



Sprawozdanie zarządu
z działalności Spółki
i Grupy Kapitałowej

Wirtualna Polska Holding SA

za rok obrotowy zakończony 31 grudnia **2025r.**



ZAWARTOŚĆ SPRAWOZDANIA

RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING W 2025 R. 7

| | |
|---|----|
| 1. CHARAKTERYSTYKA GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING | 8 |
| 2. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING | 15 |
| 3. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ SPÓŁKI | 31 |
| 4. POLITYKA I PERSPEKTYWY ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA | 35 |
| 5. CZYNNIKI I ZDARZENIA, W SZCZEGÓLNOŚCI O NIETYPOWYM CHARAKTERZE, MAJĄCE ZNACZĄCY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ I WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ | 40 |
| 6. CZYNNIKI, KTÓRE W OCENIE ZARZĄDU BĘDĄ MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ W KOLEJNYCH OKRESACH | 42 |
| 7. ISTOTNE UMOWY I ZDARZENIA, KTÓRE WYSTĄPIŁY W 2025 ROKU..... | 45 |
| 8. CZYNNIKI RYZYKA ISTOTNE DLA ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ | 46 |
| 9. ORGANY, AKCJE I AKCJONARIAT | 58 |
| 10. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE | 64 |
| 11. WYBRANE DANE FINANSOWE W PRZELICZENIU NA EURO..... | 71 |

OŚWIADCZENIE NA TEMAT ŁADU KORPORACYJNEGO WIRTUALNA POLSKA HOLDING ZA 2025 R.... 73

| | |
|--|----|
| 1. ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO, KTÓRYM PODLEGA SPÓŁKA..... | 74 |
| 2. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE I GRUPIE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA JEDNOSTKOWEGO I SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO | 76 |
| 3. KAPITAŁ ZAKŁADOWY I AKCJONARIAT | 78 |
| 4. SPOSÓB DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA SPÓŁKI I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIENIÓRZ PRAWA AKCJONARIUSZY I SPOSÓB ICH WYKONYWANIA | 80 |
| 5. SKŁAD OSOBOWY I OPIS DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI ORAZ JEJ KOMITETÓW | 82 |
| 6. OPIS POLITYKI RÓŻNORODNOŚCI STOSOWANEJ DO ORGANÓW ADMINISTRUJĄCYCH, ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH | 93 |

SPRAWOZDAWCZOŚĆ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU WIRTUALNA POLSKA HOLDING S.A.ZA 2025R. 94

| | |
|--|-----|
| 1. INFORMACJE OGÓLNE | 96 |
| 2. INFORMACJE O ŚRODOWISKU | 130 |
| 3. INFORMACJE DOTYCZĄCE KWESTII SPOŁECZNYCH..... | 157 |
| 4. INFORMACJE ZWIĄZANE Z ŁADEM ZARZĄDCZYM | 187 |

Drodzy Akcjonariusze,

(list pisany na stan wiedzy 19/3/2026)

Rok temu zapowiadałem, że jeśli uda nam się uzyskać zgody regulacyjne, to WP Holding dokona największej akwizycji w swojej historii, a działalność turystyczna będzie po raz pierwszy większa od mediowej. Zgody uzyskaliśmy, Invia Group stała się od kwietnia 2025 r. częścią WP Holding.

Za nami pierwsze kwartały funkcjonowania w powiększonej Grupie, która 60% swoich przychodów czerpie z turystyki, sprzedając w tej kategorii usługi o wartości 3 mld euro rocznie. Nowa skala, nowe zobowiązania. Ale też wnioski, którymi chciałbym się z Wami podzielić – także tymi, które wyciągaliśmy z własnych błędów.

O turystyce – integracje, nominacje i perspektywy

TTV całej Grupy podróżniczej osiągnęło w 2025 roku, tak jak wspomniałem, blisko 3 mld euro, rosnąc o 13% rok do roku. Przychody tego segmentu w 2025 roku urosły o 7% proforma, a w samym Q4 o 10%. Co ważne – w tym samym okresie przepływy pieniężne wzrosły o 12%.

Dla przypomnienia, nasza działalność turystyczna obsługuje klientów wybierających się zarówno w zorganizowaną podróż zagraniczną (pakiety turystyczne sprzedajemy w Invia i Wakacje.pl działających w rejonach DACH i CEE), jak i planujących pobyt krajowy (zakwaterowanie oferujemy w Grupie Szallas na kilku rynkach regionu CEE).

Trwają procesy potransakcyjnej integracji spółek turystyki zagranicznej w Europie Środkowo-Wschodniej: Wakacje.pl, Travelplanet.pl, Invia.cz, Invia.sk i Invia.hu. Obszar ten prowadzi Dariusz Górzny, który łączy funkcje CEO Invia CEE i CEO Wakacje.pl.

Integracja Wakacje.pl i Invia w CEE postępuje zgodnie z planem we wszystkich kluczowych obszarach. Wznowiliśmy współpracę z TUI w Polsce – w ciągu najbliższych miesięcy umożliwimy klientom rezerwację wycieczek tego tour operatora we wszystkich kanałach sprzedaży, w tym przez aplikację mobilną i call center.

Dalszy plan budowy wartości jest klarowny. Europa Środkowo-Wschodnia nadal goni Zachód pod względem częstotliwości i skali korzystania z usług turystycznych – 45% Polaków podróżuje każdego roku, podczas gdy dla Niemców ten wskaźnik osiąga 67%. Większość sprzedaży w CEE wciąż odbywa się offline, co oznacza, że cyfryzacja tego rynku to dla nas ogromna strukturalna szansa.

Na czele obszaru pakietowej turystyki zagranicznej w regionie DACH stanął Michał Brański, dotychczasowy VP Strategy WPH i CEO Audioteki, co wysłał wyraźny sygnał zaangażowania założycieli w odwrócenie trendu kupionej na tym rynku spółki. Michał, prowadząc platformy Ab-in-den-Urlaub (działające w Niemczech, Austrii i Szwajcarii), skupia się na poprawie produktu e-commerce i działań marketingowych.

Turystyka krajowa znalazła się od października pod zarządem Adama Rogalińskiego, VP Corporate Development WPH – i stało się to nie bez powodu. Muszę powiedzieć wprost: nie uniknęliśmy w Szallasie poważnych błędów.

Przez lata budowaliśmy dzisiejszy Szallas Group poprzez serię akwizycji za łącznie blisko 570 mln zł, kupując Nocowanie.pl, Szallas i Litoralul Romanesc. Pośpieszna migracja najważniejszych rynków na – jak się okazało – wadliwą platformę technologiczną przyniosła wyraźne spadki ruchu organicznego. Zamiast leczyć, pogorszyliśmy sytuację: scentralizowaliśmy funkcje biznesowe w sposób niedostosowany do kultury lokalnych rynków, a część decyzji personalnych to był flirt, który powinien być skończyć się na pierwszej randce. Do tego doszły zmiany rynkowe – zniesienie parytetu cenowego i wygasanie rządowych programów dopłat do turystyki krajowej na Węgrzech i w Rumunii. Efektem jest konieczność dokonania odpisu wartości firmy Szallas Group w wysokości 150 mln zł.

Mam nadzieję, że pierwsze lata w Szallasie będą dla nas tym, czym Gallipoli było dla Churchilla – dowodem na to, jak bardzo można się pomylić, ale takim, który nie opóźnia marszu po zwycięstwo. Wyciągnęliśmy wnioski personalne i organizacyjne. Nowa platforma technologiczna jest już wdrażana. Odświeżamy pozycjonowanie marek i performance marketing. To lekcja, którą przełożymy wprost na decyzje w innych spółkach – choćby o migracji na jedną platformę bliźniaczych biznesów turystycznych prowadzonych po obu stronach Odry.

Osobną decyzją strategiczną było zbycie Fluege.de, niemieckiego OTA dystrybuującego bilety lotnicze. Skupiamy się na sprzedaży pakietów turystycznych, bo tam widzimy najsilniejsze perspektywy wzrostu i to one stanowią główny napęd całego segmentu turystycznego Grupy.

Perspektywy te są jednak uzależnione od spokoju na mapie świata. Bacznie obserwujemy sytuację na Bliskim Wschodzie – Turcja stanowi prawie jedną trzecią sprzedaży na naszych rynkach, Egipt to kolejne ok. 20%. W biznesie turystyki zagranicznej przez pierwsze dziewięć tygodni obserwowaliśmy dwucyfrowe wzrosty, a od dziesiątego tygodnia mamy dwucyfrowe spadki. Nie można tego nazwać inaczej niż małym Covidem. Jeśli wojna w Zatoce Perskiej utrzyma się dłużej, wymusi na nas trudne decyzje. Mamy ten scenariusz w głowie i odpowiednie plany awaryjne. Liczymy, że okażą się tak niepotrzebne jak zającowi dzwonek – ale mamy je gotowe.

Branża wstrzymała oddech, bo pozytywne są obecnie dostępne jedynie dla konsumentów. Tak niskich cen do uznawanych za bezpieczne Turcji i Egiptu za chwilę na pewno ponownie długo nie zobaczymy. Przeceny sięgają 40%. To cisza przed cenową burzą.

Rosnące koszty paliwa lotniczego doprowadzą do istotnego wzrostu kosztów podróżowania niezależnie od destynacji. Okres ochronny za chwilę się skończy, bo organizatorzy zwykle zabezpieczają się na około 3 miesiące przed wzrostem cen tego istotnego składnika ich kosztów. Dodatkowo, ewentualne redukcje rezerwacji hoteli przez tour operatorów chcących ograniczyć swoją ekspozycję na ryzyko, których również się obawiamy, ograniczą podaż produktu i podniosą dalej ceny. To nieprzyjemny koktajl ryzyk, których niestety na dziś nie możemy wykluczyć.

O reklamie – inwestycje, inwestycje, inwestycje!

Rok 2025 był jubileuszowy – świętowaliśmy 30-lecie działalności reklamowej WP. Ale ważniejsze od świętowania było działanie. Był to rok największych w historii inwestycji. Nie zna umiaru, kto powie, że mało środków popłynęło na rozbudowę redakcji informacyjnych, produkcję wideo i – przede wszystkim – sztuczną inteligencję. Rodzina produktów reklamowych WP Booster to znak rozpoznawczy nowej efektywności reklamowej. Nowe narzędzia wydawnicze podniosły standardy pracy redakcji tak mocno, że samo spojrzenie na stary system czyni z człowieka mediewistę. W lutym 2026 wystartował WP Premium – najwyższej jakości materiały dziennikarskie, które w odróżnieniu od analogicznych produktów konkurentów oferujemy użytkownikom bezpłatnie. W ostatnich miesiącach uruchomiliśmy pięć nowych redakcyjnych formatów wideo. To świadome decyzje i kolejne inwestycje. W sumie na wyżej wymienione obszary wydaliśmy w 2025 roku o 14,4 mln zł więcej niż w 2024. W obu tych latach na polską myśl techniczną – tylko na zespoły rozwijające sztuczną inteligencję, WP ADS, WPartnera i WPlatform – wydaliśmy prawie 50 mln zł.

Zwiększone nakłady rodzą oczywiste pytania: czy i kiedy te inwestycje się zwrócą? Liczymy, że nastąpi to już niedługo – i mamy ku temu konkretne przesłanki. Od sierpnia 2024, kiedy wróciliśmy do aktywnego zarządzania WP Media, a nasz UX przypominał nieheblowane drewno, skupiliśmy się na jednym celu: poprawie zaangażowania użytkowników. Liczba publikowanych przez WP artykułów wzrosła dwukrotnie. Dzięki lepszym technologiom rekomendacyjnym od października 2025 notujemy wzrost liczby odsłon. Wprowadziliśmy setki drobnych usprawnień produktowych i osiągnęliśmy dwukrotną poprawę satysfakcji użytkowników z korzystania z Wirtualnej Polski, co wskazuje, że najważniejsi odbiorcy naszej pracy doceniają wprowadzane zmiany. Prawdziwą walutą tego świata nie są pieniądze, tylko zaufanie.

Jednocześnie trwa głęboka transformacja biura reklamy – naszą nową misją jest dowiezienie celów biznesowych klientów. Pomaga nam w tym rozwój sztucznej inteligencji. Po raz pierwszy od 30 lat produkty display z rodziny WP Booster zaczynają osiągać efektywność porównywalną z dotychczas dominującym w tej kategorii mailingiem. Kto zna perfomarketing, ten wie, jak epokową zmianą byłoby trwałe odwrócenie tej hierarchii. Rośnie też działalność brokerska WPartner – jej udział w przychodach reklamowych sięga już ok. 9%, a 45% tej sprzedaży realizujemy na powierzchniach wydawców zagranicznych, wydatnie wspierając klientów reklamowych w regionie DACH i CEE. Dobry przykład linii biznesowej, która wyrosła od zera w ostatnich kilku latach, jak kwiat na skale.

Przychody segmentu Ads&Subs były w całym 2025 roku pod presją – spadek o 1% proforma. Dobrą wiadomością jest to, że w pierwszym kwartale 2026 spodziewamy się pokazać ich wzrost rok do roku.

Inwestorzy oczekują od nas zwiększania tempa – rozumiemy to i traktujemy poważnie. Chwilę nam zajęło zorientowanie się, gdzie przód, a gdzie spód, a jednocześnie zasypywały nas apele pracowników, by to tempo zmniejszyć. Szliśmy własną ścieżką: nie najszybszą, ale skoro przez piekło to nie zatrzymując się nigdy. Dziś skupiamy się na weryfikacji bazy kosztowej – szczególnie inwestycji podjętych w ostatnim roku – i ocenie ich zgodności z pierwotnymi założeniami.

O subskrypcjach – umacniamy pozycję lidera

Audioteka rozwija się bardzo dobrze i umacnia pozycję lidera rynku audiobooków w Polsce, na Litwie i w Czechach. Naszym priorytetem pozostaje dynamiczny wzrost liczby subskrybentów we wszystkich krajach oraz systematyczne zwiększanie wagi kanału subskrypcyjnego w strukturze przychodów – bo to subskrypcja daje nam przewidywalność i lojalność użytkowników.

Równolegle rozwijamy działalność na rynku niemieckim, gdzie widzimy istotny potencjał wzrostu, oraz kontynuujemy ekspansję na kolejne rynki CEE. Regularnie dostarczamy wysokiej jakości oryginalne słuchowiska, które budują unikatową wartość platformy i wyróżniają nas na tle globalnej konkurencji. Stale ulepszamy aplikację – eliminujemy bariery zakupowe, poprawiamy dopasowanie treści i zwiększamy zaangażowanie użytkowników.

Wyniki całej Grupy za 2025 rok proforma to przychody gotówkowe 2,46 mld zł – wzrost o 7%, o 159 mln zł więcej niż rok wcześniej. Skorygowana EBITDA wyniosła 630 mln zł, o 2% mniej proforma, głównie z powodu świadomie ponoszonych nakładów inwestycyjnych w mediach – na technologię AI i redakcję. To nie jest wynik, z którego jesteśmy przesadnie dumni, ale to droga inwestycji w ludzi i produkty, którą świadomie wybraliśmy. Wiemy, co robimy. Powiem to wyraźnie: rytmika publikowania wyników kwartalnych nigdy nie powstrzyma nas od inwestycji w przyszłość naszej firmy.

Chciałbym na zakończenie przekazać coś, co wykracza poza wyniki kwartalne.

Prowadzenie złożonej grupy medialno-turystycznej to seria zakrętów. Jedne pokonuje się z gracją, inne z piskiem opon. Ważne, żeby wyciągać wnioski szybciej niż konkurencja, bo największe błędy właścicieli firm nie zdarzają się wtedy, gdy podejmują ryzyko. Zdarzają się wtedy, gdy zaczynają ufać ludziom, którzy przyszli po nic więcej niż kolejny przelew, a ich naczelnym imperatywem moralnym jest – własne przetrwanie. My budujemy Grupę z ludźmi, którym zależy. I dlatego – mimo błędów, korekt kursu i trudnych decyzji minionych miesięcy – jestem przekonany, że najlepsze rozdziały tej historii są wciąż przed nami.

Z poważaniem,

Jacek Świderski

Prezes Zarządu Wirtualna Polska Holding SA.

Zespół zarządzający **WP** Holding S.A.



Jacek Świderski
CEO



Krzysztof Sierota
CTO



Michał Brański
VP Strategy



Elżbieta Bujniewicz-Belka
CFO



Adam Rogaliński
VP Corporate Development



Raport z działalności Spółki
i Grupy Kapitałowej

Wirtualna Polska Holding SA

w 2025r.



1. CHARAKTERYSTYKA GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING

INFORMACJE OGÓLNE I PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ

Spółka Wirtualna Polska Holding SA („Spółka”, „WPH”) jest wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawy, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000407130. Spółce nadano numer statystyczny REGON 016366823. Siedziba Spółki mieści się w Warszawie przy ulicy Żwirki i Wigury 16.

Spółka została utworzona na czas nieoznaczony. Podstawowym przedmiotem działania Spółki jest działalność holdingu finansowego oraz świadczenie usług zarządzania.

Spółka jest jednostką dominującą Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding.

PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI GRUPY

Grupa Wirtualna Polska jest holdingiem technologicznym. Prowadzi działalność mediową, reklamową i subskrypcyjną oraz e-commerce. Jest właścicielem Strony Głównej WP, posiada również specjalistyczne serwisy tematyczne oraz oferuje produkty subskrypcyjne w internecie (Audioteka, Pilot WP, Patronite). W usługach e-commerce Grupa działa głównie w branży turystycznej (m.in. Grupa Invia, Wakacje.pl, Grupa Szallas, Nocowanie.pl) i finansowej (Superauto.pl i Totalmoney.pl).

Nasze główne priorytety biznesowe to:

- tworzenie i dystrybucja w internecie jakościowych treści;
- angażowanie użytkowników korzystających z naszych produktów subskrypcyjnych;
- sprzedaż usług reklamowych;
- inspirowanie i pomoc użytkownikom w codziennych decyzjach zakupowych w internecie,
- oferowanie usług e-commerce'owych (finansowych i turystycznych).

Usługi Grupy WP przygotowujemy w oparciu o innowacyjne rozwiązania, które pozwalają nam na poszerzanie grupy odbiorców oraz dostarczanie dopasowanych do potrzeb użytkowników i reklamodawców usług i reklam.

Grupa prowadzi działalność w następujących obszarach:

Turystyka

Turystyka zagraniczna OTA (Wakacje.pl, Invia Group)

Grupa Wirtualna Polska Holding prowadzi działalność w segmencie turystyki, obejmującą sprzedaż i dystrybucję usług podróżniczych w modelu online. W obszarze turystyki zagranicznej Grupa rozwija platformy typu OTA/agent turystyczny, umożliwiające porównywanie i zakup ofert wielu organizatorów wyjazdów (w tym wakacji zorganizowanych) oraz wybranych produktów city break i pakietów dynamicznych, działając na rynku polskim (m.in. Wakacje.pl, Travelplanet), w pozostałych krajach regionu CEE (Invia CEE) i regionie krajów niemieckojęzycznych DACH (Invia DACH, za pośrednictwem marki Ab-in-den-urlaub).

Grupa oferuje sprzedaż wielokanałową sprzedaż w regionie Europy Środkowo-wschodniej (platforma online, aplikacja mobilna, call center i rozbudowana sieć franczyzowych punktów stacjonarnych) oraz sprzedaż online w regionie DACH.

Wakacje.pl, Travelplanet oraz Invia (CEE)

Wakacje.pl, Travelplanet oraz Invia (CEE) działają w modelu multiagenta/marketplace, zapewniając klientom możliwość porównania i zakupu ofert wielu organizatorów turystyki w jednym miejscu. Sprzedaż realizowana jest wielokanałowo, w szczególności poprzez kanały online (serwisy i aplikacje), call center oraz sieci punktów stacjonarnych opartych o model franczyzowy na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej.

Ab-in-den-urlaub (DACH)

W regionie krajów niemieckojęzycznych sprzedaż prowadzona jest m.in. za pośrednictwem marki Ab-in-den-urlaub, funkcjonującej jako platforma rezerwacyjna w modelu online, bez sieci stacjonarnej, z koncentracją na cyfrowych kanałach pozyskania i obsługi klienta.

Turystyka krajowa (Szallas Group)

W obszarze turystyki krajowej Grupa rozwija portfel serwisów rezerwacyjnych skoncentrowanych na noclegach i krótkich wyjazdach w regionie CEE, w szczególności w ramach Szallas Group (m.in. Szallas, Nocowanie, Travelminit, Hotely.cz, Spa.cz, Litoralul Romanesc). Działalność ta obejmuje budowę bazy obiektów, rozwój funkcjonalności rezerwacyjnych oraz wspieranie obiektów noclegowych w sprzedaży w kanałach online.

Pośrednictwo w sprzedaży biletów lotniczych (Fluege.de)

Grupa jest obecna w pośrednictwie w sprzedaży biletów lotniczych w regionie krajów niemieckojęzycznych DACH poprzez Fluege.de. Transakcja sprzedaży tego biznesu została ogłoszona w grudniu 2025 r., a jej zamknięcie oczekuje na uzyskanie wymaganej zgody regulacyjnej.

Reklama i Subskrypcje

Grupa WP jest jedną z największych grup internetowych w Polsce, a jej portale i usługi przyciągają 21 mln użytkowników miesięcznie. Zajmuje się tworzeniem treści, sprzedażą reklam na powierzchniach własnych i zewnętrznych, a także sprzedażą produktów subskrypcyjnych (dostęp do programów telewizyjnych za pośrednictwem usługi Pilot WP, audiobooków produkowanych i dystrybuowanych przez spółkę Audioteka, usług poczty elektronicznej).

Wirtualna Polska Media prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online oferując swoim klientom szeroką gamę produktów reklamowych w internecie. Należą do nich m.in. reklamy display, w tym m.in. reklamy wideo, reklamy wysyłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczane za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestracje, zakup towarów lub usług, lead generation, performance marketing). WP od lat rozwija sprzedaż w modelu zautomatyzowanym, który dostarcza wielu rozbudowanych metryk służących mierzalności prowadzonych kampanii.

W roku 2025 spółka przeprowadziła szereg działań w obszarze usprawnień technologicznych. Kontynuowała rozwój narzędzia WP Ads, czyli platformy, która pozwala na samodzielne planowanie i zarządzanie kampaniami reklamowymi, w tym mailingiem. WP Ads pozwala na pominięcie pośredników i zapewnia rozliczenie za faktyczną sprzedaż (ROAS).

Dodatkowo, Grupa kontynuowała prace nad rozwojem WPartner, platformy SSP (Supply-Side Platform), która pozwala innym wydawcom na skuteczną monetyzację własnych powierzchni reklamowych. Rozwiązanie

umożliwia wybór optymalnej oferty popytowej w czasie rzeczywistym, bez konieczności integracji systemów z wieloma partnerami biznesowymi. Dzięki WPartner wydawcy w jednym miejscu mają możliwość emitowania reklam z różnych źródeł (domy mediowe, klienci bezpośredni, klienci regionalni, reklama programmatic), przy zachowaniu najefektywniejszego dla nich modelu rozliczania kampanii.

Serwisy i kontent

Dziennikarze WP codziennie przygotowują dziesiątki materiałów, wśród nich wywiady, relacje wideo, opinie, reportaże i newsy. Dostarczają bieżących informacji, komentują aktualne wydarzenia i przedstawiają ciekawostki ze świata rozrywki. To dzięki nim Wirtualna Polska jest miejscem, do którego Internauci wracają każdego dnia.

Portfolio WP to szereg serwisów tematycznych. Codziennie prezentujemy najważniejsze wiadomości z kraju i ze świata, prowadzimy najpopularniejszy serwis finansowy w Polsce, dostarczamy również pełny przegląd informacji sportowych, treści motoryzacyjne, technologiczne, lifestyle i rozrywkowe.

Poczta

Usługami, które ułatwiają naszym użytkownikom komunikację są również WP Poczta i o2 Poczta. Oferują m.in. nielimitowaną pojemność skrzynki i załączniki do 100 MB. Wyróżniają się wysokim poziomem zabezpieczeń i rozwiązaniami dla biznesu.

Jednym z głównych narzędzi rozwijanych w ramach usług poczty elektronicznej jest 1login od WP. Pozwala on nie tylko na dodatkowe, dwuskładnikowe zabezpieczenie konta, ale także na prostsze logowanie do wielu innych usług. Na koniec 2025 roku poczta miała 8,4 mln użytkowników miesięcznie. Coraz więcej zewnętrznych partnerów również daje swoim odbiorcom możliwość zalogowania się i uwierzytelniania danych poprzez konto 1login od WP.

Subskrypcje (Audioteka Grup)

Grupa Wirtualna Polska konsekwentnie buduje swoją pozycję w usługach subskrypcyjnych. Do najważniejszych z nich można zaliczyć Pilot WP, który umożliwia odbiór tradycyjnej telewizji w wersji online, a także audiobooki oferowane przez Audiotekę, spółkę przejętą w 2022 r., która jest liderem polskiego rynku audiobooków. Oferuje poprzez swoją platformę ponad 30 tys. tytułów, zarówno w modelu subskrypcyjnym (Audioteka Klub), jak i w sprzedaży detalicznej (Audioteka Store). Siłą Audioteki jest rozwój treści własnych, w tym znanych Superprodukcji takich jak „Szacki”, „Terapeuta”, „Lęk wysokości”.

Finanse Konsumenckie

Superauto zajmuje się pośrednictwem w pozyskiwaniu finansowania (leasing, kredyt, ubezpieczenie) zakupu nowych samochodów przez internet i jest największą spółką pośredniczącą w sprzedaży nowych samochodów w polskim internecie. Prezentuje szeroką ofertę nowych samochodów różnych marek. Najwyższy standard obsługi, realizowany przez zespół doświadczonych doradców, pozwala klientom indywidualnym i firmom na sfinansowanie zakupu nowego samochodu w leasingu, wynajmie lub pożyczce bez wychodzenia z domu.

Totalmoney to wiodąca platforma do porównywania różnych produktów finansowych, m.in. kredytów gotówkowych. Serwisy Grupy WP porównują i pozwalają wybrać najkorzystniejsze oferty kredytów, pożyczek, kart i kont. Eksperti Totalmoney piszą prostym językiem, a tworzone przez nich treści pozwalają odnaleźć się w zawiłym świecie finansów. Dla zainteresowanych pogłębioną wiedzą przygotowują również profesjonalne rankingi i analizy.

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

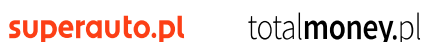
Reklama i Subskrypcje



Turystyka



Finanse konsumenckie



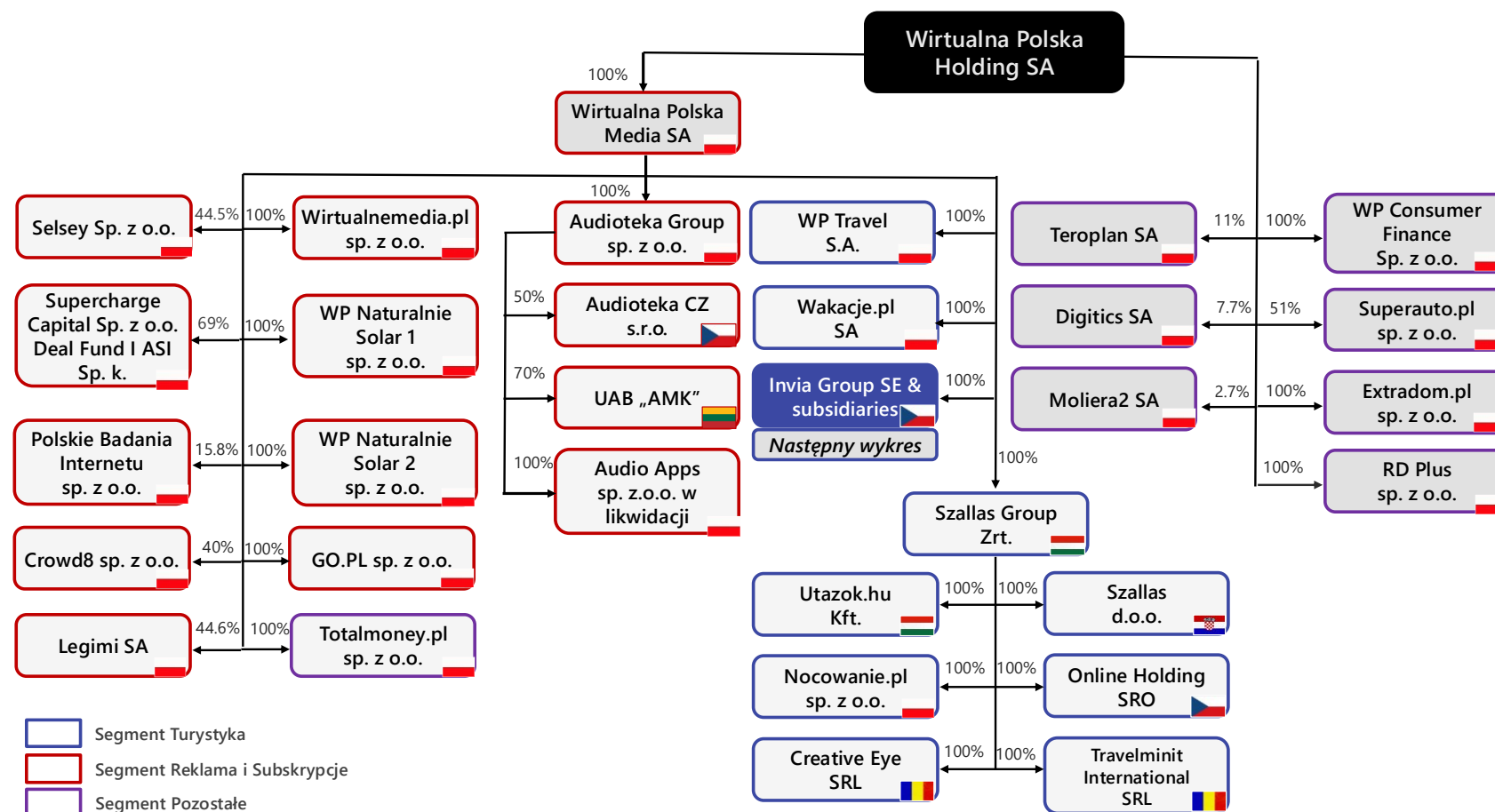
Inne



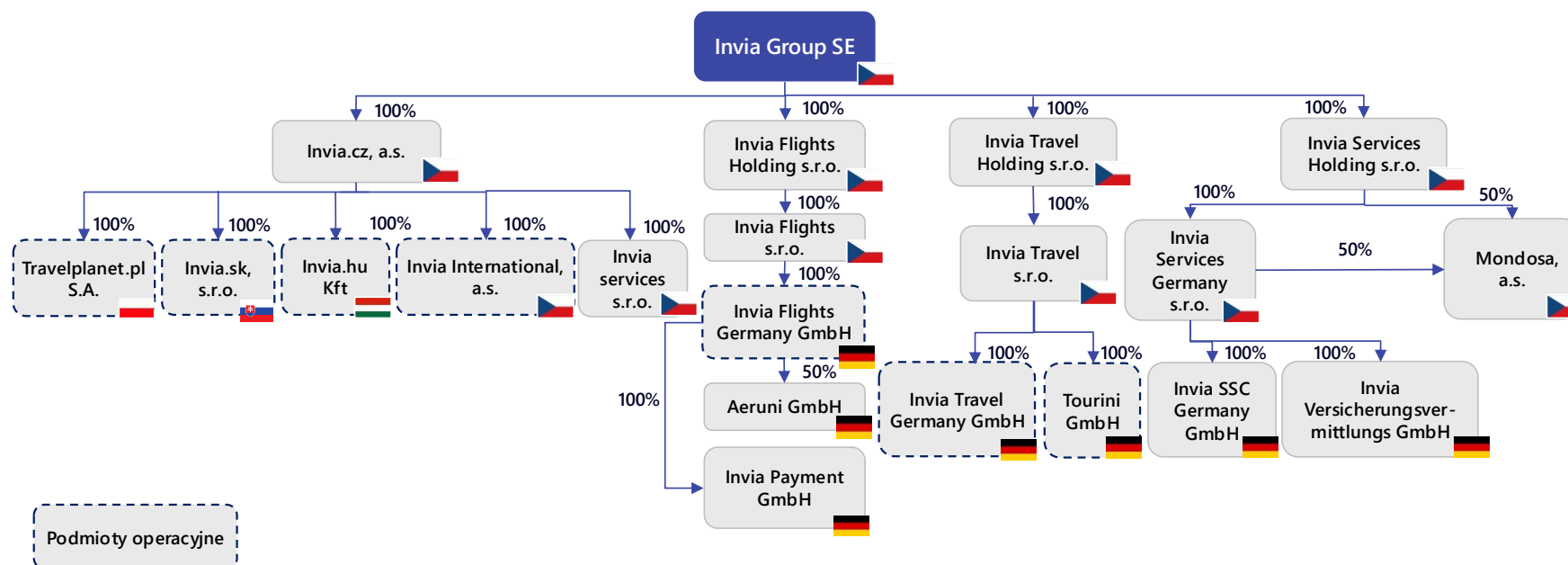
Pragniemy pozostawać partnerem pierwszego wyboru, dostarczającym angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspirującym w codziennych decyzjach. Serwisy Grupy WP przygotowujemy w oparciu o innowacyjne rozwiązania, które pozwalają nam na poszerzanie grupy odbiorców oraz precyzyjne dostarczanie usług i reklam.

STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA [ESRS 2 SBM-1]

Poniższy schemat przedstawia strukturę Grupy na dzień 31 grudnia 2025 roku.



Poniżej kontynuacja schematu przedstawiająca strukturę Invia Group SE.



I ZMIANY W SKŁADZIE I STRUKTURZE GRUPY

W dniu 16 stycznia 2025 roku został podpisany akt notarialny dotyczący powołania nowych spółek zależnych: WP Consumer Finance Sp. z o.o. oraz WP Travel SA.

W dniu 23 grudnia 2024 r. Wirtualna Polska Media SA podpisała ramową umowę dotyczącą nabycia 100% akcji w Invia Group SE z siedzibą w Pradze.

Transakcja nabycia 100% akcji w Invia Group SE została sfinalizowana w dniu 24 kwietnia 2025. W wyniku finalizacji transakcji Grupa nabyła 10 akcji Invia, stanowiących 100% kapitału zakładowego Invia. Jednocześnie rozliczono wszystkie pożyczki udzielone przez dotychczasowego właściciela ze środków pochodzących z pożyczki wewnątrzgrupowej udzielonej przez Wirtualna Polska Media SA.

Cena nabycia akcji Invia i istniejącego zadłużenia na dzień zawarcia transakcji wyniosły łącznie 242,8 mln EUR, w tym wartość istniejącego zadłużenia 52,5 mln EUR. Ostateczna całkowita wartość Transakcji, skorygowana o faktyczną wartość długu netto na dzień zamknięcia transakcji wyniosła 243,96 mln EUR i została rozliczona w lipcu 2025 r.

W dniu 18 lutego 2025 roku Grupa ogłosiła zaproszenie do składania ofert sprzedaży akcji Legimi. Transakcja została rozliczona 1 kwietnia 2025 r. Przed rozliczeniem transakcji Grupa posiadała 507.682 akcje zwykłe Legimi, stanowiące łącznie 31,37% w kapitale zakładowym Legimi i uprawniające do 25,03% głosów. Po rozliczeniu Grupa posiada 721.877 akcji zwykłych stanowiących łącznie 44,60% w kapitale zakładowym Legimi i uprawniających do 35,59% głosów na walnym zgromadzeniu Legimi.

W dniu 6 sierpnia 2025 spółka Szallas Group Zrt. nabyła pozostałe 20% udziałów w kapitale zakładowym rumuńskiej spółki Creative Eye S.R.L. za cenę 5,05 mln EUR. Transakcja ta oznacza, że Szallas Group Zrt. stał się jedynym właścicielem Creative Eye S.R.L., posiadając 100% udziałów w spółce o łącznej wartości 26,55 mln EUR. W ocenie Grupy przeniesienie prawa do pozostałych 20% udziałów, stanowiło jedynie czynność formalną i nie miało wpływu na fakt posiadania przez Grupę kontroli nad 100% udziałów spółki począwszy od 30 września 2024.

W dniu 3 listopada 2025 roku w KRS zostało zarejestrowane połączenie spółek Businessclick Sp. z o.o. oraz GO.PL Sp. z o.o. poprzez przeniesienie całego majątku Businessclick Sp. z o.o. na GO.PL Sp. z o.o.

W dniu 3 grudnia 2025 roku zawarta została warunkowa transakcja zbycia 100% udziałów w Invia Flights Germany GmbH („IFG”), przez spółkę zależną Invia Flights s.r.o., na rzecz Tongcheng International Investment Singapore Pte. Ltd.

W ramach transakcji wartość IFG w formule *Enterprise Value* została ustalona na ok. 42,3 mln EUR. Ostateczna cena sprzedaży zostanie skorygowana o wartość kapitału obrotowego netto oraz wartość zadłużenia netto IFG na dzień zamknięcia transakcji.

Transakcja została zawarta pod warunkami zawieszającymi, w tym w szczególności polegającym na uzyskaniu wymaganej zgody właściwego organu administracji publicznej w Niemczech – Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Energii (niem. *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie*; *BMWE*).

Poza opisanymi powyżej zdarzeniami nie wystąpiły istotne zmiany w strukturze kapitałowej Grupy.

I ZMIANY W STRUKTURZE GRUPY PO DACIE BILANSOWEJ

Po dniu bilansowym nie nastąpiły istotne zmiany w strukturze Grupy.

2. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING

Dane finansowe za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2025 i 2024 roku podlegały badaniu przez biegłego rewidenta, natomiast dane za okres 3 miesięcy nie podlegały badaniu ani przeglądowi biegłego. Informacje przedstawione w poniższym zestawieniu powinny być czytane łącznie z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

WYBRANE POZYCJE SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z WYNIKU FINANSOWEGO

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje sprawozdania z wyniku finansowego za rok zakończony 31 grudnia 2025 i 2024 roku.

| (w tys. zł) | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|---|---|-----------|----------|
| Segmenty łącznie | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 2 213 622 | 1 568 308 | 645 314 | 41,1% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 2 186 978 | 1 541 126 | 645 852 | 41,9% |
| Skorygowana EBITDA | 574 168 | 468 199 | 105 969 | 22,6% |
| EBITDA | 371 001 | 438 624 | (67 623) | (15,4%) |
| Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych | (244 516) | (158 989) | (85 527) | 53,8% |
| Zysk na działalności operacyjnej | 126 485 | 279 635 | (153 150) | (54,8%) |
| Wynik na działalności finansowej | (96 799) | (59 303) | (37 496) | 63,2% |
| Zysk/strata przed opodatkowaniem | 29 686 | 220 332 | (190 646) | (86,5%) |
| Zysk/strata netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej | (34 118) | 155 877 | (189 995) | (121,9%) |
| Zysk/strata netto | (22 073) | 165 890 | (187 963) | (113,3%) |
| Segment Turystyka | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 1 222 460 | 595 376 | 627 084 | 105,3% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 1 222 430 | 595 136 | 627 294 | 105,4% |
| Skorygowana EBITDA | 304 489 | 162 348 | 142 141 | 87,6% |
| Segment Reklama i Subskrypcje | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 700 524 | 745 747 | (45 223) | (6,1%) |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 674 108 | 718 565 | (44 457) | (6,2%) |
| Skorygowana EBITDA | 229 161 | 272 933 | (43 772) | (16,0%) |
| Segment Finanse konsumenckie | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 246 858 | 194 506 | 52 352 | 26,9% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 246 732 | 194 506 | 52 226 | 26,9% |
| Skorygowana EBITDA | 34 777 | 30 503 | 4 274 | 14,0% |
| Segment Pozostałe | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 55 185 | 44 272 | 10 913 | 24,7% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 55 106 | 44 272 | 10 834 | 24,5% |
| Skorygowana EBITDA | 5 741 | 2 415 | 3 326 | 137,7% |

W 2025 r. przychody gotówkowe ze sprzedaży wzrosły o 42% r/r, do 2 187,0 mln zł. Pro forma, z uwzględnieniem wyników Invia Group i Creative Eye tak jakby podmioty te zostały nabyte 1 stycznia 2024 r., a także korekty na przychodach Audioteka Group, przychody gotówkowe w 2025 r. były o 7% wyższe r/r, na poziomie 2 463,3 mln PLN.

Skorygowana EBITDA w 2025 r. wyniosła 574,2 mln zł, co oznacza wzrost o 23% r/r, głównie w związku z uwzględnieniem po raz pierwszy wyników Invia Group (od maja 2025 r.). EBITDA w tym okresie została

skorygowana o 203,2 mln zł, czyli przede wszystkim o wpływ odpisu z tytułu utraty wartości firmy (*goodwill*) Szallas Group oraz o wpływ kosztów transakcyjnych związanych z działaniami w obszarze fuzji i przejęć, w tym z finalizacją przejęcia Invia Group (zamknięcie transakcji nastąpiło 24 kwietnia 2025 r.). Dodatkowo, część kosztów było związane z restrukturyzacją zatrudnienia w Invia Group.

Pro forma, z uwzględnieniem wyników Invia Group i Creative Eye tak jakby podmioty te zostały nabyte 1 stycznia 2024 r., **skorygowana EBITDA zmniejszyła się o 2% r/r i była na poziomie 630,7 mln PLN.**

Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych w 2025 r. wyniosła 244,5 mln zł. Część amortyzacji stanowi amortyzacja zidentyfikowanych aktywów niematerialnych w ramach alokacji ceny nabycia (PPA), na poziomie ok. 80 mln PLN w skali roku.

Wynik na działalności finansowej w 2025 r. był ujemny, na poziomie -96,8 mln zł, w porównaniu do -59,3 mln zł w 2024 r. Koszt odsetek i prowizji wyniósł 107,5 mln zł i był o 75% wyższy r/r, w związku ze wzrostem kosztów obsługi zadłużenia na skutek finansowania przejęcia Invia Group, sfinalizowanego 24 kwietnia 2025 r.

Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej w 2025 r. był ujemny, na poziomie -34,1 mln zł, w porównaniu do 155,9 mln zł przed rokiem, i był pod negatywnym wpływem odpisu z tytułu utraty wartości firmy (*goodwill*) Szallas Group w wysokości 146,5 mln PLN, jednorazowych kosztów związanych z działaniami w obszarze fuzji i przejęć oraz restrukturyzacji zatrudnienia w Invia Group, rozpoznanej wyższej amortyzacji (PPA) oraz wyższych kosztów finansowych związanych z zaciągnięciem długu na sfinansowanie akwizycji Invia Group.

