Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange, która była udostępniona na lata 2019-2021. W ramach LTIP, Orange SA przyznało uczestnikom akcje z prawem do dysponowania (Tabela 4a).

W lipcu 2020 roku została udostępniona czwarta edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2020-2022.

W lipcu 2021 roku została udostępniona piąta edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2021-2023.





W lipcu 2022 roku została udostępniona szóstą edycja Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2022-2024.

Warunki realizacji prawa do otrzymania określonej liczby bezpłatnych akcji Orange SA zostały wskazane w Tabeli 4.

W odniesieniu do Długoterminowego Planu Motywacyjnego Grupy Orange na lata 2020-2022, 2021-2023 oraz 2022-2024, 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 w razie ich realizacji na poziomie 100%.

**Tabela 4. Szczegółowe parametry dotyczące Długoterminowego Planu Motywacyjnego**

Nazwa planu	LTIP 2020-2022	LTIP 2021-2023	LTIP 2022-2024
Okres oceny wyników	Lata 2020-2022	Lata 2021-2023	Lata 2022-2024
Data przyznania	21.07.2020	28.07.2021	27.07.2022
Data zakończenia edycji	31.12.2022	31.12.2023	31.12.2024
Warunek przyznania	zatrudnienie w okresie 2020-2022	zatrudnienie w okresie 2021-2023	zatrudnienie w okresie 2022-2024
a) Wskaźnik finansowy b) waga wskaźnika	a) Organic Cash Flow <sup>1)</sup> b) 40%	a) Organic Cash Flow <sup>1)</sup> b) 50%	a) Organic Cash Flow <sup>1)</sup> b) 50%
a) Wskaźnik finansowy b) waga wskaźnika	a) Total Shareholder Return <sup>2)</sup> b) 40%	a) Total Shareholder Return <sup>2)</sup> b) 30%	a) Total Shareholder Return <sup>2)</sup> b) 30%
a) Wskaźnik finansowy b) waga wskaźnika	a) CSR <sup>3)</sup> b) 20%	a) CSR <sup>4)</sup> b) 20%	a) CSR <sup>4)</sup> b) 20%

1) Wskaźnik Organic Cash Flow Grupy Orange będzie oceniany w całym okresie danej serii Planu w odniesieniu do celów planu strategicznego.

2) 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.

3) 10% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego użytkowania energii z odnawialnych źródeł na koniec okresu oceny; 10% celu CSR odpowiada intensywności emisji CO<sub>2</sub> w odniesieniu do obsługi klienta na koniec okresu oceny.

4) 10% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego redukcji emisji CO<sub>2</sub> na koniec okresu oceny; 10% celu CSR odpowiada realizacji celu dotyczącego wskaźnika udziału kobiet na stanowiskach kierowniczych na koniec okresu oceny.

**Tabela 4a. Liczba akcji posiadanych 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 2019-2021, rozliczona w 2022 (w szt.)
	LTIP 2019-2021	LTIP 2020-2022	LTIP 2021-2023	LTIP 2022-2024	
Julien Ducarroz	2 000	2 000	2 000	2 000	970
Jolanta Dudek	2 000	2 000	2 000	2 000	970
Bożena Leśniewska	2 000	2 000	2 000	2 000	970
Witold Drożdż	2 000	2 000	2 000	2 000	970
Piotr Jaworski	2 000	2 000	2 000	2 000	970
Jacek Kowalski	2 000	2 000	2 000	2 000	970
Jacek Kunicki	1 000	1 000	1 000	2 000	485
Maciej Nowochoński	2 000	2 000	2 000	2 000	970





**Tabela 4b. Wartość płatności opartych na akcjach w ramach Długoterminowego Planu Motywacyjnego, rozpoznanych w kosztach przez Orange Polska S.A. (w tys. złotych)**

Imię i nazwisko	LTIP 2020–2022	LTIP 2021–2023	LTIP 2022–2024
	Za 12 miesięcy do 31 grudnia 2022	Za 12 miesięcy do 31 grudnia 2022	Za 12 miesięcy do 31 grudnia 2022
Julien Ducarroz	22	24	13
Jolanta Dudek	22	24	13
Bożena Leśniewska	22	24	13
Witold Drożdż	22	24	13
Piotr Jaworski	22	24	13
Jacek Kowalski	22	24	13
Jacek Kunicki	11	24	13
Maciej Nowochoński	22	24	13

**i. Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej**

Wysokość wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej jest ustalana przez Walne Zgromadzenie Orange Polska S.A.

Członkom Rady Nadzorczej przysługuje stałe miesięczne wynagrodzenie bez względu na liczbę odbytych w danym miesiącu posiedzeń. Członkom Rady Nadzorczej przysługuje wynagrodzenie dodatkowe, które jest uzależnione od funkcji pełnionej w Radzie Nadzorczej, a przede wszystkim od udziału w pracach i pełnienia funkcji w jednym ze stałych Komitetów funkcjonujących w Radzie.

W ramach Rady Nadzorczej funkcjonują trzy stałe komitety: Komitet Audytowy, Komitet ds. Wynagrodzeń oraz Komitet ds. Strategii. Członkom tych komitetów przysługuje wynagrodzenie określone w uchwale 33 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia z 2015 roku. Ponadto, Rada Nadzorcza może powoływać inne Komitety i określać ich zadania według swojego uznania. Członkom takich komitetów nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie. W roku 2022 Rada Nadzorcza nie powołała żadnych dodatkowych komitetów. Jeżeli osoba jest w danym okresie Członkiem lub Przewodniczącym kilku komitetów Rady Nadzorczej, nie przysługuje jej suma dodatkowych wynagrodzeń, lecz najwyższe wynagrodzenie, do którego jest uprawniona.

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 mogą być objęci zabezpieczeniami na wypadek powstania odpowiedzialności cywilnej, będącej wynikiem wykonywania obowiązków Członka Rady, w tym w postaci ochrony ubezpieczeniowej.

W 2022 roku Członkom Rady Nadzorczej były przyznawane dodatkowe świadczenia w postaci zaproszeń na wydarzenia o charakterze kulturalnym.



**Tabela 5. Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej za 2022 r.**

Imię i nazwisko	Wynagrodzenie z tytułu pełnienia funkcji (w tys. zł)	W tym: Wynagrodzenie z tytułu zasiadania w komitecie (w tys. zł)	Uwagi
Maciej Witucki	430	–	4)
Ramon Fernandez	–	–	1)
Marc Ricau	–	–	1)
Philippe Béguin	–	–	1)
Bénédicte David	–	–	1)
Bartosz Dobrzyński	158	55	5)
John Russell Houlden	394	263	
Marie-Noëlle Jégo-Laveissière	–	–	1)
Prof. Michał Kleiber	66	24	2) 4)
Patrice Lambert-de Diesbach	–	–	1)
Monika Nachyła	217	79	5)
Maria Pasło-Wiśniewska PhD	321	184	4) 5)
Wioletta Rosołowska	210	79	
Jean-Michel Thibaud	–	–	1)
Jean-Marc Vignolles	–	–	3)
<b>Total</b>	<b>1 796</b>	<b>684</b>	

- 1) Osoba zatrudniona przez Orange SA nie pobierająca wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji.
- 2) Osoba nie będąca Członkiem Rady Nadzorczej Spółki na dzień 31 grudnia 2022 r.
- 3) Osoba zatrudniona przez Orange SA do 30.06.2021; nie pobierająca wynagrodzenia z tytułu pełnionej funkcji.
- 4) W wynagrodzeniu uwzględniono zwrot składek ZUS z tytułu przekroczenia rocznej podstawy wymiaru składek emerytalno- rentowych na podstawie decyzji ZUS.
- 5) W wynagrodzeniu uwzględniono dodatkowe świadczenia z tytułu otrzymania karnetów na Orange Warsaw Festival (OWF) i Open'er Festival.



#### j. Odstępstwa od stosowania Polityk Wynagradzania i procesu ich implementacji

W 2022 roku 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.

#### k. Informacje o zmianach w zasadach wynagradzania i wynikach Spółki

Tabela 6 wskazuje zmianę procentową w wysokości kluczowych wskaźników w odniesieniu do ich wartości w poprzednim roku.

W tabeli 7 zaprezentowano zestawienie wysokości całkowitych wynagrodzeń Członków Zarządu, wybranych wyników finansowych Orange Polska S.A. oraz wysokości wynagrodzeń pracowników innych niż Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej za 2022 rok. W tabeli uwzględniono wynagrodzenia osób sprawujących funkcję Członka Zarządu w roku 2022.

**Tabela 6. 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.

	2018	2019	2020	2021	2022
EBITDA/EBITDAaL <sup>1</sup>	2 881	3 006	2 797	2 963	3 078
Dynamika zmian EBITDA/EBITDAaL <sup>2</sup>	3,1% <sup>3</sup>	7% <sup>1</sup>	2,9% <sup>4</sup>	5,9% <sup>4</sup>	3,9% <sup>4</sup>
Przychody	11 101	11 406	11 508	11 928	12 488
Dynamika zmian przychodów <sup>2</sup>	-0,7% <sup>3</sup>	2,9%	0,9%	3,6%	4,7%
NPS (Net promoter score – miejsce na polskim rynku operatorów telekomunikacyjnych)	3	2	1	2	2

1) Od 2019 r., na skutek zastosowania MSSF 16 „Leasing”, Grupa przededefiniowała mierniki używane do oceny wyników i wskaźnik EBITDA został zastąpiony przez EBITDAaL (EBITDA after Leases).

2) 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.

3) W 2018 r. Orange Polska zastosował MSSF 15 „Przychody z umów z klientami”. Dynamika zmian wyników Orange Polska w 2018 r. została obliczona w odniesieniu do porównywalnej podstawy, tj. w oparciu o MSR 18 „Przychody” oraz pozostałe standardy i interpretacje dotyczące rozpoznawania przychodów obowiązujące w 2017 r.

4) 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.

**Tabela 7. Zmiany wysokości wynagrodzeń w Orange Polska S.A. w ostatnich 5 latach**

#### Wynagrodzenia Zarządu w tys. zł brutto<sup>1),3)</sup>

Imię i nazwisko	2018	2019	2020	2021	2022
Julien Ducarroz <sup>2</sup>	n.d.	n.d.	1 339	5 382	5 670
Jolanta Dudek	1 377	1 528	1 624	1 903	2 220
Bożena Leśniewska	1 960	2 233	2 248	2 568	2 697
Witold Drożdż <sup>3</sup>	242	1 453	1 487	1 700	1 797
Piotr Jaworski <sup>3</sup>	244	1 498	1 504	1 757	1 905
Jacek Kowalski	1 712	1 767	1 935	2 166	2 113
Jacek Kunicki <sup>3</sup>	n.d.	n.d.	614	1 813	2 018
Maciej Nowohoński	1 771	1 821	1 972	2 203	2 188
Jean-François Fallacher <sup>1,3</sup>	3 772	4 382	3 359	n/a	n/a
Mariusz Gaca <sup>1,3</sup>	2 422	2 529	2 369	n/a	n/a
<b>SUMA</b>	<b>13 500</b>	<b>17 211</b>	<b>18 451</b>	<b>19 492</b>	<b>20 608</b>

#### Wynagrodzenia pracowników (z wyłączeniem Zarządu i Rady Nadzorczej)<sup>1) 4)</sup>

	2018	2019	2020	2021	2022
Średnie wynagrodzenie całkowite brutto w tys. zł	110	115	122	129	134
Suma całkowitych wynagrodzeń pracowników w tys. zł brutto w kolejnych latach	1 410 988	1 338 585	1 275 836	1 236 923	1 187 072
Relacja wynagrodzeń Zarządu do wynagrodzeń pracowników (%)	0,96%	1,29%	1,45%	1,74% <sup>5</sup>	1,74%
Liczba zatrudnionych <sup>6)</sup>	12 873	11 687	10 489	9 622	8 863

n.d. – nie dotyczy

1) Wynagrodzenia pracowników bez uwzględnienia wypłaconych odszkodowań i odpraw w związku z ustaniem zatrudnienia (w tym odszkodowania z tytułu zakazu konkurencji po ustaniu stosunku pracy).