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w 2025 r. były wyższe o 7% r/r, na poziomie 404,8 mln zł. Zmiana kapitału obrotowego w całym 2025 r. wyniosła -48,5 mln PLN i była spowodowane przede wszystkim z ujęciem wyników Invia Group od maja 2025 r., która z uwagi na typową sezonowość generacji gotówki, rozpoznaje wysoką generację gotówki w pierwszej połowie roku, która w części nie została uwzględniona w skonsolidowanych przepływach pieniężnych w całym 2025 r. – w związku z zamknięciem transakcji pod koniec kwietnia 2025 r. Pozytywna zmiana w kapitale obrotowym w pierwszej połowie roku odzwierciedla sezonowość typową dla biznesu zajmującego się pośrednictwem w rezerwacji usług turystycznych (OTA). Sezonowość ta polega na dużej skali przedpłat w pierwszym półroczu i regulowaniu powstałych z tego tytułu zobowiązań po sezonie wakacyjnym, co skutkuje istotną negatywną zmianą kapitału obrotowego w drugim półroczu.

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej w 2025 r. wyniosły -1 125,0 mln zł. Wydatki na nabycie aktywów niematerialnych i rzeczowych aktywów trwałych (CAPEX) w tym okresie wyniosły 186,9 mln zł. Grupa wydała 877,1 mln zł na akwizycję Invia Group (zakup został sfinansowany kredytem bankowym).

[ESRS 2 SBM-1]

Przychody i skoryg. EBITDA segmentów działalności w 2025 r. i 2024 r. w ujęciu pro forma (z uwzględnieniem wyników Invia Group i Creative Eye tak jakby podmioty te zostały nabyte 1 stycznia 2024 r., a także korekty na przychodach Audioteka Group):

| (w tys. zł) | 2025 PF | 2024 PF | Zmiana % |
|---|------------------|------------------|------------|
| Przychody ogółem | 2 489 921 | 2 331 023 | 7% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 2 463 277 | 2 303 841 | 7% |
| Przychody gotówkowe - Reklama i Subskrypcje | 674 110 | 682 351 | -1% |
| Przychody - Turystyka | 1 498 731 | 1 394 305 | 7% |
| Przychody - Finanse konsumenckie | 246 733 | 194 506 | 27% |
| Przychody - Pozostałe | 55 108 | 44 295 | 24% |
| Przychody - Barter | 26 644 | 27 182 | -2% |
| Eliminacja przychodów wewnątrzgrupowych pomiędzy segmentami | -11 406 | -11 616 | |
| Skorygowana EBITDA | 630 732 | 643 840 | -2% |
| Reklama i Subskrypcje | 229 161 | 272 933 | -16% |
| Turystyka | 361 053 | 337 989 | 7% |
| Finanse konsumenckie | 34 777 | 30 503 | 14% |
| Pozostałe | 5 741 | 2 415 | 138% |

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje sprawozdania z wyniku finansowego za IV kwartał 2025 i 2024 roku.

| (w tys. zł) | Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2025 | Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--|--|-----------|----------|
| Segmenty łącznie | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 578 613 | 400 202 | 178 411 | 44,6% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 567 216 | 392 404 | 174 811 | 44,5% |
| Skorygowana EBITDA | 124 859 | 131 859 | (7 000) | (5,3%) |
| EBITDA | (25 716) | 119 546 | (145 262) | (121,5%) |
| Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych | (67 486) | (41 969) | (25 517) | 60,8% |
| Zysk na działalności operacyjnej | (93 202) | 77 577 | (170 779) | (220,1%) |
| Wynik na działalności finansowej | (26 861) | (13 735) | (13 126) | 95,6% |
| Zysk/strata przed opodatkowaniem | (120 063) | 63 842 | (183 905) | (288,1%) |
| Zysk/strata netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej | (130 732) | 44 944 | (175 676) | (390,9%) |
| Zysk/strata netto | (127 093) | 47 895 | (174 988) | (365,4%) |
| Segment Turystyka | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 288 115 | 116 578 | 171 537 | 147,1% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 288 088 | 116 338 | 171 750 | 147,6% |
| Skorygowana EBITDA | 44 364 | 22 766 | 21 598 | 94,9% |
| Segment Reklama i Subskrypcje | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 209 362 | 223 520 | (14 158) | (6,3%) |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 198 045 | 215 722 | (17 677) | (8,2%) |
| Skorygowana EBITDA | 70 861 | 99 533 | (28 672) | (28,8%) |
| Segment Finanse konsumenckie | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 69 657 | 49 422 | 20 235 | 40,9% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 69 623 | 49 422 | 20 201 | 40,9% |
| Skorygowana EBITDA | 8 903 | 8 751 | 152 | 1,7% |
| Segment Pozostałe | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 14 359 | 12 220 | 2 139 | 17,5% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 14 336 | 12 220 | 2 116 | 17,3% |
| Skorygowana EBITDA | 730 | 809 | (79) | (9,8%) |

Pro forma, z uwzględnieniem wyników Invia Group (przejętej w kwietniu 2025 r.) tak jakby zostały nabyte 1 stycznia 2024 r., przychody gotówkowe w IV kw. 2025 r. wzrosły o 8% r/r, do 567,2 mln zł, a skoryg. EBITDA zmniejszyła się o 14% r/r, do 124,9 mln zł.

- W segmencie Turystyka przychody pro forma wzrosły o 10% r/r, do 288,1 mln zł, w wyniku silnego wzrostu przychodów w obszarze turystyki zagranicznej (sprzedaż pakietów wyjazdów zagranicznych w modelu OTA). Skoryg. EBITDA segmentu pro forma zwiększyła się o 24% r/r, do 44,4 mln zł. Największy wzrost EBITDA segmentu odnotowano w obszarze turystyki zagranicznej w regionie CEE, co było wspierane przez rosnący popyt na wyjazdy zagraniczne w regionie, a także optymalizację kosztową po integracji z Invia Group, zwłaszcza w obszarze kosztów marketingu.
- W segmencie Reklama i Subskrypcje przychody gotówkowe były niższe o 2% r/r (vs pro forma, uwzględniając zmianę w sposobie rozpoznawania przychodów w Audioteka Group) w wysokości 198,0 mln zł. Z jednej strony Grupa obserwowała negatywny wpływ trudnego otoczenia rynkowego w obszarze reklamy online display, a z drugiej pozytywne trendy w obszarze subskrypcji. Skoryg. EBITDA zmniejszyła się o 29% r/r, co było związane przede wszystkim ze spadkiem przychodów reklamowych, inwestycjami w produkt mediowy (tj. jakościowe dziennikarstwo, produkcje video, algorytmy AI do rekomendacji treści, rozwój produktów reklamowych wspieranych AI - WP Booster, rozwój narzędzi WP ADS), a także wzrostem kosztów bezpośrednich, w tym m.in. kosztów powierzchni zewnętrznych

WPartner, treści licencjonowanych WKreator oraz audiobooków. Dodatkowo, na wyniki segmentu w IV kw. 2025 r. wpłynął koszt wizerunkowej kampanii reklamowej WP.

- W segmencie Finanse Konsumenckie, przychody wzrosły o 41% r/r, do 69,6 mln zł. W Superauto, w głównej działalności pośrednictwa w finansowaniu przychody zanotowały dwucyfrową dynamikę wzrostu. Skoryg. EBITDA segmentu zwiększyła się o 2% r/r, do 8,9 mln zł.

EBITDA w IV kwartale 2025 r. została skorygowana o 150,6 mln zł, przede wszystkim o:

- Wpływ odpisu / utraty wartości aktywów (wartości firmy goodwill) jednostki zależnej Szallas Group w wysokości 146,5 mln zł.
- koszty transakcyjne związanych z działaniami w obszarze fuzji i przejęć, w tym z podpisaniem umowy sprzedaży Fluege.de oraz koszty restrukturyzacji zatrudnienia, głównie w Invia Group, wynikającą ze zmian w strukturze organizacyjnej po przejęciu przez WPH. W związku z tym poniesiono jednorazowe koszty odpraw, które skutkować będą oszczędnościami kosztowymi w kolejnych okresach.
- Rozwiązanie rezerwy utworzonej na zobowiązania z tytułu wynagrodzeń w ramach długoterminowego programu motywacyjnego (long term incentive plan) w związku z utratą praw do programu przez jednego z menadżerów.

Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych w IV kw. 2025 r. wyniosła 67,5 mln zł, o 25,5 mln zł więcej w porównaniu do IV kw. 2024 r. Pro forma, z ujęciem amortyzacji Invia Group i Creative Eye również w okresie porównywalnym, amortyzacja zwiększyła się o 3,6 mln zł r/r. Grupa szacuje, że amortyzacja zidentyfikowanych aktywów niematerialnych w ramach alokacji ceny nabycia (PPA – purchase price allocation) wynosi ok. 20 mln zł kwartalnie.

Wynik na działalności finansowej w IV kwartale 2025 r. był ujemny, na poziomie -26,9 mln zł, w porównaniu do -13,7 mln zł w IV kw. 2024 r. W IV kw. 2025 roku koszty finansowe z tytułu odsetek i prowizji wyniosły 31,7 mln zł (wzrost o 105% r/r), co było związane ze wzrostem zadłużenia na skutek finansowania akwizycji Invia Group w kwietniu 2025 r.

Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej w IV kw. 2025 r. był negatywny na poziomie -130,7 mln zł, w porównaniu do 44,9 mln zł w IV kw. 2024 r. Zysk netto był pod negatywnym wpływem przede wszystkim odpisu na wartości firmy (goodwill) Szallas Group w wysokości 146,5 mln PLN. Dodatkowo, zysk netto był również pod wpływem dodatkowej amortyzacji zidentyfikowanych aktywów niematerialnych w ramach alokacji ceny nabycia (PPA – purchase price allocation), a także wyższych kosztów finansowych związanych z zaciągnięciem długu na sfinansowanie akwizycji Invia Group.

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w IV kw. 2025 były na poziomie 114,1 mln PLN, w porównaniu do 67,0 mln PLN w IV kw. 2024 r.

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej w IV kw. 2025 r. wyniosły -52,0 mln zł. Wydatki na nabycie aktywów niematerialnych i rzeczowych aktywów trwałych (CAPEX) w IV kw. 2025 r. wyniosły 53,7 mln zł.

Dług netto na koniec grudnia 2025 r. według MSSF 16 wyniósł 1 482,4 mln zł, w porównaniu do **1.486,0 mln zł** na koniec września 2025 r. Wskaźnik długu netto do skoryg. EBITDA pro forma na koniec grudnia 2025 r. wyniósł 2,3x (uwzględniając środki pieniężne Invia Flights).

Przychody i skoryg. EBITDA segmentów działalności w IV kw. 2025 r. i 2024 r. w ujęciu pro forma (z uwzględnieniem wyników Invia Group i Creative Eye tak jakby podmioty te zostały nabyte 1 stycznia 2024 r., a także korekty na przychodach Audioteka Group):

| (w tys. zł) | 4Q 2025 | 4Q 2024 PF | Zmiana % |
|---|----------------|----------------|-------------|
| Przychody ogółem | 578 613 | 531 069 | 9% |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 567 216 | 523 271 | 8% |
| Przychody gotówkowe - Reklama i Subskrypcje | 198 045 | 201 706 | -2% |
| Przychody - Turystyka | 288 088 | 261 462 | 10% |
| Przychody - Finanse konsumenckie | 69 623 | 49 422 | 41% |
| Przychody - Pozostałe | 14 336 | 12 243 | 17% |
| Przychody - Barter | 11 397 | 7 798 | 46% |
| Eliminacja przychodów wewnątrzgrupowych pomiędzy segmentami | -2 877 | -1 561 | |
| Skorygowana EBITDA | 124 859 | 144 112 | -14% |
| Reklama i Subskrypcje | 70 861 | 99 533 | -29% |
| Turystyka | 44 364 | 35 829 | 24% |
| Finanse konsumenckie | 8 903 | 8 751 | 2% |
| Pozostałe | 730 | 809 | -10% |

PERSPEKTYWY NA PIERWSZY KWARTAŁ 2026 R.

Segment Reklama i Subskrypcje:

Grupa spodziewa się niskiego jednocyfrowego wzrostu przychodów r/r w segmencie Reklama i Subskrypcje (w odniesieniu do pierwszego kwartału 2025 r.), przede wszystkim dzięki poprawie dynamiki przychodów reklamowych i dalszemu wzrostowi przychodów subskrypcyjnych. Jednocześnie Grupa kontynuuje i weryfikuje inwestycje (tj. jakościowe dziennikarstwo, produkcje video (w lutym i marcu uruchomiono 5 nowych programów), algorytm AI do rekomendacji treści, produkty reklamowe AI WP Booster, rozwój WP ADS, WPartnera i WKreatora), co wpływa na wzrost kosztów operacyjnych w porównaniu r/r, przekładając się na niższy poziom marżowości.

Segment Turystyka:

W okresie od stycznia do lutego 2026 r., przychody segmentu Turystyka rosły w tempie wysoko jednocyfrowym w ujęciu r/r. Jednocześnie w marcu 2026 r. Grupa zaczęła obserwować negatywny wpływ konfliktu geopolitycznego na liczbę rezerwacji, co przełożyło się na spadek r/r przychodów segmentu w marcu 2026 r.

Zarówno w I kwartale 2026 r., jak i w kolejnych okresach wyniki segmentu mogą jednak pozostawać pod wpływem sytuacji geopolitycznej dotyczącej kluczowych kierunków turystycznych, w szczególności Turcji i Egiptu, które odpowiadają za ok. 30-50% sprzedaży biur podróży na rynkach Polski, Czech i Niemiec. Na dzień sporządzenia raportu destynacje te pozostają otwarte i funkcjonują operacyjnie, jednak dalszy rozwój sytuacji oraz jego wpływ na zachowania konsumentów i decyzje zakupowe klientów pozostają trudne do przewidzenia. Ewentualny wzrost niepewności może wpływać na tempo rezerwacji oraz strukturę popytu, przy jednoczesnym ograniczeniu możliwości pełnego przesunięcia sprzedaży na inne kierunki z uwagi na dostępność oferty. W rezultacie w kolejnych kwartałach może wystąpić niższa dynamika sprzedaży, brak wzrostu przychodów lub ich przejściowy spadek. Jednocześnie prowizyjny model działalności ogranicza ryzyko ponoszenia istotnych strat, zmniejszając wrażliwość modelu OTA na krótkoterminową zmienność popytu. [ESRS 2 BP-2]

Skonsolidowane wyniki Grupy za 2025 oraz 2024 rok uwzględniały wyniki następujących jednostek zależnych

| Lp. | Nazwa podmiotu zależnego | % posiadanych udziałów | Okres objęty konsolidacją | |
|-----|----------------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------|
| | | | 31 grudnia 2025 | 31 grudnia 2024 |
| 1 | Wirtualna Polska Media S.A. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 2 | Totalmoney.pl Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 3 | Wakacje.pl S.A. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 4 | Extradom.pl Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 5 | Superauto.pl Sp. z o.o. | 51% | pełen okres | pełen okres |
| 6 | RD Plus Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 7 | WP Naturalnie Solar 1 Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 8 | Grupa Audioteka | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 9 | Grupa Szallas | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 10 | WP Naturalnie Solar 2 Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | pełen okres |
| 11 | Wirtualnemedia.pl Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | od 12 stycznia 2024 |
| 12 | GO.pl Sp. z o.o. | 100% | pełen okres | od 1 kwietnia 2024 |
| 13 | Creative Eye S.R.L. | 100% | pełen okres | od 30 września 2024 |
| 14 | WP Consumer Finance Sp. z o.o. | 100% | od 16 stycznia 2025 | - |
| 15 | WP Travel S.A. | 100% | od 16 stycznia 2025 | - |
| 16 | Grupa Invia | 100% | od 24 kwietnia 2025 | - |

PODSUMOWANIE WYNIKÓW GŁÓWNYCH OBSZARÓW DZIAŁALNOŚCI WIRTUALNA POLSKA HOLDING

Poniżej przedstawiamy podsumowanie sytuacji finansowej i obecnych trendów wpływających na główne segmenty działalności Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding S.A.

I TURYSTYKA

Przychody segmentu w IV kw. 2025 r. wzrosły o 147% r/r, do 288,1 mln PLN, a skorygowana EBITDA o 95% r/r, co było związane przede wszystkim z ujęciem po raz pierwszy przychodów Invia Group i Creative Eye (przejętych odpowiednio w kwietniu 2025 r. i wrześniu 2024 r.).

W całym 2025 r. przychody wzrosły o 105%, do 1 222,5 mln PLN, a skorygowana EBITDA o 88% do 304,5 mln PLN.

Raportowane wyniki segmentu w IV kwartale 2025 r. i w całym 2025 r. były pod pozytywnym wpływem ujęcia po raz pierwszy EBITDA Invia Group, za okres od maja 2025 r.

Pro forma, uwzględniając wyniki Invia Group i Creative Eye w wynikach okresu porównawczego tak jakby podmioty te zostały nabyte 1 stycznia 2024 r, w IV kwartale 2025 r. przychody segmentu Turystyka wzrosły o 10% r/r, a skorygowana EBITDA o 24% r/r. W całym 2025 r., pro forma, przychody i skoryg. EBITDA segmentu wzrosły o 7%.

Wyniki segmentu Turystyka charakteryzują się wysoką sezonowością, z największym udziałem przychodów i EBITDA raportowanym w trzecim kwartale.

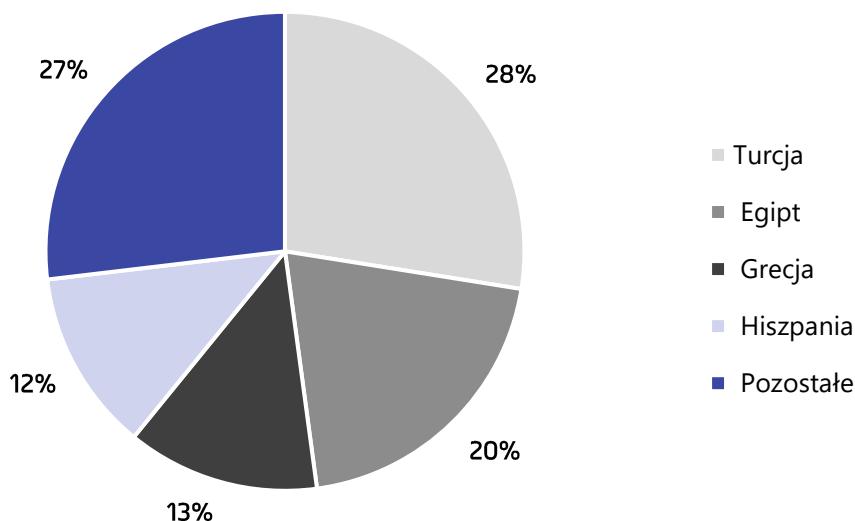
Turystyka zagraniczna (Invia Group, Wakacje.pl):

W grudniu 2024 r. Grupa ogłosiła zamiar przejęcia 100% akcji Invia Group, grupy turystycznej działającej w krajach niemieckojęzycznych, a także w Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. Transakcja została sfinalizowana 24 kwietnia 2025 r., a wyniki Invia Group zostały po raz pierwszy ujęte od maja 2025 r. Akwizycja ta istotnie zwiększy segment Turystyki, a także pozwoli na umocnienie udziału Grupy w rynku w regionie.

W kolejnych okresach wyniki segmentu mogą jednak pozostawać pod wpływem sytuacji geopolitycznej dotyczącej kluczowych kierunków turystycznych, w szczególności Turcji i Egiptu, które odpowiadają za istotną część sprzedaży biur podróży na rynkach Polski, Czech i Niemiec. Na dzień sporządzenia raportu destynacje te pozostają otwarte i funkcjonują operacyjnie, jednak dalszy rozwój sytuacji oraz jego wpływ na zachowania konsumentów i decyzje

zakupowe klientów pozostają trudne do przewidzenia. Ewentualny wzrost niepewności może wpływać na tempo rezerwacji oraz strukturę popytu, przy jednoczesnym ograniczeniu możliwości pełnego przesunięcia sprzedaży na inne kierunki z uwagi na dostępność oferty. W rezultacie w kolejnych kwartałach może wystąpić niższa dynamika sprzedaży, brak wzrostu przychodów lub ich przejściowy spadek. Jednocześnie prowizyjny model działalności ogranicza ryzyko ponoszenia istotnych strat, zmniejszając wrażliwość modelu OTA na krótkoterminową zmienność popytu.

**Destynacje turystyczne na rynku pakietowanych wyjazdów turystycznych
oferowanych przez biura podróży**



Źródło: Wakacje.pl, Travelplanet, Invia CEE, Ab-in-den-Urlaub

W obszarze CEE:

W IV kw. i w całym 2025 roku spółka obserwowała kontynuację silnego popytu na turystykę zagraniczną w regionie CEE.

W całym 2025 r. liczba rezerwacji w obszarze sprzedaży pakietów turystyki zagranicznej w regionie CEE była o kilkanaście procent wyższa r/r, a średnia wartość rezerwacji wzrosła o ok. 3% r/r.

W Polsce, według danych Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, w IV kw. 2025 r. wolumen rezerwacji wycieczek sprzedanych przez biura podróży był o 15% wyższy w porównaniu do IV kw. 2024 r. Jednocześnie, wolumen sprzedaży w IV kw. był o 81% wyższy niż w przed pandemicznym IV kw. 2019 r. W całym 2025 r. wolumen rezerwacji wzrósł o 14% r/r i był o 79% powyżej 2019 r.

Obecnie najistotniejszym czynnikiem ryzyka dla segmentu pozostaje sytuacja geopolityczna na Bliskim Wschodzie, w szczególności w odniesieniu do Turcji i Egiptu, które według szacunków odpowiadają łącznie za ok. 40–50% przychodów biur podróży na kluczowych rynkach działalności Grupy, w związku z czym ewentualne pogorszenie sytuacji w tych kierunkach mogłoby wpływać na popyt, tempo rezerwacji oraz strukturę sprzedaży.

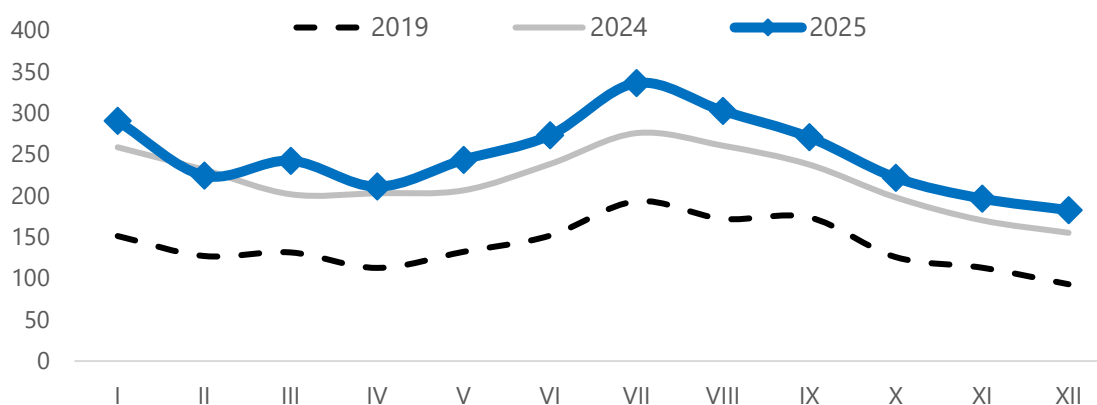
W dłuższym terminie, do głównych czynników wzrostu spółki Zarząd zalicza:

- (1) dalszy wzrost liczby sprzedawanych wycieczek w regionie CEE (co jest związane z wciąż relatywnie niską liczbą sprzedawanych wycieczek per capita w porównaniu do rynków zachodnich);
- (2) planowany dalszy wzrost udziału w rynku;
- (3) rosnącą popularność wysokomarżowego kanału sprzedaży full online.

Dodatkowo, na wzrost Grupy w regionie CEE pozytywnie wpłynęło przejęcie Invia Group i współpraca pomiędzy markami w regionie (Wakacje.pl, Invia, Travelplanet). Proces integracji (post-merger integration) przynosi już teraz wymierne efekty w postaci znaczącej poprawy efektywności zarządzania oraz wzrostów wynikających z realizowanych inicjatyw, zwłaszcza w obszarze marketingu.

Wśród czynników ryzyka Zarząd identyfikuje wpływ otoczenia makroekonomicznego na wydatki konsumenckie, braki kadrowe w sektorze turystycznym oraz ryzyka geopolityczne

Polska: Liczba rezerwacji wycieczek sprzedanych przez biura podróży (imprezy lotnicze, w tysiącach)



Źródło: Turystyczny Fundusz Gwarancyjny; imprezy turystyczne i powiązane usługi turystyczne z wyłączeniem Polski i krajów sąsiadujących

W obszarze DACH:

W 2025 roku w regionie DACH, odnotowano ograniczony popyt rynkowy. Podniesiona wrażliwość cenowa i utrzymująca się niepewność makroekonomiczna w Niemczech skłaniały konsumentów do opóźniania rezerwacji lub poszukiwania tańszych pakietów i atrakcyjnych cenowo destynacji. Zgodnie z szacunkami rynkowymi, wartość rynku turystycznego wzrosła jedynie o 2% r/r, podczas gdy wolumen rezerwacji pozostała na poziomie zbliżonym do ubiegłego roku. Jednocześnie, w IV kw. 2025 r. widoczne było postępujące przyspieszanie rozpoczęcia sezonu first-minute, z historycznie wysokiego stycznia, na listopad oraz grudzień.

Na rynku niemieckim obserwuje się kontynuację przesuwania sprzedaży wycieczek do kanału online (kanał ten rośnie szybciej niż rynek turystyczny), co stanowi pozytywny trend dla niemal w pełni internetowej platformy Ab-in-den-urlaub.

W 2025 r. porównaniu rok do roku, EBITDA obszaru turystyki zagranicznej w regionie DACH była pod wpływem relatywnie wysokich wyników z połowy 2024 roku, kiedy to krótkoterminowy wzrost popytu nastąpił po upadku touroperatora FTI, a podróżni ponownie rezerwowali swoje wyjazdy po otrzymaniu rekompensaty z funduszu gwarancyjnego. W trakcie 2025 r. Grupa prowadziła optymalizację oferty voucherów w celu zmniejszenia zależności od tego produktu – standardowego elementu niemieckiego rynku turystycznego – w celu poprawy rentowności. Działania te tymczasowo wpłynęły na poziom TTV oraz przychodów. Dodatkowo, w 2025 r. Grupa podjęła szereg działań w kierunku zwiększenia efektywności zakupu ruchu (*performance marketing*).

W kolejnych okresach Grupa spodziewa się dalszego umacniania kanałów sprzedaży online na rynku turystycznym, co przyniesie korzyści Grupie Invia i jej głównej marce OTA na rynku DACH – Ab-in-den-urlaub. Grupa planuje dalsze zwiększanie efektywności marketingowej, wzmocnienie pozycji rynkowej marki, a także działania mające na celu poprawę doświadczenia użytkowników oraz rozwiązań technologicznych.

Obecnie najistotniejszym czynnikiem ryzyka dla segmentu pozostaje sytuacja geopolityczna na Bliskim Wschodzie, w szczególności w odniesieniu do Turcji i Egiptu, które według szacunków odpowiadają łącznie za ok. 45% destynacji turystycznych w regionie DACH.

Turystyka krajowa (Szallas Group):

Grupa Wirtualna Polska jest istotnym graczem na rynku turystyki krajowej w regionie Europy Środkowo-Wschodniej dzięki posiadanej Szallas Group, przejętej w 2022 r. Szallas Group jest właścicielem platform turystycznych do rezerwacji zakwaterowania na Węgrzech oraz w Czechach, Rumunii, Polsce i Chorwacji, co wzmacnia pozycję Grupy w tym segmencie. Dodatkowo, we wrześniu 2024 r. Grupa Szallas sfinalizowała przejęcie Creative Eye, właściciela rumuńskiej platformy do rezerwacji obiektów turystycznych Litoralul Romanesc.

W 2025 r. polska spółka Nocowanie kontynuowała proces stopniowej transformacji modelu biznesowego, z subskrypcyjnego na transakcyjny, co przekłada się negatywnie na rentowność spółki w krótkim terminie.

W marcu 2026 r. Grupa poinformowała, że przeprowadzone testy na trwałą utratę wartości wykazały konieczność dokonania odpisu wartości aktywów (wartości firmy goodwill) Szallas Group w wysokości 146.5 mln PLN. Wśród głównych czynników przyczyniających się do utraty wartości Zarząd zidentyfikował migrację na wadliwą platformę technologiczną, zbyt wolną transformację modelu biznesowego Spółki w Polsce z działalności ogłoszeniowej do rezerwacyjnej, niewłaściwe rekrutacje, błędną decyzję o centralizacji funkcji, a dodatkowo m.in. zbyt niskie historycznie wydatki na marketing wizerunkowy, rosnące koszty pozyskania klientów (szczególnie w ekosystemie Google), zniesienie tzw. price parity oraz wygaszanie programów rządowego dofinansowania wyjazdów krajowych na Węgrzech i w Rumunii. W Grupie podjęto już szereg działań naprawczych, mających na celu stabilizację zespołu zarządzającego grupą, znaczącą poprawę jakości i efektywności platformy technologicznej, restrukturyzację zatrudnienia, a także wzmocnienie lokalnych marek i efektywności marketingu.

W IV kw. 2025 r. wynik EBITDA w obszarze turystyki krajowej był ujemny, co jest związane z typową sezonowością tego biznesu, kiedy rozpoznawane są straty w I, II i IV kwartale, z wysokim poziomem EBITDA rozpoznawanym w III kw. (rozpoznawanie przychodów w momencie realizacji noclegu).

Od początku roku 2025 r. rynek turystyki krajowej w regionie CEE pod względem wolumenów noclegów utrzymywał się kilka procent powyżej poziomu z 2024 r. W okresie styczeń–listopad 2025 r. na Węgrzech, będących największym rynkiem Grupy w tym segmencie, wolumen noclegów wzrósł w tempie średnio-jednocyfrowym, będąc wciąż poniżej poziomu z 2019 r. Rynek turystyki krajowej na Węgrzech jest wciąż pod presją niesprzyjającego otoczenia makroekonomicznego (PKB w 2025 r. wzrosło jedynie o ok. 0,4%). Jednocześnie w Polsce odnotowano wyraźniejszy, wysoko jednocyfrowy wzrost wolumenów (źródło: Eurostat). Grupa oczekuje, że poprawa sytuacji makroekonomicznej oraz spadek inflacji w regionie CEE będą sprzyjały dalszemu rozwojowi rynku turystyki krajowej w kolejnych okresach.

Segment Turystyka Pro Forma:

| mIn PLN | 1Q24 | 2Q24 | 3Q24 | 4Q24 | 1Q24 PF | 2Q24 PF | 3Q24 PF | 4Q24 PF |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Przychody | 126,0 | 144,5 | 208,4 | 116,6 | 342,3 | 342,9 | 447,6 | 261,5 |
| PF vs zaraportowane | | | | | +216,3 | +198,5 | +239,2 | +144,9 |
| Skoryg. EBITDA | 22,8 | 31,4 | 85,3 | 22,8 | 71,0 | 67,8 | 163,4 | 35,8 |
| PF vs zaraportowane | | | | | +48,1 | +36,4 | +78,0 | +13,1 |

Przejęcie spółki Creative Eye we wrześniu 2024 r. (wyniki pro forma za 2024):

30 września 2024 r. Grupa sfinalizowała przejęcie Creative Eye, do której należy rumuńska platforma turystyczna Litoralul Romanesc. Spółka, z uwagi na typową sezonowość tego biznesu, rozpoznaje straty w I, II i IV kwartale, z wysokim poziomie EBITDA rozpoznawanym w III kw.

Przejęcie Invia Group w kwietniu 2025 r. (wyniki pro forma za 2024):

24 kwietnia 2025 r. Grupa sfinalizowała przejęcie Invia Group, jednej z największych grup turystycznych działających w Europie Środkowej oraz w krajach niemieckojęzycznych (DACH). Invia prowadzi działalność m.in. w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Czechach, Słowacji, na Węgrzech oraz w Polsce.

Aby umożliwić porównywalność danych, prezentujemy dane pro forma za poszczególne kwartały 2024 roku, tak, jakby wyniki Creative Eye oraz Invia Group były ujmowane od początku 2024 r.

I REKLAMA I SUBSKRYPCJE

W 2025 r. przychody gotówkowe segmentu w ujęciu pro forma (uwzględniając zmianę w sposobie rozpoznawania przychodów w Audioteka Group) były niższe o 1% r/r, na poziomie 674,1 mln PLN. Skorygowana EBITDA w 2025 r. była niższa o 16% r/r, co było związane z:

- 1) spadkiem przychodów reklamowych, przy jednoczesnym wzroście przychodów z subskrypcji;
- 2) inwestycjami w produkt mediowy (tj. jakościowe dziennikarstwo, produkcje video, algorytmy AI do rekomendacji treści, rozwój produktów reklamowych wspieranych AI - WP Booster, rozwój narzędzi WP ADS),
- 3) wzrostem kosztów bezpośrednich, w tym m.in. kosztów powierzchni zewnętrznych WPartner, treści licencjonowanych WKreator oraz audiobooków,
- 4) wzrostem kosztów pośrednich m.in. na skutek zrealizowanej kampanii reklamowej w IV kw. 2025 r.

W IV kwartale 2025 r. w segmencie Reklama i Subskrypcje przychody gotówkowe były niższe o 2% r/r, (vs pro forma, uwzględniając zmianę w sposobie rozpoznawania przychodów w Audioteka Group), w wysokości 198,0 mln PLN. W IV kwartale 2025 r. z jednej strony Grupa obserwowała negatywny wpływ trudnego otoczenia rynkowego w obszarze reklamy online display, a z drugiej pozytywne trendy w obszarze subskrypcji. Skoryg. EBITDA zmniejszyła się o 29% r/r.

W lipcu 2023 r. Grupa dokonała zakupu akcji Grupy Audioteka, zwiększając swój udział w tej spółce do 100%, w porównaniu do 59,5% na koniec czerwca 2023 r. Dzięki przejęciu Audioteki, Grupa WP znacząco wzmocniła obszar subskrypcji. Długoterminowym celem jest zwiększenie udziału tego obszaru w przychodach segmentu. Sprzedaż subskrypcyjna audiobooków charakteryzuje się niższą bazową rentownością w porównaniu do sprzedaży reklam, co wpływa na rentowność całego segmentu Reklama i Subskrypcje.

W nadchodzących kwartałach Grupa spodziewa się kontynuacji wzrostu udziału reklamy internetowej w całym rynku reklamy. Jednocześnie, Grupa obserwuje istotny wpływ potencjalnego wzrostu/spadku niepewności w otoczeniu gospodarczo-politycznym na rynek reklamy. Rynek reklamy jest silnie zależny od sytuacji makroekonomicznej, mierzonej m.in. wzrostem PKB, oraz nastrojami konsumenckimi.

Segment Reklama i Subskrypcje Pro Forma:

| mln PLN | 1Q24 | 2Q24 | 3Q24 | 4Q24 | 1Q24 PF | 2Q24 PF | 3Q24 PF | 4Q24 PF |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Przychody | 161,3 | 174,1 | 167,4 | 215,7 | 154,1 | 167,0 | 159,5 | 201,7 |
| PF vs zaraportowane | | | | | -7,2 | -7,1 | -7,9 | -14,0 |

Zmiana w sposobie rozpoznawania przychodów w Audioteka Group:

W związku z aktualizacją warunków umownych pomiędzy Audioteka Group a jednym z partnerów B2B wchodzącą w życie od 1 stycznia 2025 nastąpiła zmiana w sposobie rozpoznawania przychodów z kontraktu w kierunku sprzedaży agencyjnej, polegającej na rozpoznaniu przychodu w wartości generowanej prowizji. Zmiana ta wpływa na poziom raportowanych przychodów, jednak nie wpływa na wynik operacyjny ani zysk netto Grupy. Aby umożliwić porównywalność danych, prezentujemy dodatkowo dane pro forma za poszczególne kwartały 2024 roku, uwzględniające nowe podejście do rozpoznawania przychodów, jak gdyby obowiązywało ono również w okresach porównawczych.

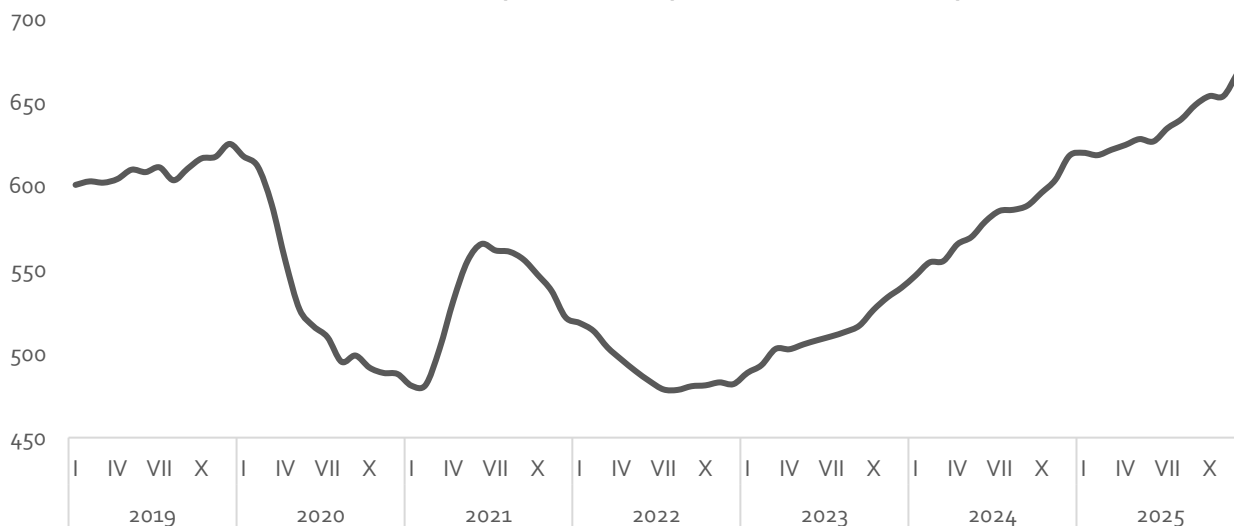
I FINANSE KONSUMENCKIE

W całym 2025 r. przychody segmentu wzrosły o 27% r/r, do 246,9 mln PLN, a skoryg. EBITDA zwiększyła się o 14% r/r, do 34,8 mln PLN. W samym IV kw. 2025 r. przychody segmentu wzrosły o 41% r/r, a skorygowana EBITDA o 2% r/r.

Superauto

W IV kw. 2025 r. w Polsce zarejestrowano 191 tys. nowych samochodów osobowych i dostawczych (do 3,5 tys. tony), czyli o 11% więcej r/r. W całym 2025 r. liczba rejestracji wyniosła 668 tys. (+8% r/r).

**Pierwsze rejestracje nowych samochodów
osobowych i dostawczych do 3,5T w Polsce (w tys; LTM)**



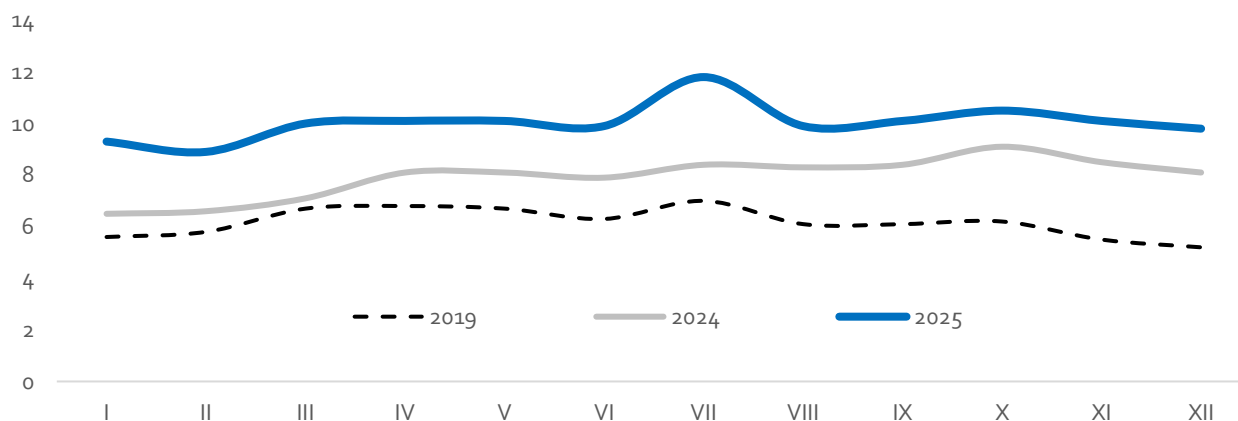
Źródło: PZPM

W 2025 r. i w IV kw. w głównym segmencie przychodów z pośrednictwa w finansowaniu Superauto odnotowało dwucyfrową dynamikę wzrostu przychodów, dzięki zarówno wyższym wolumenom sprzedaży samochodów z finansowaniem, jak i rosnącej średniej prowizji z finansowania. W długim terminie spodziewamy się kontynuacji wzrostu zainteresowania zakupem samochodów przez Internet, czego beneficjentem jest Superauto.

Totalmoney

W IV kw. 2025 r. wg danych BIK, sprzedaż kredytów ogółem w Polsce była o 26% r/r wyższa niż w IV kw. 2024 r. Sprzedaż kredytów gotówkowych na polskim rynku w IV kw. 2025 r. wzrosła o 18% r/r. W 2025 r. sprzedaż kredytów ogółem była wyższa o 21% r/r, a kredytów gotówkowych o 27% r/r. Bardzo dobra sprzedaż kredytów gotówkowych na rynku przełożyła się pozytywnie na przychody i wyniki raportowane przez Totalmoney – pośrednictwo w sprzedaży kredytów gotówkowych stanowi największe źródło przychodów spółki. Jednocześnie, spółka obserwuje rosnącą konkurencję na rynku pośrednictwa w sprzedaży produktów finansowych.

Sprzedaż kredytów gotówkowych w Polsce (mld PLN)



Źródło: BIK

SYTUACJA MAJĄTKOWA GRUPY KAPITAŁOWEJ

W poniższej tabeli przedstawiono skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej Grupy na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz 31 grudnia 2024 roku.

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--------------------------------|-----------------------------|-----------|----------|
| Aktywa trwałe | 2 618 575 | 1 616 946 | 1 001 629 | 61,9% |
| Aktywa obrotowe | 1 223 298 | 640 405 | 582 893 | 91,0% |
| Zobowiązania długoterminowe | 2 032 498 | 729 562 | 1 302 936 | 178,6% |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 881 840 | 515 344 | 366 496 | 71,1% |
| Kapitał własny przypadający na jednostkę dominującą | 872 274 | 969 229 | (96 955) | (10,0%) |
| Kapitał zakładowy | 1 489 | 1 481 | 8 | 0,5% |
| Udziały niedające kontroli | 55 261 | 43 216 | 12 045 | 27,9% |

W dniu 24 kwietnia 2025 roku, spółka zależna Wirtualna Polska Media nabyła Grupę Invia. Wartość transakcji wyniosła łącznie 243,96 mln EUR. W konsekwencji dane bilansowe na dzień 31 grudnia 2025 roku zawierają aktywa i zobowiązania o istotnej wartości spółek należących do nabytej grupy. Skutkuje to ograniczoną porównywalnością danych bilansowych w obu okresach. Zmiany poszczególnych pozycji bilansowych zostały omówione poniżej.

AKTYWA TRWAŁE

Poniższa tabela przedstawia strukturę aktywów trwałych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| (w tys. zł) | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|------------------|--------------|
| Rzeczowe aktywa trwałe | 155 169 | 5,9% | 91 683 | 5,7% | 63 486 | 69,2% |
| Wartość firmy | 1 091 915 | 41,7% | 752 202 | 46,5% | 339 713 | 45,2% |
| Inwestycje wyceniane metodą praw własności | 87 540 | 3,3% | 74 362 | 4,6% | 13 178 | 17,7% |
| Pozostałe aktywa niematerialne | 1 207 139 | 46,1% | 652 418 | 40,3% | 554 721 | 85,0% |
| Długoterminowe aktywa programowe | 29 087 | 1,1% | 23 947 | 1,5% | 5 140 | 21,5% |
| Należności długoterminowe | 4 735 | 0,2% | 2 038 | 0,1% | 2 697 | 132,3% |
| Pozostałe aktywa finansowe | 28 215 | 1,1% | 14 169 | 0,9% | 14 046 | 99,1% |
| Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 14 775 | 0,6% | 6 127 | 0,4% | 8 648 | 141,1% |
| Aktywa trwałe | 2 618 575 | 100,0% | 1 616 946 | 100,0% | 1 001 629 | 61,9% |

Wartość firmy wykazana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy Kapitałowej na dzień 31 grudnia 2025 roku wzrosła o 339,7 mln zł, głównie w wyniku ostatecznego rozliczenia nabycia 100% akcji w Invia Group SE, w kwocie 567 mln zł. Jednocześnie Grupa dokonała przeklasyfikowania do aktywów przeznaczonych do sprzedaży 86 mln zł wartości firmy Invia Flights GmbH w związku z podpisaną warunkową umową sprzedaży spółki. Grupa rozpoznała również trwałą utratę wartości firmy Szallas Group w wysokości 149,7 mln zł.

Grupa dokonała ponadto przeszacowania bilansowego wartości brutto firmy rozpoznanej w walutach obcych (8,8 mln zł).

W analizowanym okresie rzeczowe aktywa trwałe zwiększyły swoją wartość o 63,5 mln zł. Na zmianę tę wpłynęły przede wszystkim: poniesione nakłady w wysokości 25,2 mln zł, finalizacja transakcji nabycia 100% akcji Invia Group SE, która spowodowała wzrost rzeczowych aktywów trwałych o 7,3 mln zł oraz prawa do użytkowania o 24,5 mln zł. Koszty amortyzacji rzeczowych aktywów trwałych zostały ujęte w wysokości 44 mln zł. Grupa rozpoznała również nowe oraz przeszacowała dotychczasowe środki trwałe użytkowane na podstawie umów leasingu, co wpłynęło na wzrost ich wartości o 52,2 mln zł. Wartość sprzedanych i zlikwidowanych środków trwałych wyniosła 0,7 mln zł.

Pozostałe aktywa niematerialne wzrosły o 555 mln zł w wyniku przejęcia Invia Group SE oraz wyceny zidentyfikowanych znaków towarowych oraz innych wartości niematerialnych (648,3 mln zł). W analizowanym

okresie Grupa poniosła nakłady na wartości niematerialne w wysokości 154 mln zł. Ponadto rozpoznano 10 letnią koncesję telewizyjną o wartości 19,9 mln zł płatną w 10 rocznych ratach w wysokości 2 mln zł każda. Nakłady były niższe od łącznych kosztów amortyzacji i likwidacji, wynoszących 200,7 mln zł. Nakłady dotyczyły głównie skapitalizowanych projektów rozwojowych oraz zakupu nowych systemów wspierających działalność operacyjną Grupy.

W związku z zawarciem warunkowej transakcji zbycia spółki Invia Flights Germany GmbH oraz jej spółek zależnych, aktywa niematerialne o wartości 70,6 mln zł zostały zaklasyfikowane jako przeznaczone do zbycia i zaprezentowane w części krótkoterminowej.

Dodatkowo, wycena bilansowa na dzień 31 grudnia 2025 r. wartości niematerialnych ujmowanych pierwotnie w walutach obcych spowodowała ich wzrost o 3,8 mln zł.

Wartość inwestycji wycenianych metodą praw własności wzrosła o 13.178 tys. zł. Grupa zwiększyła swój udział w strukturze akcjonariatu Legimi do 44,6% poprzez dodatkową inwestycję o wartości 9,8 mln zł. Ponadto wynik wygenerowany przez spółki stowarzyszone przypadający na Grupę Kapitałową wyniósł 3,2 mln zł.

Całkowita wartość aktywów programowych wzrosła w bieżącym okresie o 4,7 mln zł (w tym część długoterminowa wzrosła o 5,1 mln zł), co wynikało głównie z poniesionych nakładów w wysokości 12,9 mln zł, przy kosztach amortyzacji i likwidacji wynoszących 8,2 mln zł.

Na dzień 31 grudnia 2025 roku do pozostałych aktywów finansowych Grupy zaliczały się głównie akcje spółki Digitics S.A. o wartości 800 tys. zł, akcje spółki Teroplan S.A. (10,6 mln zł) oraz akcje Moliera2 (1,9 mln zł). W ramach pozostałych aktywów finansowych Grupa rozpoznaje ponadto między innymi należności z tytułu leasingu finansowego oraz wpłacone kaucje.

AKTYWA OBROTOWE

Poniższa tabela przedstawia strukturę aktywów obrotowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| (w tys. zł) | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|--|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|----------------|--------------|
| Należności handlowe gotówkowe netto | 416 204 | 34,0% | 242 518 | 37,9% | 173 686 | 71,6% |
| Należności handlowe barterowe | 7 608 | 0,6% | 7 058 | 1,1% | 550 | 7,8% |
| Aktywa z tytułu umów z klientami | 25 654 | 2,1% | 2 809 | 0,4% | 22 845 | 813,3% |
| Należności publicznoprawne | 15 554 | 1,3% | 5 514 | 0,9% | 10 040 | 182,1% |
| Należność z tytułu bieżącego podatku dochodowego | 8 060 | 0,7% | 3 106 | 0,5% | 4 954 | 159,5% |
| Pozostałe krótkoterminowe aktywa finansowe | 15 783 | 1,3% | 10 991 | 1,7% | 4 791 | 43,6% |
| Rozliczenia międzyokresowe kosztów | 10 641 | 0,9% | 6 151 | 1,0% | 4 490 | 73,0% |
| Przekazane zaliczki | 66 896 | 5,5% | 63 013 | 9,8% | 3 883 | 6,2% |
| Zapasy | 31 511 | 2,6% | 32 835 | 5,1% | (1 324) | (4,0%) |
| Pozostałe aktywa obrotowe | 13 246 | 1,1% | 8 232 | 1,3% | 5 015 | (60,9%) |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 400 543 | 32,7% | 258 178 | 40,3% | 142 365 | 55,1% |
| Aktywa trwale przeznaczone do sprzedaży | 211 598 | 17,3% | - | 0,0% | 211 598 | n/d |
| Aktywa obrotowe | 1 223 298 | 100,0% | 640 405 | 100,0% | 582 893 | 91,0% |

Na wzrost wartości aktywów obrotowych w analizowanym okresie wpłynęła przede wszystkim finalizacja transakcji nabycia Grupy Invia, której aktywa obrotowe na moment nabycia wynosiły 593,2 mln zł.

Wzrost należności handlowych wynika głównie z rozpoznania w bilansie Grupy rozrachunków nabytej Grupy Invia. Na koniec kwietnia 2025 roku wartość należności handlowych gotówkowych netto przejmowanej grupy wynosiła 384,8 mln zł. Na koniec ostatniego kwartału należności spółek z Grupy Invia spadły, w porównaniu do wartości z dnia transakcji w związku z typową sezonowością działalności tych spółek. Na początku sezonu turystycznego spółki rozpoznały należności z tytułu wykupionych pakietów wakacyjnych. Wraz z realizacją usług turystycznych w miesiącach letnich spółki otrzymały należne im wpłaty.

Jednocześnie w analizowanym okresie odnotowano niższy poziom należności w segmencie Reklama i Subskrypcje. Przychody segmentu w czwartym kwartale bieżącego roku były o ok. 14,2 mln zł niższe od przychodów w ostatnim kwartale poprzedniego roku.

Wzrost wartości przekazanych zaliczek o 3,9 mln zł wynika między innymi z nabycia Grupy Invia, której zaliczki na moment nabycia wynosiły 3 mln zł.

Aktywa z tytułu umów z klientami dotyczą głównie oszacowanych należności z tytułu rozliczeń rocznych z dostawcami usług turystycznych, których pośrednikiem w sprzedaży są spółki działające w segmencie Turystyka. Rezerwy na należności są rozpoznawane w trakcie roku, a ich rozliczenie następuje zazwyczaj na koniec roku obrotowego lub tuż po jego zakończeniu. Na istotny wzrost tej pozycji wpływ miało przede wszystkim nabycie w kwietniu 2025 Grupy Invia, której aktywa z tytułu umów z klientami na dzień rozliczenia akwizycji wynosiły 23,9 mln zł.

Szczegółowa analiza zmian w zakresie środków pieniężnych została przedstawiona w części raportu dotyczącej rachunku przepływów pieniężnych.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. jako przeznaczone do sprzedaży zostały przedstawione aktywa dotyczące spółki Invia Flights Germany GmbH oraz jej spółek zależnych w związku z powzięciem przez jednostkę dominującą informacji o zawarciu w dniu 3 grudnia 2025 r. warunkowej transakcji zbycia 100% udziałów w IFG przez spółkę zależną Invia Flights s.r.o., na rzecz Tongcheng International Investment Singapore Pte. Ltd. Transakcja została zawarta pod warunkami zawieszającymi, w tym w szczególności polegającym na uzyskaniu wymaganej zgody właściwego organu administracji publicznej w Niemczech – Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Energii.

ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE

Kolejna tabela przedstawia strukturę zobowiązań długoterminowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| (w tys. zł) | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|--|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|------------------|---------------|
| Kredyty i pożyczki | 1 712 989 | 84,3% | 637 015 | 87,3% | 1 075 974 | 168,9% |
| Zobowiązania leasingowe z tytułu prawa do użytkowania aktywów | 65 242 | 3,2% | 17 830 | 2,4% | 47 412 | 265,9% |
| Zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych | 16 391 | 0,8% | 99 | 0,0% | 16 292 | 1 6456,3% |
| Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 224 361 | 11,0% | 61 897 | 8,5% | 162 464 | 262,5% |
| Pozostałe | 13 515 | 0,7% | 12 721 | 1,7% | 794 | 6,2% |
| Zobowiązania długoterminowe | 2 032 498 | 100,0% | 729 562 | 100,0% | 1 302 936 | 178,6% |

Nadzień 31 grudnia 2025 roku łączna wartość części długoterminowej i krótkoterminowej kredytów i pożyczek zwiększyła się o 1,1 mld zł, w wyniku finansowania nabycia Grupy Invia kredytem udzielonym przez konsorcjum banków. Łączna wartość sfinansowanej transakcji wyniosła 243,96 mln EUR. Jednocześnie w trakcie czterech kwartałów 2025 roku Grupa łącznie dokonała spłaty kapitału kredytu inwestycyjnego w kwocie 66,7 mln zł.

Zobowiązania leasingowe z tytułu prawa do użytkowania wzrosły łącznie o 54,9 mln zł (zobowiązania długoterminowe o 47,4 mln zł), głównie w wyniku rozpoznania zobowiązań nabytej w kwietniu Grupy Invia (26,7 mln zł). Ponadto Grupa podpisała przedłużenie części umów najmu powierzchni biurowych, co skutkowało wzrostem wartości rozpoznanego zobowiązania w kwocie 53,3 mln zł.

W 2025 roku Grupa rozpoznała w swoim bilansie zobowiązanie z tytułu otrzymanego przedłużenia koncesji telewizyjnej do stycznia 2036 roku, co skutkuje wzrostem długoterminowych zobowiązań z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych. Zdyskontowana wartość zobowiązania wynosi 19,9 mln zł. (z tego 16,4 mln ma charakter długoterminowy) i jest płatne w 10 rocznych ratach w wysokości 2 mln zł każda.

Pozostałe zobowiązania długoterminowe obejmują głównie oszacowane rezerwy z tytułu długoterminowych programów premiowych, funkcjonujących w wybranych spółkach i szacowanych w oparciu o stopień i prawdopodobieństwo realizacji założonych w programie celów wynikowych.

ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE

Poniższa tabela przedstawia strukturę zobowiązań krótkoterminowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe:

| (w tys. zł) | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|--|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|----------------|--------------|
| Kredyty i pożyczki | 71 722 | 8,1% | 60 415 | 11,7% | 11 307 | 18,7% |
| Zobowiązania leasingowe z tytułu prawa do użytkowania aktywów | 32 979 | 3,7% | 25 506 | 4,9% | 7 473 | 29,3% |
| Zobowiązania handlowe gotówkowe | 440 690 | 50,0% | 184 265 | 35,8% | 256 425 | 139,2% |
| Zobowiązania handlowe barterowe | 3 067 | 0,3% | 5 125 | 1,0% | (2 058) | (40,2%) |
| Zobowiązania z tytułu umów z klientami | 56 197 | 6,4% | 52 497 | 10,2% | 3 700 | 7,0% |
| Zobowiązania z tyt. voucherów (bonów) | 85 042 | 9,6% | 46 010 | 8,9% | 39 032 | 84,8% |
| Zobowiązania publicznoprawne | 32 778 | 3,7% | 20 017 | 3,9% | 12 761 | 63,8% |
| Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń | 34 536 | 3,9% | 25 379 | 4,9% | 9 157 | 36,1% |
| Zobowiązania z tytułu nabycia przedsięwzięć (inne niż earn-out) | 13 246 | 1,5% | 57 007 | 11,1% | (43 761) | (76,8%) |
| Zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych | 13 926 | 1,6% | 10 487 | 2,0% | 3 439 | 32,8% |
| Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe | 14 761 | 1,7% | 15 100 | 2,9% | (339) | (2,2%) |
| Rezerwy na świadczenia pracownicze | 8 512 | 1,0% | 6 335 | 1,2% | 2 177 | 34,4% |
| Pozostałe rezerwy | 4 207 | 0,5% | 3 028 | 0,6% | 1 179 | 38,9% |
| Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego | 34 830 | 3,9% | 4 173 | 0,8% | 30 657 | 734,7% |
| Zobowiązania przeznaczone do sprzedaży | 35 346 | 4,0% | - | 0,0% | 35 346 | n/d |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 881 840 | 100,0% | 515 344 | 100,0% | 366 496 | 71,1% |

Wzrost zobowiązań krótkoterminowych wynika głównie z rozpoznania zobowiązań nabytej w kwietniu 2025 Grupy Invia. Zobowiązania handlowe gotówkowe wzrosły w analizowanym okresie o 256,4 mln zł, co wynika głównie z rozpoznania rozrachunków Grupy Invia. Wartość zobowiązań z tytułu dostaw i usług Grupy Invia na dzień rozliczenia transakcji wyniosła 375,4 mln zł. Wysokie saldo zobowiązań na początku sezonu wakacyjnego, głównie wobec biur podróży jest typowe dla spółek segmentu Travel. Spółki pobierają od klientów zaliczki i przedpłaty na usługi, których termin realizacji i moment rozliczenia może być odległy od daty wpłaty. W miesiącach letnich, wraz z realizacją usług turystycznych przez biura podróży zobowiązania zostały w dużej części spłacone.

Zobowiązania z tytułu nabycia przedsięwzięć spadły o 43,8 mln zł, głównie w związku ze spłatą zobowiązania dotyczącego rozliczenia nabycia spółki Creative Eye (42,7 mln zł) oraz zobowiązania z tytułu nabycia spółki Wirtualne Media w wysokości 1,5 mln zł.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. Grupa posiada zobowiązanie z tytułu opcji put na udziały spółki AMK UAB (13,2 mln zł).

Wzrost zobowiązań z tytułu voucherów (bonów) o 39 mln zł jest również głównie wynikiem nabycia Grupy Invia, której zobowiązania z tytułu bonów i voucherów na dzień akwizycji wynosiły 19,4 mln zł oraz zwiększonej sprzedaży voucherów w spółce Wakacje.pl.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. jako przeznaczone do sprzedaży zostały przedstawione zobowiązania dotyczące spółki Invia Flights Germany GmbH oraz jej spółek zależnych w związku z powzięciem przez jednostkę dominującą informacji o zawarciu w dniu 3 grudnia 2025 r. warunkowej transakcji zbycia 100% udziałów w IFG przez spółkę zależną Invia Flights s.r.o., na rzecz Tongcheng International Investment Singapore Pte. Ltd. Transakcja została zawarta pod warunkami zawieszającymi, w tym w szczególności polegającym na uzyskaniu wymaganej zgody właściwego organu administracji publicznej w Niemczech – Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Energii.

KAPITAŁ WŁASNY

Poniższa tabela przedstawia strukturę i zmiany kapitału własnego w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| (w tys. zł) | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------|----------------|
| Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej, w tym: | 872 274 | 94,0% | 969 229 | 95,7% | (96 955) | (10,0%) |
| Kapitał podstawowy | 1 489 | 0,2% | 1 481 | 0,1% | 8 | 0,5% |
| Kapitał zapasowy | 340 674 | 36,7% | 337 621 | 33,3% | 3 053 | 0,9% |
| Kapitał z aktualizacji wyceny | (8 435) | (0,9%) | (9 096) | (0,9%) | 661 | (7,3%) |
| Pozostałe kapitały rezerwowe | 7 123 | 0,8% | (13 669) | (1,4%) | 20 792 | (152,1%) |
| Zyski zatrzymane | 531 423 | 57,3% | 652 892 | 64,5% | (121 469) | (18,6%) |
| Udziały niedające kontroli | 55 261 | 6,0% | 43 216 | 4,3% | 12 045 | 27,9% |
| Kapitał własny | 927 535 | 100,0% | 1 012 445 | 100,0% | (84 910) | (8,4%) |

W 2025 roku kapitał własny przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej spadł łącznie o 97 mln zł. Zmiana w kapitałach własnych przypadających na akcjonariuszy jednostki dominującej wynikała z następujących zdarzeń:

- spadek kapitału własnego o 34,1 mln zł tytułem wygenerowanej straty netto przypadającej na akcjonariuszy jednostki dominującej;
- wzrost kapitału własnego o 3,1 mln zł w związku z przyjęciem do depozytu papierów wartościowych, wprowadzeniem do obrotu oraz zapisaniem akcji na rachunkach uprawnionych w ramach funkcjonującego w Grupie programu opcyjnego, przy czym 8 tys. zł podwyższyło kapitał zakładowy, natomiast pozostała część tj. 3.053 tys. zł przeznaczona została na kapitał zapasowy;
- wzrost kapitału własnego o 1,1 mln zł tytułem podwyższenia pozostałych kapitałów rezerwowych w związku z nabyciem praw do kolejnej transzy opcji na akcje w obowiązujących programach motywacyjnych;
- spadek kapitału własnego o 2,2 mln zł tytułem rozpoznania różnic kursowych z przeliczenia jednostek zagranicznych (wykazywanych w pozostałych kapitałach rezerwowych);
- wzrost kapitału własnego o 0,7 mln zł w związku z wyceną posiadanych akcji spółki Moliera 2, które zostały zaklasyfikowane jako aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody.
- spadek kapitału własnego o 65,5 mln zł tytułem uchwalonej i wypłaconej dywidendy dla Akcjonariuszy jednostki dominującej;
- ponadto w 2025 roku miało miejsce neutralne dla wartości kapitału własnego przeniesienie kwoty 21.845 tys. złotych z zysków zatrzymanych na pozostały kapitał rezerwowy. Kapitał rezerwowy został utworzony z przeznaczeniem na nabycie akcji własnych jednostki dominującej.

Udziały niedające kontroli zwiększyły swoją wartość o 12.045 tys. zł, co wynikało z przypadającego udziałowcom niekontrolującym zysku wypracowanego przez Superauto.pl oraz Grupę Audioteka w wysokości odpowiednio 6,4 mln zł oraz 5,6 mln zł.

OMÓWIENIE PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY W 2025 ROKU

| (w tys. zł) | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|--|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|----------------|---------------|
| Przepływy netto z działalności operacyjnej | 404 825 | 227,8% | 377 773 | 2 078,1% | 27 052 | 7,2% |
| Przepływy netto z działalności inwestycyjnej | (1 125 003) | (633,1%) | (198 443) | (1 091,6%) | (926 560) | 466,9% |
| Przepływy netto z działalności finansowej | 897 876 | 505,3% | (161 151) | (886,5%) | 1 059 027 | (657,2%) |
| Przepływy pieniężne netto razem | 177 698 | 100,0% | 18 179 | 100,0% | 159 519 | 877,5% |

EBITDA wygenerowana przez Grupę, która wyniosła 371 mln zł skorygowana o spadek kapitału obrotowego o 48,5 mln zł oraz płatności z tytułu podatku dochodowego w wysokości 74,4 mln zł, przyczyniła się do wygenerowania dodatnich przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej w wysokości 404,8 mln zł.

Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej były ujemne i wyniosły w analizowanym okresie 1.125 mln zł. Główną przyczyną tego stanu było nabycie udziałów w jednostce zależnej (pomniejszone o przejęte środki pieniężne), a także inwestycje wyceniane metodą praw własności o łącznej wartości 892 mln zł. Dodatkowo Grupa poniosła nakłady inwestycyjne (CAPEX) na zakup aktywów niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych w łącznej kwocie 186,9 mln zł oraz spłaciła zobowiązania z tytułu nabycia przedsięwzięć w kwocie 43,7 mln zł.

Przepływy netto z działalności finansowej były dodatnie i ukształtowały się w bieżącym okresie na poziomie 897,9 mln zł. W trakcie roku Grupa dokonała spłaty kredytów i pożyczek (67,2 mln zł), spłaty zobowiązań z tytułu leasingu (25,4 mln zł) oraz spłaty odsetek i prowizji bankowych (112,4 mln zł). W ramach działalności finansowej Grupa wykazała ponadto dodatni wpływ 1.165,4 mln zł z tytułu otrzymanych nowych kredytów oraz 3,1 mln zł z tytułu podwyższenia kapitału podstawowego w związku z emisją kolejnych akcji w ramach istniejących programów motywacyjnych i emisji opcji menedżerskich.

Ponadto Grupa dokonała przeszacowania wartości posiadanych środków pieniężnych w walutach obcych i rozpoznała różnice kursowe w wysokości 3,5 mln zł oraz przeklasyfikowała do aktywów przeznaczonych do zbycia środki pieniężne o wartości 31,9 mln zł.

3. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ SPÓŁKI

Dane finansowe za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2025 i 2024 roku podlegały badaniu przez biegłego rewidenta, natomiast dane za okres 3 miesięcy nie podlegały badaniu ani przeglądowi biegłego rewidenta. Informacje przedstawione w poniższym zestawieniu powinny być czytane łącznie z informacjami zawartymi w sprawozdaniu finansowym.

W bieżącym roku obrotowym Spółka Wirtualna Polska Holding SA dokonała zmiany polityki rachunkowości w zakresie wyceny inwestycji w jednostki zależne oraz stowarzyszone prezentowanych wyłącznie w jednostkowym sprawozdaniu finansowym. W latach ubiegłych, zgodnie z MSR 27, inwestycje te były wyceniane według ceny nabycia lub kosztu wytworzenia. Począwszy od roku obrotowego 2025, Spółka stosuje do wyceny tych inwestycji metodę praw własności. W wyniku zmiany polityki rachunkowości, Spółka dokonała retrospektywnego przekształcenia danych porównawczych ze skumulowanym efektem zmian ujętym w zyskach zatrzymanych lub w pozostałych kapitałach rezerwowych. Zaprezentowane poniżej dane dotyczące roku zakończonego 31 grudnia 2024 roku są danymi przekształconymi.

WYBRANE POZYCJE SPRAWOZDANIA Z JEDNOSTKOWEGO WYNIKU FINANSOWEGO SPÓŁKI

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje jednostkowego sprawozdania z wyniku finansowego Spółki Wirtualna Polska Holding SA za rok zakończony 31 grudnia 2025 i 2024 roku:

| (w tys. zł) | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 przekształcone | Zmiana | Zmiana % |
|---|---|---|-----------|----------|
| Przychody ze sprzedaży | - | - | - | n/d |
| Udział w zyskach/stratach inwestycji wycenianych metodą praw własności | (31 716) | 158 008 | (189 724) | (120,1%) |
| Zysk/Strata na działalności operacyjnej | (44 663) | 150 328 | (194 991) | (129,7%) |
| Przychody finansowe | 10 916 | 9 972 | 944 | 9,5% |
| Koszty finansowe | (1 558) | (1 688) | 130 | (7,7%) |
| Zysk/strata przed opodatkowaniem | (35 305) | 158 612 | (193 917) | (122,3%) |
| Zysk/strata netto | (36 147) | 158 582 | (194 729) | (122,8%) |

Spółka prowadzi działalność holdingową i osiąga przychody z tytułu udziału w zyskach/stratach jednostek zależnych wycenionych metodą praw własności i z tytułu odsetek od udzielonych pożyczek. Ujemny wynik na działalności operacyjnej w roku 2025 jest głównie efektem rozpoznania odpisu z tytułu trwałej utraty wartości Grupy Szallas.

SYTUACJA MAJĄTKOWA SPÓŁKI

W poniższej tabeli przedstawiono sprawozdanie z sytuacji finansowej Spółki na dzień 31 grudnia 2025 oraz 2024 roku.

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|-----------|----------|
| Aktywa trwałe | 798 655 | 92,0% | 929 882 | 94,3% | (131 227) | (14,1%) |
| Aktywa obrotowe | 69 129 | 8,0% | 56 140 | 5,7% | 12 989 | 23,1% |
| Zobowiązania długoterminowe | - | 0,0% | 15 860 | 1,6% | (15 860) | (100,0%) |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 2 814 | 0,3% | 6 209 | 0,6% | (3 395) | (54,7%) |
| Kapitał własny | 864 970 | 99,7% | 963 953 | 97,8% | (98 983) | (10,3%) |

I JEDNOSTKOWE AKTYWA TRWAŁE

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych aktywów trwałych Spółki w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|------------------|----------------|
| Inwestycje wyceniane metodą praw własności | 716 052 | 89,7% | 841 953 | 90,5% | (125 901) | (15,0%) |
| Pozostałe udziały i akcje | 13 313 | 1,7% | 13 375 | 1,4% | (62) | (0,5%) |
| Udzielone pożyczki | 69 290 | 8,7% | 74 090 | 8,0% | (4 800) | (6,5%) |
| Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego | - | 0,0% | 464 | 0,0% | (464) | (100,0%) |
| Aktywa trwałe | 798 655 | 100,0% | 929 882 | 100,0% | (131 227) | (14,1%) |

W ciągu 2025 roku wartość inwestycji wycenianych metodą praw własności spadła o 125,9 mln. zł, na zmianę tą złożyły się głównie: uwzględnienie wyników jednostek zależnych Wirtualna Polska Media, Extradom, Superauto.pl, WP Travel, WP Consumer Finance za 2025 rok oraz ich spółek zależnych oraz dywidenda wypłacona w 2025 roku przez Wirtualna Polska Media na rzecz Wirtualna Polska Holding za rok 2024, pomniejszająca wartość inwestycji.

Ponadto, w wyniku wyceny do wartości godziwej wartość mniejszościowego pakietu akcji w spółce Teroplan S.A. spadła o 802 tys. zł, natomiast spółki Moliera 2 została podwyższona o 740 tys. zł, czego efektem jest spadek o 62 tys. zł wartości pozostałych udziałów i akcji.

Wartość udzielonych pożyczek zmniejszyła się w związku z przewagą w 2025 roku wartości spłat udzielonych jednostkom zależnych pożyczek nad wypłatą im środków pieniężnych w ramach nowych umów.

JEDNOSTKOWE AKTYWA OBROTOWE

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych aktywów obrotowych Spółki w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|---------------|--------------|
| Należności handlowe gotówkowe netto | 40 | 0,1% | 220 | 0,4% | (180) | (81,8%) |
| Pożyczki udzielone | 3 839 | 5,6% | 3 712 | 6,6% | 127 | 3,4% |
| Pozostałe aktywa obrotowe | 16 059 | 23,2% | 38 | 0,1% | 16 021 | 42 160,5% |
| Krótkoterminowe aktywa finansowe | - | 0,0% | 5 912 | 10,5% | (5 912) | (100,0%) |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 49 191 | 71,2% | 46 258 | 82,4% | 2 933 | 6,3% |
| Aktywa obrotowe | 69 129 | 100,0% | 56 140 | 100,0% | 12 989 | 23,1% |

W analizowanym okresie wartość aktywów obrotowych wzrosła o 12.989 tys. zł, głównie w wyniku wzrostu pozostałych aktywów obrotowych (11 mln zł).

Szczegółowa analiza zmian wartości środków pieniężnych zostanie przedstawiona w kolejnej części raportu dotyczącej analizy rachunku przepływów pieniężnych.

JEDNOSTKOWE ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych zobowiązań długoterminowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| Kredyty bankowe | - | n/a | 15 860 | 100,0% | (15 860) | (100,0%) |
| Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego | - | n/a | - | 0,0% | - | n/a |
| Zobowiązania długoterminowe | - | n/a | 15 860 | 100,0% | (15 860) | (100,0%) |

W dniu 29 września 2025 roku Wirtualna Polska Holding S.A. dokonała przedterminowej spłaty całości kredytu bankowego.

I JEDNOSTKOWE ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych zobowiązań krótkoterminowych Spółki w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe:

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|---|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|----------------|----------------|
| Kredyty bankowe | 2 | 0,1% | 1 220 | 19,6% | (1 218) | (99,8%) |
| Zobowiązania handlowe gotówkowe | 1 743 | 61,9% | 2 120 | 34,1% | (377) | (17,8%) |
| Zobowiązania publicznoprawne | 578 | 20,5% | 691 | 11,1% | (113) | (16,4%) |
| Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń | 95 | 3,4% | 129 | 2,1% | (34) | (26,4%) |
| Rezerwy na świadczenia pracownicze | 18 | 0,6% | 8 | 0,1% | 10 | 125,0% |
| Zobowiązania z tytułu dywidendy | - | 0,0% | 2 033 | 32,7% | (2 033) | (100,0%) |
| Zobowiązania z tytułu działalności finansowej | - | 0,0% | 8 | 0,1% | (8) | (100,0%) |
| Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego | 378 | 13,4% | - | 0,0% | 378 | n/a |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 2 814 | 100,0% | 6 209 | 100,0% | (3 395) | (54,7%) |

Zobowiązania krótkoterminowe spadły w 2025 r. o 3.395 tys. zł, co wynikało głównie ze zmiany wartości bankowych kredytów krótkoterminowych – przedterminowa spłata kredytu oraz zobowiązań z tytułu dywidendy.

I JEDNOSTKOWY KAPITAŁ WŁASNY

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych kapitałów własnych Spółki:

| w tys. zł | Na dzień 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------|-----------------|----------------|
| Kapitał podstawowy | 1 489 | 0,2% | 1 481 | 0,2% | 8 | 0,5% |
| Kapitał zapasowy | 340 674 | 39,4% | 337 621 | 35,0% | 3 053 | 0,9% |
| Pozostałe kapitały rezerwowe | (1 279) | (0,1%) | (22 732) | (2,4%) | 21 453 | (94,4%) |
| Zyski zatrzymane | 524 086 | 60,6% | 647 583 | 67,2% | (123 497) | (19,1%) |
| Kapitał własny | 864 970 | 100,0% | 963 953 | 100,0% | (98 983) | (10,3%) |

W ciągu dwunastu miesięcy 2025 roku kapitał własny zmniejszył się łącznie o 98 982 tys. złotych. Zmiana wynikała z następujących zdarzeń:

- spadek kapitału własnego o 36.147 tys. złotych tytułem wygenerowanej w 2025 roku straty;
- wzrost kapitału własnego o 3.061 tys. złotych w związku z przyjęciem do depozytu papierów wartościowych, wprowadzeniem do obrotu oraz zapisaniem akcji na rachunkach uprawnionych w ramach funkcjonującego w Grupie programu opcyjnego. 8 tys. złotych podwyższyło kapitał zakładowy, natomiast pozostała część tj. 3.053 tys. złotych przeznaczona została na kapitał zapasowy;
- wzrost kapitału własnego o 1.126 tys. złotych tytułem podwyższenia pozostałych kapitałów w związku z nabyciem praw do kolejnej transzy opcji na akcje w obowiązujących programach motywacyjnych;
- spadek kapitału własnego o 65.505 tys. złotych tytułem wypłaconej dywidendy;
- wzrost kapitału własnego o 740 tys. złotych w związku z wyceną do wartości godziwej posiadanego pakietu akcji Moliera2, klasyfikowanego jako instrument finansowy wyceniany w wartości godziwej przez pozostałe całkowite dochody;
- ponadto w 2025 roku miało miejsce neutralne dla wartości kapitału własnego przeniesienie kwoty 21.845 tys. złotych z zysków zatrzymanych na pozostałe kapitały rezerwowe. Kapitał rezerwowy został utworzony z przeznaczeniem na nabycie akcji własnych.

OMÓWIENIE JEDNOSTKOWYCH PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH SPÓŁKI

| (w tys. zł) | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Struktura 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 | Struktura 2024 | Zmiana | Zmiana % |
|--|---|-------------------|---|-------------------|-----------------|----------------|
| Przepływy netto z działalności operacyjnej | 68 148 | 1 979,9% | 75 629 | 266,6% | (7 481) | (9,9%) |
| Przepływy netto z działalności inwestycyjnej | 15 832 | 460,0% | 5 453 | 19,2% | 10 379 | 190,3% |
| Przepływy netto z działalności finansowej | (80 538) | (2 339,9%) | (52 716) | (185,8%) | (27 822) | 52,8% |
| Przepływy pieniężne netto razem | 3 442 | 100,0% | 28 366 | 100,0% | (24 924) | (87,9%) |

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w 2025 roku były dodatnie i wyniosły 68.148 tys. złotych. Wynikały one głównie z otrzymanych w trakcie roku dywidend od spółek zależnych, które dla Spółki stanowią działalność operacyjną.

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej były również dodatnie i wyniosły 15.832 tys. złotych, co wynikało głównie ze spłaty pożyczek udzielonych spółkom zależnym w łącznej wysokości 38.269 tys. zł. Jednocześnie spółka udzieliła spółkom zależnym pożyczek w wysokości 27.010 tys. zł. Wpływy z tytułu usługi gwarancji kredytu wobec jednostki zależnej Wirtualna Polska Media SA wyniosły 4.678 tys. złotych.

Przepływy z działalności finansowej w 2025 roku były ujemne i wyniosły 80.538 tys. złotych, głównie w wyniku wypłaty dywidendy (65.505 tys. złotych) oraz spłaty części kapitałowej i odsetkowej kredytu (18.004 tys. złotych), a także podwyższenia kapitału podstawowego (3.061 tys. złotych).

4. POLITYKA I PERSPEKTYWY ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA

Zdaniem Zarządu następujące tendencje będą wpływać na działalność jednostki dominującej i Grupy:

- Działalność Grupy jest silnie zależna od sytuacji makroekonomicznej, mierzonej m.in. wzrostem PKB oraz nastrojami konsumenckimi w regionie Europy Środkowo-wschodniej i DACH. Popyt na usługi reklamowe, subskrypcje oraz wydatki na podróże (szczególnie wyjazdy zagraniczne) pozostają skorelowane z dochodem rozporządzalnym, inflacją i skłonnością do wydatków uznaniowych. Poprawa otoczenia makroekonomicznego, w tym rosnąca konsumpcja prywatna, może pozytywnie wpłynąć na przychody Grupy, zarówno z reklamy, jak i ze sprzedaży produktów i usług przez Internet.
- Utrzymujący się silny popyt w Europie na podróże. Badania European Travel Commission wskazują na utrzymanie wysokich intencji podróżnych Europejczyków (większość planuje wyjazdy w kolejnych sezonach), co wspiera wolumeny sprzedaży w turystyce wyjazdowej, przy jednoczesnym wzroście znaczenia ofert o przewidywalnym koszcie całkowitym.
- Dalszy wzrost zainteresowania turystyką w regionie Europy Środkowowschodniej. W 2025 r. polski rynek zagranicznej turystyki zorganizowanej wolumenowo był już na poziomie 79% powyżej przedpandemicznego 2019 r., rosnąc kilkanaście procent w ujęciu rocznym, a z uwagi na wyższe ceny, wartość rynku wzrosła istotnie w porównaniu do 2019 r. W nadchodzących latach spodziewamy się kontynuacji rozwoju rynku turystycznego w całym regionie.
- Zwiększanie się udziału kanału online w sprzedaży pakietów turystyki zagranicznej. W regionie DACH udział sprzedaży online wynosi ok. 50%, podczas gdy w regionie CEE ok. 30%, co wskazuje na istotny potencjał dalszego przesuwania sprzedaży do kanałów cyfrowych. Trend ten może być korzystny dla Grupy, ponieważ sprzedaż online jest bardziej skalowalna i efektywna kosztowo oraz sprzyja poprawie marży dzięki automatyzacji procesów i ograniczeniu kosztów tradycyjnej obsługi. Jednocześnie, w produktach bardziej

złożonych (pakiety, wyjazdy rodzinne, długie pobyty, zmiany/obsługa posprzedażowa) utrzymuje się istotna rola doradztwa (call center) i punktów stacjonarnych/franczyzowych jako kanału pozyskania i konwersji.

- Wysoka wrażliwość popytu turystycznego na czynniki zewnętrzne (geopolityka, bezpieczeństwo, strajki i zakłócenia w transporcie, ceny paliw, kursy walut, polityka wizowa) może okresowo ograniczać popyt lub przesunąć go między kierunkami, zwiększając zmienność sprzedaży i marż.
- Presja cenowa i rosnące koszty dostawców (transport, hotele, ubezpieczenia) mogą ograniczać dostępność atrakcyjnych ofert i wywierać presję na marżę, szczególnie w okresach wysokiego popytu lub ograniczonej podaży.
- Wysoka konkurencja na rynku mediów cyfrowych, reklamy online oraz turystyki online, w tym konkurencja ze strony globalnych ekosystemów i platform, może prowadzić do presji na ceny i marże, wzrostu kosztów pozyskania ruchu i klientów oraz konieczności ponoszenia nakładów na rozwój produktów, technologii i kompetencji.
- Rosnące zasięgi "walled gardens" i koncentracja danych oraz budżetów w ekosystemach zamkniętych ograniczają dostęp do sygnałów dotyczących zachowań użytkownika oraz możliwości targetowania i pomiaru efektu poza tymi ekosystemami, co może wpływać na konkurencyjność niezależnych wydawców i platform reklamowych.
- Ograniczanie identyfikatorów reklamowych i technologii śledzenia oraz rosnące oczekiwania w obszarze prywatności może obniżać skuteczność kampanii i utrudniać atrybucję, a jednocześnie wymuszać inwestycje w rozwiązania oparte o dane własne (first-party data), kontekst, modelowanie i nowe standardy pomiaru.
- Dalszy wzrost udziału reklamy online w całkowitej wartości wydatków na reklamę w Polsce. W ramach reklamy online w Polsce najszybciej rosnącym segmentem będą reklamy wideo, retail media oraz na urządzeniach mobilnych.
- Wzrost przychodów Grupy wynikający ze zwiększenia efektywności reklamy dzięki wykorzystaniu obecnych zasobów i narzędzi do analizy dużych i różnorodnych zbiorów danych (tzw. big data) w celu lepszego dopasowania przekazu reklamowego do profilu użytkownika, a także daje możliwość wyodrębniania gotowych lub przygotowywanych na indywidualne potrzeby klientów Grupy WP segmentów konsumentów.
- Wzrost wymagań w zakresie mierzalności i efektywności (brand + performance) oraz konsolidacja budżetów wokół podmiotów "full funnel". Reklamodawcy w coraz większym stopniu oczekują działań łączących zasięg (formaty wizerunkowe) z konwersją (performance), co premiuje wydawców/ekosystemy, które potrafią dostarczyć jednocześnie zasięg, dane 1st-party i narzędzia pomiaru.
- Zwiększenie wykorzystania modelu zautomatyzowanego zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym do dokonywania zakupu produktów reklamowych na rynku online.
- Automatyzacja zakupu i rosnąca rola AI w kreacji i optymalizacji kampanii. Rozwój narzędzi AI wspiera automatyzację produkcji kreacji, testy wariantów, optymalizację emisji i segmentację, co może zwiększać efektywność kampanii oraz konkurencyjność oferty reklamowej (przy równoległym wzroście wymagań dot. jakości danych i bezpieczeństwa marki).
- Rosnące wymagania dotyczące jakości treści, wiarygodności informacji, brand safety oraz przeciwdziałania dezinformacji mogą zwiększać koszty moderacji, narzędzi kontrolnych i procesów compliance oraz wpływać na ryzyko reputacyjne.
- Podnoszenie konwersji w serwisach e-commerce Grupy WP za sprawą rozwoju mechanizmów rekomendacji i personalizacji (big data, machine learning). Skala działalności grupy w poszczególnych obszarach pozwala zwiększać inwestycje w te rozwiązania. Rozwój tych narzędzi to również jedna z synergii w Grupie WP.
- Pozytywny wpływ synergii przychodowych i kosztowych oczekiwanych przez Grupę z przeprowadzonych przez Grupę akwizycji.