2) Kwota poniesiona przez Orange Polska S.A. z tytułu zwrotu kosztów związanych z oddelegowaniem do pełnienia funkcji Prezesa Zarządu.

3) 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 ostatniego dnia sprawowania funkcji Członka Zarządu.

4) Całkowite wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników (w tym Pracowniczy Program Emerytalny) bez świadczeń z funduszu socjalnego.

5) W 2021 r. do wyciszenia % relacji przyjęto wynagrodzenia Członków Zarządu powiększone o wypłaty z tytułu zakończenia Programu Motywacyjnego w formie akcji fantomowych.

6) Średnie roczne zatrudnienie wg metodologii GUS (bez Zarządu) w etatach.





W niniejszym Sprawozdaniu zaprezentowano zdarzenia dotyczące wynagradzania Członków Zarządu i Rady Nadzorczej, pominięto zdarzenia dotyczące zmian warunków wynagradzania pracowników Orange Polska nie będących Członkami Zarządu i Rady Nadzorczej, które miały miejsce w 2022 roku, z wyłączeniem danych w Tabeli 7.

Szczegółowe regulacje dotyczące wynagrodzeń Członków Zarządu i Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. zostały określone w Polityce Wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A., przyjętej na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy 27 sierpnia 2020 r. (Załącznik do Uchwały nr 2 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Orange Polska S.A. z dnia 27 sierpnia 2020 r. w sprawie przyjęcia Polityki wynagradzania Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A.).

Sprawozdanie o wynagrodzeniach Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej Orange Polska S.A. za rok 2021 zostało sporządzone i przyjęte przez Radę Nadzorczą Orange Polska S.A. w dniu 25 marca 2022 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 2021 (Uchwała nr 32 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Orange Polska S.A. z dnia 22 kwietnia 2022 r.).



## Działalność Zarządu w 2022 roku

### Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2022 roku

1. Julien Ducarroz – 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

### Struktura 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 2022 roku nie było zmian w składzie Zarządu Orange Polska.

W lipcu 2022 roku Olga Złotnicka zastąpiła Magdalenę Hauptman na stanowisku Dyrektora Wykonawczego ds. Transformacji i Efektywności.

## Różnorodność w Zarządzie

Orange Polska stosuje politykę powoływania do organów Spółki osób o odpowiednich kompetencjach, doświadczeniu zawodowym i wykształceniu.

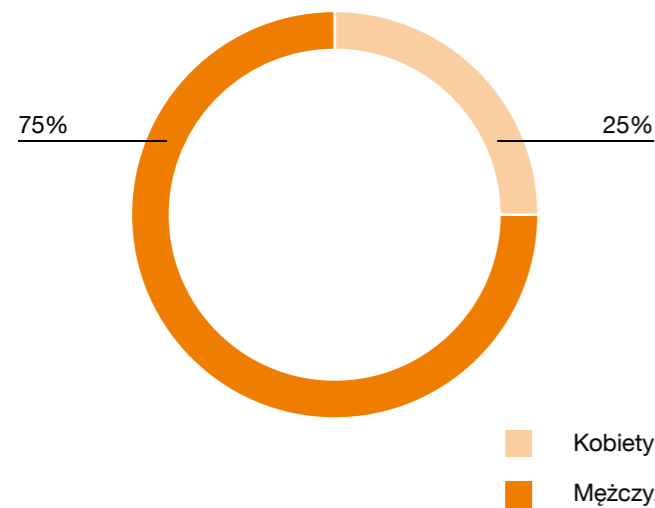
W 2021 roku Rada Nadzorcza przyjęła Politykę zarządzania różnorodnością w odniesieniu do Członków Zarządu.

W procesie doboru Członków Zarządu Orange Polska Rada Nadzorcza:

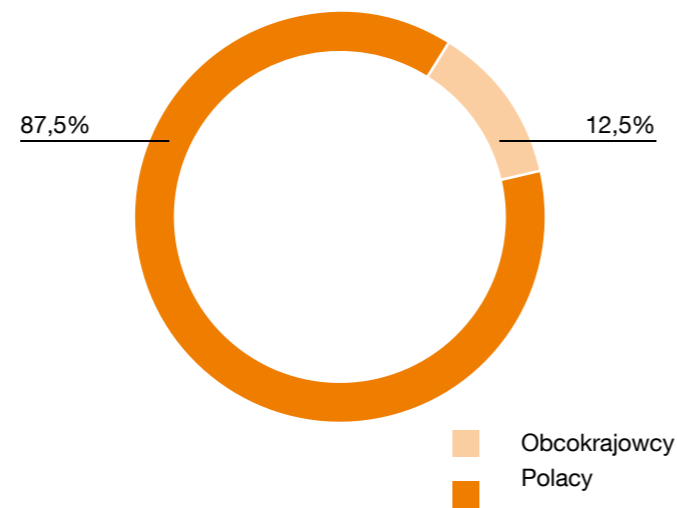
- kieruje się jawnością zasad i kryteriów wyboru kandydatów,
- podejmuje decyzje o wyborze Członków Zarządu w oparciu o odpowiedni poziom wiedzy, umiejętności, wykształcenia, kompetencji i doświadczeń zawodowych kandydatów,
- dba, aby wśród Członków Zarządu znalazły się osoby różnorodne pod względem 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%.

### Zarząd

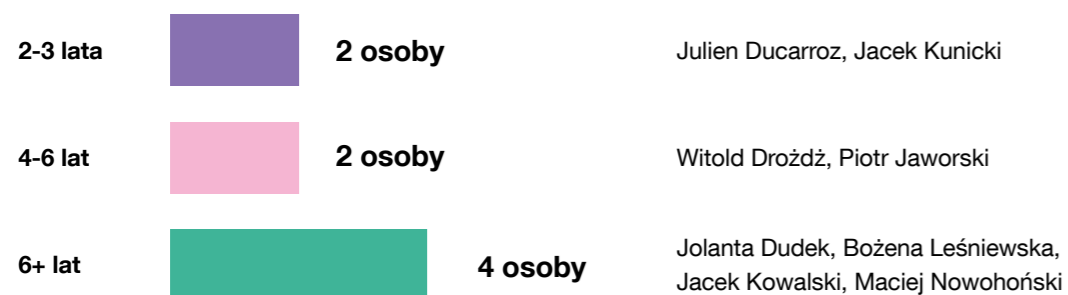
#### Płeć



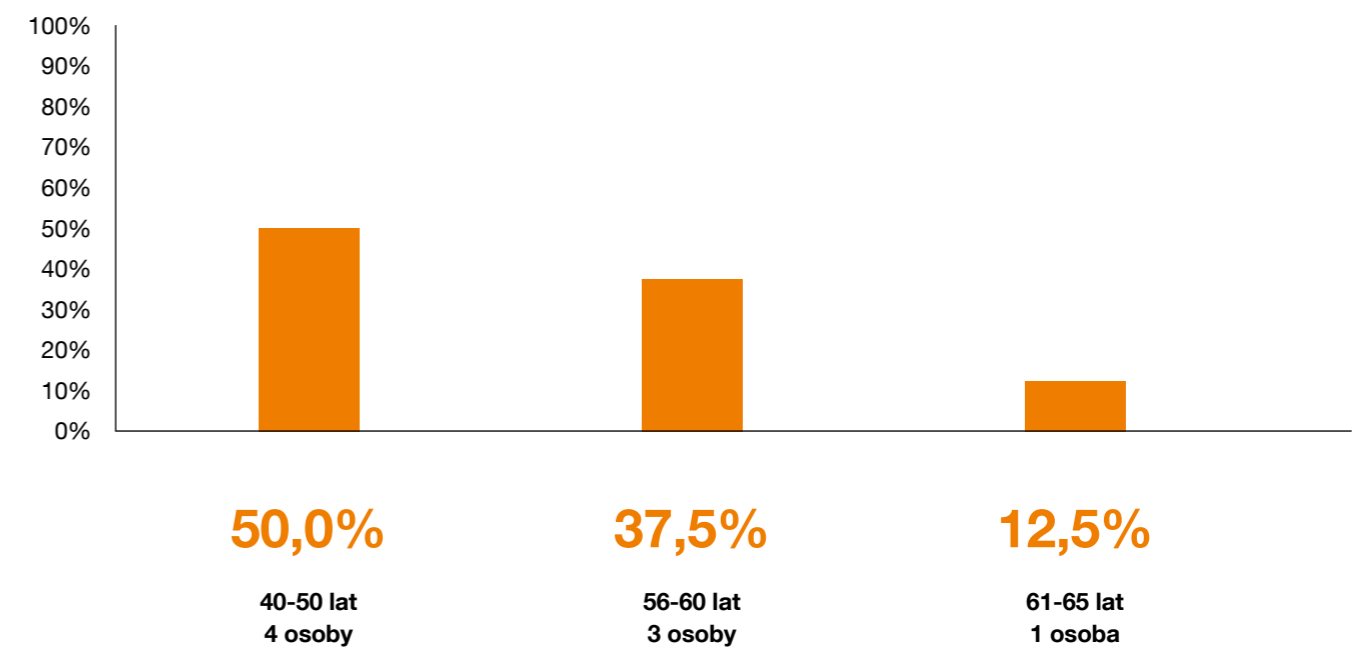
#### Narodowość



#### Staż



#### Wiek





## Sylwetki Członków Zarządu



### Julien Ducarroz

**Zakres obowiązków:** Prezes Zarządu

**Powołanie w skład Zarządu:** wrzesień 2020

**Kwalifikacje:** Ukończył szwajcarską Politechnikę Federalną w Lozannie i Zurychu.

**Doświadczenie zawodowe:** Julien Ducarroz ma szerokie doświadczenie w sektorze telekomunikacji, z ponad dziesięcioletnim stażem na stanowiskach wykonawczych, zdobyte w różnych krajach i w różnych obszarach, takich jak strategia i rynek komercyjny. W 2002 roku dołączył do Grupy Orange, rozpoczynając karierę zawodową w Pionie Międzynarodowym. Kontynuował ją w Londynie jako dyrektor ds. business intelligence i marketingu wartości Grupy Orange (2003-2004), a później jako zastępca dyrektora ds. marketingu w Orange Nederland (2006-2007). W 2007 roku dołączył do Orange Romania jako dyrektor strategii, a od maja 2009 roku do maja 2016 roku kierował sprzedażą, marketingiem i komunikacją marketingową jako Członek Zarządu ds. sprzedaży. W latach 2016-2020 pełnił funkcję prezesa Orange Moldova, gdzie do jego osiągnięć należało m.in. uruchomienie usług konwergentnych wraz z przejściem głównych operatorów kablowych, transformacja kulturowa organizacji w celu wdrożenia postaw probiznesowych i metodologii pracy agile oraz przygotowanie wdrożenia mobilnych usług finansowych.



### Jolanta Dudek

**Zakres obowiązków:** Wiceprezes Zarządu ds. Rynku Konsumentckiego

**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:** Karierę 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 konsumentckiego 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 przeznaczonych dla kobiet.

**Doświadczenie zawodowe:** Karierę 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 Dyrektor 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 i BlueSoft.



### 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 i Radzie Pracodawców RP.





## 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:** Od 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. Przewodniczący Rady Nadzorczej NetWorkSI! 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 Integrated Solutions oraz 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 NetWorkSI!, 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 Nowochoński

**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 przewodniczącym 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 Paristech.

**Doświadczenie zawodowe:** Zdobył blisko trzydziestoletnie doświadczenie zawodowe, pełniąc wiele funkcji w branży telekomunikacji i informatyki – od Członka Zarządu ds. informatyki 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.

Od 2021 Przewodniczący Rady Nadzorczej BlueSoft.



### 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 a Montréal oraz studiów Advanced Management Program na INSEAD.

**Doświadczenie zawodowe:** Karierę 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 Konsumentckiego (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 2022 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.