- Dalszy wzrost wartości rynku e-commerce w Polsce w najbliższych latach, który będzie spowodowany wzrostem liczby i wartości transakcji dokonywanych przez internet, jak i rozwojem infrastruktury logistycznej, w szczególności dostaw poniżej 2 godzin (jedzenie, zakupy lokalne) oraz 24 godzin (dla e-zakupów tradycyjnych), jak i odbiorów w sieciach automatów pocztowych. Grupa oczekuje dalszego wzrostu udziału e-commerce w kolejnych latach.
- Dalszy dynamiczny rozwój rynku subskrypcji. Grupa obserwuje rosnące zainteresowanie produktami subskrypcyjnymi tj. audiobooki, podcasty, telewizja w wersji online itp.
- Dalszy wzrost popularności modelu sprzedaży omnichannel (wielokanałowej), a także q-commerce (quick commerce, czyli „dostawa na żądanie”).
- Szybkie zmiany technologiczne związane z AI, w tym generatywną AI, mogą zmieniać sposób konsumpcji treści i wyszukiwania informacji, wpływać na wolumen ruchu do wydawców oraz modele monetyzacji, a także wymagać istotnych zmian produktowych, procesowych i kompetencyjnych w Grupie.
- Wzrost kosztów technologicznych oraz presja na CAPEX/OPEX wynikające z konieczności modernizacji architektury, rozwoju rozwiązań data/AI, automatyzacji oraz utrzymania konkurencyjności produktów mogą okresowo obniżać rentowność mimo oczekiwanych korzyści w dłuższym horyzoncie.
- Wykorzystanie AI w usługach wyszukiwarek internetowych może doprowadzić do znaczącej zmiany charakteru tych usług. Dotychczasowe usługi, polegające przede wszystkim na wyszukiwaniu odpowiednich stron lub witryn internetowych w odpowiedzi na zapytanie użytkownika, mogą ewoluować w stronę udzielania wyczerpujących odpowiedzi na zapytanie użytkownika bez przekierowania użytkownika do stron i witryn źródłowych. AI umożliwia przy tym w większym stopniu interakcję z użytkownikiem, w tym np. pytania uzupełniające w przypadku, gdy uzyskana informacja okaże się niewystarczająca. Zachodzi zatem obawa, że użytkownicy nie będą zainteresowani odwiedzaniem źródłowych stron i witryn internetowych, albowiem ich potrzeby zostaną zaspokojone w inny sposób.
- Narzędzia oparte o AI znacznie ułatwiają i upraszczają tworzenie oprogramowania. W szczególności mogą w istotnym zakresie zastępować wykwalifikowanych programistów oraz obniżać związane z tym koszty. Tym samym nastąpi upowszechnienie dostępu do zaawansowanego oprogramowania, co może spowodować znaczące zmniejszenie przewagi technologicznej.
- Nowoczesne i zaawansowane narzędzia oparte o AI są udostępniane przez wyspecjalizowanych usługodawców, najczęściej zagranicznych. Zależność od zewnętrznych dostawców narzędzi AI w powiązaniu z możliwymi ryzykami ekonomicznymi (wzrost cen) lub politycznymi (takimi jak zakazy eksportu usług, cła, itd.), mogą skutkować istotnymi negatywnymi konsekwencjami wynikającymi z braku należytego dostępu do zaawansowanych technologii.

Grupa Wirtualna Polska jest holdingiem technologicznym działającym w obszarach mediów, reklamy i e-commerce. Najważniejsze filary jej działalności to:

- niezależność i wiarygodność mediów;
- dostarczenie wysokiej jakości produktów i usług angażujących użytkowników;
- inspirowanie i pomaganie w codziennych decyzjach zakupowych.

Strategia biznesowa Grupy Wirtualna Polska opiera się na trzech najważniejszych obszarach biznesowych:

■ **TURYSTYKA**

W ramach tego obszaru Grupa rozwija turystykę zagraniczną (spółka Wakacje.pl oraz Invia Group) i turystykę krajową (Grupa Szallas, wraz z Nocowanie.pl).

I TURYSTYKA ZAGRANICZNA (ZORGANIZOWANA):

Po sfinalizowaniu przejęcia Invia Group, Grupa posiada w swoim portfelu spółki zajmujące się pośrednictwem w sprzedaży pakietów turystyki zagranicznej tj. Wakacje.pl, Travelplanet, Invia (Ab-in-den-urlaub, Invia).

Długoterminową ambicją Grupy jest umocnienie swojej pozycji wiodącego gracza na rynku turystyki online stając się bezpośrednim beneficjentem rosnących wydatków konsumentów na podróże w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a jednocześnie zwiększając adresowalny rynek poprzez wejście do regionu DACH. To pozwala na osiągnięcie skali operacyjnej niezbędnej do dalszej ekspansji międzynarodowej w sektorze turystycznym.

Celem strategicznym w regionie CEE jest kontynuowanie strategii omnichannel (klienci mogą kupić pakiety turystyczne w pełni online, w call center lub też we franczyzowej sieci stacjonarnej) – jednocześnie strategicznie spółka zamierza zwiększać udział kanału full online. W regionie DACH Grupa zamierza rozwijać się głównie w kanale online. Ważnym celem jest również dalsze zwiększanie udziału w rynku zagranicznej turystyki zorganizowanej, a także lojalizowanie użytkowników.

I TURYSTYKA KRAJOWA (INDYWIDUALNA):

Szallas Group ma bardzo silną pozycję na rynku węgierskim. Oprócz tego prowadzi operacje w Czechach, Chorwacji, Rumunii oraz Polsce.

Cele strategiczne w obszarze turystyki lokalnej to zwiększenie udziału w rynku turystyki lokalnej w regionie CEE i zbudowanie silnej pozycji gracza regionalnego, cross-selling oferty wszystkich spółek we wszystkich krajach.

I REKLAMA I SUBSKRYPCJE

Grupa koncentruje się na wzroście w obszarze sprzedaży reklamy internetowej, na powierzchniach własnych oraz na powierzchniach zewnętrznych (pośredniczy w sprzedaży powierzchni reklamowej innych europejskich wydawców, w ramach projektu WPartner). Grupa strategicznie podejmuje wiele działań opartych na wykorzystaniu zaawansowanej technologii: tj. rozwój produktów performance marketing (z wykorzystaniem AI – WP Booster), wsparcie rozwiązań AI w tworzeniu treści, a także wykorzystanie algorytmów do lepszej rekomendacji i personalizacji treści. Grupa rozwija również wysokomarżowy kanał sprzedaży self-serve WP ADS. Główne cele strategiczne Grupy w działalności mediowej to:

- **Zwiększenie zaangażowania użytkowników** przez tworzenie i udostępnianie kontentu jak najbardziej dopasowanego do potrzeb użytkowników, w tym jakościowego dziennikarstwa premium, wiadomości (w tym wiadomości lokalnych), materiałów video (krótkich i długich), a także w sposób jak najbardziej dopasowany do potrzeb użytkowników.
- **Zwiększanie powierzchni reklamowej**, zarówno własnej, jak i zewnętrznej (WPartner).
- **Dalsza poprawa efektywności reklamy**, przez zaawansowane technologiczne narzędzia takie jak WP Booster (rodzina produktów performance marketing optymalizowanych na różne KPIs klientów) oraz WP Ads (kanał sprzedaży self-serve).

Oprócz tego, równolegle do reklamy, rozwija obszar subskrypcyjny, na bazie Audioteki oraz Pilot WP (programy telewizyjne dostępne online).

Grupa strategicznie będzie kontynuować tworzenie atrakcyjnych i unikatowych treści, maksymalizując ich zasięgi. Dzięki temu będzie w stanie przyciągać reklamodawców i zainteresować nowych subskrybentów treściami (audiobooki, programy telewizyjne dostępne online). Celem strategicznym dla obszaru Reklama i Subskrypcje jest ciągła praca nad technologią pozwalającą na utrzymywanie przewagi konkurencyjnej w obszarze reklamy.

FINANSE KONSUMENCKIE

Superauto to spółka sprzedająca samochody przez internet. Natomiast Totalmoney działa w modelu porównywarki produktów finansowych. Obie spółki blisko współpracują z instytucjami finansowymi, a na ich wyniki w dużym stopniu wpływa sprzedaż produktów finansowych.

Dla Superauto celem strategicznym jest dalszy wzrost w oparciu o wzrost udziału e-commerce samochodów w całym rynku (według GUS obecnie tylko ok. 2% samochodów nowych jest sprzedawanych przez internet), rozwój usług dodatkowych, a także powiększenie oferty leasingowej.

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

W 2025 roku Grupa konsekwentnie realizowała opisane powyżej cele strategiczne. Poniżej znajduje się opis głównych dokonań w poszczególnych obszarach strategicznych Grupy oraz planów co do nich w kolejnych okresach:

- W kwietniu 2025 roku Grupa WP sfinalizowała przejęcie Invia Group** – jednej z największych grup turystycznych działających w Europie Środkowej oraz w krajach niemieckojęzycznych (DACH). Invia prowadzi działalność m.in. w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Czechach, Słowacji, na Węgrzech, w Polsce. Akwizycja ta stanowi strategiczne wzmocnienie segmentu Turystyki w strukturze Grupy WP, znacząco zwiększając jej obecność w regionie oraz umożliwiając wejście na nowe, atrakcyjne rynki o wysokim potencjale wzrostu. Dzięki tej transakcji Grupa WP umacnia swoją pozycję jako wiodącego gracza na rynku turystyki online, stając się bezpośrednim beneficjentem rosnących wydatków konsumentów na podróże w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a jednocześnie zwiększając adresowalny rynek poprzez wejście do regionu DACH. To pozwala na osiągnięcie skali operacyjnej niezbędnej do dalszej ekspansji międzynarodowej w sektorze turystycznym.
- Wzrost udziału w rynku turystyki w regionie Europy Środkowo-Wschodniej** – w 2025 r. Grupa koncentrowała się na umacnianiu pozycji konkurencyjnej i zwiększaniu udziału w rynku, wykorzystując skalę oraz synergie w ramach spółek Wakacje.pl, Invia i Travelplanet. W 2025 r. kontynuowaliśmy prace związane ze zwiększeniem udziału full online w sprzedaży pakietów turystycznych, a także prace związane z transformacją modelu biznesowego Nocowanie, z abonamentowego do w pełni rezerwacyjnego i transakcyjnego.
- Dalsza poprawa efektywności produktów reklamowych** - w 2025 roku kontynuowaliśmy nasze prace m.in. nad własną platformą reklamową WP Marketing Platform, która służy do prowadzenia skutecznych działań reklamowych zarówno na powierzchniach własnych Grupy, jak i na powierzchniach zewnętrznych (WPartner). W jej skład wchodzi zaawansowany adserver realizujący kampanie bazujące na danych o użytkownikach, wieloetapowych scenariuszach zaangażowania i skutecznym domykaniu transakcji (WP Marketing Cloud / WP Audience Center / WP Sales Booster), tracking i analiza efektywności biznesowej działań mediowych (WP Pixel/ WP Metrics) oraz wspierana przez technologię rozpoznawania użytkowników pomiędzy urządzeniami (WP Cross-Device) i w świecie bez 3rd party cookies (WP Universal ID). W 2025 r. kontynuowaliśmy poprawę efektywności produktów performance marketing WP Booster. Kontynuowaliśmy również prace nad systemem do samodzielnego ustawiania i optymalizacji kampanii reklamowych – WP ADS.
- Mobile** - w 2025 r. nasze inwestycje koncentrowały się na dalszej poprawie efektywności kanału mobilew naszych kampaniach, osiągając wysokie, dwucyfrowe wzrosty przychodów.
- Personalizacja treści** - w 2025 r. kontynuowano prace udoskonalające mechanizmy personalizujące rekomendacje materiałów dla użytkowników serwisów WP znajdujących się na stronach artykułowych. Kontynuowaliśmy również inwestycje w obszarze nowego algorytmu do rekomendacji treści, który powinien pozytywnie przełożyć się na zaangażowanie użytkowników i czas spędzany na naszych portalach.

- **Powierzchnie zewnętrzne** – w 2025 r. kontynuowaliśmy rozwój naszej oferty usług reklamowych na powierzchniach zewnętrznych w ramach WPartner, w tym zwłaszcza na rynkach zagranicznych. W 2025 r. planujemy dalszy rozwój w tym zakresie, zarówno przez udoskonalanie narzędzi, jak i dalsze zwiększanie liczby partnerów oferujących swoją powierzchnię w ramach tej usługi.
- **Subskrypcje** – w 2025 r. kontynuowaliśmy prace nad produktami subskrypcyjnymi (Audioteka, Pilot WP), w tym zwłaszcza nad jakością oferty audiobooków, dopasowaną ofertą cenową, UX, marżowością.
- **Big data** - w 2025 roku kontynuowaliśmy przyjęty w latach poprzednich cel stworzenia z WP organizacji typu data driven, wdrażając kolejne dashboardsy biznesowe w oparciu o wypracowane technologie, wspomagające pracę całej organizacji. W kolejnych okresach będziemy kontynuować rozwój Hubu Analitycznego, wdrażając kolejne dashboardsy biznesowe, rozbudowując zbiory danych oraz nadal poprawiając ich jakość
- **Poczta elektroniczna i WP Konto** – w zakresie bezpieczeństwa, dzięki udostępnieniu użytkownikom mechanizmu logowania 1Login od WP (WP Konto), poza wygodą logowania nie tylko do Poczty, mają oni również możliwość dodatkowego zabezpieczenia dostępu do swojego konta za pomocą drugiej metody uwierzytelniania (2FA). Oprócz tego, w poczcie stale pracujemy nad mechanizmami zabezpieczającymi użytkowników przed niechcianą oraz niebezpieczną korespondencją.
- **Rozwój przez akwizycje** – w 2025 r. kontynuowaliśmy strategię rozwoju przez akwizycje. W kwietniu 2025 r. sfinalizowaliśmy akwizycję 100% akcji Invia Group, grupy turystycznej działające w krajach niemieckojęzycznych, a także w Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. Akwizycja ta istotnie zwiększyła segment Turystyki, a także pozwoli na umocnienie się naszego udziału w rynku w regionie.
- **Wzmocnienie koncentracji na kluczowych obszarach działalności i priorytetach strategicznych** – w grudniu 2025 r. ogłosiliśmy zamiar sprzedaży Fluege.de, jednej z wiodących platform do rezerwacji lotów online w regionie DACH, mając na celu koncentrację na kluczowych obszarach segmentu turystycznego – wycieczkach pakietowych i podróżach krajowych

W związku z faktem, iż działalność Spółki ogranicza się do działalności holdingowej, jej perspektywy rozwoju i tendencje są de facto perspektywami i tendencjami, które będą się utrzymywać i wpływać na działalność całej Grupy Kapitałowej.

5. CZYNNIKI I ZDARZENIA, W SZCZEGÓLNOŚCI O NIETYPOWYM CHARAKTERZE, MAJĄCE ZNACZĄCY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ I WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ

W analizowanym okresie następujące znaczące czynniki wpływały na wyniki finansowe i operacyjne Spółki i Grupy Kapitałowej:

- sytuacja polityczno-gospodarcza w Polsce i na świecie;
- istotne przejęcia dokonane przez Grupę w poprzednich okresach;
- koszty finansowania związane z akwizycjami.

■ SYTUACJA POLITYCZNO-GOSPODARCZA W EUROPIE ŚRODKOWEJ I NA ŚWIECIE

W 2025 r. otoczenie polityczno-gospodarcze w Europie Środkowej i na świecie pozostawało wymagające, jednak warunki makroekonomiczne w Unii Europejskiej uległy stabilizacji względem wcześniejszego okresu. Kluczowe znaczenie miały utrzymująca się niepewność geopolityczna oraz konsekwencje polityki pieniężnej i fiskalnej, które wpływały na tempo wzrostu gospodarczego, nastroje konsumentów i aktywność inwestycyjną. Jednocześnie obserwowano stopniowe wygaszanie presji inflacyjnej, co sprzyjało poprawie przewidywalności otoczenia biznesowego, choć skala tej poprawy była zróżnicowana pomiędzy krajami regionu.

Według szacunków Komisji Europejskiej, PKB w całej Unii Europejskiej w 2025 r. wzrosło o 1,4%, w tym o 3,2% w Polsce, 0,4% na Węgrzech, 2,4% w Czechach, 0,7% w Rumunii i 0,2% w Niemczech. Po okresie wysokiej inflacji,

wzrost cen ustabilizował się w całej Unii Europejskiej na poziomie 2,5% w 2025 r. W regionie, w którym Grupa prowadzi działalność, najwyższy poziom inflacji w 2025 r. odnotowano w Rumunii (6,7%) i na Węgrzech (4,5%). W Polsce w 2025 r. inflacja wyniosła 3,4%, a w Niemczech i w Czechach 2,3%.

I ISTOTNE PRZEJĘCIA DOKONANE PRZEZ GRUPĘ W POPRZEDNICH OKRESACH

W trakcie 2024 r. Grupa przejęła większościowy udział w spółce Creative Eye, do której należy rumuńska platforma turystyczna Litoralul Romanesc. Transakcja została sfinalizowana 30 września 2024 r.

W grudniu 2024 r. Grupa ogłosiła zamiar przejęcia 100% Invia Group, Grupy działającej w modelu OTA (Online Travel Agent), w Europie Środkowej (m.in. w Niemczech, w Polsce, w Czechach, na Węgrzech). Akwizycja została sfinalizowana 24 kwietnia 2025 r.

Przejęcie spółek i ujęcie ich wyników po raz pierwszy wiąże się z:

- o dodatkowymi kosztami związanymi z obsługą akwizycji (tj. obsługa prawna, koszty transakcyjne, due diligence rynkowe, prawne, finansowe i podatkowe, PCC),
- o wyższymi kosztami odsetek
- o prowizji oraz uwzględnieniem dodatkowej amortyzacji, w tym amortyzacji zidentyfikowanych aktywów niematerialnych w ramach alokacji ceny nabycia (PPA).

W grudniu 2025 r. Grupa ogłosiła zamiar sprzedaży Fluege.de, jednej z wiodących platform do rezerwacji lotów online w regionie DACH, mając na celu koncentrację na kluczowych obszarach segmentu turystycznego – wycieczkach pakietowych i podróżach krajowych. Transakcja oczekuje na zgody regulacyjne.

I KOSZTY FINANSOWANIA ZWIĄZANE Z AKWIZYCJAMI

Grupa korzysta z finansowania dłużnego w zakresie swojej działalności akwizycyjnej.

W 2022 r. Grupa zwiększyła swoje zadłużenie, głównie w związku z finansowaniem nabycia akcji Grupy Szallas (399 mln zł), a także części akcji spółki Audioteka (45 mln zł). W trakcie 2024 r. Grupa przejęła większościowy udział w spółce Creative Eye, do której należy rumuńska platforma turystyczna Litoralul Romanesc. Akwizycja została refinansowana kredytem bankowym w I kwartale 2025 r.

W grudniu 2024 r. Grupa podpisała umowę przejęcia Invia Group. Transakcja została sfinalizowana 24 kwietnia 2025 r. i sfinansowana kredytem bankowym.

Na dzień 31 grudnia 2025 roku kwota zadłużenia na podstawie umowy kredytu wyniosła 1 770 milionów złotych, w porównaniu do 697 mln zł na 31 grudnia 2024 r. Zadłużenie netto w relacji do skorygowanej EBITDA pro forma (z uwzględnieniem wyników Invia Group i Creative Eye) na dzień 31 grudnia 2025 r. wyniosło 2,35x. Z ujęciem planowanej sprzedaży Fluege.de, pro forma dług netto do EBITDA wyniosłoby ok. 2,1x.

Wzrost zadłużenia w trakcie 2025 r. miał związek głównie ze sfinansowaniem transakcji nabycia 100% akcji Invia Group, za ok. 240 mln EUR. Finalizacja akwizycji nastąpiła 24 kwietnia 2025 r.

Zadłużenie z umowy kredytu jest oprocentowane według stawki WIBOR 3M oraz EURIBOR 3M powiększonych o określone w umowie marże.

W 2025 roku koszty z tytułu odsetek i prowizji Grupy, które w przeważającej części wynikały z odsetek dotyczących kredytu zaciągniętego na podstawie umowy kredytu, wyniosły 107,5 mln złotych. Wysokość tych kosztów w kolejnych okresach będzie zależeć od wysokości stawki WIBOR 3M oraz EURIBOR 3M, które według stanu na 31 grudnia 2025 roku wyniosły odpowiednio 3,99% oraz 2,03%.

Przejęcie spółek i ujęcie ich wyników po raz pierwszy wiązało się z: dodatkowymi kosztami związanymi z obsługą akwizycji (tj. obsługa prawna, koszty transakcyjne, due diligence rynkowe, prawne, finansowe i podatkowe, PCC), wyższymi kosztami odsetek i prowizji oraz uwzględnieniem dodatkowej amortyzacji, w tym amortyzacji zidentyfikowanych aktywów niematerialnych w ramach alokacji ceny nabycia (PPA).

Poza opisanymi powyżej czynnikami w 2025 r. roku nie wystąpiły czynniki i zdarzenia o nietypowym charakterze mające znaczący wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.

6. CZYNNIKI, KTÓRE W OCENIE ZARZĄDU BĘDĄ MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ W KOLEJNYCH OKRESACH

Na działalność Spółki i Grupy będą wpływać przede wszystkim, podobnie jak to miało miejsce w przeszłości, przede wszystkim następujące czynniki:

I SYTUACJA POLITYCZNO-GOSPODARCZA W REGIONIE I NA ŚWIECIE

Grupa prowadzi działalność przede wszystkim w obszarze mediów i reklamy internetowej w regionie Europy Środkowo-Wschodniej oraz w segmencie turystyki online (działalność pośrednictwa w rezerwacjach podróży) na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej i krajów niemieckojęzycznych (DACH – Niemcy, Austria, Szwajcaria). Wyniki obu segmentów są w istotnym stopniu uzależnione od warunków makroekonomicznych, w tym tempa wzrostu gospodarczego, poziomu konsumpcji oraz skłonności przedsiębiorstw do ponoszenia wydatków reklamowych. W konsekwencji na działalność Grupy mają wpływ czynniki makroekonomiczne kształtujące sytuację w regionie, na którą z kolei w znacznym zakresie wpływa sytuacja ekonomiczna Unii Europejskiej oraz na świecie.

Według szacunków Komisji Europejskiej, PKB w całej Unii Europejskiej w 2025 r. wzrosło o 1,4%, w tym o 3,2% w Polsce, 0,4% na Węgrzech, 2,4% w Czechach, 0,7% w Rumunii i 0,2% w Niemczech. Po okresie wysokiej inflacji, wzrost cen ustabilizował się w całej Unii Europejskiej na poziomie 2,5% w 2025 r. W regionie, w którym Grupa prowadzi działalność, najwyższy poziom inflacji w 2025 r. odnotowano w Rumunii (6,7%) i na Węgrzech (4,5%). W Polsce w 2025 r. inflacja wyniosła 3,4%, a w Niemczech i w Czechach 2,3%. W 2026 r. Komisja Europejska zakłada lekkie obniżenie się inflacji we wszystkich krajach regionu.

W 2026 r. Komisja Europejska spodziewa się utrzymania tempa wzrostu gospodarczego na poziomie 1,4%, w tym oczekuje wzrostu PKB w Polsce o 3,5%, na Węgrzech o 2,3%, w Czechach o 1,9%, w Rumunii o 1,1% i w Niemczech o 1,2%.

Zmiany sytuacji gospodarczej, których odzwierciedleniem jest dynamika PKB, wpływają na siłę nabywczą klientów Grupy oraz konsumentów jej produktów i usług, a także na skłonności do wydatków konsumpcyjnych czy oszczędzania, kształtując przez to wysokość budżetów reklamowych klientów Grupy, a tym samym popyt na produkty reklamowe Grupy, a także na produkty i usługi e-commerce.

W kolejnych okresach wyniki Grupy mogą być pod wpływem sytuacji geopolitycznej dotyczącej kluczowych kierunków turystycznych, w szczególności Turcji i Egiptu, które odpowiadają za istotną część sprzedaży biur podróży na rynkach Polski, Czech i Niemiec. Na dzień sporządzenia raportu destynacje te pozostają otwarte i funkcjonują operacyjnie, jednak dalszy rozwój sytuacji oraz jego wpływ na zachowania konsumentów i decyzje zakupowe klientów, a także stabilność finansową tour operatorów pozostają trudne do przewidzenia. Ewentualny wzrost niepewności może wpływać na tempo rezerwacji oraz strukturę popytu, przy jednoczesnym ograniczeniu możliwości pełnego przesunięcia sprzedaży na inne kierunki z uwagi na dostępność oferty. W rezultacie w kolejnych kwartałach może wystąpić niższa dynamika sprzedaży, brak wzrostu przychodów lub ich przejściowy spadek. Jednocześnie prowizyjny model działalności ogranicza ryzyko ponoszenia istotnych strat, zmniejszając wrażliwość modelu OTA na krótkoterminową zmienność popytu. Tempo wzrostu wydatków na reklamę online oraz rozwój handlu elektronicznego w regionie Europy Środkowej

Sukces Grupy jest uzależniony od rozwoju usług i technologii oraz od ogólnej kondycji i struktury rynków, na których działa Grupa – w szczególności rynku reklamy online, handlu elektronicznego oraz turystyki w regionie Europy Środkowej (w tym Polska, Niemcy, Czechy i Węgry). W ostatnich latach obserwuje się, że kluczowe dla dynamiki tych rynków stają się czynniki makroekonomiczne (inflacja, koszty finansowania, wahania kursów walut), uwarunkowania regulacyjne (w tym przepisy dotyczące platform i reklamy) oraz zmiany technologiczne związane z prywatnością i automatyzacją (w tym AI). Wysokość stóp procentowych wpływa na skłonność konsumentów do zakupów, w tym zakupów odroczonych oraz finansowanych kredytem.

Jednocześnie rośnie znaczenie otoczenia regulacyjnego dla funkcjonowania platform internetowych oraz przejrzystości reklamy online. Równolegle postępują zmiany technologiczne ograniczające tradycyjną adresowalność i pomiar kampanii – w szczególności związane z rosnącą rolą consent i danych first-party.

Jednocześnie rośnie znaczenie otoczenia regulacyjnego dla funkcjonowania platform internetowych oraz przejrzystości reklamy online, w tym wymogów dotyczących oznaczania treści, rozliczalności i ochrony konsumentów. Równolegle postępują zmiany technologiczne ograniczające tradycyjną adresowalność i pomiar kampanii – w szczególności związane z rosnącą rolą consent oraz danych first-party, co może wpływać na efektywność targetowania i atrybucji oraz poziom stawek reklamowych. W ramach rynku reklamy online widoczna jest także strukturalna zmiana miksu formatów i celów kampanii: relatywnie wyższą dynamikę wzrostu wykazują formaty wideo (w tym short-form) oraz reklama w wyszukiwarkach (search) i reklama rozliczana za efekt (performance marketing). Przesuwanie budżetów w kierunku kanałów o mierzalnym zwrocie, dominacja modeli aukcyjnych i zakupu programatycznego oraz optymalizacja łańcucha dostaw (w tym zależność od pośredników adtech i integracji technologicznych) mogą wpływać na poziom monetyzacji powierzchni reklamowej.

Dodatkowo, na popyt i monetyzację w reklamie online oddziałuje również konkurencja o uwagę użytkowników i zmiany w sposobie konsumpcji treści (m.in. rosnąca rola aplikacji i formatów wideo), co może mieć wpływ na zasięg, czas spędzany w serwisach oraz dostępne inventory. Istotne są również czynniki jakościowe i reputacyjne, takie jak brand safety, viewability oraz ryzyka związane z nadużyciami w ekosystemie reklamowym (np. fraud).

W obszarze e-commerce w Europie Środkowej utrzymuje się trend wzrostowy, jednak rynek pozostaje wrażliwy na czynniki kosztowe (logistyka, energia, obsługa zwrotów), presję cenową oraz rosnącą konkurencję w cross-border e-commerce. Rynek handlu internetowego coraz mocniej przechodzi w fazę dojrzałości: rośnie znaczenie doświadczenia zakupowego, integracji kanałów online/offline (omnichannel) oraz zakupów mobilnych i transgranicznych, a konkurencja sprzyja presji na efektywność i jakość obsługi. W perspektywie najbliższych lat kluczowe trendy obejmują mobile-first i personalizację (w tym wykorzystanie AI w procesie zakupowym), a także rozwój retail media.

Nie można wykluczyć, że z powodów pozostających poza kontrolą Grupy, takich jak np. zmiana przyzwyczajeń konsumentów, nastąpi zahamowanie trendu migracji sprzedaży z kanału tradycyjnego do kanału online, co może przełożyć się negatywnie na możliwość rozwoju Grupy w zakresie reklamy internetowej i e-commerce.

I ROZWÓJ RYNKU TURYSTYKI ZAGRANICZNEJ I KRAJOWEJ W REGIONIE CEE I DACH

Sytuacja i wyniki Grupy w kolejnych latach będą w istotnym stopniu zależały od koniunktury na rynku turystycznym, obejmującym zarówno podróże zagraniczne, jak i krajowe, w regionie Europy Środkowo-Wschodniej (CEE) oraz krajach niemieckojęzycznych (DACH). W 2025 r. obserwowano wzrost popytu na usługi turystyczne, zwłaszcza w regionie CEE, wspierany rosnącymi dochodami gospodarstw domowych, większą dostępnością połączeń lotniczych oraz rosnącą skłonnością konsumentów do przeznaczania części budżetu na podróże i wypoczynek. Jednocześnie, na rynku utrzymuje się wyraźny trend digitalizacji procesu zakupu usług turystycznych – coraz większa część klientów dokonuje rezerwacji online.

Przejęcie przez Grupę spółki Invia Group, jednego z wiodących internetowych pośredników w sprzedaży pakietów turystycznych w regionie, znacząco zwiększa ekspozycję na rynek turystyki online. Rozwój płatności elektronicznych oraz popularyzacja mobilnych aplikacji rezerwacyjnych mogą dodatkowo sprzyjać rozwojowi tego segmentu. Należy jednak uwzględnić, że czynniki makroekonomiczne (np. inflacja, kursy walut) oraz geopolityczne (np. stabilność polityczna w popularnych kierunkach turystycznych) mogą wpływać na skalę i dynamikę wyjazdów, a tym samym na popyt na usługi turystyczne. Zmiany preferencji konsumentów mogą również modyfikować strukturę sprzedaży w poszczególnych kanałach.

I KONKURENCJA NA RYNKU

Zarówno na świecie, jak i w Polsce rynek reklamy internetowej i rynek e-commerce charakteryzują się wysoką konkurencyjnością.

W segmencie Reklama i Subskrypcje, bezpośrednimi konkurentami Grupy są podmioty, do których należą krajowe portale i serwisy internetowe, w tym w szczególności Grupa Onet.pl, Grupa Polsat-Interia.pl i Grupa Gazeta.pl. Ponadto Grupa konkuruje z podmiotami oferującymi różne usługi internetowe (np. z Google, Facebook, X), w tym w szczególności w zakresie dostawy usług poczty elektronicznej (np. Yahoo!, Gmail) a także podmiotami funkcjonującymi na rynku reklamy telewizyjnej, w szczególności innymi nadawcami kanałów telewizyjnych. Ponadto

o budżety reklamowe klientów konkurencją dla Grupy, choć nie bezpośrednią, są również inne podmioty działające na szeroko pojętym rynku reklamy, w tym w szczególności stacje telewizyjne, gazety i radio. Podmioty te konkurują ze sobą w zakresie ceny produktów i usług, zwłaszcza stawek za reklamy, zdolności dotarcia do potencjalnych klientów o profilu poszukiwanym przez reklamodawców, atrakcyjności i jakości publikowanych materiałów (np. w zakresie spełniania standardów widoczności reklam w Internecie określonych przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska), kształtowania lub szybkości dostosowywania się do trendów panujących na rynku, a także siły marki.

Na datę raportu Grupa jest jednym z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych pod względem liczby realnych użytkowników oraz zasięgu. Wiodąca pozycja jest istotna ze względu na tzw. premię lidera, czyli skłonność reklamodawców do zamieszczania reklam w portalach i serwisach internetowych cieszących się pozycją lidera na rynku pod względem oferowanego dotarcia do użytkowników Internetu, co ma istotny wpływ na generowane przychody. Na zdolność Grupy do umocnienia obecnej pozycji konkurencyjnej ma wpływ wiele czynników, w tym przede wszystkim rozpoznawalność marki i reputacja Grupy, atrakcyjność i jakość publikowanych w portalach i serwisach internetowych materiałów, baza użytkowników oraz zdolność do analizy i przetwarzania danych o użytkownikach portali i serwisów internetowych. Nie można wykluczyć, że Grupa na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy nie będzie w stanie umocnić aktualnej pozycji lub że tej pozycji nie utraci. Ponadto, wzrost konkurencji na rynkach, na których Grupa prowadzi działalność, może doprowadzić do wzrostu presji w zakresie obniżania cen oferowanych produktów i usług, w szczególności różnych form reklamy online, a także może spowodować konieczność zwiększenia wydatków na działania marketingowe lub na badania i rozwój związane z rynkiem oraz opracowywaniem i wprowadzaniem nowych produktów, usług, ich udoskonaleń oraz innowacyjnych rozwiązań.

Grupa realizuje działalność w zakresie handlu internetowego przez szereg podmiotów, które działają na bardzo różnych rynkach docelowych (m.in. turystyka, sprzedaż samochodów, finanse konsumenckie, projekty domów). Każdy z tych rynków charakteryzuje się innym poziomem konkurencyjności, przy czym należy zaznaczyć, że na niektórych z nich bezpośrednią konkurencją dla podmiotów z Grupy są również ich istotni dostawcy. Ponadto rynek e-commerce charakteryzuje się dużą liczbą podmiotów rozpoczynających działalność, co w dalszym stopniu wpływa na zwiększenie konkurencyjności. Podmioty Grupy w większości przypadków mają pozycję lidera w swojej kategorii, w szczególności pod względem liczby użytkowników. Nie można jednak wykluczyć, że część lub wszystkie podmioty działające na rynku handlu internetowego na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy nie będzie w stanie umocnić aktualnej lub że tej pozycji nie utraci.

W segmencie Turystyka Grupa konkuruje z podmiotami oferującymi sprzedaż usług turystycznych zarówno w kanałach online, jak i offline. Najistotniejszą konkurencją dla marek Grupy działających w modelu pośrednictwa i marketplace'u (w tym w szczególności Wakacje.pl oraz Ab-in-den-Urlaub) są biura podróży i touroperatorzy prowadzący sprzedaż w kanałach własnych (direct), w tym poprzez własne strony internetowe, aplikacje mobilne oraz sieci agencyjne. Grupa konkuruje również z innymi internetowymi pośrednikami i platformami rezerwacyjnymi (OTA/marketplace) działającymi na poszczególnych rynkach, a także – w zakresie pozyskiwania ruchu i intencji zakupowej – z serwisami porównawczymi i agregatorami ofert; na rynku niemieckim istotnym konkurentem w tym obszarze jest m.in. Check24. Ponadto Grupa konkuruje z dostawcami usług turystycznych prowadzącymi sprzedaż bezpośrednią, w tym z hotelami i sieciami hotelowymi, obiektami noclegowymi, przewoźnikami lotniczymi oraz innymi podmiotami oferującymi rezerwacje w kanałach direct, co może wpływać na dostępność oferty oraz poziom marż i prowizji. W obszarze turystyki krajowej i rezerwacji noclegów, dla Grupy Szallas największym konkurentem jest globalna platforma Booking.com, dysponująca szeroką bazą obiektów, wysoką rozpoznawalnością marki oraz dużą skalą inwestycji w marketing i technologię, co może zwiększać presję konkurencyjną, w tym w zakresie kosztów pozyskania użytkownika oraz widoczności ofert. Podmioty konkurujące na rynku turystycznym rywalizują w szczególności w zakresie ceny i warunków oferty (m.in. dostępności, polityk anulacji i zwrotów, elastyczności terminów), szerokości i jakości bazy ofert, skuteczności działań marketingowych (SEO/SEM, performance, afiliacje), jakości doświadczenia użytkownika (funkcjonalność wyszukiwania, personalizacja, wersje mobilne, szybkość procesu rezerwacji), standardu obsługi klienta i wsparcia posprzedażowego, a także siły marki i poziomu zaufania konsumentów.

I ZWIĘKSZENIE EFEKTYWNOŚCI DZIĘKI WYKORZYSTANIU ZASOBÓW GRUPY I NARZĘDZI BIG DATA

Grupa posiada jedną z największych w Polsce baz użytkowników portali internetowych oraz największą w Polsce bazę użytkowników poczty elektronicznej. Osiągnięcie powyższej pozycji było możliwe m.in. dzięki dokonaniom przez Grupę akwizycjom.

Posiadanie dużej liczby użytkowników usług i treści daje Grupie, w granicach przewidzianych przepisami prawa, dostęp do informacji o zachowaniach użytkowników. Dzięki dostępowi do dużej liczby danych o zachowaniach użytkowników (a w szczególności o treściach i usługach, z których korzystają użytkownicy) oraz postępowi w zakresie możliwości analizy dużych zasobów danych, który dokonał się w ostatnich latach (pojawienie się narzędzi do analizy dużych, różnorodnych zbiorów danych powstających z dużą częstotliwością – tzw. big data), Grupa ma istotny potencjał zwiększenia efektywności operacyjnej m.in. dzięki wprowadzeniu personalizacji treści, a także dzięki personalizacji reklam, których efektywność zwiększa się przez wyeliminowanie reklam produktów, którymi dany użytkownik nie jest zainteresowany.

I AKTYWNA DZIAŁALNOŚĆ AKWIZYCYJNA

Zgodnie z przyjętą strategią Grupy, Zarząd na bieżąco analizuje możliwości inwestycji w spółki świadczące usługi zbliżone do oferowanych przez Grupę lub wobec nich komplementarne, które mogą uzupełnić portfolio produktów i usług Grupy oraz uczestniczy w procesach akwizycyjnych.

W trakcie 2024 r. Grupa przejęła większościowy udział w spółce Creative Eye, do której należy rumuńska platforma turystyczna Litoralul Romanesc. Transakcja została sfinalizowana 6 sierpnia po wykupie pozostałych brakujących udziałów.

W grudniu 2024 r. Grupa ogłosiła zamiar przejęcia 100% Invia Group, Grupy działającej w modelu OTA (Online Travel Agent), w Europie Środkowej (m.in. w Niemczech, w Polsce, w Czechach, na Węgrzech). Akwizycja została sfinalizowana 24 kwietnia 2025 r.

Dokonane przejęcia spółek w kolejnych okresach będzie związane z wyższymi kosztami odsetek i prowizji oraz uwzględnieniem dodatkowej amortyzacji, w tym amortyzacji zidentyfikowanych aktywów niematerialnych w ramach alokacji ceny nabycia (PPA).

7. ISTOTNE UMOWY I ZDARZENIA, KTÓRE WYSTĄPIŁY W 2025 ROKU

I ZAWARCIE NOWEGO ANEKSU DO UMOWY KREDYTÓW

7 lutego 2025 r. został zawarty warunkowy aneks do umowy kredytów z dnia 20 marca 2024 r. zawartej pomiędzy Wirtualna Polska Holding SA oraz Wirtualna Polska Media SA jako kredytobiorcami oraz TotalMoney.pl Sp. z o.o., Wakacje.pl SA, Audioteka Group Sp. z o.o., Nocowanie.pl Sp. z o.o., Extradom.pl Sp. z o.o., WP Naturalnie Solar 1 Sp. z o.o., WP Naturalnie Solar 2 Sp. z o.o., Szallas Group Zártkörűen Működő Részvénytársaság, Online Holding s.r.o. jako poręczycielami a konsorcjum banków w składzie: mBank SA, Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski SA, ING Bank Śląski SA, Bank Polska Kasa Opieki SA oraz BNP Paribas Bank Polska SA jako kredytodawcami.

Na podstawie Aneksu, m.in.

- do Umowy Kredytów przystępuje nowy kredytodawca, tj. Bank Handlowy w Warszawie SA,
- Kredytodawcy udzielą nowej transzy kredytu Capex w zł i nowej transzy kredytu Capex w EUR, a łączna maksymalna kwota kredytów zostanie zwiększona do 1.766.931 tys. zł i 101.000 tys. EUR

Zgodnie z Aneksem, udzielone finansowanie może być przeznaczone w szczególności na finansowanie i refinansowanie akwizycji i wydatków inwestycyjnych, w tym w związku z zawarciem transakcji nabycia akcji w Invia Group SE. Dodatkowe finansowanie zostało wykorzystane 24 kwietnia 2025 r.

Na dzień publikacji raportu do umowy kredytu dołączyły w charakterze poręczyciela spółki Invia Group SE, Invia.cz a.s. i Invia Travel Germany GmbH.

W dniu 29 września 2025 roku Grupa dokonała wcześniejszej spłaty części kredytu w kwocie 16,5 mln zł (wartość kapitału).

I ZAWARCIE WARUNKOWEJ TRANSAKCJI ZBYCIA 100% UDZIAŁÓW W INVIA FLIGHTS GMBH

W dniu 3 grudnia 2025 roku zawarta została warunkowa transakcja zbycia 100% udziałów w Invia Flights Germany GmbH („IFG”), przez spółkę zależną Invia Flights s.r.o., na rzecz Tongcheng International Investment Singapore Pte. Ltd.

W ramach transakcji wartość IFG w formule *Enterprise Value* została ustalona na ok. 42,3 mln EUR. Ostateczna cena sprzedaży zostanie skorygowana o wartość kapitału obrotowego netto oraz wartość zadłużenia netto IFG na dzień zamknięcia transakcji.

Transakcja została zawarta pod warunkami zawieszającymi, w tym w szczególności polegającym na uzyskaniu wymaganej zgody właściwego organu administracji publicznej w Niemczech – Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Energii (niem. *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; BMW*). Na dzień publikacji skonsolidowanego sprawozdania transakcja nie została zamknięta.

Poza opisanymi powyżej zdarzeniami, zmianami w strukturze Grupy oraz zmianami wartości kapitału własnego Spółki dominujące w analizowanym okresie nie wystąpiły inne istotne zdarzenia.

8. CZYNNIKI RYZYKA ISTOTNE DLA ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ

[ESRS 2 GOV-5]

Spółka, jako jednostka dominująca Grupy Kapitałowej, której główna działalność operacyjna to działalność holdingu finansowego narażona jest na te same ryzyka, na które narażone są inne spółki w ramach jej Grupy Kapitałowej.

RYZYKA ZWIĄZANE Z OTOCZENIEM RYNKOWYM

I SYTUACJA MAKROEKONOMICZNA I GEOPOLITYCZNA

Grupa prowadzi działalność w sektorze reklamy oraz handlu internetowego, którego dynamika jest, co do zasady, silnie skorelowana ze wzrostem gospodarczym i sytuacją makroekonomiczną w Polsce i na świecie.

Na działalność Grupy wpływają czynniki makroekonomiczne kształtujące sytuację na rynku polskim oraz w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, na które z kolei w dużej mierze oddziałuje kondycja gospodarcza Unii Europejskiej i gospodarki globalnej. Zmiany takich wskaźników makroekonomicznych jak m.in. dynamika PKB (prognozowany wzrost realnego PKB w Polsce w 2026 roku szacowany przez Komisję Europejską na około 3,5% (wobec ok. 3,2% w 2025 roku), inflacja HICP (która ma wynieść ok. 2,9% w 2026 roku, wobec ok. 3,4% w 2025 roku), kurs wymiany PLN wobec innych walut (w ujęciu prognoz rynkowych oczekuje się stabilizacji lub nieznacznego umocnienia PLN – przykładowo średni EUR/PLN ok. 4,20–4,22 w 2026 roku wobec ok. 4,24 w 2025 roku), prognozowany wzrost wynagrodzeń, poziom konsumpcji oraz stopy procentowe – które pozostają poza kontrolą Grupy – wpływają na siłę nabywczą klientów Grupy oraz konsumentów jej produktów i usług, a także na ich skłonność do wydatków konsumpcyjnych lub oszczędzania.

Są to istotne czynniki kształtując zarówno wysokość budżetów reklamowych kontrahentów Grupy, a tym samym popyt na produkty i usługi Grupy, zwłaszcza reklamę online, jak i skłonność konsumentów do wydatków, w tym dokonywania zakupów przez internet. Niespodziewane zmiany sytuacji gospodarczej lub długotrwała dekonunktura mogą pogorszyć również zdolność kontrahentów Grupy, jej podwykonawców i dostawców do wywiązywania się z ich zobowiązań względem Grupy, skutkować ich niewypłacalnością lub upadłością, a także

powodować ograniczenie sprzedaży określonych produktów i usług Grupy. Spadek konkurencyjności polskiej gospodarki względem innych krajów rozwiniętych i rozwijających się może spowodować odpływ zagranicznego kapitału lub zmniejszenie skłonności zagranicznych inwestorów do inwestowania w Polsce. Co za tym idzie przedsiębiorcy należący do grona klientów Grupy mogą nie posiadać wystarczających środków do rozwoju swojej działalności. Może to negatywnie wpłynąć na ich skłonność do korzystania z usług reklamowych Grupy.

Grupa nie prowadzi działalności bezpośrednio na terytorium Ukrainy, Rosji ani Białorusi. Główni kontrahenci Grupy nie pochodzą z Ukrainy, nie są to również podmioty z Rosji ani Białorusi. Sytuacja geopolityczna w regionie może mieć jednak także istotny wpływ na sytuację makroekonomiczną w Polsce i w konsekwencji na zachowania kontrahentów Grupy i użytkowników jej usług (w tym m.in. na budżety reklamowe, siłę nabywczą, skłonność do wyjazdów rekreacyjnych).

Ponadto, Grupa nie prowadzi działalności bezpośrednio na terytorium innych państw objętych konfliktami zbrojnymi, w tym na Bliskim Wschodzie. Jednakże sytuacja w części tych państw (wojna, niepokoje społeczne, ograniczenia wjazdu i wyjazdu, itd.) może mieć wpływ na zachowania użytkowników usług Grupy, w szczególności na podejmowanie decyzji dotyczących wyjazdów turystycznych do krajów, w których sytuacja polityczna jest niestabilna lub do państw sąsiednich (tj. Turcja i Egipt, których udział w destynacjach na rynku zorganizowanej turystyki zagranicznej jest znaczący).

I KONKURENCJA NA POLSKIM RYNKU REKLAMY I HANDLU INTERNETOWEGO

Zarówno na świecie, jak i w Polsce rynek reklamy internetowej i rynek e-commerce charakteryzują się wysoką konkurencyjnością. Bezpośrednimi konkurentami Grupy są podmioty, do których należą krajowe portale i serwisy internetowe, w tym w szczególności Grupa Onet.pl, Grupa Polsat - Interia.pl i Grupa Gazeta.pl. Najważniejszymi konkurentami Grupy na rynku reklamy są globalni liderzy tego rynku – Alphabet (Google) i Meta (Facebook, Instagram). Ponadto Grupa konkuruje z podmiotami oferującymi różne usługi internetowe (np. X (dawniej: Twitter), TikTok), w tym w szczególności w zakresie dostawy usług poczty elektronicznej (np. Gmail, Onet, Interia), a także podmiotami funkcjonującymi na rynku reklamy telewizyjnej, w szczególności innymi nadawcami kanałów telewizyjnych. Podmioty te konkurują ze sobą w zakresie ceny produktów i usług, zwłaszcza stawek za reklamy, zdolności dotarcia do potencjalnych klientów o profilu poszukiwanym przez reklamodawców, atrakcyjności i jakości publikowanych materiałów (np. w zakresie spełniania standardów widoczności reklam w Internecie określonych przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska), kształtowania lub szybkości dostosowywania się do trendów panujących na rynku, a także siły marki.

Na datę raportu Grupa jest jednym z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych pod względem liczby realnych użytkowników oraz zasięgu. Wiodąca pozycja jest istotna ze względu na tzw. premię lidera, czyli skłonność reklamodawców do zamieszczania reklam w portalach i serwisach internetowych cieszących się pozycją lidera na rynku pod względem oferowanego dotarcia do użytkowników Internetu, co ma istotny wpływ na generowane przychody. Na zdolność Grupy do umocnienia obecnej pozycji konkurencyjnej ma wpływ wiele czynników, w tym przede wszystkim rozpoznawalność marki i reputacja Grupy, atrakcyjność i jakość publikowanych w portalach i serwisach internetowych materiałów, baza użytkowników oraz zdolność do analizy i przetwarzania danych o użytkownikach portali i serwisów internetowych. Nie można wykluczyć, że Grupa na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy nie będzie w stanie umocnić aktualnej pozycji jednego z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych lub że tej pozycji nie utraci. Ponadto, wzrost konkurencji na rynkach, na których Grupa prowadzi działalność, może doprowadzić do wzrostu presji w zakresie obniżania cen oferowanych produktów i usług, w szczególności różnych form reklamy online, a także może spowodować konieczność zwiększenia wydatków na działania marketingowe lub na badania i rozwój związane z rynkiem oraz opracowywaniem i wprowadzaniem nowych produktów, usług, ich udoskonaleń oraz innowacyjnych rozwiązań.

Grupa realizuje działalność reklamową w zakresie handlu internetowego przez szereg podmiotów, które działają na bardzo różnych rynkach docelowych (m.in. turystyka, finanse, projekty domów, sprzedaż samochodów). Do najważniejszych konkurentów na istotnym dla Grupy rynku turystyki zaliczają się Booking, AirBnB, Expedia, Linie Lotnicze, Travelist czy Trivago. Każdy z tych rynków charakteryzuje się innym poziomem konkurencyjności, przy czym

należy zaznaczyć, że na niektórych z nich bezpośrednią konkurencją dla podmiotów z Grupy są również ich istotni dostawcy.

I RYZYKA ZWIĄZANE ZE ZMIANĄ KLIMATU ORAZ ZAGADNIENIAMI ZWIĄZANYMI ZE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Opracowana i wdrożona przez Grupę strategii ESG mająca na celu usystematyzowanie istniejących oraz wdrożenie nowych inicjatyw z zakresu ochrony środowiska, społecznej odpowiedzialności i ładu korporacyjnego może nie zostać zrealizowana ze względu na czynniki wewnętrzne lub zewnętrzne, pozostające poza kontrolą Grupy.

Grupa może podlegać ryzykom związanym ze zmianą klimatu oraz zagadnieniami związanymi ze zrównoważonym rozwojem, które obejmują w szczególności następujące grupy zagrożeń:

- I Nagłe lub długotrwałe ryzyka fizyczne;
- I Ryzyka prawne i związane z regulacjami, które dotyczą kwestii wynikających ze zmiany klimatu;
- I Ryzyka zarządcze, technologiczne, rynkowe, reputacyjne związane ze zmianą klimatu;
- I Ryzyka związane z ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi;
- I Ryzyka pracownicze;
- I Ryzyka społeczne;
- I Ryzyka ładu korporacyjnego i zarządczego.

Należy podkreślić, że powyższe ryzyka, którym może podlegać Grupa, mają charakter ryzyk typowych dla branży, w której Grupa prowadzi działalność, np. rosnące średnie temperatury powodują wzrost nakładów na chłodzenie serwerowni, a ewentualne nieefektywności chłodzenia zmniejszają efektywność pracy urządzeń oraz zwiększają ryzyko uszkodzeń.

Dodatkowo, coraz większe zapotrzebowanie na energię elektryczną - zarówno zgłaszane od gospodarstw domowych (zwłaszcza w sezonie letnim) jak i przedsiębiorstw - może spowodować wykorzystanie pełnej przepustowości sieci przesyłowej i czasowe ograniczenia w dostawach prądu. Dodatkowo, wysoka temperatura może powodować dalsze zmniejszenie podaży na rynku energii elektrycznej (np. z powodu niskiego stanu wód potrzebnych do generatorów lub chłodni w elektrowniach). Może to doprowadzić do przerw w dostępie energii i skutkować brakiem dostępności produktów oferowanych przez Grupę lub brakiem popytu w związku z brakiem energii elektrycznej u użytkowników.

Ponadto, opisywane w niniejszym punkcie zjawiska mogą wiązać się także z szansami dla Grupy. W szczególności Grupa może rozwijać swoje usługi z uwzględnieniem zmian klimatycznych i związanych z nimi wyzwań oraz z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju, uzyskując tym samym dodatkową przewagę konkurencyjną – zarówno jako usługodawca, jak i pracodawca.

I OGRANICZENIA MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTYWANIA DANYCH UŻYTKOWNIKÓW

Dostawcy najpopularniejszych przeglądarek, aplikacji i systemów internetowych podejmują zaplanowane działania mające na celu ograniczenie lub zaprzestanie obsługi tzw. third-party cookies, tj. plików cookies które są umieszczane na stronach internetowych przez podmioty zewnętrzne (partnerów współpracujących z właścicielami domen w których są udostępniane strony odwiedzane przez użytkowników). Widoczne są również działania rynkowe mające na celu zwiększenie prywatności użytkowników internetu i dalsze ograniczenie dostępu do danych.

Marginalizacja technologii third-party cookies doprowadzi do rozwoju nowych standardów rynkowych, m.in. w zakresie reklamy oferowanej w modelu RTB i reklamy wykorzystującej dane osobowe, co może przyczynić się do rozwoju nowych form i modeli reklamowych, np. reklamy kontekstowej. Istnieje jednak ryzyko, że nowe modele reklamowe mogą nie być w początkowej fazie istnienia tak skuteczne i co za tym idzie tak wysoko wyceniane jak dotychczasowe.

Przewagą Grupy - jako właściciela i wydawcy portali internetowych oraz twórcy technologii (np. WP Pixel, WPartner, 1Login, WPlatform) - jest możliwość bezpośredniego pozyskiwania danych od użytkowników poprzez serwisy należące Grupy lub z którymi Grupa współpracuje, bez konieczności wykorzystywania third-party cookies. Grupa

posiada przy tym dodatkową przewagę konkurencyjną wynikającą ze skali ruchu w portalach i serwisach Grupy oraz stron partnerskich, co ma istotne znaczenie m.in. dla rozwoju reklamy kontekstowej.

Dodatkowo, Grupa wprowadziła model typu „Pay or OK”. Mechanizm ten polega na zaoferowaniu użytkownikowi wyboru: wyrażenie zgody na wykorzystywanie danych do celów marketingowych (w tym m.in. automatyczne dopasowanie reklam do zainteresowań oraz pomiar ich skuteczności) albo wniesienie opłaty w przypadku braku zgody; rozwiązanie to jest wdrażane stopniowo w wybranych serwisach. Model ten może ograniczać negatywny wpływ spadku dostępności danych na przychody reklamowe, jednak wiąże się również z ryzykiem regulacyjnym i reputacyjnym (m.in. ocena, czy użytkownik ma „realny wybór” oraz czy poziom opłaty nie wywiera presji na udzielenie zgody).

Wszyscy uczestnicy rynku, w tym spółki Grupy, powinni brać pod uwagę konieczność dostosowania się do opisanych powyżej zmian, co może wiązać się z ryzykiem technologicznym, finansowym, organizacyjnym i prawnym. Nie można zagwarantować, że technologia opracowana przez Grupę będzie we wczesnej fazie implementacji równie konkurencyjna jak dotychczas stosowane third-party cookies lub rozwiązania konkurencyjne, a w trakcie procesu uczenia się organizacji wyniki finansowe mogą nie prezentować dotychczasowej dynamiki wzrostu.

I INTENSYWNY ROZWÓJ NARZĘDZI OPARTYCH NA SZTUCZNEJ INTELIGENCJI (AI)

Rozwój oraz upowszechnienie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji może w istotny sposób wpływać na otoczenie konkurencyjne, model dystrybucji treści oraz warunki prowadzenia działalności przez Grupę. W szczególności wykorzystanie AI w usługach wyszukiwania informacji w Internecie może prowadzić do zmiany charakteru tych usług, polegającej na ograniczeniu roli tradycyjnego przekierowywania użytkowników do stron źródłowych na rzecz generowania bezpośrednich, kompletnych odpowiedzi w obrębie samej wyszukiwarki lub interfejsu konwersacyjnego. Taki kierunek rozwoju może skutkować spadkiem ruchu na serwisach internetowych Grupy, ograniczeniem liczby odsłon, obniżeniem przychodów reklamowych oraz osłabieniem efektywności dotychczasowych kanałów pozyskiwania użytkowników. Jednocześnie narzędzia AI istotnie obniżają bariery wejścia w zakresie tworzenia i rozwoju oprogramowania, automatyzacji procesów oraz wdrażania zaawansowanych funkcjonalności cyfrowych, co może zmniejszać przewagę technologiczną dużych podmiotów nad mniejszymi uczestnikami rynku oraz prowadzić do wzrostu presji konkurencyjnej. Dodatkowo rozwój i wykorzystanie rozwiązań AI wiąże się z rosnącą zależnością od zewnętrznych dostawców technologii, w tym podmiotów zagranicznych, co może narażać Grupę na ryzyka związane z dostępnością tych usług, zmianą warunków handlowych, wzrostem kosztów, ograniczeniami regulacyjnymi, barierami handlowymi lub innymi czynnikami o charakterze ekonomicznym bądź politycznym. Nie można również wykluczyć ryzyk związanych z nieuprawnionym wykorzystaniem treści, danych lub innych składników własności intelektualnej Grupy przez dostawców lub użytkowników systemów AI bez zgody Grupy i bez należnego wynagrodzenia, co mogłoby negatywnie wpływać na wartość posiadanych aktywów niematerialnych, pozycję konkurencyjną oraz możliwość monetyzacji tworzonych treści. W konsekwencji rozwój technologii AI może wpływać zarówno na model biznesowy Grupy, poziom osiąganych przychodów i kosztów, jak i na intensywność konkurencji oraz sposób ochrony i komercjalizacji praw własności intelektualnej.

I PANDEMIE LUB EPIDEMIE WYWOŁANE CHOROBAМИ ZAKAŻNYMI

Pandemia COVID-19 miała istotny i złożony wpływ na całą gospodarkę i działalność uczestników rynku. Istnieje nadal prawdopodobieństwo wystąpienia innych, podobnych pandemii w przyszłości. Restrykcje i ograniczenia związane z pandemią wpływają negatywnie na otoczenie makroekonomiczne, co z kolei negatywnie przekłada się na siłę nabywczą i nastroje konsumentów. Ograniczenia w przemieszczaniu mają również negatywny wpływ na popyt na usługi turystyczne, zarówno zagraniczne, jak i krajowe. Przebieg pandemii wiąże się również z szeregiem zmian w zachowaniu użytkowników usług Grupy: silne trendy cyfryzacji i upowszechnienie się pracy zdalnej pozytywnie wpływa na popyt na usługi internetowe, co ma przełożenie zarówno na wzrost udziału reklamy internetowej w rynku reklamy, jak i wzrost udziału e-commerce.

RYZYKA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY

RYZYKO LEGISLACYJNE I REGULACYJNE

Należy zwrócić uwagę na powstające inicjatywy (także z udziałem istotnych uczestników rynku), których celem jest ustalenie nowych standardów reklam internetowych i w wyniku których należy liczyć się z ograniczeniami dostępnych treści i form reklamowych, co z kolei może przełożyć się na przychody z działalności reklamowej Grupy.

Dodatkowo powstające nowe regulacje związane z dostępnością, cyberbezpieczeństwem czy sztuczną inteligencją mogą prowadzić do wymuszenia zmian w sposobie funkcjonowania Grupy lub znaczących inwestycji w nowe rozwiązania wpływając w istotny sposób na wyniki finansowe Grupy.

RYZYKO CYBERATAKÓW

Grupa jako lider polskiego Internetu zapewnia usługi istotne dla milionów osób. Prowadzi to do wzmożonego zainteresowania działalnością Grupy ze strony podmiotów chcących utrudnić działalność operacyjną Grupy poprzez ataki na pracowników oraz infrastrukturę Grupy.

Grupa tworzy własne, nowatorskie rozwiązania technologiczne wykorzystywane zarówno przez spółki należące do Grupy, jak i przez partnerów. Wprowadzane nowe funkcjonalności, integracja z nowymi podmiotami czy też wzrost skali zwiększa ryzyko powstania luki bezpieczeństwa, która nie zostanie wykryta w ramach wewnętrznych testów bezpieczeństwa.

Nie można wykluczyć, że pomimo działań podjętych przez Grupę, mających na celu zapobieganie takim zdarzeniom, jakaś forma ataku może się powieść doprowadzając tym do powstania strat finansowych lub wizerunkowych.

RYZYKO WYKORZYSTYWANIA PRZESTARZAŁYCH TECHNOLOGII, KTÓRYCH OKRES WSPARCIA MOŻE SIĘ ZAKOŃCZYĆ

Opracowane i wykorzystywane przez Grupę technologie mogą okazać się nieadekwatne do oczekiwań rynkowych tzn. założenia użyte przy ich opracowaniu kilka/kilkanaście lat temu mogą nie odpowiadać obecnej sytuacji na rynku. Wraz z rosnącym udziałem rynku mobile, a co za tym idzie systemów operacyjnych Android/iOS technologie opracowane z myślą o ruchu desktop mogą okazać się niekompatybilne przez co Grupa będzie musiała wytworzyć część systemów lub usług od nowa. Alternatywą może być opracowanie nowych wymagań i zakup narzędzi od dostawców zewnętrznych.

Dodatkowo, może się okazać, że tempo rozwoju posiadanych technologii (w tym technologii reklamowej opartej o dane o użytkownikach) lub opracowywania nowych (w tym opartych o Machine Learning, Big data, AI) w porównaniu do czołowych konkurentów globalnych będzie zbyt wolne. Będzie to powodowało, że pomimo rozwoju produktów, faktyczna sytuacja Grupy w odniesieniu rynkowym będzie się pogarszać.

KLUCZOWI KLIENCI

Znacząca część przychodów Grupy pochodzi od względnie stałej liczby kluczowych klientów. Grupa zawiera ze swoimi klientami m.in. umowy agencyjne (w szczególności umowy z Tour-Operatorami na pośrednictwo sprzedaży organizowanych przez nich imprez turystycznych), umowy o współpracę w zakresie prowadzenia kampanii reklamowych lub na podstawie innych tytułów prawnych (np. zleceń lub porozumień).

Istnieje ryzyko, że klienci Grupy mogą w każdej chwili podjąć decyzję o zaprzestaniu współpracy z Grupą oraz nawiązać współpracę z konkurentami Grupy. Tym samym utrata głównych, bezpośrednich klientów Grupy, a także pogorszenie relacji z tymi klientami, mogą przyczynić się do znacznego zmniejszenia realizowanych obrotów. Ponadto Grupa jest narażona na ryzyko związane z niewywiązywaniem się przez jej kluczowych klientów ze zobowiązań umownych, w szczególności na opóźnienia w płatnościach lub na ich nieterminowość, a także na ryzyko związane z sytuacją finansową tych podmiotów, w tym ryzyko ich upadłości.

I RYZYKO SPADKU LICZBY UŻYTKOWNIKÓW POCZTY ELEKTRONICZNEJ GRUPY

Grupa oferuje swoim użytkownikom możliwość korzystania z bezpłatnej poczty elektronicznej. Grupa posiada jedną z największych w Polsce baz użytkowników poczty elektronicznej. Mailing reklamowy, a także inne formy reklamy kierowane do użytkowników poczty elektronicznej stanowią stabilne i istotne źródło przychodów Grupy. Ponadto szeroka baza użytkowników poczty elektronicznej stanowi dla Grupy istotną bazę danych, której aktywne wykorzystanie jest jednym z elementów strategii Grupy. Spadek liczby użytkowników poczty elektronicznej Grupy może mieć negatywny wpływ na poziom przychodów Grupy, a także na zdolność Grupy do pozyskiwania informacji o użytkownikach Internetu.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z ROZWOJEM NOWYCH STANDARDÓW OPROGRAMOWANIA

Grupa nie może zapewnić, że będzie w stanie opracować i wdrożyć w odpowiednim czasie nowe systemy informatyczne i oprogramowania lub wprowadzić odpowiednie zmiany do już istniejących systemów i oprogramowania w celu ich rozbudowania lub unowocześnienia. Potrzeby związane z działalnością i wymogi nadzoru mogą spowodować konieczność aktualizacji systemów zarządzania i administrowania systemami, a także rozwoju systemów celem dostosowania ich do nowych technologii. Nie można zagwarantować, że działalność wdrożeniowa i migracja danych do właściwych systemów, a także rozbudowa systemów informatycznych będą przebiegały zgodnie z planami i budżetami ani że zostaną spełnione wszystkie wymogi biznesowe, funkcjonalne i regulacyjne. Niepowodzenie w zakresie utrzymania, rozbudowy lub unowocześniania systemów informatycznych może skutkować obniżeniem atrakcyjności oferty lub zmniejszeniem dostępności świadczonych usług co może mieć negatywne konsekwencje dla działalności Grupy.

I RYZYKA ZWIĄZANE Z ZEWNĘTRZNYM FINANSOWANIEM

Grupa korzysta z finansowania dłużnego udzielonego przez banki w formie kredytów.

W związku z tym Grupa podlega typowym ryzykom związanym z takim finansowaniem. Naruszenie warunków finansowania, w tym terminu spłaty rat kredytu, określonych parametrów lub innego zobowiązania przewidzianego w dokumentacji finansowania udzielonego Grupie może skutkować negatywną zmianą warunków udzielonego finansowania, a w przypadku niezyskania od podmiotów finansujących odpowiedniego zwolnienia z jego przestrzegania może skutkować odmową przez strony finansujące dalszego finansowania i żądania jego natychmiastowej spłaty. Ponadto, Grupa może nie mieć możliwości odnowienia, spłaty lub refinansowania zadłużenia w terminie jego zapadalności. Nie można również zapewnić, że warunki odnowienia lub refinansowania będą zbliżone do warunków pierwotnego finansowania, co może spowodować wzrost kosztów obsługi tych zobowiązań.

Dodatkowo, obecny i prognozowany wzrost stóp procentowych może podwyższyć koszt zewnętrznego finansowania, który może obniżyć wyniki finansowe Grupy.

I RYZYKO ZWIĄZANE ZE WSPÓŁPRACĄ NA RYNKU ZORGANIZOWANYCH IMPREZ TURYSTYCZNYCH

Grupa, poprzez spółkę Wakacje.pl SA oraz Grupę Invia, prowadzi działalność w zakresie pośrednictwa sprzedaży zorganizowanych imprez turystycznych. W związku z tym, Grupa WP identyfikuje ryzyko związane ze współpracą z tour operatorami z udziałem podmiotów zajmujących się obsługą sprzedaży imprez turystycznych, takich jak MerlinX oraz BlueVendo, polegające na niewystarczającej aktualizacji przez touroperatorów danych dotyczących ich ofert za pośrednictwem wymienionych podmiotów i ich platform.

Grupa nie może również wykluczyć, że współpracujący z nią poszczególni touroperatorzy mogą zrezygnować ze współpracy, podejmując decyzje o zaniechaniu korzystania z pośredników takich jak Wakacje.pl lub o korzystaniu z innych form pośrednictwa.

I RYZYKO LEGISLACYJNE I REGULACYJNE W ZAKRESIE SYSTEMU ZAKUPU REKLAMY W MODELU RTB ORAZ REKLAMY W MODELU OPARTYM O DANE OSOBOWE

Nie możemy wykluczyć kolejnych regulacji prawnych ani kształtowania się linii orzeczniczych, które mogą mieć wpływ na zautomatyzowany model zakupu reklamy w czasie rzeczywistym na zasadzie aukcji tzw. real-time bidding (RTB) oraz model reklamowy oparty o dane osobowe, wykorzystujący np. techniki targetowania. Grupa bierze pod uwagę projektowane regulacje prawne i orzecznictwo, z których mogą wynikać kolejne obowiązki lub ograniczenia w szczególności związane z przetwarzaniem danych osobowych.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z PRAWIDŁOWYM FUNKCJONOWANIEM SYSTEMÓW INFORMATYCZNYCH I SERWERÓW GRUPY

Działalność Grupy zależy od prawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych, serwerów oraz infrastruktury telekomunikacyjnej, z których korzysta. Ponadto rozwój Grupy jest uzależniony od jej zdolności do udoskonalania obecnie stosowanych, a także od opracowywania oraz wdrażania nowych systemów informatycznych i rozwiązań technologicznych.

Na skutek awarii, usterek, cyberataków lub innych zakłóceń prac systemów informatycznych, serwerów lub infrastruktury telekomunikacyjnej mogą nastąpić czasowe zakłócenia w działaniu portali i serwisów internetowych Grupy oraz w świadczeniu usług oferowanych przez Grupę użytkownikom Internetu. Kluczowe jest zatem zapewnienie prawidłowego procesu utrzymania i modernizacji infrastruktury telekomunikacyjnej, serwerów Grupy oraz wdrażania i utrzymywania systemów informatycznych, a także wprowadzanie optymalnych rozwiązań, które zapewnią stabilne i nieprzerwane funkcjonowanie serwerów i systemów, również w sytuacji ewentualnie pojawiających się przeciążeń systemowych lub chwilowych zakłóceń czy częściowych awarii. Ponadto, Grupa w celu utrzymania lub wzmocnienia swojej pozycji konkurencyjnej musi stale konserwować, rozbudowywać i unowocześniać istniejące systemy informatyczne.

I RYZYKO UTRATY WYKWALIFIKOWANEJ KADRY ORAZ INNYCH PODMIOTÓW ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI NA RZECZ GRUPY

Sukces działalności Grupy, a także powodzenie we wdrażaniu jej strategii, zależą od wysiłków i doświadczenia jej kierownictwa oraz wsparcia kluczowego personelu. Strategia Grupy została rozwinięta oraz wdrożona przez kadre menedżerską, w tym obecnych członków Zarządu, a przyszły sukces Grupy zależy po części od możliwości dalszej współpracy Grupy z kluczowymi menedżerami, którzy historycznie znacząco przyczynili się do jej rozwoju oraz od zdolności utrzymania i motywowania innych kluczowych przedstawicieli kadry kierowniczej. Osoby wchodzące w skład kluczowego personelu mogą, z zastrzeżeniem postanowień wiążących ich ze Spółkami Grupy umów, zrezygnować z pełnionych funkcji. Takie rezygnacje mogą znacząco wpłynąć na możliwości dalszego rozwoju Grupy i wdrażania jej strategii. Nie można zapewnić, że Grupa będzie zdolna do utrzymania współpracy ze wszystkimi lub niektórymi z tych osób w przyszłości ani że utrzymanie lub pozyskiwanie kluczowego personelu nie będzie się wiązało z przejściowym obniżeniem efektywności do czasu wdrożenia nowozatrudnionych osób

I WZROST KOSZTÓW WYNAGRODZEŃ I ŚWIADCZEŃ NA RZECZ PRACOWNIKÓW I WSPÓŁPRACOWNIKÓW GRUPY

Głównym kosztem operacyjnym Grupy są koszty wynagrodzeń i świadczeń na rzecz pracowników i współpracowników Grupy. Grupa w celu utrzymania konkurencyjności na rynku pracy i usług podwykonawców, a także zatrzymania dotychczasowych pracowników oraz zapewnienia wystarczającej liczby pracowników i podwykonawców może być zmuszona do podwyższania wynagrodzeń pracownikom i podwykonawcom szybciej lub częściej albo na większą skalę niż historycznie miało to miejsce w Grupie.

I NOWA RZECZYWISTOŚĆ PRACY

Praca hybrydowa/zdalna może utrudniać budowę bliskich relacji pomiędzy pracownikami, ograniczać ilość czasu spędzonego na wymianie wiedzy co może powodować spadek efektywności. Dodatkowo brak relacji pomiędzy pracownikami może negatywnie wpływać na lojalność pracowników względem Grupy i może ułatwić decyzję o zmianie zatrudnienia w przypadku otrzymania oferty od innego pracodawcy.

W spółkach Grupy jako pracownicy spotykają się osoby z różnych pokoleń, generacji. Każda z generacji charakteryzuje się odmiennym stylem zarządzania, który jest dla niej najbardziej efektywny. Liderzy w Grupie mogą nie zawsze wybierać efektywny styl zarządzania prowadząc do niepełnego wykorzystania potencjału pracowników.

I RYZYKO BRAKU MOŻLIWOŚCI UTRZYMANIA I REKRUTACJI POTRZEBNYCH OSÓB

W związku z przemodelowaniem rynku pracy i wdrożeniem w sposób powszechny modelu pracy zdalnej Grupa konkuruje na rynku pracy związanym z szeroko rozumianym IT z podmiotami globalnymi. Przedsiębiorcy o większej rozpoznawalności międzynarodowej, osiągający przychody nie tylko z rynku lokalnego, ale globalnego mogą agresywniej konkurować o pracowników, co może spowodować brak dostępnych do rekrutacji pracowników o kompetencjach odpowiadających potrzebom Grupy. Problem ten dotyczy w szczególności osób o kompetencjach związanych z wykorzystywanymi przez Grupę środowiskami programistycznymi.

I RYZYKO ZWIĄZANE ZE ZBYT MAŁĄ ATRAKCYJNOŚCIĄ ORAZ FORMĄ PREZENTACJI TREŚCI UDOSTĘPNIANYCH NA PORTALACH I SERWISACH INTERNETOWYCH GRUPY.

Wartość przychodów ze sprzedaży reklamy internetowej zależy pośrednio od liczby użytkowników korzystających z portali i serwisów internetowych Grupy, a także od usług oferowanych przez Grupę oraz od czasu, który użytkownicy spędzają, przeglądając portale i serwisy internetowe oraz korzystając z rozwiązań lub z usług oferowanych przez Grupę. Zarówno liczba użytkowników, jak i czas spędzony przez nich na portalach i serwisach internetowych Grupy zależą w głównej mierze od jakości i atrakcyjności udostępnianych na nich treści, a także od sposobu ich dostarczenia przez Grupę. Podobna zależność zachodzi również w przypadku usług oferowanych przez Grupę, w tym w szczególności poczty elektronicznej, których popularność zależy w szczególności od ich użyteczności i innowacyjności. Mimo dążenia Grupy do udostępnienia atrakcyjnych treści na swoich portalach i serwisach internetowych nie można wykluczyć, że treści umożliwią utrzymanie lub zwiększenie zainteresowania użytkowników internetu oraz czasu spędzanego przez nich na portalach i serwisach Grupy.

I RYZYKO NIEWYSTARCZAJĄCEGO DOSTOSOWANIA PORTALI I SERWISÓW INTERNETOWYCH DO OBSŁUGI PRZEZ URZĄDZENIA MOBILNE

W związku z tym, że w ostatnich latach odnotowuje się wzrost liczby osób, które korzystają z internetu za pośrednictwem urządzeń innych niż komputery osobiste, w tym: telefonów komórkowych, smartfonów, komputerów przenośnych, tabletów, z roku na rok wzrasta znaczenie reklamy mobilnej oraz mobilnego handlu internetowego. W celu zachowania konkurencyjności Grupa będzie musiała podążać za zmianami i udoskonaleniami wynikającymi z dokonujących się zmian technologicznych. W przypadku, gdy portale i serwisy internetowe Grupy nie będą w wystarczającym stopniu odpowiadać oczekiwaniom użytkowników korzystających z urządzeń mobilnych lub ich skuteczność w zakresie reklamy i e-commerce będzie zbyt niska, Grupa może utracić pozycję konkurencyjną w tym segmencie, co może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy w przyszłości.

I RYZYKO UTRATY POPULARNOŚCI I OBNIŻENIA SIŁY MAREK POSZCZEGÓLNYCH PORTALI I SERWISÓW INTERNETOWYCH GRUPY

Pozycja rynkowa Grupy, rozwój jej działalności oraz zdolność do pozyskiwania nowych użytkowników, a w konsekwencji i klientów Grupy są w istotnym stopniu zależne od reputacji Grupy oraz od popularności i siły marek poszczególnych portali i serwisów internetowych Grupy, w tym przede wszystkim głównej marki „WP”, a także innych (np. o2, Pudelek, Money.pl, domodi.pl, wakacje.pl, nocowanie.pl, Extradom.pl, totalmoney.pl, Invia, Ab-in-

den-Urlaub). Istnieje ryzyko, że siła marek należących do Grupy, może ulec osłabieniu, a reputacja Grupy może się pogorszyć. Może to nastąpić w szczególności w wyniku ogólnie negatywnej oceny portali i serwisów internetowych Grupy, zwłaszcza w wyniku negatywnej reakcji użytkowników internetu na treści publikowane na tych portalach i w tych serwisach internetowych oraz w wyniku negatywnego postrzegania usług oferowanych przez Grupę. Jakikolwiek negatywnie zinterpretowane zdarzenie dotyczące wizerunku Grupy lub z nim powiązane, a także utrata sympatii dotychczasowych użytkowników portali i serwisów internetowych Grupy mogą negatywnie wpłynąć na zainteresowanie użytkowników portalami i serwisami internetowymi Grupy, a tym samym na przychody Grupy ze sprzedaży reklam internetowych oraz innych produktów i usług oferowanych przez Grupę.

I RYZYKO UTRATY RUCHU INTERNETOWEGO GENEROWANEGO ZA POŚREDNICTWEM WYSZUKIWAREK INTERNETOWYCH I SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Istotna część ruchu internetowego na portalach Grupy generowana jest za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych lub serwisów społecznościowych, zwłaszcza Google Discover i Facebooka. Wyszukiwarki internetowe oraz serwisy społecznościowe działają na podstawie złożonych algorytmów, które określają względną pozycję strony internetowej na swoich stronach, według najlepszego dopasowania pomiędzy danym wyszukiwaniem i treściami dostępnymi w internecie, a także popularnością danych treści. Nie można zagwarantować, że wyszukiwarki internetowe nie zmienią algorytmów, według których portale i serwisy internetowe Grupy są pozycjonowane, co spowoduje, że będą one uzyskiwać gorszą pozycję w wynikach wyszukiwania dokonywanego przez użytkowników internetu, a to w konsekwencji spowoduje zmniejszenie ruchu internetowego na portalach i serwisach internetowych Grupy.

Dodatkowo, rozwój narzędzi opartych o sztuczną inteligencję (w tym funkcji generujących odpowiedzi i podsumowania bezpośrednio w wynikach wyszukiwania oraz interfejsów „AI chat/search”) może prowadzić do dalszej konsumpcji treści w modelu tzw. „zero-click” tj. sytuacji, w której użytkownik uzyskuje informację bez konieczności przechodzenia na strony wydawców. W konsekwencji może to ograniczać liczbę przekierowań do serwisów Grupy, obniżać wolumen odsłon, a także wpływać na poziom monetyzacji ruchu. Badania wskazują, że obecność podsumowań AI w wynikach wyszukiwania wiąże się z niższą skłonnością użytkowników do kliknięć w linki do stron zewnętrznych.

Ponadto podmioty z Grupy dokonują zakupów ruchu internetowego poprzez m.in. systemy wyszukiwarek internetowych oraz serwisów społecznościowych. Nie można zagwarantować, że podmioty te nie zmienią zasad nabywania ruchu, w tym odpowiednich algorytmów bądź systemów rozliczeń, co może spowodować spadek efektywności tego rodzaju reklam, zmniejszenie zwrotu z inwestycji w reklamę, wzrost ich cen lub pogorszenie konwersyjności pozyskiwanego ruchu, a to w konsekwencji może negatywnie wpłynąć na pozycję konkurencyjną i wyniki finansowe spółek Grupy.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z POSTĘPOWANIAM I UOKiK I INNYMI ORGANAMI

Działalność spółek należących do Grupy podlega weryfikacji ze strony właściwych organów. Urzędy, takie jak UOKiK (lub ich zagraniczne odpowiedniki) mogą kwestionować przyjęte dotychczas zasady działalności poszczególnych branż, nie akceptować ograniczeń systemowych istniejących na poszczególnych rynkach lub przyjmować interpretacje, które wprost nie wynikają z obowiązujących przepisów. Grupa współpracuje z właściwymi organami, jednakże nie można wykluczyć ryzyka, że działania Grupy zostaną ocenione jako niewystarczające co może również skutkować długotrwałymi postępowaniami i karami pieniężnymi.

I RYZYKO UTRATY WIARYGODNOŚCI MEDIALNEJ

Nie da się wykluczyć utraty wiarygodności treści medialnych udostępnianych w serwisach Grupy, co może skutkować odpływem użytkowników, którzy są decydującym kryterium, dla którego reklamodawcy wybierają serwisy należące do Grupy w celu lokowania swoich kampanii reklamowych. Utrata wiarygodności może nastąpić wskutek niezachowania należytej staranności dziennikarskiej, naruszenia zasad etyki opracowanych przez Grupę lub zaangażowanie się po jednej ze stron w sporze politycznym lub światopoglądowym.

I RYZYKO ZMIANY ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW

Szereg czynników niezależnych od Grupy może mieć negatywny wpływ na kształtowanie popytu i podaży na produkty i usługi w niektórych branżach, w których funkcjonuje Grupa. Należą do nich m.in. ataki terrorystyczne, nienaturalne bądź ekstremalne zjawiska pogodowe, obawy zdrowotne w szczególności pandemii bądź epidemii, niestabilność polityczna bądź społeczna, wojny, katastrofy, nałożenie dodatkowych podatków bądź innych obciążeń administracyjnych lub regulacyjnych. Zjawiska te mogą doprowadzić do niekorzystnych dla Grupy zmian nastrojów lub zachowań konsumentów, a co za tym idzie zmniejszyć potencjał rozwoju Grupy i potencjalnie pogorszyć jej wyniki finansowe.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z OBSŁUGĄ PŁATNOŚCI

Niektóre podmioty z Grupy pośredniczą w obsłudze płatności od klienta końcowego do dostawcy usługi. Rodzi to ryzyko powstania nieprawidłowości w rozliczeniach, w tym może dochodzić do oszustw bądź wyłudzeń. Grupa podejmuje działania w celu zapobieżenia tego typu wydarzeniom, nie można jednak wykluczyć, że mogą wystąpić z tego tytułu negatywne dla Grupy konsekwencje wizerunkowe, prawne bądź finansowe.

I RYZYKA ZWIĄZANE Z ROZWOJEM POPRZECZ PRZEJĘCIA

Strategia Grupy zakłada analizę potencjalnych możliwości inwestycyjnych oraz akwizycje spółek świadczących usługi zbliżone do usług Grupy lub do nich komplementarne, które mogłyby uzupełnić ofertę Grupy skierowaną do użytkowników internetu oraz klientów Grupy, jeżeli nadarzy się stosowna ekonomicznie uzasadniona możliwość wpisująca się w strategię rozwoju Grupy.

Realizacja powyższej strategii wiąże się z określonymi ryzykami, w szczególności dotyczącymi identyfikacji odpowiedniego celu przejęcia, prawidłowej oceny jego sytuacji operacyjnej, prawnej i finansowej, w tym generowanych wyników finansowych, odpowiedniej wyceny takiego podmiotu, zawarcia i sfinalizowania transakcji na warunkach zadowalających dla Grupy oraz właściwego określenia zakładanych synergii, a także poziomu kosztów związanych z integracją przejmowanego podmiotu w strukturach Grupy i ewentualnymi reorganizacjami. Ponadto w zależności od wyceny przejmowanych podmiotów oraz innych realizowanych równocześnie inwestycji kapitałowych, niezbędne może okazać się pozyskanie przez Grupę finansowania zewnętrznego w znacznej wysokości lub emisja nowych akcji, co w przypadku wyłączenia prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki może skutkować rozwodnieniem ich udziału w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów posiadanych na Walnym Zgromadzeniu. Nie można zapewnić, że takie finansowanie będzie dostępne na warunkach zakładanych przez Grupę lub że będzie dostępne w ogóle.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z INTEGRACJĄ PRZEJĘTYCH PODMIOTÓW

Realizacja strategii Grupy zakładającej akwizycje spółek świadczących usługi zbliżone do usług Grupy lub do nich komplementarne sprawia, że Grupa może być narażona na trudności w integracji przejętych podmiotów w ramach jej struktur, w reorganizacji ich działalności poprzez dostosowanie jej do działalności Grupy oraz w zarządzaniu nimi, a także, że może ona utracić klientów przejętego podmiotu. Nie można wykluczyć, że zakładana integracja i reorganizacja działalności przejmowanych podmiotów w ramach Grupy nie będzie pełna lub że potrwa dłużej niż przewidywano lub że będzie wiązała się z poniesieniem kosztów większych niż zakładano, a spodziewane efekty synergii nie. Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi lub innymi zostaną osiągnięte, będą odbiegały od oczekiwanych lub zostaną uzyskane w innym terminie lub w innym zakresie niż przewidywano. Nie ma również pewności, że ze względu na czynniki niezależne od Grupy, w tym działania podejmowane przez jej konkurentów, decyzje organów administracji lub strategię akcjonariuszy/udziałowców sektora internetowego, plany akwizycyjne Grupy zostaną zrealizowane.