## Zarządzanie etyką i zgodnością (compliance)

### 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 przeciwdziałając 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 lub poprzez kontakt osobisty lub pisemny z Przewodniczącym Komisji ds. Etyki. Istnieje także możliwość przesłania wiadomości elektronicznej lub listu bezpośrednio do Przewodniczącego Komitetu Audytowego lub kontaktu z Grupą Orange poprzez formularz na stronie [www.orange.integrityline.org](http://www.orange.integrityline.org). Wszystkie zgłoszenia są traktowane w sposób poufny.

#### Działania Komisji ds. Etyki w 2022 roku

##### Działania cykliczne

Komisja ds. Etyki:

- pracowała nad pytaniami / sprawami kierowanymi do Komisji wszystkimi dostępnymi kanałami,
- spotkała się z kierownikami struktur, z których wpłynęły zgłoszenia, w celu lepszego zrozumienia problemu i przedstawienia dalszych rekomendacji,
- przygotowywała opinie i rekomendacje, które były przedstawiane menedżerom nadzorującym struktury, w których wystąpiły nieprawidłowości,
- współpracowała z Dyrektorem Audytu Wewnętrznego oraz Dyrektorem ds. Bezpieczeństwa i Compliance.

##### Główne działania Komisji w 2022 roku:

- Przygotowanie i wdrożenie procedury zgłaszania nieprawidłowości oraz zasad postępowania w przypadku nieprawidłowości i ochrony sygnalistów, zgodnie z Dyrektywą UE i polskim ustawodawstwem;
- Przygotowanie i wdrożenie nowego Kodeksu Etyki Orange Polska. Podstawowe założenia Kodeksu Etyki



pozostały niezmienione. Kluczowe zmiany polegały na zapewnieniu jego zgodności z nowymi regulacjami z zakresu etyki i zarządzania zgodnością. W Kodeksie znalazły się również zapisy odnoszące się do nowych wartości i misji Orange oraz zobowiązania firmy wobec środowiska naturalnego i klimatu, jako ważnego interesariusza jej działań;

- Organizacja 10. Dnia Etyki i Compliance w Orange Polska – webinarium dla pracowników oraz szeroka komunikacja na temat standardów i zasad etyki i compliance w Orange Polska;
- Opracowanie Zasad otwartej i etycznej komunikacji w Orange Polska.

#### Przegląd spraw i pytań zgłoszonych do Komisji ds. Etyki

W 2022 roku do Komisji ds. Etyki Orange Polska wpłynęło 97 zgłoszeń. Tematami zgłoszeń były najczęściej sprawy dotyczące sprzedaży i relacji z klientami, relacji pracowniczych oraz konfliktu interesów.

### 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 pomiędzy pracownikami. 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.

Obszar Zarządzania Zgodnością prowadzi działania mające na celu budowanie świadomości pracowników na temat obowiązujących zasad. Udział w szkoleniach i warsztatach pozwala naszym zespołom lepiej zrozumieć zjawisko korupcji oraz właściwie reagować w sytuacjach problemowych.

Wszystkie jednostki biznesowe Orange Polska poddano analizie ryzyka pod kątem korupcji. Podwyższone ryzyko korupcyjne zidentyfikowano w 18% obszarów działalności firmy. We wszystkich z tych obszarów wdrożono odpowiednie mechanizmy kontrolne i działania ograniczające ryzyko.

#### Weryfikacja partnerów biznesowych

W celu ochrony przed ryzykiem korupcji, nieprzestrzegania 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.

#### 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
- Polityka dotycząca konfliktu interesów
- Proces due diligence (iDDFix)
- Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu
- Polityka Zapobiegania Nadużyciom

### Zarządzanie

- Polityka bezpieczeństwa informacji
- Polityka bezpieczeństwa danych osobowych
- Polityka świadczenia dozwolonych usług niebędących badaniem przez firmę audytorską i podmioty z nią powiązane
- Polityka 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 z roamingu w UE
- Polityka 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 różnorodności
- Porozumienie w sprawie równouprawnienia kobiet i mężczyzn w Grupie Orange
- Polityka inwestycji w jakość zdrowia i samopoczucia pracowników
- 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

- Polityka Społecznej Odpowiedzialności
- Polityka środowiskowa
- Polityka klimatyczna

### Poszanowanie praw człowieka

- Polityka praw człowieka
- Deklaracja o współczesnym niewolnictwie i pracy przymusowej Grupy Orange
- Polityka Społecznej Odpowiedzialności
- Polityka zarządzania różnorodnością
- Plan Czujności (Vigilance Plan)
- Kodeks Etyki
- Kodeks dla dostawców



# Wybrane dane finansowe





## Grupa Kapitałowa Orange Polska – wybrane dane finansowe za okres zakończony 31 grudnia 2022 roku

Opublikowane 15 lutego 2023 roku

Pełny raport dotyczący skonsolidowanych wyników za rok 2021 jest dostępny na naszej stronie  
[www.orange-ir.pl/pl/centrum-wynikow/](http://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 2022	31 grudnia 2021
<b>Przychody</b>	<b>6</b>	<b>12.488</b>	<b>11.928</b>
	7.1	(7.435)	(6.786)
Koszty zakupów zewnętrznych	7.2	(1.422)	(1.421)
Koszty świadczeń pracowniczych	7.3	(549)	(571)
Pozostałe koszty operacyjne	7.3	601	358
Pozostałe przychody operacyjne	20	(74)	(67)
Utrata wartości należności i aktywów kontraktowych	4	-	1.543
Zysk na utracie kontroli w Światłowod Inwestycje	8	107	52
Zyski ze sprzedaży aktywów	17	-	(119)
Koszty rozwiązania stosunku pracy	14.1	(495)	(509)
Amortyzacja i utrata wartości aktywów z tytułu prawa do użytkowania	11,12	(2.046)	(2.221)
Amortyzacja i utrata wartości środków trwałych i wartości niematerialnych	13	(14)	24
<b>Udział w zysku/(stracie) wspólnego przedsięwzięcia</b>		<b>1.161</b>	<b>2.211</b>
Przychody odsetkowe	20	94	34
Koszty odsetkowe od zobowiązań z tytułu leasingu	20	(95)	(53)
Pozostałe koszty odsetkowe i koszty finansowe	20	(191)	(200)
Koszty dyskonta	20	(80)	(66)
Zyski/(straty) z tytułu różnic kursowych	20	(22)	4
<b>Koszty finansowe, netto</b>		<b>(294)</b>	<b>(281)</b>
Podatek dochodowy	28.1	(143)	(258)
<b>Zysk netto</b>		<b>724</b>	<b>1.672</b>
Zysk netto przypisany właścicielom Orange Polska S.A.		724	1.672
Zysk netto przypisany udziałom niedającym kontroli		-	-
<b>Zysk na jedną akcję (w złotych) (podstawowy i rozwodniony)</b>	<b>35.4</b>	<b>0,55</b>	<b>1,27</b>
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 2022	31 grudnia 2021
<b>Zysk netto</b>		<b>724</b>	<b>1.672</b>
<b>Pozycje, które nie zostaną przeniesione do wyniku</b>			
Zyski aktuarialne dotyczące świadczeń pracowniczych po okresie zatrudnienia	19	4	8
Podatek dochodowy dotyczący pozycji, które nie zostaną przeniesione		(1)	(2)
<b>Pozycje, które mogą być przeniesione do wyniku</b>			
Zyski z wyceny instrumentów zabezpieczających przepływy pieniężne	25	451	376
Straty z wyceny należności wycenianych w wartości godziwej przez inne całkowite dochody		(3)	(6)
Podatek dochodowy dotyczący pozycji, które mogą być przeniesione		(85)	(69)
Udział w innych całkowitych dochodach wspólnego przedsięwzięcia, po opodatkowaniu		84	22
<b>Inne całkowite dochody, po opodatkowaniu</b>		<b>450</b>	<b>329</b>
<b>Całkowite dochody ogółem</b>		<b>1.174</b>	<b>2.001</b>
Całkowite dochody ogółem przypisane właścicielom Orange Polska S.A.		1.174	2.001
Całkowite dochody ogółem przypisane udziałom niedającym kontroli		-	-







## SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

(w milionach złotych)	Nota	Na dzień 31 grudnia 2022	Na dzień 31 grudnia 2021
<b>AKTYWA</b>			
Wartość firmy	10	2.296	2.285
Pozostałe wartości niematerialne	11	4.056	3.984
Środki trwałe	12	9.693	9.728
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	14.1	2.741	2.834
Inwestycja we wspólne przedsięwzięcie	13	1.335	1.333
Należności handlowe	15.1	452	354
Aktywa kontraktowe	15.2	88	89
Koszty kontraktowe	15.3	154	127
Instrumenty pochodne	25	699	273
Pozostałe aktywa	16.2	321	432
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	28.2	424	581
<b>Aktywa trwałe razem</b>		<b>22.259</b>	<b>22.020</b>
Zapasy	16.1	300	281
Należności handlowe	15.1	2.015	1.853
Aktywa kontraktowe	15.2	104	95
Koszty kontraktowe	15.3	424	397
Instrumenty pochodne	25	29	3
Należności z tytułu podatku dochodowego		-	31
Pozostałe aktywa	16.2	529	450
Czynne rozliczenia międzyokresowe kosztów		80	94
Środki pieniężne i ekwiwalenty środków pieniężnych	24	1,026	933
<b>Aktywa obrotowe razem</b>		<b>4.507</b>	<b>4.137</b>
<b>SUMA AKTYWÓW</b>		<b>26.766</b>	<b>26.157</b>



## SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

(w milionach złotych)	Nota	Na dzień 31 grudnia 2022	Na dzień 31 grudnia 2021
<b>PASYWA</b>			
Kapitał zakładowy	29.1	3.937	3.937
Kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej		832	832
Pozostałe kapitały rezerwowe		635	191
Zyski zatrzymane		8.047	7.649
<b>Kapitał własny przypisany właścicielom Orange Polska S.A.</b>		<b>13.451</b>	<b>12.609</b>
Udziały niedające kontroli		2	2
<b>Kapitał własny razem</b>		<b>13.453</b>	<b>12.611</b>
Zobowiązania handlowe	18.1	82	99
Zobowiązania z tytułu leasingu	23, 27.6	2.234	2.302
Pożyczki od jednostki powiązanej	22	4.191	4.938
Pozostałe zobowiązania finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu		40	28
Instrumenty pochodne	25	-	3
Rezerwy	17	510	739
Zobowiązania kontraktowe	15.4	942	993
Zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych	19	48	73
Pozostałe zobowiązania	18.2	21	18
<b>Zobowiązania długoterminowe razem</b>		<b>8.068</b>	<b>9.193</b>
Zobowiązania handlowe	18.1	2.499	2.400
Zobowiązania z tytułu leasingu	23, 27.6	542	528
Pożyczki od jednostki powiązanej	22	778	12
Pozostałe zobowiązania finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu		10	33
Instrumenty pochodne	25	23	2
Rezerwy	17	261	258
Zobowiązania kontraktowe	15.4	648	607
Zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych	19	190	171
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		33	2
Pozostałe zobowiązania	18.2	261	340
<b>Zobowiązania krótkoterminowe razem</b>		<b>5.245</b>	<b>4.353</b>
<b>SUMA PASYWÓW</b>		<b>26.766</b>	<b>26.157</b>



## SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

(w milionach złotych)	Pozostałe kapitały rezerwowe										Kapitał własny razem
	Kapitał zakładowy	Kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej	Kapitał rezerwowy z wyceny instrumentów zabezpieczających przepływy pieniężne	Zyski/(straty) aktuarialne dotyczące świadczeń pracowniczych po okresie zatrudnienia	Straty z wyceny należności wycenionych w wartości godziwej przez inne całkowite dochody	Podatek odroczony	Udział w pozostałych kapitałach rezerwowych wspólnego przedsięwzięcia	Zyski zatrzymane	Kapitał własny przypisany właścicielom OPL S.A.	Udziały niedające kontroli	
<b>Saldo na dzień 1 stycznia 2022 roku</b>	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
<b>Całkowite dochody ogółem za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2022 roku</b>	-	-	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)
<b>Saldo na dzień 31 grudnia 2022 roku</b>	3.937	832	712	(50)	(9)	(124)	106	8.047	13.451	2	13.453
<b>Saldo na dzień 1 stycznia 2021 roku</b>	3.937	832	(89)	(62)	-	28	-	5.951	10.597	2	10.599
Zysk netto	-	-	-	-	-	-	-	1.672	1.672	-	1.672
Inne całkowite dochody	-	-	376	8	(6)	(71)	22	-	329	-	329
<b>Całkowite dochody ogółem za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 roku</b>	-	-	376	8	(6)	(71)	22	1.672	2.001	-	2.001
Płatności oparte na akcjach (transakcje z właścicielem, patrz Nota 29.3)	-	-	-	-	-	-	-	26	26	-	26
Reklasyfikacja do zapasów	-	-	(18)	-	-	3	-	-	(15)	-	(15)
<b>Saldo na dzień 31 grudnia 2021 roku</b>	3.937	832	269	(54)	(6)	(40)	22	7.649	12.609	2	12.611

## SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPLÝWÓW PIENIĘŻNYCH

(w milionach złotych)	12 miesięcy do		
	Nota	31 grudnia 2022	31 grudnia 2021
<b>DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA</b>			
Zysk netto		724	1.672
<b>Korekty uzgadniające zysk netto do środków pieniężnych z działalności operacyjnej</b>			
Zyski na utracie kontroli i ze sprzedaży aktywów	4,8	(107)	(1,595)
Amortyzacja i utrata wartości środków trwałych, wartości niematerialnych i aktywów z tytułu prawa do użytkowania	11,12,14.1	2.541	2.730
Udział w (zysku)/stracie wspólnego przedsięwzięcia	13	14	(24)
Koszty finansowe, netto	20	294	281
Podatek dochodowy	28.1	143	258
Zmiana stanu rezerw i odpisów aktualizujących	15, 16.1, 17, 19.1	(85)	(7)
(Zyski)/straty operacyjne z tytułu różnic kursowych i wyceny instrumentów pochodnych, netto		(3)	3
<b>Zmiana kapitału obrotowego</b>			
Zwiększenie stanu zapasów, brutto		(7)	(51)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu należności handlowych, brutto	15.1	(268)	75
Zwiększenie stanu aktywów kontraktowych, brutto	15.2	(6)	(28)
Zwiększenie stanu kosztów kontraktowych	15.3	(54)	(50)
Zwiększenie stanu zobowiązań handlowych		79	100
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań kontraktowych	15.4	(13)	86
Zwiększenie stanu czynnych rozliczeń międzyokresowych kosztów i pozostałych należności		(10)	(104)
Zwiększenie stanu pozostałych zobowiązań		51	99
Otrzymane odsetki		90	30
Odsetki zapłacone i przepływy odsetkowe z instrumentów pochodnych, netto		(382)	(342)
Różnice kursowe i inne przepływy otrzymane z instrumentów pochodnych, netto		7	4
Podatek dochodowy zapłacony		(68)	(36)
<b>Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>		2.940	3.101



## SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

(w milionach złotych)	Nota	12 miesięcy do	
		31 grudnia 2022	31 grudnia 2021
<b>DZIAŁALNOŚĆ INWESTYCYJNA</b>			
Płatności za zakup środków trwałych i wartości niematerialnych	11,12	(2.242)	(1.995)
Otrzymane dotacje inwestycyjne, netto	18.2	5	109
Dotacje inwestycyjne zapłacone dostawcom środków trwałych i wartości niematerialnych	18.2	(82)	(204)
Różnice kursowe otrzymane z instrumentów pochodnych ekonomicznie zabezpieczających nakłady inwestycyjne, netto		5	7
Wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych		275	196
Wpływy z tytułu utraty kontroli w Światłowod Inwestycje, pomniejszone o środki pieniężne i koszty transakcyjne	4	36	872
Podatek dochodowy otrzymany/(zapłacony) w związku z utratą kontroli w Światłowod Inwestycje	4	53	(122)
Podatek VAT zapłacony w związku z utratą kontroli w Światłowod Inwestycje	4	-	(157)
Wydatki z tytułu nabycia jednostek zależnych pomniejszone o środki pieniężne tych jednostek	4	(50)	(22)
Wpływy z tytułu pożyczki od wspólnego przedsięwzięcia i pozostałych instrumentów finansowych, netto	4	1	160
<b>Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>		<b>(1.999)</b>	<b>(1.156)</b>
<b>DZIAŁALNOŚĆ FINANSOWA</b>			
Zaciągnięcie długoterminowego długu	23	19	26
Spłata długoterminowych pożyczek od jednostki powiązanej	23	-	(101)
Spłata zobowiązań z tytułu leasingu	23	(511)	(481)
Spłata odnawialnej linii kredytowej i pozostałego zadłużenia, netto	23	(30)	(906)
Różnice kursowe otrzymane z instrumentów pochodnych zabezpieczających dług, netto	23	-	91
Dywidenda zapłacona		(328)	-
<b>Środki pieniężne netto z działalności finansowej</b>		<b>(850)</b>	<b>(1.371)</b>
<b>Zmiana stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych, netto</b>		<b>91</b>	<b>574</b>
Wpływ różnic kursowych i pozostałych czynników na stan środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych		2	1
Środki pieniężne i ekwiwalenty środków pieniężnych na początek okresu	24	933	358
<b>Środki pieniężne i ekwiwalenty środków pieniężnych na koniec okresu</b>	<b>24</b>	<b>1.026</b>	<b>933</b>



## 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 aktywów, 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 użytkowania oraz przed udziałem w zyskach/stratach wspólnych przedsięwzięć i jednostek stowarzyszonych, pomniejszonemu 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, eliminacji marży uzyskanej na transakcjach dotyczących aktywów ze wspólnym przedsięwzięciem oraz ze spółkami stowarzyszonymi rozpoznanyymi według metody praw własności, znaczących roszczeń, spraw sądowych i pozostałych ryzyk, jak również innych znaczących jednorazowych zdarzeń.

**Poniżej zostały przedstawione podstawowe informacje finansowe dotyczące segmentu operacyjnego:**

(w milionach złotych)	12 miesięcy do	
	31 grudnia 2022	31 grudnia 2021
Przychody	12.488	11.928
EBITDAaL	3.078	2.963
Zysk netto	724	1.672
eCapex	1.719	1.737
Organiczne przepływy pieniężne	822	867

	Na dzień 31 grudnia 2022	Na dzień 31 grudnia 2021
Dług finansowy netto (w milionach złotych, patrz Nota 21)	4.000	4.076
Wskaźnik dług finansowy netto/EBITDAaL	1.3	1.4

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 aktywów”). 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, skorygowanym o płatności za rezerwacje i inne prawa 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 zaprezentowano kalkulację mierników segmentu operacyjnego:

(w milionach złotych)	12 miesięcy do	
	31 grudnia 2022	31 grudnia 2021
Zysk z działalności operacyjnej	1.161	2.211
Pomniejszenie o zysk na utracie kontroli w Światłowod Inwestycje	-	(1.543)
Pomniejszenie o zyski ze sprzedaży aktywów	(107)	(52)
Odwrocenie wpływu amortyzacji i utraty wartości środków trwałych i wartości niematerialnych <sup>(1)</sup>	2.046	2.255
Pomniejszenie o udział w zysku/Powiększenie o udział w stracie wspólnego przedsięwzięcia skorygowany o eliminację marży uzyskanej na transakcjach dotyczących aktywów ze wspólnym przedsięwzięciem	57	(9)
Koszty odsetkowe od zobowiązań z tytułu leasingu	(95)	(53)
Korekta dotycząca wpływu programów rozwiązania stosunku pracy	(1)	129
Korekta dotycząca kosztów związanych z nabyciem, sprzedażą i integracją spółek zależnych	17	25
<b>EBITDAaL</b>	<b>3.078</b>	<b>2.963</b>

(1) Zawiera wpływ utraty wartości aktywów z tytułu prawa wieczystego użytkowania gruntu historycznie ujętych jako środki trwałe (34 miliony złotych w 2021 roku).

(w milionach złotych)	12 miesięcy do	
	31 grudnia 2022	31 grudnia 2021
Nabycie środków trwałych i wartości niematerialnych	2.314	2.011
Pomniejszenie o naliczone wpływy ze sprzedaży aktywów	(243)	(274)
Korekta dotycząca zakupu częstotliwości (patrz Nota 11)	(352)	-
<b>eCapex</b>	<b>1.719</b>	<b>1.737</b>

(w milionach złotych)	12 miesięcy do	
	31 grudnia 2022	31 grudnia 2021
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	2.940	3.101
Płatności za zakup środków trwałych i wartości niematerialnych	(2.242)	(1.995)
Różnice kursowe otrzymane z instrumentów pochodnych ekonomicznie zabezpieczających nakłady inwestycyjne, netto	5	7
Wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	275	196
Splata zobowiązań z tytułu leasingu	(511)	(481)
Korekta dotycząca opłat za częstotliwości (patrz Nota 11)	352	-
Korekta dotycząca płatności kosztów związanych z nabyciem, sprzedażą i integracją spółek zależnych	3	39
<b>Organiczne przepływy pieniężne</b>	<b>822</b>	<b>867</b>





# Załączniki





# O Raporcie

## Podejście do raportowania

Orange Polska raportował zgodnie ze Standardami GRI za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 roku. Orange Polska ma przyjemność zaprezentować siódmy zintegrowany raport roczny. Raporty te są publikowane co roku.

Poprzedni raport zintegrowany ukazał się w czerwcu 2022 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](mailto: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 2022 roku.

Orange Polska S.A. jest jednostką dominującą Grupy Orange Polska („Grupa”, „Grupa OPL”) i sporządza skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2022 roku. Prezentowane dane obejmują całą Grupę Orange Polska z wyodrębnioną prezentacją Orange Polska S.A. Prezentowane dane obejmują Grupę Orange Polska z wyodrębnieniem spółki Orange Polska S.A. Na dzień 31 grudnia 2022 r. 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., Pracownicze Towarzystwo Emerytalne Orange Polska S.A., Fundacja Orange, Telekomunikacja Polska sp. z o.o. W 2022 roku przyjęte zostały nowe spółki Interkam Sp. z o.o., Interkam

Sp. z o.o. oraz Telewizja Światłowodowa Kaszebe 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 CO<sub>2</sub>. 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 Climated-related Financial Disclosures - TCFD) oraz Taksonomii.

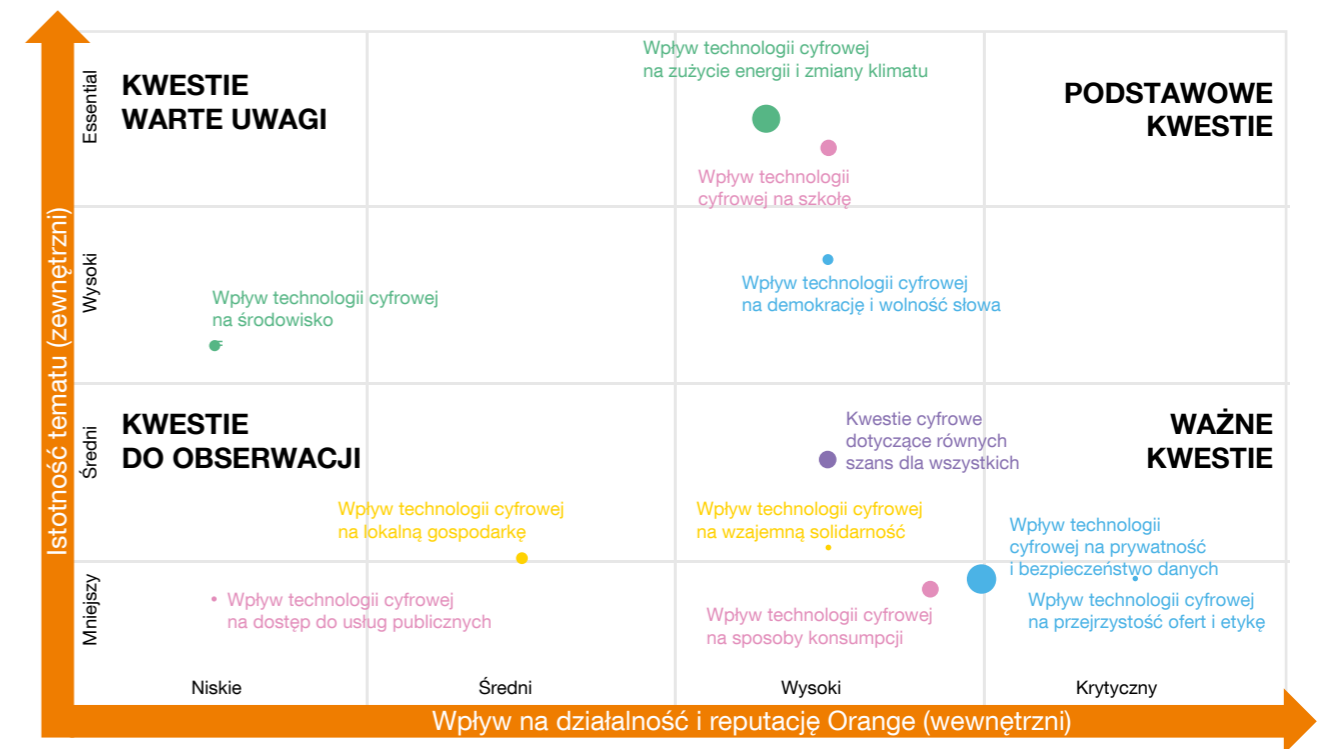
# Proces definiowania treści Raportu

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 Climated-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.