Dodatkowo w związku z rozwojem zagranicznym, powstaje ryzyko nieefektywnego zarządzania związanego z różnicami kulturowymi w poszczególnych spółkach.

Grupa dokonuje akwizycji nowych przedsięwzięć, które mogą znajdować się na różnym etapie rozwoju i organizacji. Oznacza to, że dalszy rozwój tych przedsięwzięć może wymagać podejmowania dodatkowych działań, w tym modyfikacji planów i strategii, których wdrożenie i efekty wymagają odpowiedniego czasu.

Dodatkowo nie ma gwarancji, że każda akwizycja dokonywana przez Grupę spełni pokładane w niej oczekiwania, co rodzi ryzyko utraty wartości aktywów inwestycyjnych, włączając możliwość całkowitego odpisu wartości inwestycji.

W związku z prowadzoną działalnością Grupa jest narażona na wszczęcie przeciwko niej postępowań sądowych, administracyjnych lub innych, których wyniku nie da się z góry całkowicie przewidzieć. Przede wszystkim główna działalność operacyjna Grupy polegająca na prowadzeniu serwisów, portali oraz wortalii internetowych stwarza ryzyko podniesienia ewentualnych zarzutów nieprawdziwości, niezetelności czy bezprawności informacji tam zamieszczanych. Ze względu na szeroki zakres działalności operacyjnej oraz wielość serwisów, portali i wortalii internetowych, jak i różnorodność publikowanych treści, mimo odpowiednich procedur wewnętrznych Grupa może nie być w stanie w pełni kontrolować treści, w tym treści multimedialnych, publikowanych na należących do niej stronach.

W przypadkach, kiedy Grupa dochodzi swoich roszczeń w sądach nie można wykluczyć m.in. uzyskania negatywnych dla Grupy rozstrzygnięć procesów czy znaczących opóźnień w uzyskaniu wyroków w związku z przedłużającymi się procedurami sądowymi.

RYZYKA REGULACYJNE

I RYZYKO NARUSZENIA PRZEPISÓW

W związku z prowadzoną przez Grupę działalnością operacyjną polegającą na publikacji treści, w tym treści multimedialnych, Grupa jest narażona na wszelkie ryzyka związane z ewentualnymi zarzutami o nieprawdziwości, niezetelności czy bezprawności informacji zamieszczanych w serwisach i portalach internetowych Grupy. Ponadto, ponieważ Grupa w ramach prowadzonej działalności gromadzi, przechowuje i wykorzystuje w granicach prawa dane użytkowników swoich serwisów, portali i poczty elektronicznej, a także klientów Grupy podlegające ochronie prawnej, istnieje ryzyko naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych.

I RYZYKO ROZPOWSZECHNIANIA REKLAM, KTÓRE MOGĄ BYĆ UZNANE ZA ZAKAZANE LUB NIEDOZWOLONE

W związku z rozpowszechnianiem reklam za pośrednictwem portali i serwisów internetowych należących do Grupy, Grupa jest narażona na ryzyko naruszenia ustawowych zakazów prowadzenia działalności reklamowej lub przepisów prawnych wprowadzających ograniczenia w zakresie rozpowszechniania reklam odnoszących się np. do formy reklamy czy adresata reklamy. Ponadto, w związku z tym, że istnieją wątpliwości interpretacyjne w zakresie niektórych przepisów prawnych wprowadzających zakazy i ograniczenia w zakresie rozpowszechniania reklam, istnieje ryzyko, że stosowana dotychczas wykładnia przepisów prawnych przez organy państwowe może ulec zmianie, a tym samym Grupa będzie musiała dostosować swoją politykę do zmienionej praktyki.

I RYZYKO REGULACJI OGRANICZAJĄCYCH DZIAŁALNOŚĆ GRUPY

W ramach obserwacji otoczenia regulacyjnego Grupa identyfikuje ryzyko związane z uchwalaniem regulacji, które mogą ograniczać działalności Grupy, np. kolejne zakazy i ograniczenia reklamy. W szczególności problematyczne dla Grupy mogą okazać się regulacje wdrażane bez konsultacji ze środowiskiem branżowym lub z pominięciem jego rekomendacji lub inne regulacje motywowane względami politycznymi.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z INTERPRETACJĄ PRZEPISÓW I ZMIANY PRZEPISÓW PRAWA

Działalność Grupy podlega w Polsce i innych państwach wielu regulacjom, na które z kolei w istotny sposób wpływają regulacje UE. Znacząca liczba obowiązujących przepisów prawa oraz regulacji mających zastosowanie do działalności Grupy ulegała i może podlegać w przyszłości zmianom, w tym również wynikającym z implementacji stosownych regulacji UE. Z uwagi na występujące niejasności i nieprecyzyjność oraz wzajemne krzyżowanie się zakresu zastosowania regulacje te mogą podlegać także różnym interpretacjom, orzeczeniom sądowym i mogą być stosowane w sposób niejednolity.

Zmiany prawa, w tym w szczególności zmiany przepisów prawnych mających bezpośredni wpływ na funkcjonowanie rynku nowych technologii, usług reklamowych czy e-marketingowych, mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność prowadzoną przez Grupę. Przede wszystkim zmienność systemu prawnego i otoczenia regulacyjnego zwiększa ryzyko ponoszenia istotnych dodatkowych i nieoczekiwanych wydatków, a także i kosztów dostosowywania prowadzonej działalności do zmieniającego się otoczenia prawnego.

Dodatkowy wpływ na opisane powyżej ryzyka ma także fakt, że działalność Grupy podlega systemom prawnym i właściwości sądów więcej niż jednego państwa lub terytorium. Należy liczyć się z kolizjami norm prawnych i właściwości sądów oraz wątpliwościami wiążącymi się z wyborem prawa właściwego. Przepisy prawa, praktyka organów, linie orzecznicze, poglądy doktryny, mogą różnić się w poszczególnych państwach, nie tylko w odniesieniu do prawa lokalnego ale nawet w przypadku regulacji UE.

I RYZYKO ZWIĄZANE ZE ZMIANAMI PRZEPISÓW PRAWA PODATKOWEGO

Przepisy prawa podatkowego są skomplikowane i niejasne oraz podlegają częstym zmianom. Praktyka stosowania prawa podatkowego przez organy podatkowe nie jest jednolita, a w orzecznictwie sądów administracyjnych w zakresie prawa podatkowego występują istotne rozbieżności. Spółka nie może zagwarantować, że organy podatkowe nie dokonają odmiennej, niekorzystnej dla Spółek Grupy, interpretacji przepisów podatkowych stosowanych przez Grupę. Nie można także wykluczyć ryzyka, że poszczególne indywidualne interpretacje podatkowe, uzyskane oraz stosowane już przez Grupę zostaną zmienione lub zakwestionowane. Istnieje także ryzyko, że wraz z wprowadzeniem nowych regulacji Spółki Grupy będą musiały podjąć działania dostosowawcze, co może skutkować zwiększonymi kosztami wymuszonymi okolicznościami związanymi z dostosowaniem się do nowych przepisów. Z uwagi na powyższe nie można wykluczyć zakwestionowania przez organy podatkowe prawidłowości rozliczeń podatkowych podmiotów wchodzących w skład Grupy w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych oraz określenia zaległości podatkowych tych podmiotów, co może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywę rozwoju lub wyniki Grupy.

Brak orzecznictwa i wiążących interpretacji prawnych znowelizowanych przepisów prawa podatkowego wiąże się nie tylko z kosztami dodatkowych konsultacji prawnych jak i możliwym zwiększeniem obciążeń podatkowych. Nie można wykluczyć nieumyślnych błędów wynikających z nieprawidłowej interpretacji przepisów, ponieważ skala zmian jak i tempo ich wprowadzania jest bezprecedensowe. Nie można wykluczyć, że mimo dochowania najwyższej staranności przez Grupę, organy odpowiedzialne za kontrole mogą przyjąć stanowisko odmienne od stanowiska Grupy.

I RYZYKO NARUSZENIA PRZEPISÓW DOTYCZĄCYCH OCHRONY DANYCH OSOBOWYCH

Od dnia 25 maja 2018 roku stosuje się bezpośrednio w krajowych porządkach prawnych Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych, RODO). W związku z RODO zostały wydane uzupełniające przepisy krajowe.

Pomimo, że przepisy RODO są stosowane od kilku lat, nie została dotychczas ustalona powszechnie akceptowana szczegółowa interpretacja wszystkich regulacji, nie można obecnie w sposób jednoznaczny przewidzieć wszystkich aspektów wpływu RODO na dalszą działalność przedsiębiorców w ramach której następuje przetwarzanie danych osobowych, w tym na rynek usług, w których wykorzystywane są dane osobowe, takich jak np. reklama targetowana czy e-mailing reklamowy.

Grupa podjęła i nadal podejmuje stosowne działania w celu przystosowania się do regulacji RODO, jednakże – ze względów wskazanych powyżej – nie można całkowicie wykluczyć ryzyka negatywnego wpływu nowych przepisów na działalność Grupy.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z ZAWIERANIEM UMÓW Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Spółki Grupy przeprowadzają transakcje z podmiotami z Grupy, w tym z podmiotami powiązanymi w rozumieniu przepisów podatkowych. Zawierając i realizując transakcje z podmiotami powiązanymi, Spółki Grupy starają się dbać w szczególności o to, aby transakcje te były zgodne z obowiązującymi przepisami dotyczącymi cen transferowych. Niemniej jednak, ze względu na szczególny charakter transakcji z podmiotami powiązanymi, złożoność i niejednoznaczność przepisów prawnych regulujących metody badania stosowanych cen, a także trudności w zidentyfikowaniu porównywalnych transakcji do celów odniesień, nie można zapewnić, że poszczególne spółki Grupy nie zostaną poddane kontrolom lub innym czynnościom sprawdzającym podejmowanym przez organy podatkowe i organy kontroli skarbowej. Ewentualne zakwestionowanie metod określenia warunków rynkowych do celów powyższych transakcji może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy rozwoju, wyniki Grupy.

I RYZYKO ZWIĄZANE Z MOŻLIWYMI KONTROLAMI UOKiK, UKE, URE ORAZ KRRiT

Prezes UOKiK sprawuje kontrolę nad działalnością Grupy pod kątem oceny przestrzegania m.in. przepisów zakazujących stosowania określonych praktyk, które naruszają wspólne interesy konsumentów takich jak przedstawianie konsumentom nierzetelnych informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe czy praktyki ograniczające konkurencję. Działalność Grupy podlega również kontroli KRRiT w związku z tym, że spółki z Grupy są nadawcami programów telewizyjnych, radiowych (przy czym koncesje na nadawanie programów radiowych DAB + już nie obowiązują, działalność w tym zakresie została zakończona), a także w związku z udostępnianiem przez Grupę za pomocą serwisów i portali internetowych usług medialnych na żądanie (VoD) i działalnością w zakresie rozprowadzania programów radiowych i telewizyjnych

Ponadto w związku ze zbieraniem danych na temat użytkowników internetu za pomocą serwisów i portali internetowych (dzięki wykorzystaniu tzw. cookies) oraz w pewnym zakresie, w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych Grupa podlega również kontroli UKE. Z uwagi na posiadanie przez spółki Grupy źródeł wytwórczych energii elektrycznej, Grupa podlega kontroli URE. Nałożenie na Spółki z Grupy kary pieniężnej przez krajowe organy ochrony konkurencji lub Komisję Europejską, a także odmowa zgody na dokonanie przez Spółkę lub Spółki Zależne koncentracji mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność Grupy, jej sytuację finansową oraz na wyniki jej działalności

9. ORGANY, AKCJE I AKCJONARIAT

ORGANY SPÓŁKI WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA I ZMIANY W ICH SKŁADZIE

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu przedstawiał się następująco:



W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem nie wystąpiły żadne zmiany w składzie Zarządu Spółki.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu przedstawiał się następująco:



STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO

Na 31 grudnia 2025 roku kapitał podstawowy dzielił się na 29.775.297 akcji o wartości nominalnej 0,05 zł każda uprawniających do 41.065.006 głosów na Walnym Zgromadzeniu, w tym:

- 11.289.709 akcji imiennych, uprzywilejowanych serii A; uprzywilejowanie 11.289.709 akcji serii A dotyczy prawa głosu na walnym zgromadzeniu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy;
- 1.100.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A;
- 12.221.811 akcji zwykłych na okaziciela serii B;
- 301.518 akcji zwykłych na okaziciela serii C;
- 929.058 akcji zwykłych na okaziciela serii D;
- 3.339.744 akcji zwykłych na okaziciela serii E;
- 535.457 akcji zwykłych na okaziciela serii F.

Do obrotu na rynku regulowanym dopuszczone są akcje serii B, C, D, E i F oraz nieuprzywilejowane co do głosu akcje na okaziciela serii A.

POLITYKA DYWIDENDOWA

W dniu 20 grudnia 2016 roku Zarząd Spółki Wirtualna Polska Holding SA przyjął Politykę Dywidendową.

Zgodnie z przyjętą polityką Zarząd będzie wnioskował do Walnego Zgromadzenia o wypłatę dywidendy na poziomie powyżej 1 złoty na jedną akcję, jednakże łącznie nie więcej niż 70% skonsolidowanego zysku netto Grupy Kapitałowej wykazanego w sprawozdaniu finansowym za dany rok obrotowy.

Zarząd, rekomendując wypłatę dywidendy, każdorazowo będzie brał pod uwagę istotne czynniki, w tym w szczególności:

- a) bieżącą sytuację finansową Grupy Kapitałowej,
- b) plany inwestycyjne Grupy,
- c) potencjalne cele akwizycyjne spółek wchodzących w skład Grupy,
- d) przewidywany poziom wolnych środków pieniężnych w WPH w roku obrotowym, w którym przypada płatność dywidendy.

Polityka dywidendowa znajduje zastosowanie począwszy od podziału skonsolidowanego zysku netto Grupy Kapitałowej za rok obrotowy zakończony dnia 31 grudnia 2016 roku. Decyzja o wypłacie dywidendy przez WPH SA podejmowana jest przez Walne Zgromadzenie.

W dniu 23 czerwca 2025 roku Walne Zgromadzenie jednostki dominującej podjęło uchwałę w sprawie wypłaty dywidendy w wysokości 2,20 zł na jedną akcję, tj. w sumie 65.506 tys. zł.

Dzień ustalenia prawa do dywidendy wyznaczony został na 21 lipca 2025 roku, a dzień wypłaty dywidendy na dzień 25 lipca 2025 roku.

AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY CO NAJMNIEJ 5% W OGÓLNEJ LICZBIE GŁOSÓW

Zgodnie z otrzymanymi przez Spółkę Wirtualna Polska Holding SA zawiadomieniami i według najlepszej wiedzy Spółki, struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień 31 grudnia 2025 roku wyglądała jak w kolejnej tabeli.

| Akcjonariusz | Liczba akcji | % kapitału podstawowego | Liczba głosów | % głosów |
|--|-------------------|-------------------------|-------------------|----------------|
| Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 779 667 | 12,69% | 7 542 904 | 18,37% |
| Orfe S.A. | 3 779 667 | 12,69% | 7 542 904 | 18,37% |
| Michał Brański poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 775 416 | 12,68% | 7 538 652 | 18,36% |
| 10X S.A. | 3 767 488 | 12,65% | 7 530 724 | 18,34% |
| Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 771 164 | 12,67% | 7 534 400 | 18,35% |
| Albemuth Inwestycje S.A. | 3 763 236 | 12,64% | 7 526 472 | 18,33% |
| Łącznie Założyciele * | 11 326 247 | 38,04% | 22 615 956 | 55,07% |
| Allianz OFE | 3 597 103 | 12,08% | 3 597 103 | 8,76% |
| Pozostali | 14 851 947 | 49,88% | 14 851 947 | 36,17% |
| Razem | 29 775 297 | 100,00% | 41 065 006 | 100,00% |

* Założyciele w związku z zawartym w dniu 19 marca 2015 r. przez Założycieli oraz ich podmioty zależne (Orfe SA, 10X SA i Albemuth Inwestycje SA) porozumieniem akcjonariuszy stanowiącym porozumienie dotyczące zgodnego głosowania na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki i prowadzenia trwałej polityki wobec Spółki wykonują prawa głosu łącznie.

ZMIANY W AKCJONARIACIE I WYSOKOŚCI KAPITAŁU PODSTAWOWEGO PO DACIE BILANSOWEJ

Po dniu bilansowym nie wystąpiły zmiany kapitału podstawowego.

STAN POSIADANYCH AKCJI PRZEZ OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE

Na datę niniejszego raportu stan posiadania akcji Spółki Wirtualna Polska Holding SA przez osoby zarządzające i nadzorujące przedstawia się następująco:

- Jacek Świdorski jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.237 akcji imiennych serii A Spółki posiadanych przez Orfe SA, uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu oraz 16.430 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Orfe SA, co stanowi łącznie 12,69% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 7.542.904 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 18,37% w ogólnej liczbie głosów;
- Krzysztof Sierota jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki posiadanych przez Albemuth Inwestycje SA uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję

przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu oraz 7.928 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Highcastle Sp. z o.o., co stanowi łącznie 12,67% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 7.534.400 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 18,35% w ogólnej liczbie głosów;

- Michał Brański jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki posiadanych przez 10X SA uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu, 7.928 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Now2 Sp. z o.o. oraz 4.252 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez 10X SA, co stanowi łącznie 12,68% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 7.538.652 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 18,36% w ogólnej liczbie głosów.
- Elżbieta Bujniewicz-Belka jest pośrednio uprawniona do prawa głosu z 328.099 akcji zwykłych na okaziciela, co stanowi łącznie 1,1% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 328.099 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 0,80% w ogólnej liczbie głosów.
- Paweł Wujec jest uprawniony do prawa głosu z 300 akcji zwykłych na okaziciela, co stanowi łącznie 0,001% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 300 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 0,0007% w ogólnej liczbie głosów.

Dodatkowe informacje na temat struktury i zmian w kapitale własnym oraz prawach głosu opisane zostały w nocie 28 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

INFORMACJA O UMOWACH DOTYCZĄCYCH ZMIAN W STRUKTURZE AKCJONARIATU

■ PLAN MOTYWACYJNY – PŁATNOŚCI OPARTE NA AKCJACH ORAZ SYSTEM JEGO KONTROLI

PIERWSZY PLAN MOTYWACYJNY

W dniu 23 października 2014 roku akcjonariusze jednostki dominującej podpisali porozumienie, które zakłada powstanie programu motywacyjnego przyznającego kluczowym osobom współpracującym z Grupą opcji na akcje Spółki. Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 1.230.576 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki. Datą przyznania uprawnień jest dzień 12 sierpnia 2014 roku, przy czym prawa są przez beneficjentów nabierane stopniowo w czasie (tzw. vesting), kwartalnie przez ustalony okres, co do zasady nie dłuższym niż 6 lat. Program zawiera warunek pracy jako warunek nabycia praw do opcji.

Szczegółowe informacje na temat pierwszego planu motywacyjnego zostały opisane w nocie 29 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2025.

DRUGI PLAN MOTYWACYJNY

W dniu 15 lutego 2016 roku Rada Nadzorcza jednostki dominującej podjęła uchwałę w sprawie przyjęcia regulaminu nowego programu motywacyjnego przyznającego kluczowym osobom współpracującym z Grupą opcji na akcje zwykłe serii F Spółki. Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 593.511 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki.

Szczegółowe informacje na temat nowego planu motywacyjnego zostały opisane w nocie 29 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2025.

I NABYCIE AKCJI WŁASNYCH

Zarówno Wirtualna Polska Holding SA jak i żadna ze spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej na 31 grudnia 2025 roku nie posiadała akcji własnych.

I ANALITYCY

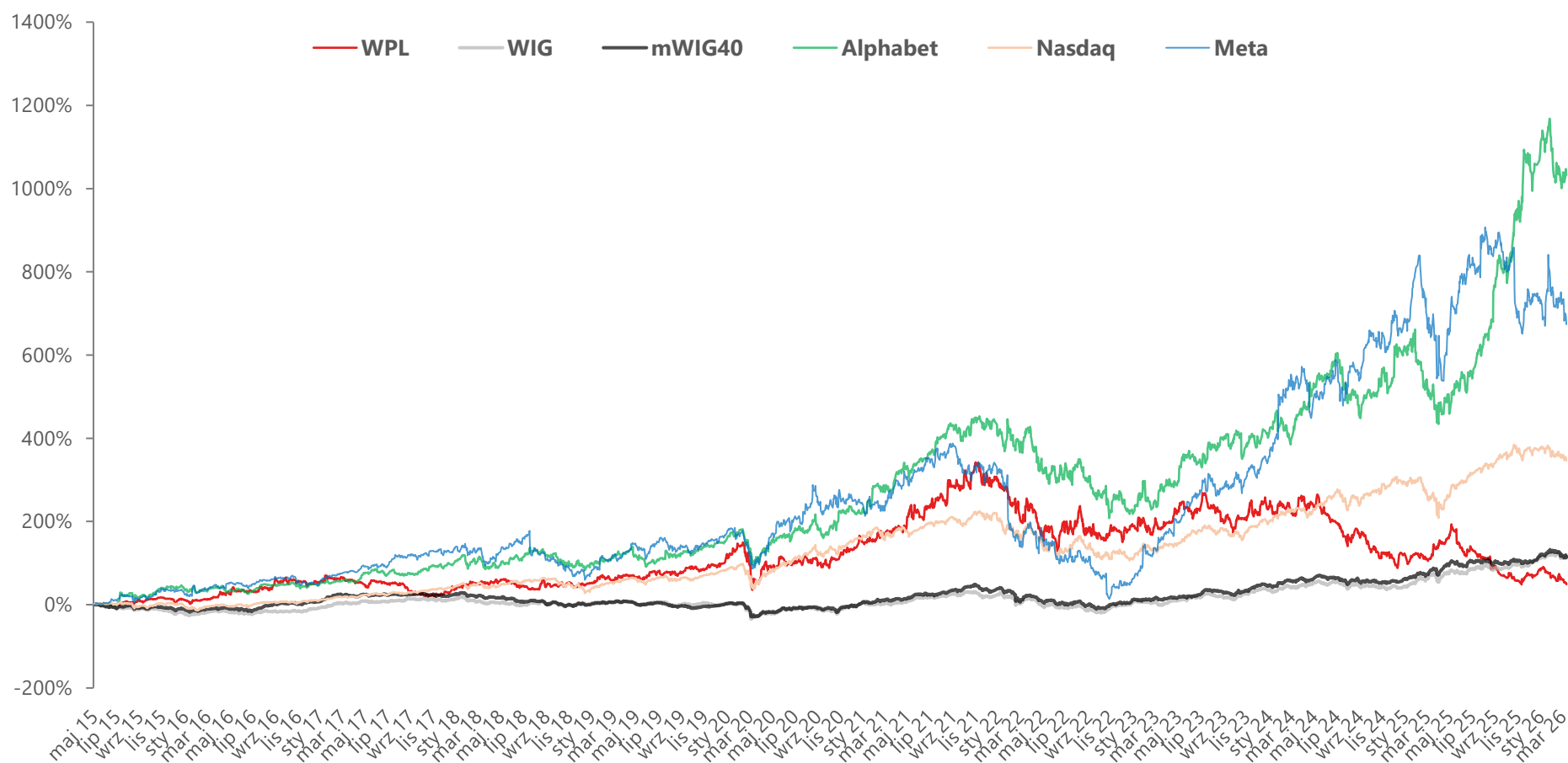
Poniżej przedstawiamy listę analityków, którzy przygotowują raporty i wydają rekomendacje na temat Grupy Kapitałowej:

- Marcin Nowak, IPOPEMA Securities SA, <http://ipopemasecurities.pl/>
- Paweł Szpigiel, Biuro maklerskie mBanku, <http://www.mdm.pl/>
- Dominik Niszczyński, Trigon Dom Maklerski <http://www.trigon.pl/>
- Emil Popławski, Bank Pekao Biuro Maklerskie, <https://www.pekao.com.pl>
- Tomasz Krukowski, Santander Brokerage Poland, <https://www.santander.pl/inwestor>
- Piotr Raciborski, Wood&Co, <https://www.wood.cz/>
- Krzysztof Tkocz, Erste Securities Polska, <https://www.esp.pl>
- Maciej Bobrowski, Dom Maklerski BDM, <http://www.bdm.pl>

NOTOWANIA AKCJI

Akcje Wirtualna Polska Holding SA notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od dnia 7 maja 2015 roku. Akcje Wirtualna Polska Holding SA wchodzi w skład następujących indeksów: WIG, WIG-Poland, WIG-MEDIA, mWIG40.

Wykres przedstawia kształtowanie się kursu akcji Wirtualna Polska Holding SA od dnia debiutu giełdowego do dnia publikacji raportu na tle indeksów mWIG40, WIG, Nasdaq, oraz notowań akcji Alphabet, Meta, Amazon i Allegro.



10. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

WYSOKOŚĆ WYNAGRODZEŃ OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

WYNAGRODZENIA CZŁONKÓW ZARZĄDU

Zarząd jednostki dominującej pobiera wynagrodzenia z Wirtualna Polska Holding SA oraz z tytułu pełnienia funkcji członków rad nadzorczych spółek zależnych Grupy Kapitałowej.

Poniższa tabela przedstawia wartość świadczeń należnych lub wypłaconych Członkom Zarządu w 2025 roku.

| (w tys. zł) | Wynagrodzenia i narzuty | Plan motywacyjny-płatności oparte na akcjach |
|---------------------------|----------------------------|---|
| Elżbieta Bujniewicz-Belka | 1 078 | 1 126 |
| Jacek Świdorski | 3 260 | - |
| Michał Brański | 1 097 | - |
| Krzysztof Sierota | 1 097 | - |
| Razem | 6 534 | 1 126 |

WYNAGRODZENIA CZŁONKÓW RADY NADZORCZEJ

Poniższa tabela przedstawia wartość świadczeń należnych lub wypłaconych Członkom Rady Nadzorczej w 2025 roku.

| (w tys. zł) | Wynagrodzenia i narzuty | Plan motywacyjny-płatności oparte na akcjach |
|----------------------------|----------------------------|---|
| Witold Woźniak | 17 | - |
| Katarzyna Beuch | 81 | - |
| Grzegorz Konieczny | 21 | - |
| Piotr Walter | 21 | - |
| Aleksander Wilewski | 21 | - |
| Beata Barwińska-Piotrowska | 87 | - |
| Mariusz Jarzębowski | 81 | - |
| Joanna Różycka-Iwan | 77 | - |
| Paweł Wujec | 59 | - |
| Henryka Bochniarz | 75 | - |
| Razem | 539 | - |

INFORMACJE O ZOBOWIĄZANIACH WYNIKAJĄCYCH Z EMERYTUR I ŚWIADCZEŃ O PODOBNYM CHARAKTERZE DLA BYŁYCH OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH LUB NADZORUJĄCYCH

Grupa nie wypłacała ani nie ma żadnych zobowiązań do wypłaty emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych osób zarządzających lub nadzorujących.

ZDARZENIA, KTÓRE WYSTĄPIŁY PO DNIU BILANSOWYM

Szczegółowe informacje na temat zdarzeń po dniu bilansowym zostały przedstawione w nocie 45 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 roku.

STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA WCZEŚNIEJ PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW ZA DANY ROK

Grupa nie publikowała prognoz wyników finansowych na rok 2025.

OFERTA PRODUKTOWA SPÓŁKI I GRUPY WIRTUALNA POLSKA HOLDING

Oferta produktowa Grupy dzieli się na cztery kategorie – Reklamę i Subskrypcje, Turystykę, Finanse Konsumenckie oraz Pozostałe.

Poniższa tabela przedstawia podział przychodów na te kategorie:

| (w tys. zł) | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 |
|--|---|---|
| Przychody gotówkowe w segmencie: | 2 186 978 | 1 552 742 |
| Reklama i Subskrypcje | 663 321 | 718 565 |
| Turystyka | 1 222 187 | 595 376 |
| Finanse konsumenckie | 246 364 | 194 506 |
| Inne | 55 106 | 44 295 |
| Sprzedaż usług rozliczana w barterze w Segmencie Reklamy i Subskrypcji | 26 644 | 15 566 |
| Razem | 2 213 622 | 1 568 308 |

I TURYSTYKA

Grupa Wirtualna Polska Holding prowadzi działalność w segmencie turystyki, obejmującą sprzedaż i dystrybucję usług podróżniczych w modelu online. W obszarze turystyki zagranicznej Grupa rozwija platformy typu OTA/agent turystyczny, umożliwiające porównywanie i zakup ofert wielu organizatorów wyjazdów (w tym wakacji zorganizowanych) oraz wybranych produktów city break i pakietów dynamicznych, działając na rynku polskim (m.in. Wakacje.pl, Travelplanet), w pozostałych krajach regionu CEE (spółki z grupy Invia CEE) i regionie krajów niemieckojęzycznych DACH (spółki z grupy Invia DACH, za pośrednictwem marki Ab-in-den-urlaub).

Grupa oferuje wielokanałową sprzedaż w regionie Europy Środkowo-wschodniej (platforma online, aplikacja mobilna, call center i rozbudowana sieć franczyzowych punktów stacjonarnych) oraz sprzedaż online w regionie DACH.

Wakacje.pl, Travelplanet oraz Invia (CEE) działają w modelu multiagenta/marketplace, zapewniając klientom możliwość porównania i zakupu ofert wielu organizatorów turystyki w jednym miejscu. Sprzedaż realizowana jest wielokanałowo, w szczególności poprzez kanały online (serwisy i aplikacje), call center oraz sieci punktów stacjonarnych opartych o model franczyzowy na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej.

W regionie krajów niemieckojęzycznych sprzedaż prowadzona jest m.in. za pośrednictwem marki Ab-in-den-urlaub, funkcjonującej jako platforma rezerwacyjna w modelu online, bez sieci stacjonarnej, z koncentracją na cyfrowych kanałach pozyskania i obsługi klienta.

W obszarze turystyki krajowej Grupa rozwija portfel serwisów rezerwacyjnych skoncentrowanych na noclegach i krótkich wyjazdach w regionie CEE, w szczególności w ramach Szallas Group (m.in. Nocowanie, Travelminit, Litoralul Romanesc). Działalność ta obejmuje budowę bazy obiektów, rozwój funkcjonalności rezerwacyjnych oraz wspieranie obiektów noclegowych w sprzedaży w kanałach online.

I REKLAMA I SUBSKRYPCJE

Grupa prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online oferując swoim klientom szeroką gamę produktów reklamowych w internecie. Należą do nich m.in. reklamy display, w tym m.in. reklamy wideo, reklamy wysyłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczane za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestracje, zakup towarów lub usług, lead generation, performance marketing). WP od lat rozwija sprzedaż w modelu zautomatyzowanym, który dostarcza wielu rozbudowanych metryk służących mierzalności prowadzonych kampanii.

Sprzedaż subskrypcji obejmuje głównie sprzedaż pakietów w ramach usługi Pilot WP, która umożliwia odbiór tradycyjnej telewizji w wersji online, a także sprzedaż audiobooków oferowaną przez Audiotekę, która jest liderem polskiego rynku audiobooków.

Poprzez działalność Telewizji WP Grupa generuje przychody z tytułu emisji reklam, ogłoszeń wyborczych, politycznych i społecznych, a także umów o sponsorowanie, lokowanie produktu i wniesienie wkładu w finansowanie audycji rozpowszechnianych w programie telewizyjnym.

I FINANSE KONSUMENCKIE

W tej kategorii Grupa generuje przychody tytułu prowizji za sprzedaż produktów finansowych tj. finansowanie samochodów, kredyty i pożyczki konsumenckie oraz inne produkty instytucji finansowych. Grupa prowadzi również sprzedaż samochodów online zarówno w modelu agencyjnym, działając jako pośrednik pomiędzy klientem końcowym a dostawcą, jak również w modelu pełnej kontroli nad procesem sprzedaży do klienta końcowego.

I POZOSTAŁE

Do tej kategorii zalicza się sprzedaż projektów domów za pośrednictwem spółki Extradom, a także sprzedaż energii produkowanej ze źródeł odnawialnych, pod marką WP Naturalnie.

Zmiany w przychodach rok do roku omówiono w punkcie 2 niniejszego sprawozdania.

W 2024 roku Wirtualna Polska Holding SA nie osiągała przychodów z działalności operacyjnej.

RYNKI ZBYTU I ZAOPATRZENIA

W odniesieniu do Grupy Kapitałowej, około 68% przychodów ze sprzedaży osiągniętych przez Grupę w 2025 roku pochodziło z rynku krajowego. Sprzedaż na rynkach zagranicznych realizowana jest głównie do krajów Unii Europejskiej.

| w tys. zł | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 |
|---------------------------|---|---|
| Sprzedaż krajowa (Polska) | 1 512 406 | 1 330 219 |
| Sprzedaż zagraniczna | 701 216 | 238 089 |
| Unia Europejska | 666 813 | 234 790 |
| Poza Unię Europejską | 34 403 | 3 299 |
| Razem | 2 213 622 | 1 568 308 |

Grupa posiada dobrze zdywersyfikowany portfel odbiorców i dostawców. W 2025 żaden z kontrahentów nie przekroczył progu 10% skonsolidowanych przychodów Grupy. W 2024 roku jeden kontrahent osiągnął próg 10% przychodów skonsolidowanych Grupy. Kontrahent ten ma stabilną sytuację finansową, w trakcie dotychczasowej długoletniej współpracy nie występowały opóźnienia w płatnościach. W związku z powyższym w opinii Zarządu nie występuje ryzyko związane z nadmierną koncentracją przychodów i ryzyka kredytowego.

POSTĘPOWANIA TOCZĄCE SIĘ PRZED SĄDEM, ORGANEM WŁAŚCIWYM DLA POSTĘPOWANIA ARBITRAŻOWEGO LUB ORGANEM ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

W sytuacji, gdy spółka z Grupy jest stroną pozwaną w sporze sądowym, zawiązywana jest rezerwa na dana sprawę w oparciu o jej stan faktyczny i szacunek kosztów przygotowany przez prowadzący ją Dział Prawny. Rezerwy ujmowane są w wysokości roszczeń i kosztów sądowych jakie zdaniem Grupy są prawdopodobne do zasądzenia. Obecnie nie toczą się żadne postępowania sądowe, arbitrażowe lub przed organem administracji dotyczące zobowiązań lub wierzytelności Wirtualna Polska Holding SA lub jednostek zależnych, których wartość przekraczałaby 10% kapitałów własnych Wirtualna Polska Holding SA.

INFORMACJE O TRANSAKcjACH Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Wszystkie transakcje z podmiotami powiązanymi są zawierane na warunkach rynkowych. Szczegółowe informacje na temat transakcji z podmiotami powiązanymi zostały przedstawione w nocie 42 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 roku oraz w nocie 22 jednostkowego sprawozdania finansowego Wirtualna Polska Holding SA za 2025 rok.

INFORMACJA O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

- ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka,
- przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń;

zamieszczono w nocie 41 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 roku. Analogiczne informacje dotyczące Wirtualna Polska Holding SA zamieszczono w nocie 20 jednostkowego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 roku.

INFORMACJE O UDZIELONYCH GWARANCJACH, PORĘCZENIACH KREDYTÓW LUB POŻYCZEK ORAZ UDZIELONYCH POŻYCZKACH

■ GWARANCJE WOBEC PODMIOTÓW SPOZA GRUPY

W analizowanym okresie żadna ze spółek Grupy nie udzieliła poręczeń kredytu lub pożyczki oraz nie udzieliły gwarancji łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu o łącznej wartości stanowiącej równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Wirtualna Polska Holding.

■ GWARANCJE WEWNĄTRZGRUPOWE

Gwarantami aktualnej na dzień 31 grudnia 2025 roku umowy kredytowej zawartej 20 marca 2024 roku pomiędzy spółkami Wirtualna Polska Media SA, Wirtualna Polska Holding SA Wakacje.pl SA oraz mBank SA, Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski SA, ING Bank Śląski SA, Bank Polska Kasa Opieki SA, BNP Paribas Bank Polska SA oraz Bank Handlowy w Warszawie SA są: Wirtualna Polska Holding SA, Wirtualna Polska Media SA, Totalmoney.pl Sp. z o.o., Wakacje.pl SA, Audioteka Group Sp. z o.o., Nocowanie.pl Sp. z o.o., Extradom.pl Sp. z o.o., WP Naturalnie Solar 1 Sp. z o.o., WP Naturalnie Solar 2 Sp. z o.o., Szallas Group Zrt, Online Holding s.r.o. oraz Invia cz. a.s., Invia Group SE i Invia Travel Germany GmbH.

I UDZIELONE POŻYCZKI

Na 31 grudnia 2025 roku Wirtualna Polska Holding SA oraz Wirtualna Polska Media SA są stronami pożyczek udzielonych spółkom wchodzącym w skład grupy przeznaczonych na finansowanie akwizycji oraz bieżącej działalności operacyjnej.

INFORMACJE O ZAWARTYCH I WYPOWIEDZIANYCH W DANYM ROKU OBROTOWYM UMOWACH DOTYCZĄCYCH KREDYTÓW I POŻYCZEK

I KREDYTY ZACIĄGNIĘTE W INSTYTUCJACH FINANSOWYCH

Zgodnie z przyjętym w Grupie Kapitałowej modelem finansowania stroną kredytu zaciągniętego w instytucjach zewnętrznych (poza kredytem w rachunku bieżącym) są wyłącznie Wirtualna Polska Holding SA oraz spółka zależna Wirtualna Polska Media SA, przy czym obaj kredytobiorcy oraz wybrane spółki należące do grupy kapitałowej są gwarantami tej umowy.

Grupa jest ponadto stroną podpisanej w 2021 roku pożyczki stockowej, przeznaczonej na finansowanie nabycia pojazdów sprzedawanych w ramach działalności spółki Superauto. Limit pożyczki wynosi 15 mln zł. Na dzień 31 grudnia 2025 roku Superauto wykorzystało 13,1 mln dostępnej linii kredytowej.

Opis parametrów otrzymanego kredytu i pożyczki oraz zmiany, jakie miały miejsce w trakcie roku zostały szczegółowo opisane w nocy 34 sprawozdania finansowego.

I POŻYCZKI WEWNĄTRZGRUPOWE

Na dzień 31 grudnia 2025 roku Wirtualna Polska Holding SA oraz Wirtualna Polska Media SA są stronami udzielonych spółkom wchodzącym w skład grupy kapitałowej pożyczek przeznaczonych na finansowanie akwizycji oraz bieżącej działalności operacyjnej. Jednostka dominująca nie posiada pożyczek od innych spółek z grupy

OCENA ZARZĄDZANIA ZASOBAMI FINANSOWYMI

W Grupie Kapitałowej zostało wdrożone scentralizowane zarządzanie obszarem finansowym poprzez centralny model finansowania oraz grupową politykę zarządzania płynnością finansową. Kierunek rozwoju działalności poszczególnych spółek oraz limity ekspozycji na ryzyko są ustalane na najwyższym szczeblu Grupy. Podjęte działania umożliwiły efektywne zarządzanie zasobami finansowymi.

Zgodnie z przyjętym modelem finansowania, Spółka jest odpowiedzialna za pozyskanie finansowania dla spółek Grupy Kapitałowej. Finansowanie bieżącej działalności operacyjnej spółek zgłaszających zapotrzebowanie na finansowanie następuje z nadwyżek finansowych generowanych przez pozostałe spółki poprzez udzielanie pożyczek wewnątrzgrupowych. Taka forma pozyskiwania źródeł finansowania umożliwia przede wszystkim obniżenie kosztu kapitału, zwiększa możliwości otrzymania finansowania, redukuje ilość i formy zabezpieczeń ustanowionych na majątku Grupy Kapitałowej oraz wskaźników wymaganych przez instytucje finansowe, a także wpływa na zmniejszenie kosztów administracyjnych.

Działalność akwizycyjna i inwestycyjna w 2025 i 2024 roku finansowana była głównie z finansowania dłużnego i ze środków własnych.

W 2025 roku Grupa Kapitałowa Wirtualna Polska Holding posiadała pełną zdolność do regulowania swoich zobowiązań w terminie ich płatności.

OCENA MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMIERZEŃ INWESTYCYJNYCH

Finansowanie inwestycji strategicznych jest zarządzane centralnie na poziomie Spółki. Zarząd ocenia, że Grupa jest w stanie finansować obecne i przyszłe zamierzenia inwestycyjne ze środków własnych generowanych z działalności operacyjnej oraz poprzez dostępne finansowanie zewnętrzne.

ZMIANY W PODSTAWOWYCH ZASADACH ZARZĄDZANIA SPÓŁKĄ ORAZ GRUPĄ KAPITAŁOWĄ

W roku 2025 nie wystąpiły istotne zmiany w podstawowych zasadach zarządzania Spółką i Grupą Kapitałową.

UMOWY ZAWARTE Z OSOBAMI ZARZĄDZAJĄCYMI PRZEWIDUJĄCE REKOMPENSATĘ W PRZYPADKU ICH REZYGNACJI LUB ZWOLNIENIA Z ZAJMOWANEGO STANOWISKA BEZ WAŻNEJ PRZYZYNY LUB GDY ICH ODWOŁANIE LUB ZWOLNIENIE NASTĘPUJE Z POWODU POŁĄCZANIA SPÓŁKI PRZEZ PRZEJĘCIE

Członkowie Zarządu Spółki pełnią funkcje w Zarządzie na podstawie powołania. Wysokość wynagrodzenia Członków Zarządu określają uchwały Rady Nadzorczej Spółki.

W razie odwołania Członka Zarządu przez Spółkę lub rezygnacji Członka Zarządu z pełnienia funkcji z inicjatywy Spółki, Członkowi Zarządu będzie przysługiwać odprawa, chyba, że wyłączną przyczyną uzasadniającą odwołanie lub rezygnację z funkcji Członka Zarządu Spółki będą:

- ciężkie naruszenie przez Członka Zarządu podstawowych obowiązków;
- niezdolność Członka Zarządu do pełnienia funkcji Członka Zarządu Spółki wskutek choroby trwająca dłużej niż łączny okres pobierania z tego tytułu wynagrodzenia i zasiłku oraz pobierania świadczenia rehabilitacyjnego za okres pierwszych trzech miesięcy.