Odpowiedzialny pracodawca w cyfrowym świecie

Włączenie cyfrowe w kraju

Bezpieczeństwo i wolność cyfrowa

Integracja cyfrowa w życiu codziennym

Środowisko, zdrowie i rozwój cyfrowy





## Kwestie istotne

Istotne kwestie wskazane przez interesariuszy	Nasza odpowiedź	Reference
Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu	Polityka klimatyczna	ss. 146-147
Wpływ technologii cyfrowej na szkołę	Edukacja cyfrowa	ss. 128-130
Wpływ technologii cyfrowej na demokrację i wolność słowa	Zgodność z regulacjami	ss. 276-279
Wpływ technologii cyfrowej na prywatność i bezpieczeństwo danych	Ochrona danych i bezpieczeństwo	s. 84
Wpływ technologii cyfrowej na przejrzystość ofert i etykę	Nasza oferta i usługi	ss. 78-83
Kwestie cyfrowe dotyczące równych szans dla wszystkich	Dostępność	s. 82
Wpływ technologii cyfrowej na wzajemną solidarność	Włączenie cyfrowe	ss. 126- 131
Wpływ technologii cyfrowej na sposoby konsumpcji	Obsługa klienta	ss. 78-81



## Tabela indeksu GRI

Nawa Standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
<b>GRI 2: Ujawnienia ogólne 2021</b>			
	2-1	Dane organizacyjne	s. 7-8
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	s. 294
	2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	s. 294
	2-4	Korekty informacji	Brak zmian
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna	ss. 320-322
	2-6	Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	ss. 8, 276-279
	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. 206, 267
	2-10	Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	ss. 206-209, 214
	2-11	Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	ss. 202-203
	2-12	Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	ss. 207-209
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	ss. 153, 208-209
	2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	
Raport zintegrowany został zweryfikowany przez Członków Zarządu i Rady Nadzorczej oraz zatwierdzony przez Przewodniczącą Komisji Rewizyjnej.			
	2-15	Konflikt interesów	ss. 210-211
	2-16	Informowanie o istotnych kwestiach	ss. 220-221
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	ss. 216-217
	2-18	Ocena działań najwyższych organów zarządzających	ss. 222-223
	2-19	Polityka wynagrodzeń	ss. 248-266
	2-20	Proces ustalania wynagrodzeń	ss. 248-266
	2-21	Roczny wskaźnik całkowitych odszkodowań	s. 8
	2-22	Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	ss. 54-55
	2-23	Zobowiązania w ramach polityk	ss. 54-55, 89-92
	2-24	Realizacja zobowiązań w ramach polityk	ss. 89-92
	2-25	Procesy łagodzenia negatywnego wpływ	s. 83
	2-26	Mechanizmy zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	s. 277
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	

W 2022 roku zakończono postępowanie odwoławcze od kary nałożonej przez UKE w 2018 roku w wysokości 9,1 mln zł za wysyłanie marketingowych SMS-ów bez zgody klienta na korzystanie z automatycznych systemów wywołujących. Orange Polska zapłacił karę. Niezgodność trwała pięć miesięcy na przełomie 2015 i 2016 r. W dniu 8 marca 2022 r. UOKiK wydał decyzję zobowiązującą (bez nałożenia kary) w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w zakresie świadczenia przez Orange Polska niektórych usług dodatkowych zarzucających, m.in. niewystarczające informowanie konsumentów przy uruchamianiu usługi, brak informacji na trwałym nośniku oraz niewystarczające odpowiedzi na reklamacje klientów.



Nawa Standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
<b>Ujawnienia ogólne 2021</b>			
	2-28	Członkostwo w organizacjach	
<p><b>Organizacje krajowe:</b> Pracodawcy RP, Konfederacja Lewiatan, Krajowa Izba Gospodarcza, Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji, Francusko-Polska Izba Gospodarcza, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, BCC, Fundacja Rozwoju Radiokomunikacji i Technik 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.</p> <p><b>Organizacje międzynarodowe:</b> European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), , 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.</p>			
	2-29	Podjęcie do zaangażowania interesariuszy	ss. 38, 295-296
	2-30	Układy zbiorowe	s. 120
<b>GRI 3: Istotne zagadnienia 2021</b>			
	3-1	Proces określania istotnych zagadnień	s. 295-296
	3-2	Lista istotnych zagadnień	s. 296
	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	ss. 54-55, 296, 310
<b>Istotne zagadnienie</b>			
<b>W kierunku neutralności klimatycznej</b>			
<b>ŚRODOWISKO GRI 2016</b>	<b>300</b>		
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	ss.146-147,163, Załącznik B, Dane środowiskowe,
Energia	302		
	302-1	Zużycie energii przez organizację z uwzględnieniem rodzaju surowców	s. 51, Załącznik B, Dane środowiskowe
	302-4	Redukcja zużycia energii	ss. 150-152, 162
	302-5	Redukcja zapotrzebowania na energię związana z produktami i usługami	ss. 150-152
Woda	303		
	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 wyboru 3-miesięcy (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



Nawa Standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	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.150-152, 155
Ścieki i odpady 2020	306		
	306-3	Wytwarzane odpady	Załącznik B, Dane środowiskowe
	Wskaźnik własny	Sprzęt elektryczny i elektroniczny	Załącznik B, Dane środowiskowe
<b>Istotne zagadnienie</b>		<b>Cyfrowy dobry pracodawca</b>	
<b>OBSZAR SPOŁECZNY</b>	<b>400</b>		
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	ss.116-118
Bezpieczeństwo i Higiena pracy GRI 2018	403		
	403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	ss. 117-118
	403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie przypadków	ss. 117-118
	403-3	Usługi medycyny pracy	ss. 117-118
	403-4	Udział pracowników, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	ss. 117-118
	403-5	Szkolenie pracowników z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy	s. 117-118
	403-6	Promocja zdrowia pracowników	ss. 115-117
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu bezpośrednio związanego z relacjami biznesowymi na bezpieczeństwo i higienę pracy	
	403-8	Pracownicy objęci systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	Załącznik A, Dane społeczne
	403-9	Wypadki związane z pracą	Attachment A. Social Data
<p>Główne rodzaje urazów związanych z pracą dotyczą niespecyficznych urazów kończyn, głowy, szyi, skręcenia koniczyn, złamań oraz oparzeń termicznych i chemicznych. 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 realizację ewentualnych zaleceń pokontrolnych i powypadkowych. W 2022 roku nie stwierdzono wypadków związanych z tego rodzajem prac. Nie było wypadku ciężkiego.</p>			



Nawa Standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	403-10	Choroby zawodowe	Nie zidentyfikowano.
Training and Education	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	s.119
	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
<b>Istotne zagadnienie</b>		<b>Zarządzanie różnorodnością</b>	
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.218-219,268-269,297-298 Załącznik A, Dane społeczne
	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn do wynagrodzenia kobiet według zajmowanego stanowiska	ss.112-113, Załącznik A, Dane społeczne
	Wskaźnik własny	Kobiety w technologiach	ss.112-113, Załącznik A, Dane społeczne
Przeciw-działanie dyskryminacji	406		
	406-1	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji oraz działania naprawcze	
W 2022 roku do Komisji Etyki wpłynęły dwa zgłoszenia zakwalifikowane jako zgłoszenia nieprawidłowości, opisujące niewłaściwe postawy pracowników mogące nosić znamiona mobbingu. W wyniku postępowania wyjaśniającego zarzuty mobbingu i dyskryminacji nie zostały potwierdzone, ale potwierdzono, że opisane w zgłoszeniach działania mogły mieć cechy dyskryminacji i mobbingu. Na podstawie wniosków z postępowania wydano zalecenia w stosunku do wskazanych w zawiadomieniach pracowników oraz podjęto działania dyscyplinarne i naprawcze.			
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		
	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
<b>Istotne zagadnienie</b>		<b>Rozwój społeczno - cyfrowy</b>	
Społeczności lokalne	413		



Nawa Standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	413-1	Jednostki biznesowe organizacji, uwzględniające zaangażowanie społeczne, ocenę wpływu i programy rozwojowe	ss.126-133
	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 <a href="http://www.ondes-radio.orange.com/pl/">http://www.ondes-radio.orange.com/pl/</a> .			
<b>Istotne zagadnienie</b>		<b>Włączenie cyfrowe</b>	
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 Wytucznych 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.128-131
<b>Istotne zagadnienie</b>		<b>Obsługa klienta</b>	
Zdrowie i bezpieczeństwo klientów	416		
	416-1	Ocena wpływu istotnych kategorii produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	ss.83-84
	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	
Wszystkie produkty dostępne w ofercie Orange Polska posiadają odpowiednie oznaczenia tj.: - 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 zużytych 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.			