Każdy z Członków Zarządu jest związany zakazem konkurencji przez cały okres pełnienia funkcji Członka Zarządu Spółki oraz w okresie dwunastu miesięcy (w przypadku Członka Zarządu ds. Finansowych Spółki – sześć miesięcy) po dacie zaprzestania pełnienia tej funkcji. Z tytułu wywiązywania się ze zobowiązań w zakresie zakazu konkurencji w okresie 12 miesięcy po dacie zaprzestania pełnienia funkcji Członka Zarządu, każdy z nich ma prawo do odszkodowania w wysokości stanowiącej kwotę określoną w uchwale Rady Nadzorczej. W przypadku naruszenia przez Członka Zarządu wskazanych w umowie postanowień w zakresie zakazu konkurencji, Członek Zarządu utraci prawo do odszkodowania i będzie zobowiązany do zwrotu Spółce odszkodowania już otrzymanego.

BADANIA I ROZWÓJ

Z uwagi na profil prowadzonej działalności Grupa nie przyjęła strategii badawczo-rozwojowej.

W ramach swojej działalności Grupa realizuje szereg projektów rozwojowych skoncentrowanych na tworzeniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych dla użytkowników i klientów, Projekty te mają na celu utrwalanie technologicznej przewagi konkurencyjnej Grupy.

Działalność badawczo-rozwojowa (B+R) jest podstawą strategii rozwojowej Grupy Wirtualna Polska na dynamicznie zmieniającym się rynku mediów i usług elektronicznych. Realizujemy ją w celu zwiększenia poziomu wiedzy niezbędnej do przygotowania narzędzi i produktów, które wpisują się w najnowsze światowe trendy technologiczne. Posiadamy wyspecjalizowaną jednostkę zajmującą się koordynacją działań B+R na poziomie holdingu.

Obecnie prace w obszarze B+R koncentrują się m.in. na:

- poprawie docieralności i efektywności reklam;
- rozwoju narzędzi z obszaru sztucznej inteligencji, mających na celu wsparcie pracy redakcji i ułatwienie tworzenia treści;
- automatyzacji procesów;
- rozwoju UX, czyli ciągłej poprawie doświadczeń użytkowników naszych produktów i usług.

INFORMACJA O PODMIOCIE UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Szczegóły dotyczące podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych oraz informacje na temat wynagrodzenia tego podmiotu zamieszczono w nocy 46 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 roku. Informacje na temat wynagrodzenia tego podmiotu i jego wynagrodzenia w jednostce dominującej Wirtualna Polska Holding S.A zamieszczono w nocy 24 jednostkowego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 roku.

INNE INFORMACJE, KTÓRE W OCENIE GRUPY SĄ ISTOTNE DLA OCENY SYTUACJI KADROWEJ, MAJĄTKOWEJ, FINANSOWEJ, WYNIKU FINANSOWEGO I ICH ZMIAN ORAZ INFORMACJE, KTÓRE SĄ ISTOTNE DLA OCENY MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZOBOWIĄZAŃ PRZEZ GRUPĘ.

Poza przedstawionymi w niniejszym dokumencie oraz w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym zdarzeniami do dnia publikacji niniejszego raportu nie wystąpiły inne zdarzenia, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Grupę.

W ocenie Zarządu Wirtualna Polska Holding SA przedstawione informacje w sposób wyczerpujący opisują sytuację kadrową, majątkową i finansową Grupy i nie miały miejsca inne zdarzenia, nieujawnione przez Spółkę, które mogłyby być uznane za istotne dla oceny tej sytuacji.

11. WYBRANE DANE FINANSOWE W PRZELICZENIU NA EURO

Poniższe tabele przedstawiają wybrane skonsolidowane dane finansowe za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 i 2024 roku. Wybrane dane finansowe zawarte w poniższych tabelach zostały zaprezentowane w tys. złotych, o ile nie zaznaczono inaczej. Informacje zawarte w tych tabelach powinny być czytane razem z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2025 oraz z informacjami zawartymi w punkcie 2 niniejszego sprawozdania.

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z WYNIKU FINANSOWEGO I POZOSTAŁYCH CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

| | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2024 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2024 |
|---|---|---|---|---|
| | (w tys. zł) | | (w tys. EUR) | |
| Segmenty łącznie | | | | |
| Przychody ze sprzedaży | 2 213 622 | 1 568 308 | 522 426 | 367 027 |
| Przychody gotówkowe ze sprzedaży | 2 186 978 | 1 541 126 | 516 138 | 360 666 |
| Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16) | 574 168 | 468 199 | 135 506 | 109 571 |
| EBITDA (wg. MSSF 16) | 371 001 | 438 624 | 87 558 | 102 650 |
| Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych | (244 516) | (158 989) | (57 707) | (37 208) |
| Zysk na działalności operacyjnej | 126 485 | 279 635 | 29 851 | 65 442 |
| Wynik na działalności finansowej | (96 799) | (59 303) | (22 845) | (13 879) |
| Zysk przed opodatkowaniem | 29 686 | 220 332 | 7 006 | 51 564 |
| Zysk/ (strata) netto | (22 073) | 165 890 | (5 209) | 38 823 |

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

| | Na dzień 31 grudnia 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Na dzień 31 grudnia 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | (w tys. zł) | | (w tys. EUR) | |
| Aktywa razem | 3 841 873 | 2 257 351 | 908 953 | 528 282 |
| Aktywa trwałe | 2 618 575 | 1 616 946 | 619 532 | 378 410 |
| Aktywa obrotowe | 1 223 298 | 640 405 | 289 421 | 149 872 |
| Zobowiązania długoterminowe | 2 032 498 | 729 562 | 480 871 | 170 738 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 881 840 | 515 344 | 208 636 | 120 605 |
| Kapitał własny | 927 535 | 1 012 445 | 219 447 | 236 940 |
| Kapitał zakładowy | 1 489 | 1 481 | 352 | 347 |
| Udziały niedające kontroli | 55 261 | 43 216 | 13 074 | 10 114 |

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

| | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2024 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2024 |
|--|---|---|---|---|
| | (w tys. zł) | | (w tys. EUR) | |
| Przepływy netto z działalności operacyjnej | 404 825 | 377 773 | 95 541 | 87 768 |
| Przepływy netto z działalności inwestycyjnej | (1 125 003) | (198 443) | (265 506) | (46 105) |
| Przepływy netto z działalności finansowej | 897 876 | (161 151) | 211 903 | (37 440) |
| Przepływy pieniężne netto razem | 177 698 | 18 179 | 41 938 | 4 224 |

I JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z WYNIKU FINANSOWEGO I POZOSTAŁYCH CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

| | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 |
|------------------------------------|--|--|--|--|
| | (w tys. zł) | | (w tys. EUR) | |
| Przychody ze sprzedaży | - | - | - | - |
| Strata na działalności operacyjnej | (44 663) | 150 328 | (10 541) | 34 926 |
| Zysk przed opodatkowaniem | (35 305) | 158 612 | (8 332) | 36 851 |
| Zysk/(strata) netto | (36 147) | 158 582 | (8 531) | 36 844 |

I JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

| | Na dzień 31 grudnia 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 | Na dzień 31 grudnia 2025 | Na dzień 31 grudnia 2024 |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | (w tys. zł) | | (w tys. EUR) | |
| Aktywa razem | 867 784 | 986 022 | 205 310 | 230 756 |
| Aktywa trwałe | 798 655 | 929 882 | 188 955 | 217 618 |
| Aktywa obrotowe | 69 129 | 56 140 | 16 355 | 13 138 |
| Zobowiązania długoterminowe | - | 15 860 | - | 3 712 |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 2 814 | 6 209 | 666 | 1 453 |
| Kapitał własny | 864 970 | 963 953 | 204 644 | 225 592 |
| Kapitał podstawowy | 1 489 | 1 481 | 352 | 347 |

I JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

| | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2025 | Dwanaście miesięcy zakończone 31 grudnia 2024 |
|--|--|--|--|--|
| | (w tys. zł) | | (w tys. EUR) | |
| Przepływy netto z działalności operacyjnej | 68 148 | 75 629 | 16 083 | 17 571 |
| Przepływy netto z działalności inwestycyjnej | 15 832 | 5 453 | 3 736 | 1 267 |
| Przepływy netto z działalności finansowej | (80 538) | (52 716) | (19 007) | (12 248) |
| Przepływy pieniężne netto razem | 3 442 | 28 366 | 812 | 6 590 |

Przeliczenie na euro zostało dokonane zgodnie z poniższymi zasadami:

- kwoty przedstawione w złotych na dzień 31 grudnia 2025 roku zostały przeliczone na euro według kursu odpowiednio 4,2267 (obowiązujący kurs wymiany NBP na dzień 31 grudnia 2025 roku),
- kwoty przedstawione w złotych na dzień 31 grudnia 2024 roku zostały przeliczone na euro według kursu odpowiednio 4,2730 (obowiązujący kurs wymiany NBP na dzień 31 grudnia 2024 roku),
- kwoty przedstawione w złotych za okres roku obrotowego zakończonego 31 grudnia 2025 roku zostały przeliczone według kursu odpowiednio 4,2372 (średnia arytmetyczna obowiązujących kursów wymiany NBP na ostatni dzień każdego miesiąca 2025 roku)
- kwoty przedstawione w złotych za okres roku obrotowego zakończonego 31 grudnia 2024 roku zostały przeliczone według kursu odpowiednio 4,3042 (średnia arytmetyczna obowiązujących kursów wymiany NBP na ostatni dzień każdego miesiąca 2024 roku),



Oświadczenie na temat ładu
korporacyjnego

Wirtualna Polska Holding SA

za 2025r.



OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ WIRTUALNA POLSKA HOLDING S.A. ZA ROK OBROTOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2025 ROKU

Niniejsze Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego w Wirtualna Polska Holding S.A. („Spółka”) w 2025 roku zostało sporządzone na podstawie § 72 ust. 7 pkt 5 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 25 czerwca 2025 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 (tj. Dz.U.2025.755 z dnia 2025.06.10) oraz uchwały Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Nr 13/1834/2021 z dnia 29 marca 2021 r.

1. ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO, KTÓRYM PODLEGA SPÓŁKA

W 2025 roku Spółka podlegała zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021, będącym załącznikiem do Uchwały Nr 13/1834/2021 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 29 marca 2021 roku w okresie od dnia 1 stycznia 2025 r. do dnia 31 grudnia 2025 r. oraz do dnia publikacji niniejszego raportu. Dokument ten przygotowany został przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie i udostępniony w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie oraz na specjalnej stronie Internetowej poświęconej zagadnieniom ładu korporacyjnego pod adresem: <https://www.gpw.pl/dobre-praktyki>.

INFORMACJA O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

Spółka dąży do zapewnienia jak największej transparentności swoich działań, należytej jakości komunikacji z inwestorami oraz ochrony praw akcjonariuszy, także w kwestiach nieregulowanych przez prawo. W związku z tym Spółka podejmuje niezbędne działania w celu najpełniejszego przestrzegania zasad zawartych w „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2021”. Na dzień publikacji niniejszego raportu Spółka stosuje zasady Dobrych Praktyk, dla których stosuje się regułę „comply or explain” z wyłączeniem poniższych zasad:

- **1.4. W celu zapewnienia należytej komunikacji z interesariuszami, w zakresie przyjętej strategii biznesowej spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej informacje na temat założeń posiadanej strategii, mierzalnych celów, w tym zwłaszcza celów długoterminowych, planowanych działań oraz postępów w jej realizacji, określonych za pomocą mierników, finansowych i niefinansowych.**
 - - Spółka nie publikuje na stronie internetowej swojej strategii biznesowej.
- **2.7. Pełnienie przez członków zarządu spółki funkcji w organach podmiotów spoza grupy spółki wymaga zgody rady nadzorczej.**
 - - Zasiadanie Członków Zarządu Spółki w zarządach lub Radach Nadzorczych spółek spoza grupy kapitałowej Spółki nie wymaga zgody rady nadzorczej Spółki. Osoby te mają zawarte ze Spółką umowy zawierające klauzule o zakazie konkurencji i zobowiązania do poświęcania odpowiedniej ilości czasu na wypełnianie obowiązków związanych z pełnionymi funkcjami.
- **3.2. Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za zadania poszczególnych systemów lub funkcji, chyba że nie jest to uzasadnione z uwagi na rozmiar spółki lub rodzaj jej działalności.**
 - - W Spółce wyodrębniona została funkcja audytu wewnętrznego oraz compliance. Pozostałe zadania w ramach systemów kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem są podzielone pomiędzy poszczególne jednostki organizacyjne w Spółce.

- **4.3. Spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.**
 - - Spółka nie zapewnia powszechnie dostępnej transmisji obrad Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenia Spółki są organizowane w transparentny i wydajny sposób pozwalający akcjonariuszom na uczestnictwo i wykonywanie wszelkich praw związanych z posiadanymi akcjami Spółki. Ogłoszenie o Walnym Zgromadzeniu wraz z projektami uchwał i wszelką dokumentacją a także przyjęte uchwały publikowane są na stronie internetowej Spółki. Nie zostały Spółce zgłoszone takie oczekiwania czy zapotrzebowanie ze strony akcjonariuszy.
- **4.8. Projekty uchwał walnego zgromadzenia do spraw wprowadzonych do porządku obrad walnego zgromadzenia powinny zostać zgłoszone przez akcjonariuszy najpóźniej na 3 dni przed walnym zgromadzeniem.**
 - - Spółka dokłada wszelkich starań, aby akcjonariusze mieli możliwość zapoznania się z materiałami i projektami uchwał do porządku obrad w terminach umożliwiających należyte rozeznanie jednak ze względu na regulacje kodeksu spółek handlowych umożliwiające akcjonariuszom zgłaszanie projektów uchwał w trakcie obrad walnego zgromadzenia, Spółka nie jest w stanie zagwarantować stosowania niniejszej zasady.
- **4.9.1. W przypadku gdy przedmiotem obrad walnego zgromadzenia ma być powołanie do rady nadzorczej lub powołanie rady nadzorczej nowej kadencji: kandydatury na członków rady powinny zostać zgłoszone w terminie umożliwiającym podjęcie przez akcjonariuszy obecnych na walnym zgromadzeniu decyzji z należytym rozeznaniem, lecz nie później niż na 3 dni przed walnym zgromadzeniem; kandydatury, wraz z kompletem materiałów ich dotyczących, powinny zostać niezwłocznie opublikowane na stronie internetowej spółki;**
 - - Spółka dokłada wszelkich starań, aby akcjonariusze mieli możliwość zapoznania się z materiałami i projektami uchwał do porządku obrad w terminach umożliwiających należyte rozeznanie jednak ze względu na regulacje kodeksu spółek handlowych umożliwiające akcjonariuszom zgłaszanie projektów uchwał w trakcie obrad walnego zgromadzenia, Spółka nie jest w stanie zagwarantować stosowania niniejszej zasady.
- **6.3. Jeżeli w spółce jednym z programów motywacyjnych jest program opcji menedżerskich, wówczas realizacja programu opcji winna być uzależniona od spełnienia przez uprawnionych, w przeciągu co najmniej 3 lat, z góry wyznaczonych, realnych i odpowiednich dla spółki celów finansowych i niefinansowych oraz zrównoważonego rozwoju, a ustalona cena nabycia przez uprawnionych akcji lub rozliczenia opcji nie może odbiegać od wartości akcji z okresu uchwalania programu.**
 - - w Spółce wprowadzony został program motywacyjny przed dniem debiutu giełdowego Spółki przyznający kluczowym menedżerom możliwość nabywania akcji Spółki. Jego zasady oparte są na emisji warrantów subskrypcyjnych uprawniających do objęcia akcji Spółki. Zgodnie z zasadami programu oraz zawartymi umowami opcyjnymi realizacja programu opcji nie musi być uzależniona od spełnienia przez uprawnionych, w przeciągu co najmniej 3 lat, z góry wyznaczonych, realnych i odpowiednich dla spółki celów finansowych i niefinansowych oraz zrównoważonego rozwoju. Spółka uważa, iż konstrukcja programu zapewnia wystarczające powiązanie wynagrodzenia kluczowych menedżerów z długookresowymi celami biznesowymi i finansowymi spółki ze względu na fakt, iż nabywanie uprawnień do warrantów i akcji (tzw. vesting) jest rozciągnięty w czasie (nabywanie uprawnień odbywa się kwartalnie przez ok. 5-6 lat), a warunkiem uczestnictwa w programie jest pozostawanie we współpracy ze Spółką.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. całość opcji wynikająca z programu została przyznana, przy czym została zawarta umowa dodatkowa z Członkiem Zarządu Spółki określająca zobowiązania dotyczące pakietu akcji nabytego w trakcie 2024 r. w ramach programu motywacyjnego. Przez okres 5 lat począwszy od 1 stycznia 2025 r. prawo do rozporządzania prawami z akcji jest ograniczone i zależne od kontynuowania przez Członka Zarządu funkcji w Spółce. W związku z powyższym pomimo przyznania opcji w trakcie poprzedniego okresu, Spółka rozpoznaje koszt tego pakietu w roku 2025 oraz proporcjonalnie przez pozostały okres trwania umowy dodatkowej.

2. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE I GRUPIE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA JEDNOSTKOWEGO I SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Spółce i jego skuteczność w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowanych i publikowanych zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 25 czerwca 2025 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych realizowany jest poprzez:

- procedury określające zasady oraz odpowiedzialność za proces sporządzania sprawozdań finansowych,
- weryfikację danych sprawozdawczych poszczególnych Spółek z Grupy Kapitałowej pod kątem spójności zastosowanych zasad rachunkowości i MSSF,
- przegląd półroczny oraz badanie roczne sprawozdań finansowych przez niezależnego biegłego rewidenta,
- proces autoryzacji oraz zatwierdzania sprawozdań finansowych przed ich publikacją.

Organem sprawującym nadzór nad procesem raportowania finansowego w Grupie jest Komitet Audytu, w którego skład wchodzi trzech członków, w tym co najmniej dwóch członków (w tym Przewodniczący Komitetu) spełnia warunki niezależności, co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych i co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności z zakresu branży, w której działa Spółka, a co za tym idzie skład Komitetu Audytu spełnia wymagania ustawy o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym („Ustawa o Biegłych Rewidentach”).

Zadania komitetu audytu są określone w przepisach prawa, a także regulacjach wewnętrznych Spółki i należą do nich w szczególności:

- monitorowanie:
 - procesu sprawozdawczości finansowej,
 - skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym w zakresie sprawozdawczości finansowej,
 - wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń Komisji Nadzoru Audytowego wynikających z kontroli przeprowadzonej w firmie audytorskiej;
- kontrolowanie i monitorowanie niezależności biegłego rewidenta i firmy audytorskiej, w szczególności w przypadku, gdy na rzecz jednostki zainteresowania publicznego świadczone są przez firmę audytorską inne usługi niż badanie;
- informowanie rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego jednostki zainteresowania publicznego o wynikach badania oraz wyjaśnianie, w jaki sposób badanie to przyczyniło się do rzetelności sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego, a także jaka była rola komitetu audytu w procesie badania;
- dokonywanie oceny niezależności biegłego rewidenta oraz wyrażanie zgody na świadczenie przez niego dozwolonych usług niebędących badaniem w jednostce zainteresowania publicznego;
- opracowywanie polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania;
- opracowywanie polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem;
- określanie procedury wyboru firmy audytorskiej przez jednostkę zainteresowania publicznego;

- przedstawianie radzie nadzorczej lub innemu organowi nadzorczemu lub kontrolnemu rekomendacji dotyczącej wyboru biegłego rewidenta lub firmy audytorskiej, zgodnie z politykami: wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania oraz świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem;
- przedkładanie zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności procesu sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego.

Nadzór merytoryczny nad procesem przygotowania sprawozdań finansowych i raportów okresowych w poszczególnych spółkach Grupy sprawuje Dyrektor Finansowy lub Zarządy poszczególnych Spółek Grupy. Za organizację prac związanych z przygotowaniem sprawozdań finansowych odpowiedzialny jest dział Sprawozdawczości Finansowej i Zarządzania Przepływami Pieniężnymi oraz działy finansowo – księgowe spółek Grupy. Spółki z Grupy są zobowiązane do stosowania jednolitych zasad rachunkowości przy sporządzaniu pakietów sprawozdawczych, które są podstawą sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding. Jednostkowe pakiety sprawozdawcze są weryfikowane przez Dział Sprawozdawczości Finansowej i Zarządzania Przepływami Pieniężnymi Grupy oraz przez niezależnego biegłego rewidenta w trakcie przeprowadzenia badania lub przeglądu skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej.

W spółkach Grupy Kapitałowej funkcjonują rozwiązania informatyczne i organizacyjne zabezpieczające kontrolę dostępu do systemu finansowo-księgowego oraz zapewniające należytą ochronę i archiwizację ksiąg rachunkowych. Dostęp do systemów informatycznych ograniczony jest odpowiednimi uprawnieniami dla upoważnionych pracowników. Od roku 2015 trwa proces wdrożenia jednego zintegrowanego systemu finansowo-księgowego dla wszystkich spółek z Grupy. Proces ten ma na celu ujednolicenie ewidencji zdarzeń gospodarczych z uwzględnieniem specyfiki działalności poszczególnych podmiotów w Grupie.

Sprawozdania finansowe oraz raporty okresowe przed publikacją podlegają weryfikacji przez Zarząd oraz Komitet Audytu Rady Nadzorczej. Zgodnie z obowiązującymi przepisami sprawozdania finansowe podlegają także przeglądowi lub badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta. Wyniki przeglądów i badań są przedstawiane przez audytora Zarządowi oraz Komitetowi Audytowemu Rady Nadzorczej. Wyboru biegłego rewidenta dokonuje Rada Nadzorcza Spółki spośród renomowanych firm audytorskich, gwarantujących odpowiednie standardy świadczonych usług oraz niezależność.

— PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH SPÓŁKI

Podmiotem uprawnionym do przeprowadzenia badania jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2025 roku jest PricewaterhouseCoopers Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Audyt sp.k. (dawniej PricewaterhouseCoopers sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie (00-633 Warszawa, ul. Polna 11) („PWC”).

W dniu 25 marca 2019 roku Rada Nadzorcza Spółki, działając zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi oraz po zapoznaniu się z rekomendacją Komitetu Audytu Rady Nadzorczej Spółki, uchwałą nr 2/03/2019 dokonała wyboru PWC na biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za lata 2019 – 2020.

Ponadto, w 2020 roku PWC przeprowadziła śródroczny przegląd sprawozdań: jednostkowego i skonsolidowanego za okres 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2020 roku. W 2020 roku na rzecz Grupy nie były świadczone przez PWC inne dozwolone usługi niebędące badaniem.

W dniu 18 grudnia 2020 roku Rada Nadzorcza Spółki, działając zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi oraz po zapoznaniu się z rekomendacją Komitetu Audytu Rady Nadzorczej Spółki, dokonała wyboru PWC na biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za lata 2021 – 2023.

W dniu 21 czerwca 2023 roku Rada Nadzorcza Spółki, działając zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi oraz po zapoznaniu się z rekomendacją Komitetu Audytu Rady Nadzorczej Spółki, dokonała wyboru PWC na biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za lata 2024 – 2025.

W dniu 25 sierpnia 2025 roku Rada Nadzorcza Spółki, działając zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi oraz po zapoznaniu się z rekomendacją Komitetu Audytu Rady Nadzorczej Spółki, dokonała wyboru Ernst&Young Audyt Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp. k. na biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za lata 2026 – 2028.

PWC jest wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych, prowadzoną przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów, pod numerem ewidencyjnym 144

3. KAPITAŁ ZAKŁADOWY I AKCJONARIAT

STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO

- Na dzień 31 grudnia 2025 roku kapitał zakładowy Spółki wynosi 1.488.764,85 zł i dzieli się na 29.775.297 akcji o wartości nominalnej 0,05 zł, uprawniających do 41.065.006 głosów na Walnym Zgromadzeniu w tym:
 - 11.289.709 akcji imiennych, uprzywilejowanych serii A; uprzywilejowanie 11.289.709 akcji serii A dotyczy prawa głosu na walnym zgromadzeniu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy;
 - 1.100.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A;
 - 12.221.811 akcji zwykłych na okaziciela serii B;
 - 301.518 akcji zwykłych na okaziciela serii C;
 - 929.058 akcji zwykłych na okaziciela serii D;
 - 3.339.744 akcji zwykłych na okaziciela serii E;
 - 593.457 akcji zwykłych na okaziciela serii F.

Część akcji serii A jest akcjami imiennymi a część akcji serii A oraz akcje serii B, C, D, E i F są akcjami na okaziciela.

W obrocie na rynku regulowanym znajdują się akcje serii A, B, C, D, E i F.

W dniu 15 i 17 stycznia 2025 r. nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o 7.821,30 zł, tj. z kwoty 1.480.943,55 zł do kwoty 1.488.764,85 zł. Podwyższenie miało miejsce w związku z rejestracją w KDPW i zapisaniem na rachunkach (wydaniem) 156.426 akcji o wartości nominalnej 0,05 zł w ramach programu opcji menedżerskich.

Grupa prowadzi programy motywacyjne przyznające kluczowym osobom współpracującym z Grupą możliwość obejmowania akcji Spółki:

■ PIERWSZY PROGRAM MOTYWACYJNY

Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 1.230.576 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki. Prawa do akcji są przez beneficjentów nabywane stopniowo w czasie (tzw. vesting), kwartalnie przez ustalony okres, co do zasady nie dłuższy niż 6 lat. Program zawiera warunek pracy (współpracy) jako warunek nabycia praw do akcji. Program został zaklasyfikowany jako program płatności oparty na akcjach rozliczany w instrumentach kapitałowych Spółki.

Na poczet programu motywacyjnego zostało dokonane podwyższenie kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję 301.518 akcji zwykłych serii C, które zostały objęte przez wybranych uczestników programu, a także warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji nie więcej niż 929.058 akcji zwykłych serii D oraz warrantów subskrypcyjnych serii B.

Na dzień 31 grudnia 2025 r. całość opcji wynikająca z programu została przyznana, przy czym została zawarta umowa dodatkowa z Członkiem Zarządu Spółki określająca zobowiązania dotyczące pakietu akcji nabytego w trakcie 2024 r. w ramach programu motywacyjnego. Przez okres 5 lat począwszy od 1 stycznia 2025 r. prawo

do rozporządzania prawami z akcji jest ograniczone i zależne od kontynuowania przez Członka Zarządu funkcji w Spółce. W związku z powyższym pomimo przyznania opcji w trakcie poprzedniego okresu, Spółka rozpoznaje koszt tego pakietu w roku 2025 oraz proporcjonalnie przez pozostały okres trwania umowy dodatkowej.

AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY CO NAJMNIEJ 5 PROCENT W OGÓLNEJ LICZBIE GŁOSÓW

Zgodnie z otrzymanymi przez Spółkę Wirtualna Polska Holding S.A. zawiadomieniami i według najlepszej wiedzy Spółki, struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień 31 grudnia 2025 roku przedstawia się następująco

| Akcjonariusz | Liczba akcji | % kapitału podstawowego | Liczba głosów | % głosów |
|--|-------------------|-------------------------|-------------------|----------------|
| Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 779 667 | 12,69% | 7 542 904 | 18,37% |
| Orfe S.A. | 3 779 667 | 12,69% | 7 542 904 | 18,37% |
| Michał Brański poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 775 416 | 12,68% | 7 538 652 | 18,36% |
| 10X S.A. | 3 767 488 | 12,65% | 7 530 724 | 18,34% |
| Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 771 164 | 12,67% | 7 534 400 | 18,35% |
| Albemuth Inwestycje S.A. | 3 763 236 | 12,64% | 7 526 472 | 18,33% |
| Łącznie Założyciele * | 11 326 247 | 38,04% | 22 615 956 | 55,07% |
| Allianz OFE | 3 597 103 | 12,08% | 3 597 103 | 8,76% |
| Pozostali | 14 851 947 | 49,88% | 14 851 947 | 36,17% |
| Razem | 29 775 297 | 100,00% | 41 065 006 | 100,00% |

Na dzień publikacji niniejszego raportu struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki przedstawia się następująco:

| Akcjonariusz | Liczba akcji | % kapitału podstawowego | Liczba głosów | % głosów |
|--|-------------------|-------------------------|-------------------|----------------|
| Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 779 667 | 12,69% | 7 542 904 | 18,37% |
| Orfe S.A. | 3 779 667 | 12,69% | 7 542 904 | 18,37% |
| Michał Brański poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 775 416 | 12,68% | 7 538 652 | 18,36% |
| 10X S.A. | 3 767 488 | 12,65% | 7 530 724 | 18,34% |
| Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: | 3 771 164 | 12,67% | 7 534 400 | 18,35% |
| Albemuth Inwestycje S.A. | 3 763 236 | 12,64% | 7 526 472 | 18,33% |
| Łącznie Założyciele * | 11 326 247 | 38,04% | 22 615 956 | 55,07% |
| Allianz OFE | 3 597 103 | 12,08% | 3 597 103 | 8,76% |
| Pozostali | 14 851 947 | 49,88% | 14 851 947 | 36,17% |
| Razem | 29 775 297 | 100,00% | 41 065 006 | 100,00% |

SZCZEGÓLNE UPRAWNIENIA ZWIĄZANE Z AKCJAMI

Akcjonariusze nie posiadają na Walnym Zgromadzeniu Spółki innych praw głosu niż wynikające z posiadanych akcji. Żaden z akcjonariuszy Spółki nie posiada uprawnień osobistych związanych z posiadanymi akcjami.

Akcje serii A w liczbie 11.289.709 (słownie: jedenaście milionów dwieście osiemdziesiąt dziewięć tysięcy siedemset dziewięć) są akcjami uprzywilejowanymi w ten sposób, że na jedną akcję serii A przypadają dwa głosy. Pozostałe akcje są akcjami zwykłymi.

Posiadaczami akcji uprzywilejowanych są:

- Jacek Świdzki (przez Orfe S.A.) jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.237 akcji imiennych serii A Spółki uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu
- Krzysztof Sierota (przez Albemuth Inwestycje S.A.) jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu
- Michał Brański (przez 10X S.A.) jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu

Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne jest niedopuszczalna.

Zamiana akcji imiennych na akcje na okaziciela może być dokonana na żądanie akcjonariusza. Zarząd, po otrzymaniu żądania, niezwłocznie dokona zamiany akcji zgodnie z żądaniem.

Każdy z akcjonariuszy, którego akcje nie są dopuszczone do obrotu na takim rynku, ma prawo żądać dopuszczenia takich akcji do obrotu na takim rynku. Dopuszczenie takich akcji do obrotu na rynku regulowanym lub alternatywnym systemie obrotu nastąpi niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 6 miesięcy od dnia otrzymania żądania uprawnionego akcjonariusza.

OGRANICZENIA DOTYCZĄCE AKCJI

Statut Spółki przewiduje, iż przyznanie prawa głosu zastawnikowi lub użytkownikowi akcji wymaga uzyskania zgody Walnego Zgromadzenia.

Akcje imienne należące do 10X S.A. zostały objęte umową o ustanowienie zastawu rejestrowego i zastawów finansowych na akcjach z dnia 12 grudnia 2017 roku pomiędzy ww. spółką jako Zastawcami a mBank S.A. z siedzibą w Warszawie jako Zastawnikiem i Administratorem Zastawu oraz Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A. z siedzibą w Warszawie jako Zastawnikiem (Umowy Zastawu).

Po wystąpieniu Przypadku Naruszenia zdefiniowanego w Umowach Zastawu oraz doręczeniu Zawiadomienia o Wykonywaniu Prawa Głosu (jak zdefiniowano w Umowie Zastawu), mBank S.A. jest upoważniony do wykonywania prawa głosu z zastawionych akcji na zasadach wskazanych w Umowach Zastawu.

4. SPOSÓB DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA SPÓŁKI I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIEŃ ORAZ PRAWA AKCJONARIUSZY I SPOSÓB ICH WYKONYWANIA

Walne Zgromadzenie Spółki działa na podstawie przepisów Kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Walnego Zgromadzenia uchwalonego uchwałą nr 32 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 15 czerwca 2021 roku.

Walne Zgromadzenia mogą odbywać się w siedzibie Spółki w Warszawie.

Do kompetencji Walnego Zgromadzenia, oprócz innych spraw zastrzeżonych przepisami Kodeksu spółek handlowych, należy:

- powoływanie i odwoływanie Prezesa Zarządu,
- powoływanie i odwoływanie członków Rady Nadzorczej,
- ustalanie liczby członków Rady Nadzorczej,
- zatwierdzanie regulaminu Rady Nadzorczej,
- uchwalanie wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej,

- wyrażenie zgody na zawarcie przez Spółkę umowy kredytu, pożyczki i poręczenia lub innej podobnej umowy z członkiem Zarządu, Rady Nadzorczej, prokurentem, likwidatorem albo na rzecz którejkolwiek z tych osób,

Nabycie i zbycie nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości nie wymagają uchwały Walnego Zgromadzenia.

Prawo uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu mają tylko osoby, będące akcjonariuszami Spółki na szesnaście dni przed datą Walnego Zgromadzenia, tj. w Dniu Rejestracji.

Na żądanie uprawnionego z akcji spółki publicznej oraz zastawnika lub użytkownika, którym przysługuje prawo głosu, zgłoszone nie wcześniej niż po ogłoszeniu o zwołaniu walnego zgromadzenia i nie później niż w pierwszym dniu powszednim po dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu, podmiot prowadzący rachunek papierów wartościowych wystawia imienne zaświadczenie o prawie uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.

Od dnia 1 marca 2021 r. zastawnicy i użytkownicy, którym przysługuje prawo głosu, mają prawo uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki publicznej, jeżeli ustanowienie na ich rzecz ograniczonego prawa rzeczowego jest zarejestrowane na rachunku papierów wartościowych w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.

Akcjonariusz Spółki uczestniczy w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonuje prawa głosu osobiście lub przez pełnomocnika.

Pełnomocnictwo do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu i wykonywania prawa głosu powinno być udzielone na piśmie lub w postaci elektronicznej. Udzielenie pełnomocnictwa w postaci elektronicznej należy zgłosić Zarządowi przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Zawiadomienie powyższe można przesłać pocztą elektroniczną na adres e-mail Spółki: WalneZgromadzenia@grupawp.pl najpóźniej do godziny 23:59 dnia poprzedzającego dzień Walnego Zgromadzenia (uchybiecie terminowi zawiadomienia Spółki o udzieleniu pełnomocnictwa w formie elektronicznej nie stoi na przeszkodzie uczestnictwu pełnomocnika w Walnym Zgromadzeniu na podstawie pełnomocnictwa udzielonego w formie pisemnej).

Członkowie Rady Nadzorczej oraz Zarządu uczestniczą w obradach Walnego Zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie Walnego Zgromadzenia.

W obradach Walnego Zgromadzenia mogą uczestniczyć również z prawem do zabierania głosu: zaproszeni przez podmiot zwołujący Walne Zgromadzenie eksperci, jak również kandydaci na członków Zarządu, kandydaci na członków Rady Nadzorczej oraz notariusz sporządzający protokół z Walnego Zgromadzenia.

Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia wybiera się spośród osób uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu, których kandydatury zostały zgłoszone przez osoby uprawnione do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu i którzy wyrażą zgodę na kandydowanie. Wyboru Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia dokonuje się w głosowaniu tajnym oddając kolejno głos na każdego spośród zgłoszonych kandydatów. Przewodniczącym zostaje osoba, na którą oddano największą liczbę głosów.

Przewodniczący kieruje przebiegiem Walnego Zgromadzenia zgodnie z przyjętym porządkiem obrad, przepisami prawa, Zasadami Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW, Statutem i Regulaminem.

Przewodniczący Walnego Zgromadzenia niezwłocznie po wyborze sporządza i podpisuje listę obecności zawierającą spis uczestników Walnego Zgromadzenia z wyszczególnieniem liczby akcji, przez nich przedstawionych oraz liczby głosów im przysługujących.

Po podpisaniu listy obecności Przewodniczący Walnego Zgromadzenia poddaje pod głosowanie porządek obrad.

Po wywołaniu każdej kolejnej sprawy objętej porządkiem obrad Przewodniczący omawia daną sprawę, w szczególności przedstawia projekt uchwały proponowanej do przyjęcia przez Walne Zgromadzenie, po czym otwiera dyskusję, udzielając głosu w kolejności zgłaszania się mówców. Przewodniczący może zarządzić, by dyskusja była przeprowadzona nad kilkoma punktami porządku obrad łącznie.

Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może udzielać głosu poza kolejnością członkom Zarządu, Rady Nadzorczej i zaproszonym ekspertom.

Akcjonariusz ma prawo do czasu zamknięcia dyskusji nad punktem porządku obrad do wniesienia propozycji zmian do treści projektu uchwały proponowanego do przyjęcia przez Walne Zgromadzenie. Propozycja powinna być uzasadniona przez akcjonariusza. Propozycje można składać pisemnie na ręce Przewodniczącego albo ustnie do protokołu. W propozycji należy wskazać imię i nazwisko albo nazwę (firmę) akcjonariusza, a w przypadku akcjonariusza reprezentowanego przez przedstawiciela, również imię i nazwisko przedstawiciela.

W sprawach formalnych Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może udzielić głosu poza kolejnością. Wniosek w sprawie formalnej może być zgłoszony przez każdego akcjonariusza Spółki.

Łącznie przerwy w obradach Walnego Zgromadzenia nie mogą trwać dłużej niż 30 (trzydzieści) dni.

Walne Zgromadzenie jest ważne bez względu na liczbę reprezentowanych na nim akcji.

Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów, chyba że przepisy prawa lub postanowienia niniejszego statutu przewidują surowsze wymogi dla powzięcia danej uchwały.

Po wyczerpaniu porządku obrad Przewodniczący Walnego Zgromadzenia ogłasza zamknięcie obrad.

I ZMIANA STATUTU

Zmiana Statutu, zgodnie z kodeksem spółek handlowych, wymaga uchwały walnego zgromadzenia i wpisu do rejestru. Zmianę statutu Zarząd zgłasza do sądu rejestrowego. Uchwała walnego zgromadzenia o zmianie Statutu wymaga większości trzech czwartych głosów. Walne zgromadzenie może upoważnić radę nadzorczą do ustalenia jednolitego tekstu zmienionego statutu lub wprowadzenia innych zmian o charakterze redakcyjnym określonych w uchwale zgromadzenia.

5. SKŁAD OSOBOWY I OPIS DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI ORAZ JEJ KOMITETÓW

ZARZĄD SPÓŁKI

I INFORMACJE OGÓLNE

Organem zarządzającym Spółką jest Zarząd.

Zarząd działa na podstawie przepisów kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Zarządu a także uchwał Walnego Zgromadzenia i Rady Nadzorczej.

Zarząd kieruje działalnością Spółki, zarządza jej majątkiem oraz reprezentuje Spółkę na zewnątrz przed sądami, organami władzy i wobec osób trzecich. Zarząd podejmuje decyzje we wszystkich sprawach niezastrzeżonych przez postanowienia Statutu lub przepisy prawa do wyłącznej kompetencji Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia. Wszyscy członkowie Zarządu są obowiązani i uprawnieni do wspólnego prowadzenia spraw Spółki.

Uchwały Zarządu zapadają zwykłą większością głosów. W wypadku równej liczby głosów „za” i „przeciw” decyduje głos Prezesa Zarządu. Uchwały Zarządu mogą być podejmowane w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Członkowie Zarządu mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Zarządu, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Zarządu. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Zarządu.

Zgodnie ze Statutem, pracami Zarządu kieruje Prezes Zarządu oraz określa on wewnętrzny podział zadań i kompetencji między członków zarządu, w szczególności Prezes Zarządu może powierzyć kierowanie poszczególnymi departamentami poszczególnym członkom Zarządu. Ponadto Prezes Zarządu zwołuje posiedzenia Zarządu i im przewodniczy. Prezes Zarządu może upoważnić innych członków Zarządu do zwoływania i przewodniczenia posiedzeniom Zarządu. W przypadku nieobecności Prezesa Zarządu lub wakatu na stanowisku Prezesa Zarządu posiedzenia Zarządu zwołuje najstarszy wiekiem członek Zarządu. Dodatkowe, szczególne uprawnienia Prezesa Zarządu w zakresie kierowania pracami Zarządu określa Regulamin Zarządu.

Jeżeli Zarząd jest jednoosobowy, Spółkę reprezentuje jeden członek Zarządu. W przypadku, gdy Zarząd jest wieloosobowy, Spółkę reprezentuje Prezes Zarządu samodzielnie lub dwóch członków Zarządu działających łącznie lub jeden członek Zarządu działający łącznie z prokurentem.

I CZŁONKOWIE ZARZĄDU

W skład Zarządu wchodzi czterech członków. Mandaty członków Zarządu wygasają nie później niż w dniu Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy sprawowania funkcji przez członków Zarządu.

W 23 czerwca 2025 roku w związku z upływem dotychczasowej kadencji Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę o powołaniu Jacka Świderskiego na Prezesa Zarządu na nową kadencję. Ponadto, w dniu 24 czerwca 2025 r. uchwałami Rady Nadzorczej Spółki, podjętymi na wniosek Prezesa Zarządu Spółki, Krzysztof Sierota, Michał Brański oraz Elżbieta Bujniewicz-Belka zostali powołani na Członków Zarządu nowej kadencji. Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu przedstawiał się następująco:

| | |
|-----------------------------|--|
| Jacek Świderski | - Prezes Zarządu |
| Krzysztof Sierota | - Członek Zarządu |
| Michał Brański | - Członek Zarządu |
| Elżbieta Bujniewicz - Belka | - Członek Zarządu ds. finansowych Spółki |

W okresie objętym raportem nie miały miejsca zmiany w składzie Zarządu.

Jacek Świderski - Prezes Zarządu, CEO

Od 10 lutego 2014 roku Prezes Zarządu, CEO.

Jacek Świderski rozpoczął karierę zawodową, prowadząc jeszcze w okresie studiów, w latach 1997–1998, własną działalność gospodarczą. W 1999 roku wraz z Michałem Brańskim i Krzysztofem Sierotą stworzył portal internetowy pod nazwą go2.pl (późniejsze o2.pl), a w 2000 roku założył MediaOne sp. z o.o. (późniejsze: o2.pl sp. z o.o., a następnie Grupa o2 sp. z o.o., która w 2011 roku została przekształcona w spółkę akcyjną Grupa o2 S.A. (obecnie Wirtualna Polska Holding S.A.)). Od powstania portalu do dnia dzisiejszego Jacek Świderski rozwija działalność założonej Spółki i jej spółek zależnych na rynku internetowym w kraju i za granicą, pełniąc funkcję Prezesa Zarządu Spółki Wirtualna Polska Holding S.A. Ponadto Jacek Świderski zasiada w Radach Nadzorczych spółek zależnych.