Nawa Standardu GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Odniesienie
	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 marketingowe	"
W 2022 roku kontynuowano postępowanie odwoławcze od kary nałożonej przez UKE w 2018 roku w wysokości 11 mln zł za niewykonanie decyzji UKE z 2015 r. Decyzja zmieniła zasady synchronizacji platformy Orange Polska dla obsługi zleceń usług regulowanych (Interfejs Systemu Informatycznego) za pomocą narzędzia UKE – Platformy Lokalizacyjno-Informacyjnej z Centralną Bazą Danych (PLI CBD). Nie zidentyfikowano przypadków niezgodności skutkujących ostrzeżeniem lub 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 2022 r. 27 nowych postępowań administracyjnych i skierował kolejne zapytania do 46 spraw z lat ubiegłych. Postępowania dotyczą skarg klientów lub zgłoszeń naruszenia danych osobowych przesyłanych do UODO. W 14 pozytywnych decyzjach wydanych w 2022 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 opłat 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. W 42 otwartych postępowaniach Spółka nadal czeka na decyzję Prezesa urzędu. W 2022 r. na Spółkę nie zostały nałożone żadne kary finansowe za naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych. W 2022 r. do Prezesa UODO zostały przesłane 533 zgłoszenia naruszenia ochrony danych osobowych.			
<b>Istotne zagadnienie</b>		<b>Standardy zarządzania</b>	
<b>OBSZAR EKONOMICZNY</b>	<b>200</b>		
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	Infrastructure investments and services supported	ss. 18-21, 126-128
Przeciwdziałanie korupcji	205		
	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	Brak naruszeń w zakresie korupcji
Organizacja nie zidentyfikowała żadnych przypadków korupcji, w tym: - 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

GRI	Opis wskaźnika	2020	2021	2022
	<b>Pracownicy</b>			
	<b>Liczba zatrudnionych pracowników (osoby aktywne)</b>	<b>10 967</b>	<b>10 144</b>	<b>9 466</b>
	płeć			
	mężczyźni	6 776	6 289	5 851
	kobiety	4 191	3 855	3 615
	% kobiet w firmie	38,2%	38%	38,2%
	wiek			
	do 30 r.ż.	822	733	667
	31-50 r.ż.	7 481	6 748	6 050
	po 50 r.ż.	2 664	2 663	2 749
	<b>Liczba etatów</b>	<b>10 952</b>	<b>10 125</b>	<b>9 445</b>
	mężczyźni	6 770	6 282	5 839
	kobiety	4 182	3 843	3 606
	<b>Zatrudnieni na czas nieokreślony</b>	<b>10 583</b>	<b>9 910</b>	<b>9 335</b>
	mężczyźni	6 593	6 194	5 801
	kobiety	3 990	3 716	3 534
	<b>Zatrudnieni na czas określony</b>	<b>384</b>	<b>234</b>	<b>131</b>
	mężczyźni	183	95	50
	kobiety	201	139	81
	<b>Liczba zatrudnionych na pełny etat</b>	<b>10 912</b>	<b>10 087</b>	<b>9 413</b>
	mężczyźni	6 763	6 271	5 823
	kobiety	4 149	3 816	3 590
	<b>Liczba zatrudnionych na niepełny etat</b>	<b>55</b>	<b>57</b>	<b>53</b>
	mężczyźni	13	18	28
	kobiety	42	39	25
	<b>Liczba etatów zrealizowanych za pomocą firm outsourcingowych*</b>	<b>2 534</b>	<b>2 219</b>	<b>2 376</b>
	płeć			
	mężczyźni			39,1%
	kobiety			60,9%
	wiek			
	do 30 r.ż.			24,2%
	31-50 r.ż.			57,5%
	po 50 r.ż.			18,30%
GRI 2-7				
GRI 2-8				



GRI	Opis wskaźnika	2020	2021	2022	
<b>Pracownicy</b>					
GRI 405-1	<b>Liczba osób na stanowiskach menedżerskich</b>	<b>1,339</b>	<b>1,275</b>	<b>1,149</b>	
	mężczyźni	896	836	744	
	kobiety	443	439	405	
	% kobiet na stanowiskach menedżerskich	33,1%	34,4%	35,2%	
	% kobiet na stanowiskach liderych (menedżerowie menedżerów)		28,3%	32%	
	% menedżerów do 30 r.ż	1,7%	1,5%	1,4%	
	% menedżerów między 31-50 r.ż	77,5%	75,5%	73,6%	
	% menedżerów po 50 r.ż	20,8%	23,1%	25%	
	<b>Rada Nadzorcza</b>				
	% kobiet	22,4%	28,6%	33,3%	
	% członków do 30 r.ż.	-	-	-	
	% członków między 31-50 r.ż.	44,9%	47,6%	47,5%	
	% członków po 50 r.ż.	55,1%	52,4%	52,5%	
<b>Zarząd</b>					
% kobiet	18,2%	17,4%	17,4%		
% członków do 30 r.ż.	-	-	-		
% członków między 31-50 r.ż.	76,7%	65,2%	73,9%		
% członków po 50 r.ż.	23,3%	34,8%	26,1%		
<b>Kobiety w technologiach</b>					
% kobiet w obszarach IT i w sieci		12%	12%		
<b>Pracownicy z niepełnosprawnościami</b>					
% pracowników z niepełnosprawnościami	2%	1,9%	1,9%		
* Ekwivalent w postaci pełnych etatów, dotyczy głównie call center dla obszaru obsługi klienta, telesprzedaży oraz obsługi rynku klientów – operatorów					
<b>Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn według zajmowanego stanowiska (wynagrodzenie mężczyzn to 100%)*</b>					
	ogólnie	81%	80,2%	82,2%	
	stanowiska niemenedżerskie	81,7%	80,5%	82,1%	
	stanowiska menedżerskie	85,8%	83,3%	84,6%	
* Tylko dla Orange Polska					
GRI 405-2	<b>Wynagrodzenia kobiet w relacji do wynagrodzeń mężczyzn zatrudnionych na stanowiskach w tej samej klasie zaszeregowania (wynagrodzenie mężczyzn to 100%)*.</b>	<b>97%</b>	<b>96%</b>	<b>96,1%</b>	
* Dla lepszego wyjaśnienia kwestii różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wprowadziliśmy dodatkowy wskaźnik dla klas zaszeregowania 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.					



GRI	Opis wskaźnika	2020	2021	2022	
<b>Pracownicy</b>					
<b>Rozwój i edukacja*</b>					
GRI 404-1	Łączna liczba pracowników przeszkolonych (w tys.)	11,2	10,3	9,4	
	Łączna liczba godzin poświęconych na szkolenia (w tys.)	272,6	256,1	216	
	Średnia liczba godzin szkoleń rocznie na pracownika	24,3	24,7	23	
	<b>płeć</b>				
	mężczyźni	23,3	25,3	22,6	
	kobiety	25,9	24,1	23,7	
<b>stanowisko</b>					
	stanowiska menedżerskie	30,7	29,4	32,6	
	stanowiska niemenedżerskie	23,6	24,2	21,8	
* Dane na temat szkoleń obejmują następujące organizacje wchodzące w skład Grupy Orange Polska - Orange Polska S.A. Integrated Solution, Fundacja Orange, Orange Szkolenia, Orange Energia.. Dane wg stanu bazy treningowej – 31.12.2022					
<b>Szkolenia z praw człowieka i etyki</b>					
GRI 412-2	Liczba godzin szkoleniowych pracowników (w tys.)	0,2	0,2	0,2	
	Liczba przeszkolonych pracowników (w tys.)	0,1	0,3	0,3	
	Liczba godzin szkoleniowych dla partnerów* (w tys.)	0,03	0,4	0,4	
	Liczba przeszkolonych partnerów (w tys.)	0,03	0,7	0,7	
<b>Szkolenia CSR</b>					
	Liczba godzin szkoleniowych pracowników (w tys.)		8,7	1,4	
	Liczba przeszkolonych pracowników (w tys.)		5,8	0,9	
<b>Szkolenia z zakresu przeciwdziałania łapownictwu i korupcji (kumulacyjnie)</b>					
GRI 205-2	Liczba godzin szkoleniowych pracowników (w tys.)	8,2	8,4	9,2	
	Liczba przeszkolonych pracowników (w tys.)	6,1	6,6	7,9	
* partnerzy oznaczają osoby zatrudnione przez naszego kontrahenta, które pracują na rzecz Orange Polska					
<b>Mobilność pracowników</b>					
	Liczba pracowników nowozatrudnionych	311	423	572	
<b>płeć</b>					
GRI 401-1	mężczyźni	195	261	288	
	mężczyźni - wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników			4,7%	
	kobiety	116	162	284	
	kobiety - wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników			7,6%	
	<b>wiek</b>				
	do 30 r.ż..	131	196	280	
wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników			43,5%		
31-50 r.ż..	158	205	266		
wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników			4,3%		
po 50 r.ż.	22	22	26		
wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników			0,9%		



GRI	Opis wskaźnika	2020	2021	2022	
<b>Pracownicy</b>					
<b>Mobilność pracowników</b>					
GRI 401-1	<b>Liczba odejść (wszystkie)</b>	<b>1.218</b>	<b>1.056</b>	<b>973</b>	
	Liczba odejść (z wyłączeni odejść dobrowolnych)	375	345	490	
	<b>pleć</b>				
	mężczyźni	260	224	309	
	kobiety	115	121	181	
	<b>wiek</b>				
	do 30 r.ż.	77	75	119	
	31-50 r.ż..	261	233	323	
	po 50 r.ż.	37	37	48	
	<b>Rotacja*</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,2%</b>	
	<b>pleć</b>				
	mężczyźni	2,8%	3,3%	3,2%	
	kobiety	1,8%	2,9%	3,1%	
<b>wiek</b>					
do 30 r.ż..	4,4%	9,1%	13,3%		
31-50 r.ż..	2,5%	3,1%	3,7%		
po 50 r.ż.	1,2%	1,4%	0,3%		
* Wskaźnik rotacji uwzględniający wszystkie odejścia z wyłączeniem odejść dobrowolnych (z przyczyn pracodawcy) i odejść z inicjatywy pracodawcy oraz bez uwzględnienia odejść w ramach Grupy. Wskaźnik obliczany jest dla pracowników zatrudnionych na czas nieokreślony. Tylko dla Orange Polska.					
<b>BHP*</b>					
GRI 403-9	Liczba wypadków	26	13	12	
	Wskaźnik urazów związanych z pracą **			0,64	
	wypadki śmiertelne	0	0	0	
	wypadki ciężkie	1	0	0	
	pozostałe wypadki	25	13	12	
	* Dla Orange Polska				
	** Współczynnik wypadków związanych z pracą = Liczba wypadków (12) / Liczba przepracowanych godzin (18735971) x 1 000 000				
	Liczba wypadków *	31	17	14	
	Wskaźnik urazów związanych z pracą **			0,69	
	wypadki śmiertelne	0	0	0	
wypadki ciężkie	1	0	0		
pozostałe wypadki	30	17	14		
* Dla Grupy Orange Polska					
** Współczynnik wypadków związanych z pracą = Liczba wypadków (14) / Liczba przepracowanych godzin (20359165) x 1 000 000					

GRI	Opis wskaźnika	2020	2021	2022
<b>Pracownicy</b>				
<b>Ocena pracownicza</b>				
GRI 404-3	% pracowników podlegających regularnym ocenom*	97%	97%	97%
	<b>pleć</b>			
	mężczyźni	97,4%	97,4%	97,4%
	kobiety	96,2%	96,2%	96,2%
	<b>wiek</b>			
	do 30 r.ż..	90,8%	90,8%	90,8%
31-50 r.ż..	96,9%	96,9%	96,9%	
po 50 r.ż.	98,4%	98,4%	98,4%	
GRI 404-3	% pracowników mających ustalone plany rozwojowe **	52,1%	54%	44%
	% pracowników outsourcingowych podlegających regularnym ocenom	43,8%	43,8%	43,8%
	% pracowników outsourcingowych mających ustalone plany rozwojowe	25,4%	30,9%	23%
* Ocena pracowników i menedżerów opiera się na 360-stopniowej informacji zwrotnej, a związane z nią plany rozwojowe realizowane są w okresie dwuletnim (kolejna ocena odbędzie się w 2023 roku). Ocena 360 dotyczy Orange Polska S.A., Integrated Solutions, Orange Energia, Fundacji Orange. Proces przygotowania planów rozwojowych na podstawie rozmów rozwojowych odbywa się corocznie. Tylko pracownicy pierwszej linii (odpowiedzialni za obsługę klienta) podlegają odrębnemu procesowi rozmów rozwojowych zgodnie ze standardem COPC.				
** Tylko dla Orange Polska.				
<b>Wynagrodzenia*</b>				
GRI 202-1	średnie wynagrodzenie podstawowe (w zł.)	8.070	8.535	9.005
	stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej	115%	107%	106%
	mężczyźni	115%	107%	106%
	kobiety	115%	107%	106%
* 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.				
<b>Warunki Pracy</b>				
GRI102-41	% pracowników mających dostęp do opieki medycznej	100%	100%	100%
	% pracowników korzystających z Pracowniczego Programu Emerytalnego	84,1%	84%	86,70%
	* W Pracowniczym Programie Emerytalnym uczestniczą pracownicy: Orange Polska, Telefonów Podlaskich, Orange Szkolenia, Pracowniczego Towarzystwa Emerytalnego Orange Polska S.A., Fundacji Orange i Integrated Solutions sp. z o.o.].			
<b>Dialog społeczny</b>				
GRI102-41	% pracowników w związkach zawodowych	31,1%	28,1%	28,8%
	% pracowników objętych PUZP	94,0%	92,1%	90,9%

Wszystkie wskaźniki dla grupy Orange Polska, chyba, że oznaczono inaczej – stan na 31.12.2022 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 środowiskowe \*

GRI	Opis wskaźnika	Jednostka	2020**	2021**	2022**
<b>Zużycie energii i emisja gazów cieplarnianych</b>					
<b>Zakres 1 - Bezpośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii***</b>					
GRI 302-1	Olej opałowy (wszystkie budynki, wszelkie wykorzystanie)	tys. m <sup>3</sup>	1,4	1,7	1,3
	Gaz	tys. m <sup>3</sup>	2.014	2.542	2.183
	Węgiel	tony	13	15	0
	Benzyna - samochody służbowe	litry ( w tys.)	1.813	1.887	2.082
	Diesel - samochody służbowe	litry ( w tys.)	886	702	722
<b>Zakres 1 - Całkowite zużycie energii</b>		<b>GWh</b>	<b>62</b>	<b>55</b>	<b>53</b>
GRI 305-1	Zakres 1 - emisja CO <sub>2</sub> z paliw, gazu i węgla	tony (w tys.)	9,2	10,9	7,7
	Zakres 1 - emisja CO <sub>2</sub> z transportu	tony (w tys.)	6,5	6,2	6,8
	Zakres 1 - emisja CO <sub>2</sub> z gazów cieplarnianych	tony (w tys.)	7,1	15,6	15,7
	Zakres 1 - Bezpośrednia własna emisja gazów cieplarnianych (CO <sub>2</sub> )****	tony ( w tys.)	22,8	32,7	30,3
<b>Zakres 2 - Pośrednia własna emisja CO<sub>2</sub> (zużycie energii)</b>					
GRI 302-1	Konsumpcja energii - elektryczność	GWh	541	533	518
	W tym energia odnawialna	GWh	0	30	60
	Całkowite zużycie energii w organizacji	GWh	603	588	571
GRI 305-2	Zakres 2 - emisja CO <sub>2</sub> (location-based)	tony (w tys.)	382	334	285
	<b>Zakres 1+2 - emisja CO<sub>2</sub>e</b>	<b>tony (w tys.)</b>	<b>404,6</b>	<b>367,2</b>	<b>315,6</b>
<b>Zakres 3 – Pozostała emisja pośrednie CO<sub>2</sub>e (dostawcy, klienci, pracownicy; z wyłączeniem Orange Energia)*****</b>					
GRI 305-3	Zakupione towary i usługi	tony (w tys.)	226	200	
	Dobra inwestycyjne	tony (w tys.)	191	183	
	Korzystanie ze sprzętu i usług przez klientów (w tym powiązane zużycie energii)	tony (w tys.)	162	170	
	Inne	tony (w tys.)	77	66	
	<b>Łącznie emisja CO<sub>2</sub>e (Zakres 1+2+3; z wyłączeniem Orange Energia)</b>	<b>tony (w tys.)</b>	<b>656</b>	<b>986</b>	
Zakres 3 – Emisje związane z działalnością Orange Energia		tony (w tys.)	359	619	
<b>KPI: w przeliczeniu na klienta</b>					
KPI: konsumpcja energii/klient		kWh/klient	26,2	24,7	23,3
KPI: emisja CO <sub>2</sub> podczas zużycia energii elektrycznej/klient		kg/ klient	18,5	15,5	12,8
KPI: emisja CO <sub>2</sub> zakres 1+2 podczas zużycia energii elektrycznej/klient		kg/ klient	29,2	17	14,2
KPI: emisja CO <sub>2</sub> zakres 1+2+3 (wszystkie energie)/klient		kg/klient		45,7	



GRI	Opis wskaźnika	Jednostka	2020**	2021**	2022**
<b>Materiały</b>					
GRI 301-1	Papier	tony (w tys.)	0,4	0,4	0,3
<b>Woda</b>					
GRI 303-1	Zużycie wody	tys. m <sup>3</sup>	215	204,3	177,8
<b>Zarządzanie odpadami*****</b>					
GRI 306-2	Ilość odpadów wewnętrznych WEEE (sieć & tertiary)	tony	38,5	8,1	816
	Słupy drewniane	tony	9,2	28,3	38,9
	Kable	tony	20,2	290	331,5
	Baterie	tony	3.670	433	826
	Papier - karton	tony	41,2	25,6	29,6
	Inne odpady niebezpieczne (w tym PCB)	tony	2,9	2,2	13
	Inne nie niebezpieczne odpady	tony	4.911	1.169	848
<b>Całość odpadów</b>		<b>tony</b>	<b>8.693</b>	<b>1.957</b>	<b>2.903</b>
<b>Sprzęt elektroniczny i elektryczny</b>					
Liczba telefonów zebranych i poddanych recyklingowi		tys.	33,6	37,8	61,2
Liczba telefonów odnowionych i ponownie wprowadzonych na rynek		tys.	11,5	12,6	15,9
Liczba urządzeń multimedialnych (broadband) odnowionych i ponownie wprowadzonych na rynek		tys.	503	655	437
<b>Emisja pól elektromagnetycznych</b>					
Zgodność z obowiązującymi normami			tak	tak	tak

\* Wskazane wskaźniki środowiskowe są tożsame dla Grupy i dla spółki Orange Polska ponieważ budynki i infrastruktura sieciowa, która jest podstawą obliczeń dotyczących energii, emisji gazów cieplarnianych, odpadów jest własnością Orange Polska. Emisje powstałe podczas podróży służbowych (spalanie – benzyna i oleju napędowego) liczone są dla Grupy Orange Polska. Natomiast wskaźniki tj. emisja pól elektromagnetycznych czy odzyskiwanie i odnowa telefonów są charakterystyczne tylko dla spółki Orange Polska. Za rok bazowy do obliczeń przyjęto 2015.

\*\* Na prezentowane dane roczne składają się dane realne za 1,2,3 kwartał oraz dane szacunkowe za 4 kwartał. 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 wskazań 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.

\*\*\* Nie zakupujemy paliw odnawialnych do użytku w instalacjach. Zgodnie z decyzją Grupy Orange dane o zużyciu miejskiego ciepła w gorącej wodzie i parze wodnej będą raportowane od 2023 roku. Wcześniej dane były gromadzone, ale z uwagi na ujednoczenie systemu raportowania dla całej Grupy Orange nie były ujawniane w raportowaniu. Z uwagi na brak wiarygodnego systemu gromadzenia danych w ww. aspekcie – obecnie nie mamy możliwości raportowania danych.

\*\*\*\* Emisja bezpośrednia (Zakres 1) gazów cieplarnianych to taka, która pochodzi ze źródeł (zasobów, procesów), które są w posiadaniu lub są kontrolowane przez organizację. Dla Orange Polska obejmują emisje ze spalania paliw na potrzeby budynków, instalacji i pojazdów a także przeliczony na CO<sub>2</sub>e wpływ na klimat gazów chłodniczych i gaśniczych. W obliczeniach ekwiwalentu CO<sub>2</sub> uwzględniono następujące gazy: HCFC-22, R-407C, R-407D, R-407F, R-410A, R-417A, R-419A i R-422D.

\*\*\*\*\* W 2023 roku Orange Polska, podobnie jak cała Grupa Orange, rozpoczyna 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 2022 rok ostatnie dostępne dane dotyczą 2021 roku). Oddzielnie ujmowane są emisje wynikające z działalności Orange Energia, spółki zależnej od Orange Polska, zajmującej się w szczególności 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. W 2022 roku wzrost ilości odpadów spowodowany jest zrealizowanymi pracami związanymi z modernizacją sieci oraz zmianą podejścia OPL, który wchodząc w obowiązek wytwórcy opadów odpowiada obecnie za likwidację składników majątku i sieci.



# Relacja pomiędzy tematami strategicznymi a wskaźnikami GRI

<b>Rozwój społeczny i cyfrowy</b>	
<b>Integracja cyfrowa w życiu codziennym</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wpływ technologii cyfrowej na sposób pracy i szkolenia</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej sposoby konsumpcji (dobra, usługi, kultura, wymiana),</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na sposób, w jaki uzyskujemy dostęp do opieki medycznej</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na szkołę</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na dostęp do usług publicznych</li> </ul>
<b>Włączenie cyfrowe w kraju</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wpływ technologii cyfrowej na zatrudnienie</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na lokalną gospodarkę</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na wzajemną solidarność</li> </ul>
<b>Czyste Środowisko</b>	
<b>Środowisko, zdrowie i rozważa cyfrowa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wpływ technologii cyfrowej na zużycie energii i zmiany klimatu</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na środowisko (zanieczyszczenie, rzadkie zasoby, różnorodność biologiczna itp.)</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na zdrowie (fale...itp.)</li> </ul>
<b>Bezpieczna sieć</b>	
<b>Bezpieczeństwo i wolność cyfrowa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wpływ technologii cyfrowej na prywatność i bezpieczeństwo danych</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na demokrację i wolność słowa</li> <li>Wpływ technologii cyfrowej na przejrzystość ofert i etykę</li> <li>Cyfrowe zagadnienia dotyczące bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z internetu</li> </ul>
<b>Zaangażowany zespół</b>	
<b>Odpowiedzialny pracodawca w cyfrowym świecie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kwestie cyfrowe dotyczące równości płci w miejscu pracy</li> <li>Kwestie cyfrowe dotyczące organizacji pracy</li> <li>Kwestie cyfrowe dotyczące równych szans dla wszystkich</li> </ul>



<b>Integracja cyfrowa w życiu codziennym</b>	Wpływ technologii cyfrowej na sposób pracy i szkolenia	GRI 3-3, 404-1, 404-2, 413-1, 413-2,
	Wpływ technologii cyfrowej sposoby konsumpcji (dobra, usługi, kultura, wymiana)	GRI 3-3, 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na sposób, w jaki uzyskujemy dostęp do opieki medycznej	GRI 3-3, 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na szkołę	GRI 3-3, 413-1, 413-2
	Wpływ technologii cyfrowej na dostęp do usług publicznych	GRI 3-3, 413-1, 413-2
<b>Włączenie cyfrowe w kraju</b>	Wpływ technologii cyfrowej na zatrudnienie	GRI 3-3, 203-1, 203-2
	Wpływ technologii cyfrowej na lokalną gospodarkę	GRI 3-3, 203-1, 203-2, 419-1
	Wpływ technologii cyfrowej na wzajemną solidarność	GRI 3-3, 203-1, 203-2
<b>Środowisko, zdrowie i rozważa cyfrowa</b>	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
<b>Bezpieczeństwo i wolność cyfrowa</b>	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
<b>Odpowiedzialny pracodawca w cyfrowym świecie</b>	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



# Wskaźnik ESG

Wskaźnik	Nazwa	Rodzaj	Definicja	Jednostka	Odniesienie
<b>Środowisko</b>					
Zmiana Klimatu					
E-M1	Emisje gazów cieplarnianych	Ilościowy	Łączna suma emisji bezpośrednich i pośrednich gazów cieplarnianych (Zakres 1, 2 i 3).	tCO <sub>2</sub> eq	Załącznik B, Dane środowiskowe
E-M2	Zużycie energii	Ilościowy	Ilość energii zużytej w organizacji.	MWh	Załącznik B, Dane środowiskowe
E-M3	Ryzyko i korzyści związane z klimatem	Jakościowy	Potencjalny negatywny wpływ zmiany klimatu na organizację lub szanse wynikające ze zmiany klimatu.	-	ss. 155-160
E-S1	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	Ilościowy	Ilość emisji gazów cieplarnianych na jednostkę aktywności gospodarczej.	tCO <sub>2</sub> eq	Załącznik B, Dane środowiskowe
E-S2	Zarządzanie emisjami	Jakościowy	Opis procesu, jaki firma wdrożyła, aby ograniczać emisje gazów cieplarnianych do atmosfery i wyznaczonych celów redukcji emisji.	-	ss. 146-147
Zasoby Naturalne					
E-S3	Zużycie wody	Ilościowy	Ilość wody zużytej w przedsiębiorstwie.	m <sup>3</sup>	Załącznik B, Dane środowiskowe
E-S4	Zarządzanie zasobami wodnymi	Jakościowy	Proces wdrożony, aby zoptymalizować zużycie wody i tym samym zminimalizować wpływ na środowisko.	-	-
E-S5	Wpływ na bioróżnorodność	Jakościowy	Opis polityki i działań podjętych, aby monitorować i minimalizować wpływ firmy na bioróżnorodność.	-	ss. 146-147
Zanieczyszczenia i Odpady					
E-S6	Zanieczyszczenia i odpady	Jakościowy & Ilościowy	Opis działań mających na celu monitorowanie, zarządzanie i zmniejszanie odpadów wytwarzanych w firmie.	#	ss. 89-90, Attachment B. Environmental Data
<b>Społeczeństwo</b>					
Różnorodność					
S-M1	Różnorodność w organach	Ilościowy	Stopień zróżnicowania zarządu i rady nadzorczej spółki pod względem płci.	%	ss. 218-219, 262-263 Załącznik A, Dane społeczne
S-M2	Wskaźnik równości wynagrodzeń	Ilościowy	Różnica pomiędzy średnim wynagrodzeniem mężczyzn i kobiet w firmie.	%	Załącznik A, Dane społeczne



Wskaźnik	Nazwa	Rodzaj	Definicja	Jednostka	Odniesienie
<b>Zatrudnienie</b>					
S-M3	Rotacja zatrudnienia	Ilościowy	Ilość odejść z miejsca pracy.	%	Załącznik A, Dane społeczne
S-M4	Wolność zrzeszania się i negocjacji zbiorowych	Ilościowy	Odsetek (%) aktywnych pracowników objętych układem zbiorowym.	%	s. 120
S-S1	Bezpieczeństwo i higiena pracy	Jakościowy & Ilościowy	Opis działań i procedur podjętych przez firmę w celu ochrony pracowników i zapobiegania wypadkom i urazom w miejscu pracy + wskaźniki efektywności.	#	s. 117
<b>Prawa Człowieka</b>					
S-M5	Polityka praw człowieka	Jakościowy	Czy firma wdrożyła politykę poszanowania praw człowieka + opis	-	ss. 36-37
S-M6	Procedury należytej staranności dot. praw człowieka	Jakościowy	Opis procesu identyfikacji potencjalnego i rzeczywistego ryzyka naruszeń praw człowieka oraz działań podjętych w celu jego eliminacji.	-	ss. 36-37, 192-199
<b>Zarządzanie</b>					
Ład Korporacyjny					
G-M1	Struktura organów zarządczych		Informacja na temat doświadczenia, kompetencji i niezależności członków zarządu.	-	ss. 206-209
<b>Business Integrity</b>					
G-M2	Kodeks etyki	Jakościowy	Czy firma posiada kodeks etyczny + opis	-	ss. 270-273
G-M3	Polityka antykorupcyjna	Jakościowy	Czy firma posiada politykę antykorupcyjną + opis	-	s. 271
G-M4	Mechanizm zgłaszania naruszeń	Jakościowy	Czy firma posiada mechanizm zgłaszania naruszeń + opis	-	s. 271
<b>Bezpieczeństwo i Ochrona Danych</b>					
G-S1	Polityka ochrony danych	Jakościowy	Czy firma posiada politykę ochrony danych + opis	-	s. 84





## 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	s. 153
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. 150-152, 161
Zarządzanie ryzykami	Ujawnienie, w jaki sposób firma identyfikuje, ocenia i zarządza ryzykami związanymi z klimatem.	ss. 154-160
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. 162-163, Załącznik B, Dane środowiskowe

## Taksonomia

Zakres tematyczny	Odniesienie
Nasze podejście	ss. 164-165
Analiza działań zakwalifikowanych przez Taksonomię	ss. 166-167
Obliczanie kluczowych wskaźników wyników	ss. 168-169
Określenie działalności zgodnej wg. Taksonomii UE	ss. 170-172
Nota metodologiczna	s. 173
Tabele wyników	ss. 174-179



## Cele Zrównoważonego Rozwoju

Cele Zrównoważonego Rozwoju	Odniesienie	Cele Zrównoważonego Rozwoju	Odniesienie
 1 KINIEŻ ZŁOŚTYCH	ss. 128,138	 10 RÓWNOŚĆ	ss. 128, 135
 3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA	ss. 115,117-118	 11 ZRÓWNOWAŻONE MIASTA I WSIADANIE	ss. 132-133
 4 DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJA	ss. 128-130	 12 ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA	ss. 82-84
 5 RÓWNOŚĆ PŁA	s.112-114	 13 DZIAŁANIA WOBECNE KLIMATU	ss. 142-179
 8 WZROST GOSPODARSTWA I PRACA	ss.108-123, 126-127	 16 PRAWO, SPRAWIEDLIWOŚĆ I SZANSA	ss. 139-140
 9 INICJATYWA I INNOWACJE PRzemysł, Inżynieria i Infrastruktura	ss. 122-123, 133	 17 PARTNERSTWA NA KILKIEĆ CELEW	ss.134-135





# Nota metodologiczna

## wskaźników niefinansowych

### Dane dotyczące zatrudnienia:

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.

### menedżerowie/menedżerki (osoby zatrudnione na umowę o pracę w oznaczonym okresie)

Zasada obliczania „wskaźnika kadry zarządzającej” odnosi się do osób zatrudnionych na umowę o pracę. Wskaźnik ten odnosi się do kadry zarządzającej wyższego i średniego szczebla. Klasyfikacja pracowników jako „kadra zarządzająca” odbywa się na podstawie kategorii zaszerogowania pracownika zgodnie z profilem kompetencyjnym wg standardów Grupy Orange.

### liczba wypadków przy pracy

Wskaźnik odpowiada liczbie zdarzeń wypadkowych, które zostały w danym roku sprawozdawczym uznane za wypadki przy pracy. Zgodnie z przepisami polskimi – warunkuje to ostatecznie data decyzji pracodawcy o uznaniu zdarzenia za wypadek przy pracy, czyli data zatwierdzenia protokołu powypadkowego, a nie tylko data zdarzenia.

### Dane środowiskowe:

Sprawozdawczość w zakresie środowiska oparta jest na raportowaniu do bazy danych INDICIA. Orange Polska raportuje w cyklu kwartalnym średnio 100 wskaźników środowiskowych.

### energia

Wielkości zużycia energii elektrycznej jest obliczana w parciu o dane rzeczywiste gromadzone w Bazie Energii Elektrycznej (BEE), które są ewidencjonowane z faktur dla każdego licznika z osobna. Dla 4. kwartału danego roku, z uwagi na późniejszy w stosunku do publikacji Raportu termin otrzymania danych przyjęto metodę estymacji w oparciu o średnie dzienne zużycie x liczba brakujących dni w badanym okresie w poszczególnych miesiącach.

Zużycie paliwa odnosi się do całkowitego zużycia wszystkich paliw (oleju opałowego, oleju napędowego, benzyny i ciężkiego oleju opałowego), z wyłączeniem pojazdów silnikowych. Wskaźniki przyjęte do obliczania energii w GWh są ustalane przez Grupę i podlegają niezależnej weryfikacji na poziomie Grupy.

### paliwa

Wskaźnik zużycia paliwa obejmuje łączne zużycie paliwa (oleju opałowego, oleju napędowego i benzyny), z wyłączeniem pojazdów samochodowych.

### transport

Emisje CO<sub>2</sub> z „krótkiego zasięgu” podróży lotniczych protokołu GHG (180 g CO<sub>2</sub> / km pasażera) wykorzystano do obliczenia emisji wszystkich lotów (krótko-, średnio- i długodystansowych).

### emisja CO<sub>2</sub>

W przypadku zużycia energii elektrycznej emisje są obliczane zgodnie z protokołem GHG (2009) z najnowszą aktualizacją (2012). Współczynniki emisji dla paliw (gazu, oleju opałowego, węgla, benzyny, oleju napędowego i LPG) pochodzą z protokołu GHG (2007). Obliczenia emisji są przeprowadzane na poziomie globalnym przy użyciu współczynników emisji pochodzących z IAE (Międzynarodowa Agencja Energii), w zaktualizowanej wersji ze stycznia 2017 r.

### emisje z urządzeń chłodniczych

Zgłaszanie emisji urządzeń chłodniczych, które są objęte emisjami z zakresu 1, nie jest jeszcze wyczerpujące. Pomimo tego, że ta pozycja emisji jest nieistotna (Carbon 4 study on Bilan Carbon), Grupa pracuje nad poprawą monitorowania tych emisji.

### zbiórka elektrośmieci

Wskaźnik „E-odpadów zebranych od klienta” to suma wszystkich telefonów komórkowych, stacjonarnych i urządzeń multimedialnych dostarczonych do punktów sprzedaży, otrzymanych pocztą i zebranych przez dostawców usług. Wskaźnik ten obejmuje również telefony komórkowe pracowników Orange Polska oraz zebrane baterie i ładowarki. Spółki zależne, dla których nie ma odpowiedniego kanału gromadzenia i przetwarzania e-odpadów, nie stosują tego wskaźnika.



# 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

**CATV** – telewizja kablowa

**Dźwignia finansowa netto** – 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)

**F2M (Fixed to Mobile Calls)** – połączenia do sieci komórkowych (z sieci stacjonarnej)

**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

**ILD (International Calls)** – połączenia międzynarodowe

**Internet mobilny do użytku stacjonarnego (wireless for fixed)** – oferta szerokopasmowego dostępu w technologii LTE 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 i jest oferowana przez wszystkich operatorów komórkowych w Polsce, łącznie z Orange Polska

**IP TV (TV over Internet Protocol)** – protokół umożliwiający transmisję sygnałów telewizyjnych przez Internet

**LLU (Local Loop Unbundling)** – uwolnienie pętli lokalnej

**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

**Opłata abonamentowa** – abonament miesięczny w nowych planach taryfowych, obejmujący darmowe minuty

**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

**SIMO** – oferta obejmująca tylko kartę SIM bez urządzenia

**SMP (Significant Market Power)** – znacząca pozycja rynkowa



**Strefa Domowa (Strefa Biurowa w przypadku klientów biznesowych)** – obszar w zasięgu zdefiniowanych stacji bazowych pokrywających daną lokalizację (mieszkania lub firmy)

**Światłowód** – stacjonarna szerokopasmowa sieć dostępową opartą 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 indywidualnych (z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży sprzętu). Oferta konwergentna jest zdefiniowana jako oferta łącząca co najmniej usługi stacjonarnego Internetu (włączając bezprzewodowy dostęp stacjonarny) oraz telefonii komórkowej (z wyłączeniem MVNO – operatorów wirtualnej sieci ruchomej), 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

**USO (Universal Service Obligation)** – oferta usług powszechnych

**VDSL** – łącze w technologii VDSL

**VoIP (Voice over Internet Protocol)** – protokół umożliwiający przesyłanie głosu poprzez Internet

**WLR (Wholesale Line Rental)** – hurtowa odsprzedaż abonamentu

**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 Spółki za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 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; 303-1; 305-1; 305-2; 305-5; 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.

(zwanych 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 Spółkę 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.

Nasza firma stosuje 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.

Przestrzegaliśmy wymogów etycznych opisanych w „Międzynarodowym kodeksie etyki zawodowych księgowych (w tym Międzynarodowych standardów niezależności)” opracowanym przez Radę Międzynarodowych Standardów Etyki dla Księgowych („Kodeks 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 Spółkę do sporządzenia Raportu oraz wyliczeniu i prezentacji Wskaźników, w celu zaplanowania stosownych do okoliczności procedur, nie zaś w celu wyrażenia wniosku na temat skuteczności działania kontroli wewnętrznej Spółki 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 Spółkę 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 Spółki 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 Spółkę;
- 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, 18 sierpnia 2023 r.

**Komunikacja Korporacyjna i CSR**  
**Wydział CSR, Analiz i Wydarzeń**  
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 Spółki:**  
Orange Polska S.A  
Aleje Jerozolimskie 160  
02-326 Warszawa  
www.orange.pl  
www.biuroprasowe.orange.pl