Jacek Świderski jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, którą ukończył w 2002 roku z tytułem magistra na kierunku zarządzanie.

Michał Brański - Członek Zarządu/ VP Strategy

Od 10 lutego 2014 roku Członek Zarządu/ VP Strategia.

Michał Brański stworzył w 1999 roku wraz z Jackiem Świderskim i Krzysztofem Sierotą portal internetowy pod nazwą go2.pl (późniejsze o2.pl), a w 2000 roku założył MediaOne sp. z o.o. (późniejsze: o2.pl sp. z o.o., a następnie Grupa o2 sp. z o.o., która w 2011 roku została przekształcona w spółkę akcyjną Grupa o2 S.A. (obecnie Wirtualna Polska Holding S.A.)). Od powstania portalu do dnia dzisiejszego rozwija on działalność założonej Spółki i jej spółek zależnych na rynku internetowym w kraju i za granicą, pełniąc funkcję Członka Zarządu Spółki i członka Rady Nadzorczej w spółkach zależnych. Michał Brański studiował w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku zarządzanie i marketing.

Krzysztof Sierota - Członek Zarządu/ VP Engineering

Od 10 lutego 2014 roku Członek Zarządu/ VP Engineering.

Krzysztof Sierota stworzył w 1999 roku wraz z Jackiem Świderskim i Michałem Brańskim portal internetowy pod nazwą go2.pl (późniejsze o2.pl), a w 2000 roku założył MediaOne sp. z o.o. (późniejsze: o2.pl sp. z o.o., a następnie Grupa o2 sp. z o.o., która w 2011 roku została przekształcona w spółkę akcyjną Grupa o2 S.A. (obecnie Wirtualna Polska Holding S.A.)). Od powstania portalu do dnia dzisiejszego Krzysztof Sierota rozwija działalność założonej

Spółki i jej spółek zależnych na rynku internetowym w kraju i za granicą, pełniąc funkcję Członka Zarządu Spółki i członka Rady Nadzorczej w spółkach zależnych. Krzysztof Sierota studiował w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku metody ilościowe ekonomii i systemy informacyjne oraz finanse i bankowość.

Elżbieta Bujniewicz-Belka – Członkini Zarządu/ CFO/ VP Finanse

Od 11 lutego 2014 roku Członkini Zarządu/ CFO/ VP Finanse.

Elżbieta Bujniewicz-Belka rozpoczęła karierę zawodową w 1993 roku w Enterprise Investors – Polish-American Enterprise Fund jako analityczka. Od 1995 roku pełniła funkcję accounting supervisor w Young&Rubicam, od 1996 roku kontynuowała karierę zawodową jako kontrolerka finansowa i dyrektorka departamentu analiz i inwestycji w spółce ComputerLand S.A. (dzisiejsze Sygnity S.A.), a następnie w 1999 roku została powołana na Wiceprezeskę (Dyrektorkę Finansową) i Członkinię Zarządu tej spółki i funkcję tę pełniła do 2007 roku. W 2010 roku Elżbieta Bujniewicz-Belka została powołana na Członkinię Zarządu w spółce DRUMET Liny i Druty sp. z o.o. Od 2012 do 2013 roku Elżbieta Bujniewicz-Belka współpracowała z grupą kapitałową Iglotex jako Członkini Zarządu w Iglotex S.A. oraz jako Członkini Zarządu w Iglotex Dystrybucja sp. z o.o. Od lutego 2014 roku jest związana z Grupą WP – pełni funkcję Członkini Zarządu w Spółce oraz Członkini Rady Nadzorczej w spółkach zależnych. Elżbieta Bujniewicz-Belka ukończyła studia na kierunku ekonomia w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, uzyskując tytuł magistra w 1993 roku.

I KOMPETENCJE ZARZĄDU

Zarząd kieruje działalnością Spółki, zarządza jej majątkiem oraz reprezentuje Spółkę na zewnątrz przed sądami, organami władzy i wobec osób trzecich.

W szczególności do zakresu kompetencji Zarządu należy:

- występowanie w imieniu Spółki i reprezentowanie jej wobec osób trzecich,
- sporządzanie informacji okresowych Spółki (w tym jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki) oraz sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w terminach umożliwiających ich publikację zgodnie z właściwymi przepisami prawa,
- poddawanie sprawozdań finansowych badaniu lub przeglądowi przez biegłego rewidenta,
- składanie do oceny Rady Nadzorczej dokumentów wymienionych w pkt b) wraz z opinią i raportem biegłego rewidenta (jeżeli są wymagane przez przepisy prawa),
- terminowe zwoływanie Walnych Zgromadzeń, składanie wniosków na Walne Zgromadzenie oraz przygotowywanie projektów uchwał tego organu,
- przedstawianie Walnemu Zgromadzeniu do rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdania finansowego za ostatni rok obrotowy wraz z opinią i raportem biegłego rewidenta,
- opracowywanie i uchwalanie regulaminów związanych z działalnością Spółki, o ile nie zostały zastrzeżone do kompetencji innego organu Spółki,
- sporządzanie projektu budżetu i planów inwestycyjnych Spółki przedstawianych do zatwierdzenia Radzie Nadzorczej,
- inne sprawy niezastrzeżone dla innych organów Spółki.

Jeżeli postanowienia Statutu lub przepisy prawa tego wymagają, przed dokonaniem określonej czynności Zarząd obowiązany jest uzyskać zgodę odpowiednio Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia.

Zarząd zapewnia prowadzenie przejrzystej i efektywnej polityki informacyjnej, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Zarząd, korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod komunikowania, zapewnia odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami.

Zarząd ustala miejsce i termin Walnego Zgromadzenia tak, aby umożliwić udział w obradach jak największej liczbie akcjonariuszy.

Zarząd dokłada starań, aby odwołanie Walnego Zgromadzenia lub zmiana jego terminu nie uniemożliwiały lub nie ograniczały akcjonariuszowi Spółki wykonywania prawa do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu.

I SKŁAD I SPOSÓB WYBORU ZARZĄDU

Zarząd liczy od jednego do pięciu członków, w tym Prezesa Zarządu oraz w wypadku Zarządu, do którego powołuje się więcej niż jedną osobę, pozostałych członków Zarządu, wybieranych na okres wspólnej kadencji. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu.

Prezesa Zarządu powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Pozostali członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu.

Członek Zarządu może być również odwołany lub zawieszony w czynnościach uchwałą Walnego Zgromadzenia.

RADA NADZORCZA

[ESRS GOV-1]

I INFORMACJE OGÓLNE

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.

Rada Nadzorcza działa na podstawie Kodeksu spółek handlowych, postanowień Statutu Spółki oraz Regulaminu Rady Nadzorczej zatwierdzonego uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 kwietnia 2018 roku.

Do ważności uchwał Rady Nadzorczej jest wymagane zaproszenie na jej posiedzenie wszystkich i obecność co najmniej połowy jej członków.

Z zastrzeżeniem odmiennych postanowień Statutu, uchwały Rady Nadzorczej zapadają zwykłą większością głosów. W wypadku równej liczby głosów „za” i „przeciw” decyduje głos Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Rady Nadzorczej, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Rady Nadzorczej. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Rady Nadzorczej.

Uchwały Rady Nadzorczej mogą być podejmowane w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość.

Posiedzenia Rady Nadzorczej zwołuje Przewodniczący Rady w miarę potrzeb, lecz nie rzadziej niż raz na kwartał kalendarzowy.

Przewodniczący Rady Nadzorczej kieruje pracami Rady Nadzorczej oraz reprezentuje ją wobec Zarządu i innych osób. Wykonując swoje funkcje Przewodniczący Rady Nadzorczej nie może działać wbrew uchwałom podjętym odpowiednią dla danej sprawy większością głosów członków Rady Nadzorczej.

Rada Nadzorcza może delegować ze swego grona członków do stałego indywidualnego wykonywania czynności nadzorczych, w tym do uczestniczenia, w zależności od potrzeb, w posiedzeniach i pracach Zarządu.

I CZŁONKOWIE RADY NADZORCZEJ

Obecnie w skład Rady Nadzorczej wchodzi siedmiu członków.

Mandaty członków Rady Nadzorczej wygasają nie później niż w dniu Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy sprawowania funkcji przez członków Rady Nadzorczej.

W 2025 r. upłynęła kadencja dotychczasowej Rady Nadzorczej Spółki, w związku z czym w dniu 23 czerwca 2025 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało: Panią Katarzynę Beuch, Panią Beatę Barwińską Piotrowską, Panią Henrykę Bochniarz, Pana Mariusza Jarzębowskiego, Panią Joannę Różycką-Iwan i Pana Pawła Wujca na Członków Rady Nadzorczej Spółki nowej kadencji.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego Raportu przedstawiał się następująco:

| | |
|----------------------------|--------------------------------------|
| Henryka Bochniarz | - Przewodnicząca Rady Nadzorczej |
| Beata Barwińska-Piotrowska | - Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej |
| Mariusz Jarzębowski | - Członek Rady Nadzorczej |
| Katarzyna Beuch | - Członek Rady Nadzorczej |
| Paweł Wujec | - Członek Rady Nadzorczej |
| Joanna Różycka - Iwan | - Członek Rady Nadzorczej |

Henryka Bochniarz - Przewodnicząca Rady Nadzorczej

Założycielka Konfederacji Lewiatan – organizacji zrzeszającej przedsiębiorców w Polsce – oraz jej wieloletnia Prezydentka; obecnie Przewodnicząca Rady Głównej. Była ministra przemysłu i handlu. W działalności publicznej i biznesowej koncentruje się na dialogu gospodarczym oraz wspieraniu nowoczesnego przywództwa, równości i różnorodności wśród kadry zarządzającej.

Jest twórczynią Akademii Przywództwa (wcześniej: Akademii Liderów) wspierającej rozwój liderów i liderów oraz współzałożycielką Kongresu Kobiet. Zainicjowała również sopockie Europejskie Forum Nowych Idei (EFNI) – platformę debaty o wyzwaniach gospodarczych i społecznych.

Posiada wieloletnie doświadczenie menedżerskie i nadzorcze w organizacjach krajowych i międzynarodowych, m.in. jako prezeska Boeing Central & Eastern Europe, członkini Rady Dyrektorów UniCredit Group oraz członkini rad nadzorczych Fiat Chrysler Automobiles Poland S.A., Orange Polska S.A. i Aviva S.A. Pełniła także funkcję Przewodniczącej Polsko-Japońskiego Komitetu Ekonomicznego oraz zasiadała w gremiach doradczych, w tym Międzynarodowej Radzie Konsultacyjnej Biznesu Akademii Leona Koźmińskiego i Radzie Gospodarczej przy Marszałku Senatu.

Jest założycielką fundacji Prymus wspierającej młodzież z obszarów wiejskich oraz wieloletnią fundatorką Nagrody Literackiej Nike. Była kandydatką na urząd Prezydenta RP w wyborach w 2005 roku. Jest stypendystką Programu Fulbrighta (1985–1987).

Beata Barwińska-Piotrowska - Wiceprzewodnicząca Rady Nadzorczej

Beata Barwińska-Piotrowska rozpoczęła karierę zawodową w 1997 r. w Kancelarii Żebrowski i Wspólnicy, gdzie pracowała do 1998 r. W latach 1998–2001 była prawnikiem w Kancelarii Adwokackiej Wardynscy i Wspólnicy, a w latach 2001–2004 w kancelarii Linklaters. Następnie, do 2005 r. prowadziła Indywidualną Kancelarię Adwokacką Beaty Barwińskiej. W 2005 r. jako starszy prawnik podjęła współpracę z kancelarią Weil, Gotshal & Manges. Od 2010 r. prawnik „Of Counsel” w warszawskim biurze kancelarii CMS Cameron McKenna. Obecnie Managing Partner w kancelarii BB Law Firm Brzozowska&Barwińska Spółka Partnerska Radców Prawnych i Adwokatów. W 1997 r. uzyskała tytuł magistra prawa Uniwersytetu Łódzkiego. Ponadto w tym samym roku ukończyła Szkołę Prawa Amerykańskiego zorganizowaną przez Uniwersytet Jagielloński we współpracy z Catholic University of America. W 2004 r. została wpisana na listę adwokatów w Okręgowej Radzie Adwokackiej w Łodzi.

Katarzyna Beuch – Członek Rady Nadzorczej

Katarzyna Beuch jest menedżerką z ponad 25 letnim doświadczeniem zawodowym w finansach i sprawozdawczości spółek giełdowych, audycie, kontrolingu czy zarządzaniu podatkami. Od 2013 roku jest Przewodniczącą Komitetu Audytu będąc niezależnym członkiem RN Kruk S.A. a od 2020 w RN ATM Grupa S.A. Od ponad roku jest dyrektorem finansowym w Benefit Systems S.A., gdzie odpowiada za kontroling, Centrum Usług Wspólnych oraz podatki. Karierę zawodową rozpoczęła w Banku Zachodnim a następnie przez prawie 10 lat pracowała w Ernst & Young Audit. W latach 2006 -2012 pracowała w Getin Holding S.A. dochodząc do poziomu CFO i zdobywając szerokie doświadczenie w procesach integracji i przekształceń oraz transakcjach przejęć, fuzji i podziału w okresie intensywnego rozwoju Grupy. W latach 2014-2016 była Dyrektorką Departamentu Rachunkowości Santander Consumer Banku a w latach 2016-2018 Dyrektorką Naczelną ds. Kontrolingu i Analiz Ekonomicznych w KGHM S.A. W 1993 roku uzyskała tytuł magistra Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, a w 1995 ukończyła studia

podyplomowe z zarządzania ryzykiem finansowym oraz aktywami i pasywami zorganizowane przez USAID i Uniwersytet Południowej Karoliny w Warszawskim Instytucie Bankowości. Posiada kwalifikacje ACCA od 2000 roku (FCCA od 2005).

Mariusz Jarzębowski - Członek Rady Nadzorczej

Od 23 czerwca 2015 roku Członek Rady Nadzorczej.

Doradca, który pracował w przemyśle nowych technologii w Dolinie Krzemowej i Europie. Pracował w NeXT i Apple, kierowanych przez Steve'a Jobsa. Zaangażowany był w fundusz inwestycyjny (Grupa Pracuj i Benefit Systems). Pomaga założycielom przy budowie firm oraz firmom w nowych przedsięwzięciach. Założyciel i właściciel firmy doradczej. Członek Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding. Posiada MBA i MS ze Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej (we współpracy z London Business School).

Joanna Różycka-Iwan – Członek Rady Nadzorczej

Joanna Różycka-Iwan – Chief Investment Officer, Media Development Investment Fund. Joanna posiada ponad 15-letnie doświadczenie w inwestowaniu, doradztwie i zarządzaniu finansami. Od dołączenia do Media Development Investment Fund w 2012 roku zarządzała portfelem inwestycji kapitałowych i dłużnych o charakterze impact investments w Środkowej i Południowo-Wschodniej Europie oraz w Azji, realizując w ostatnich latach kilka istotnych transakcji w mediach w Europie. Jest członkinią kilku rad nadzorczych, specjalizuje się w kształtowaniu priorytetów strategicznych, monitorowaniu wyników i zarządzaniu finansami. Obecnie w MDIF pełni funkcję Chief Investment Officer, zarządzając globalnym portfelem inwestycji Funduszu. Zanim dołączyła do MDIF, Joanna doradzała firmom pracując dla Deloitte oraz Crido Taxand i pozyskując ponad 150 milionów euro finansowania na projekty w różnych sektorach (ochrona środowiska, transport intermodalny, energia odnawialna, innowacje, szkolenia, SSC, B+R). Joanna jest członkinią ACCA od 2014 roku i FCCA od 2019 roku oraz absolwentką Leadership Academy for Poland 2021. Mieszka w Warszawie, posiada tytuły magistra z zakresu finansów korporacyjnych (Szkoła Główna Handlowa) oraz magistra z zakresu relacji międzynarodowych (Uniwersytet Warszawski).

Paweł Wujec – Członek Rady Nadzorczej

Paweł Wujec ma ponad 25-letnie doświadczenie na rynku mediów oraz biznesów digitalowych. Karierę zawodową rozpoczął jako dziennikarz, był jednym z pierwszych dziennikarzy opisujących rynek kapitałowy w Polsce. Jest jednym z twórców oraz wieloletnim szefem portalu Gazeta.pl należącego do grupy Agora. W latach 2012-2019 był dyrektorem zarządzającym Segmentu Internet Grupy Agora. W latach 2020-2023 Paweł był prezesem zarządu notowanej na giełdzie grupy K2 Holding (obecnie: Fabrity Holding), zajmującej się technologiami i marketingiem cyfrowym. Przeprowadził skuteczną transformację grupy oraz transakcje sprzedaży dwóch jej segmentów do inwestorów strategicznych. Obecnie prowadzi własną działalność biznesową i doradczą, m.in. jako doradca w procesach strategicznych i M&A. Paweł ukończył zarządzanie na Uniwersytecie Warszawskim oraz program Executive MBA UW / University of Illinois.

I CZŁONKOWIE RADY NADZORCZEJ SPEŁNIAJĄCY KRYTERIUM NIEZALEŻNOŚCI

Zgodnie ze Statutem Spółki, w skład Rady Nadzorczej powinny wchodzić co najmniej dwie osoby spełniające kryteria niezależności określone w § 21 Statutu. Osoba będąca pracownikiem Spółki, podmiotu zależnego lub spółki stowarzyszonej nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności opisane w Załączniku II do zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 roku dotyczące roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (Dz.U.U.E.L.2005.52.51). Dodatkowo, związkiem z akcjonariuszem wykluczającym niezależność członka Rady Nadzorczej jest rzeczywiste i istotne powiązanie z akcjonariuszem, który posiada prawo do wykonywania przynajmniej 5% wszystkich głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Jeżeli Zarząd otrzyma pisemne oświadczenie od członka Rady Nadzorczej spełniającego dotychczas kryteria niezależności stwierdzające, że przestał on spełniać te kryteria, lub uzyska taką informację z innego źródła, Zarząd,

w terminie 2 tygodni od otrzymania takiego oświadczenia lub powzięcia takiej wiadomości, zwoła Walne Zgromadzenie w celu powołania członka Rady Nadzorczej spełniającego ww. kryteria.

Utrata przymiotu niezależności przez członka Rady Nadzorczej, a także brak powołania niezależnego członka Rady Nadzorczej nie powoduje nieważności uchwał podjętych przez Radę Nadzorczą. Utrata przez niezależnego członka Rady Nadzorczej przymiotu niezależności w trakcie pełnienia przez niego funkcji członka Rady Nadzorczej nie ma wpływu na ważność lub wygaśnięcie jego mandatu.

Obecnie w skład Rady Nadzorczej wchodzi cztery osoby spełniające powyższe kryteria niezależności, tj.:

- Pan Mariusz Jarzębowski – Członek Rady Nadzorczej
- Pani Henryka Bochniarz – Przewodnicząca Rady Nadzorczej
- Pani Katarzyna Beuch – Członek Rady Nadzorczej
- Pani Joanna Różycka-Iwan – Członek Rady Nadzorczej

■ KOMPETENCJE RADY NADZORCZEJ

Zgodnie z §20 ust. 3 Statutu, do kompetencji Rady Nadzorczej, poza sprawami wskazanymi w Kodeksie Spółek Handlowych, należy:

- wybór lub zmiana podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych Spółki oraz do przeprowadzenia czynności rewizji finansowej Spółki,
- powoływanie i odwoływanie członków Zarządu zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu,
- ustalanie liczby członków Zarządu zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu,
- ustalanie Regulaminu Rady Nadzorczej i Regulaminu Zarządu,
- wyrażenie zgody na zawarcie przez Spółkę istotnej transakcji z podmiotem powiązanym, z wyłączeniem transakcji typowych, zawieranych na warunkach rynkowych w ramach prowadzonej działalności operacyjnej przez Spółkę z podmiotem zależnym, w którym Spółka posiada większościowy udział kapitałowy,
- rozpatrywanie i opiniowanie spraw mających być przedmiotem uchwał Walnego Zgromadzenia,
- opiniowanie wieloletnich programów rozwoju Spółki i rocznych planów finansowych Spółki,
- wyrażanie zgody na:
 - zawarcie przez Spółkę lub którykolwiek jej Podmiot Zależny umowy powodującej powstanie skonsolidowanego zadłużenia finansowego przekraczającego 3,5-krotność EBITDA z zastrzeżeniem, iż wartość takiej umowy przekracza kwotę 50.000.000 (pięćdziesiąt milionów) zł,
- ustalanie wynagrodzeń osób pełniących funkcje Prezesa Zarządu i pozostałych Członków Zarządu Spółki.

■ SKŁAD I SPOSÓB WYBORU RADY NADZORCZEJ

Rada Nadzorcza składa się z od pięciu do dziewięciu członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie.

Liczbę członków Rady Nadzorczej ustala Walne Zgromadzenie. W wypadku wyboru Rady Nadzorczej w drodze głosowania oddzielnymi grupami w trybie art. 385 Kodeksu spółek handlowych liczba członków Rady Nadzorczej wynosi dziewięć.

Rada Nadzorcza, w której skład w wyniku wygaśnięcia mandatów niektórych członków Rady Nadzorczej (z innego powodu niż odwołanie) wchodzi mniej członków niż zostało ustalone przez Walne Zgromadzenie zgodnie ze Statutem, jednakże co najmniej pięciu, jest zdolna do podejmowania ważnych uchwał.

Jeżeli w wyniku wygaśnięcia mandatów niektórych członków Rady Nadzorczej (z innego powodu niż odwołanie) liczba członków Rady Nadzorczej danej kadencji spadnie poniżej minimum ustawowego, pozostali członkowie Rady Nadzorczej mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka Rady Nadzorczej, który będzie sprawował swoje czynności do czasu dokonania wyboru jego następcy przez najbliższe Walne Zgromadzenie, chyba, że Walne Zgromadzenie zatwierdzi członka Rady Nadzorczej powołanego w drodze kooptacji.

Rada Nadzorcza uzupełniona o członka powołanego w drodze kooptacji niezwłocznie zwołuje Walne Zgromadzenie w celu zatwierdzenia członka powołanego w drodze kooptacji albo wyboru jego następcy.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą dokonać kooptacji, w sytuacji, gdy liczba członków Rady Nadzorczej wynosi co najmniej dwóch. Członkowie Rady Nadzorczej dokonują kooptacji w drodze doręczenia Spółce pisemnego oświadczenia wszystkich członków Rady Nadzorczej o powołaniu członka Rady Nadzorczej.

I KOMITETY RADY NADZORCZEJ

Rada Nadzorcza może powoływać komitety stałe lub ad hoc, działające jako kolegalne organy doradcze i opiniotwórcze Rady Nadzorczej. Komitet powoływany jest przez Radę Nadzorczą uchwałą, spośród jej członków. W skład komitetu wchodzi od 3 (trzech) do 5 (pięciu) członków.

Szczegółowe zasady działania komitetu określa jego regulamin uchwalony przez Radę Nadzorczą. W ramach Rady Nadzorczej może w szczególności działać w formie stałej Komitet Audytu lub Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń.

I KOMITET AUDYTU

Zgodnie z § 22 Statutu Rada Nadzorcza powołała Komitet Audytu, w którego skład wchodzi trzech członków, w tym co najmniej dwóch członków (w tym Przewodniczący Komitetu) spełnia warunki niezależności, co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych i co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności z zakresu branży, w której działa Spółka, a co za tym idzie skład Komitetu Audytu spełnia wymagania ustawy o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym („Ustawa o Biegłych Rewidentach”).

Zadania komitetu audytu są określone w przepisach prawa, a także regulacjach wewnętrznych Spółki i należą do nich w szczególności: 1) monitorowanie: a) procesu sprawozdawczości finansowej, b) skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym w zakresie sprawozdawczości finansowej, c) wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń Komisji Nadzoru Audytowego wynikających z kontroli przeprowadzonej w firmie audytorskiej; 2) kontrolowanie i monitorowanie niezależności biegłego rewidenta i firmy audytorskiej, w szczególności w przypadku, gdy na rzecz jednostki zainteresowania publicznego świadczone są przez firmę audytorską inne usługi niż badanie; 3) informowanie rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego jednostki zainteresowania publicznego o wynikach badania oraz wyjaśnianie, w jaki sposób badanie to przyczyniło się do rzetelności sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego, a także jaka była rola komitetu audytu w procesie badania; 4) dokonywanie oceny niezależności biegłego rewidenta oraz wyrażanie zgody na świadczenie przez niego dozwolonych usług niebędących badaniem w jednostce zainteresowania publicznego; 5) opracowywanie polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania; 6) opracowywanie polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem; 7) określanie procedury wyboru firmy audytorskiej przez jednostkę zainteresowania publicznego; 8) przedstawianie radzie nadzorczej lub innemu organowi nadzorcemu lub kontrolnemu, lub organowi, o którym mowa w art. 66 ust. 4 ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości, rekomendacji, o której mowa w art. 16 ust. 2 rozporządzenia nr 537/2014, zgodnie z politykami, o których mowa w pkt 5 i 6; 9) przedkładanie zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności procesu sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego.

Komitet Audytu odbywa posiedzenia, w miarę potrzeb, co najmniej cztery razy w roku.

Pracami Komitetu Audytu kieruje Przewodniczący.

Posiedzenia Komitetu Audytu zwołuje jego Przewodniczący z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komitetu Audytu, a także na wniosek Zarządu, wewnętrznego lub zewnętrznego audytora. Przewodniczący zaprasza na posiedzenia członków Komitetu Audytu oraz zawiadamia wszystkich pozostałych członków Rady Nadzorczej o posiedzeniu. Każdy członek Rady Nadzorczej ma prawo uczestniczyć w posiedzeniach Komitetu Audytu po uprzednim poinformowaniu Przewodniczącego Komitetu Audytu.

Przewodniczący może zapraszać na posiedzenia Komitetu Audytu członków Zarządu, pracowników Spółki i inne osoby, których udział w posiedzeniu jest przydatny dla realizacji zadań Komitetu Audytu.

Na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz na dzień publikacji niniejszego Raportu w skład Komitetu Audytu wchodził następujący członkowie Rady Nadzorczej:

- Katarzyna Beuch- Przewodnicząca Komitetu, Członek Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności;
- Joanna Różycka-Iwan - Członek Komitetu; Członek Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności;
- Mariusz Jarzębowski - Członek Komitetu, Członek Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności;

Pani Joanna Różycka-Iwan oraz Pani Katarzyna Beuch są członkami Komitetu Audytu posiadającymi wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości.

- Pan Joanna Różycka-Iwan jest członkinią ACCA od 2014 roku i FCCA od 2019 roku oraz absolwentką Leadership Academy for Poland 2021. Posiada tytuły magistra z zakresu finansów korporacyjnych (Szkola Główna Handlowa) oraz magistra z zakresu relacji międzynarodowych (Uniwersytet Warszawski).
- Pani Katarzyna Beuch w 1993 roku uzyskała tytuł magistra Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, a w 1995 ukończyła studia podyplomowe z zarządzania ryzykiem finansowym oraz aktywami i pasywami zorganizowane przez USAID i Uniwersytet Południowej Karoliny w Warszawskim Instytucie Bankowości. Posiada kwalifikacje ACCA od 2000 roku (FCCA od 2005).

Członkowie Komitetu Audytu posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży Emitenta w uwagi na ich wieloletnie doświadczenie we współpracy z podmiotami działającymi na rynku mediowym i internetowym, w tym w szczególności:

- Joanna Różycka-Iwan pełni funkcję Chief Investment Officer w Media Development Investment Fund (funduszu socjalizującym się w inwestycjach w branży mediowej). Joanna posiada ponad 15-letnie doświadczenie w inwestowaniu, doradztwie i zarządzaniu finansami. Od dołączenia do Media Development Investment Fund w 2012 roku zarządzała portfelem inwestycji kapitałowych i dłużnych o charakterze impact investments w Środkowej i Południowo-Wschodniej Europie oraz w Azji, realizując w ostatnich latach kilka istotnych transakcji w mediach w Europie; ponadto zasiada w Radach Nadzorczych spółek z branży mediowej
- Mariusz Jarzębowski pracował w Dolinie Krzemowej w NeXT i Apple, kierowanych przez Steve'a Jobsa. Mariusz Jarzębowski pracował również w funduszu inwestycyjnym, gdzie kontynuował prace nad rozwojem nowych przedsięwzięć oraz zasiadał w ich Radach Nadzorczych i Doradczych. W Microsoft jako specjalista do spraw strategii konkurencji i nowych rynków, Mariusz Jarzębowski pomagał firmom kreować nowe źródła wzrostu i uczyć się od start-upów.

W 2025 roku odbyły się cztery posiedzenia Komitetu Audytu.

W 2025 r. na rzecz Grupy były świadczone dozwolone usługi niebędące badaniem przez firmę audytorską badającą sprawozdanie finansowe Grupy.

Komitet Audytu Rady Nadzorczej opracował i uchwalił:

- *Politykę i procedury wyboru firmy audytorskiej do badania ustawowego sprawozdania finansowego Spółki Wirtualna Polska Holding S.A. („Spółka”) i Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding („Grupa Kapitałowa”) przyjęte Uchwałą przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A.,*
- *Politykę Spółki Wirtualna Polska Holding S.A. („Spółka”) i Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding („Grupa Kapitałowa”) w zakresie świadczenia dodatkowych usług przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci przyjęte Uchwałą przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A.’*

Główne założenia polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania

- Zapytanie ofertowe dla wyboru firmy audytorskiej do ustawowego badania sprawozdania finansowego Spółki i ustawowego badania sprawozdania skonsolidowanego Grupy Kapitałowej sporządzane jest przez Członka Zarządu ds. finansowych Spółki w terminie do końca marca roku podlegającego badaniu i konsultowane z Komitetem Audytu a następnie podlega przesłaniu do wybranych podmiotów świadczących usługi audytorskie. Zapytanie ofertowe zawiera dokumentację umożliwiającą poznanie działalności Spółki i Grupy Kapitałowej Spółki a także kryteria wyboru określone w sposób przejrzysty i niedyskryminujący.
- Zebrane oferty firm audytorskich wraz ze sprawozdaniem zawierającym wnioski z przeprowadzonej procedury wyboru, przedkładane są Komitetowi Audytu oraz Radzie Nadzorczej Spółki. Sprawozdanie jest zatwierdzane przez Komitet Audytu.
- Członkowie Komitetu Audytu Spółki dokonują analizy złożonych ofert firm audytorskich, wyznaczają terminy spotkań z przedstawicielami tych firm audytorskich, które złożyły oferty i na podstawie tych działań dokonują rekomendacji wyboru firmy audytorskiej. O ile nie dotyczy to odnowienia zlecenia badania, rekomendacja zawiera uzasadnienie i przynajmniej dwie możliwości powierzenia zlecenia badania, przy czym Komitet Audytu wyraża preferencję wobec jednej z nich. Komitet Audytu stwierdza w rekomendacji, że jest ona wolna od wpływów strony trzeciej i nie została na niego nałożona żadna klauzula ograniczająca wybór firmy audytorskiej.
- Członkowie Komitetu Audytu Spółki przy wyborze firmy audytorskiej działającej w sieci międzynarodowej powinni kierować się jej bezstronnością, niezależnością, najwyższą jakością wykonywanych prac audytorskich, znajomością branży, w której działa Spółka i spółki należące do Grupy Kapitałowej.
- Wybór firmy audytorskiej następuje na mocy uchwały Rady Nadzorczej Spółki, po rozpatrzeniu rekomendacji Komitetu Audytu.
- Umowa z podmiotem świadczącym usługi audytorskie może zostać zawarta na okres minimum 2 lat. Zapytanie ofertowe nie jest sporządzane w przypadku, gdy Spółka posiada ważną w danym roku umowę na świadczenie usług audytorskich.
- Maksymalne okresy współpracy z podmiotem uprawnionym do badania oraz obowiązkowa rotacja kluczowego biegłego rewidenta:
 - maksymalny czas nieprzerwanego trwania zleceń badań ustawowych, o których mowa w art. 17 ust. 1 akapit drugi rozporządzenia nr 537/2014, przeprowadzanych przez tę samą firmę audytorską lub firmę audytorską powiązaną z tą firmą audytorską lub jakiegokolwiek członka sieci działającej w państwach Unii Europejskiej, do której należą te firmy audytorskie, nie może przekraczać 10 lat.
 - kluczowy biegły rewident nie może przeprowadzać badania ustawowego w tej samej jednostce zainteresowania publicznego przez okres dłuższy niż 5 lat.
 - kluczowy biegły rewident może ponownie przeprowadzać badanie ustawowe w jednostce, o której mowa w ust. 2, po upływie co najmniej 3 lat od zakończenia ostatniego badania ustawowego.

Główne założenia polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem

- Biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzający ustawowe badania Spółki lub podmiot powiązany z firmą audytorską ani żaden z członków sieci, do której należy biegły rewident lub firma audytorska, nie świadczą bezpośrednio ani pośrednio na rzecz Spółki ani jednostek powiązanych żadnych zabronionych usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych ani czynnościami rewizji finansowej.
- Usługami zabronionymi nie są usługi wskazane w art. 136 ust. 2 ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym.
- Świadczenie usług o których mowa w pkt 2, możliwe jest jedynie w zakresie niezwiązanym z polityką podatkową Spółki, po przeprowadzeniu przez Komitet Audytu oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności i wyrażeniu zgody przez Komitet Audytu.
- W przypadku, gdyby właściwe organy dopuściły w drodze odstępstwa świadczenie przez firmę audytorską niektórych usług zabronionych na podstawie art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady

(UE) nr 537/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie szczegółowych wymogów dotyczących ustawowych badań sprawozdań finansowych jednostek interesu publicznego uchylającego decyzję Komisji 2005/909/WE, Komitet Audytu wydaje w stosownych przypadkach wytyczne dotyczące tych usług.

- Biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzający badania ustawowe Spółek oraz – w przypadku gdy biegły rewident lub firma audytorska należą do sieci – każdy członek takiej sieci mogą świadczyć na rzecz Spółki lub jednostek przez nią kontrolowanych usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych inne niż zabronione usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych, z tym jednak, że każda taka usługa powinna zostać zweryfikowana przez Komitet Audytu pod względem oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności.
- Wynagrodzenie za usługi dozwolone niebędące badaniem podlega ograniczeniom określonym w Ustawie o biegłych rewidentach oraz w Rozporządzeniu.

■ KOMITET DO SPRAW ESG

Na podstawie § 22 Statutu Rada Nadzorcza powołała Komitet ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju (ESG), w którego skład wchodzi trzech członków

Do zadań Komitetu należy:

- Nadzór nad wdrożeniem, realizacją i rozwojem Strategii Zrównoważonego Rozwoju Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding;
- Monitorowanie i ocena działalności Spółki w obszarze ESG;
- Nadzór i wsparcie raportowania w obszarze ESG;

Obecnie w skład Komitetu wchodzi:

- Paweł Wujec (Przewodniczący)
- Beata Barwińska-Piotrowska
- Katarzyna Beuch

■ KOMITET NOMINACJI I WYNAGRODZEŃ

Na podstawie § 22 Statutu Rada Nadzorcza powołała Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń, w którego skład wchodzi trzech członków

Do zadań Komitetu należy:

- doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie polityki wynagrodzeń Spółki,
- przedstawianie propozycji, do zatwierdzenia przez Radę Nadzorczą, dotyczących zasad wynagradzania Członków Zarządu,
- przedstawianie Radzie Nadzorczej propozycji dotyczących wynagrodzenia poszczególnych Członków Zarządu, z zapewnieniem ich zgodności z zasadami wynagradzania przyjętymi przez Spółkę, spójnych z benchmarkami sektora, w którym działa Spółka, oraz oceną wyników pracy danych Członków Zarządu. W tym zakresie Komitet Nominacji i Wynagrodzeń powinien być prawidłowo informowany o łącznej wysokości wynagrodzenia otrzymanego przez Członków Zarządu od innych spółek w ramach Grupy Kapitałowej,
- przedstawianie Radzie Nadzorczej propozycji dotyczących odpowiednich form współpracy z Członkami Zarządu,
- służyć Radzie Nadzorczej pomocą w nadzorowaniu procesu, zgodnie z którym Spółka przestrzega obowiązujących przepisów dotyczących obowiązków informacyjnych w zakresie wynagrodzeń (w szczególności stosowanych zasad wynagradzania i wynagrodzeń przyznanych Członkom Zarządu i Rady Nadzorczej), w szczególności przy sporządzaniu sprawozdania o wynagrodzeniach Członków Zarządu i Rady Nadzorczej,
- doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie potencjalnych kandydatów na Członków Zarządu, procedur i kryteriów wyboru (powoływania) Członków Zarządu oraz w zakresie realizacji przyjętej przez Spółkę Polityki Różnorodności,

- doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie procedur umożliwiających zapewnienie właściwej sukcesji Członków Zarządu,
- doradzanie Radzie Nadzorczej w zakresie zarządzania problematyką konfliktu interesów w odniesieniu do Członków Zarządu Spółki.

Obecnie w skład Komitetu wchodzi:

- Beata Barwińska-Piotrowska (Przewodnicząca)
- Mariusz Jarzębowski
- Joanna Różycka-Iwan

Rada Nadzorcza może powołać również inne komitety. Szczegółowe zadania oraz zasady powoływania i funkcjonowania komitetów określa Regulamin Rady Nadzorczej.

6. OPIS POLITYKI RÓŻNORODNOŚCI STOSOWANEJ DO ORGANÓW ADMINISTRUJĄCYCH, ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

Grupa prowadzi politykę, zgodnie z którą, w Grupie i Spółce zatrudniane są osoby kompetentne, kreatywne oraz posiadające odpowiednie dla danego stanowiska doświadczenie zawodowe i wykształcenie, płeć ani wiek nie ma znaczenia dla zatrudnienia danej osoby. Zgodnie ze Statutem Prezes Zarządu jest powoływany przez Walne Zgromadzenie, pozostali członkowie Zarządu są powoływani przez Radę Nadzorczą na wniosek Prezesa Zarządu oraz w zakresie w nim określonym, a Rada Nadzorcza jest powoływana przez Walne Zgromadzenie. Statut przewiduje także możliwość kooptacji nowego członka Rady Nadzorczej przez pozostałych członków Rady Nadzorczej, jeśli liczba mandatów niektórych członków Rady Nadzorczej powołanych przez Walne Zgromadzenie spadnie poniżej minimalnej liczby członków Rady Nadzorczej określonej w Statucie. Tym samym skład osobowy Zarządu zależał będzie od Walnego Zgromadzenia (w odniesieniu do Prezesa Zarządu) oraz od Prezesa Zarządu i Rady Nadzorczej (w odniesieniu do pozostałych członków Zarządu), zaś na skład osobowy Rady Nadzorczej zasadniczo będą mieć wpływ akcjonariusze Spółki, na skutek oddania głosów na Walnym Zgromadzeniu.

W 2022 roku została opracowana i przyjęta przez Radę Nadzorczą Spółki „Polityka różnorodności Wirtualnej Polski Holding S.A.”. Polityka ta określa co Spółka rozumie jako różnorodność, jak zamierza ją wspierać oraz określa kryteria, wskaźniki i cele polityki różnorodności w Grupie WP takie jak płeć, wiek, wykształcenie i doświadczenie zawodowe.

Polityka zakłada, że różnorodność przynosi korzyści biznesowe, organizacyjnie, efektywnościowe. Daje więcej satysfakcji, pobudza kreatywność i poszerza perspektywę. Zmniejsza również ryzyko biznesowe prowadzonych projektów. Chcemy, aby nasze zespoły współgrały w swojej różnorodności. Pragniemy rozwijać ją w naszym miejscu pracy, wyrównywać szanse zatrudnienia i późniejszego rozwoju. Polityką Spółka kieruje się przy budowaniu organizacji, także na poziomie organów zarządzających i nadzorujących Grupą oraz spółkami zależnymi



Sprawozdawczość
zrównoważonego
rozwoju

**Wirtualna Polska
Holding S.A.**

za 2025r.



SPIS TREŚCI

| | |
|--|-----|
| 1. INFORMACJE OGÓLNE..... | 96 |
| ESRS 2 Ogólne ujawnienie informacji | 96 |
| 2. INFORMACJE O ŚRODOWISKU..... | 130 |
| E1 Zmiana klimatu | 130 |
| Taksonomia UE | 143 |
| 3. INFORMACJE DOTYCZĄCE KWESTII SPOŁECZNYCH..... | 157 |
| S1 Własne zasoby pracownicze | 157 |
| S4 Konsumenci i użytkownicy końcowi | 176 |
| 4. INFORMACJE ZWIĄZANE Z ŁADEM ZARZĄDCZYM | 187 |
| G1 Prowadzenie działalności gospodarczej | 187 |

1. INFORMACJE OGÓLNE

ESRS 2 OGÓLNE UJAWNIENIE INFORMACJI

BP-1 OGÓLNA PODSTAWA SPORZĄDZENIA OŚWIADCZEŃ DOTYCZĄCYCH ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Raport został opracowany zgodnie z art. 49b Ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości oraz zgodnie z art. 55 ust. 2b-2c dla Grupy Wirtualna Polska Holding S.A (WPH). W raporcie dokonano również ujawnień zgodnie z zapisami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 roku w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje. Niniejszy raport został sporządzony na podstawie standardów ESRS (wprowadzone Rozporządzeniem Delegowanym Komisji (UE) 2023/2772), a także z przyjętymi regulacjami unijnymi dotyczącymi Taksonomii Europejskiej, w tym Rozporządzeniem (UE) 2020/852, które ustanawia ramy ułatwiające zrównoważone inwestycje oraz zmienia Rozporządzenie (UE) 2019/2088 (Taksonomia Europejska).

Niniejsze sprawozdanie dotyczące zrównoważonego rozwoju jest przygotowane w postaci skonsolidowanej, uwzględniającej wszystkie spółki kontrolowane przez Grupę Wirtualna Polska Holding i konsolidowane metodą pełną.

Zakres konsolidacji sprawozdania dotyczącego zrównoważonego rozwoju jest taki sam jak w przypadku sprawozdania finansowego.

Wszystkie jednostki konsolidowane metodą pełną (kontrolowane przez Grupę) są przedmiotem sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju.

Wszelkie wyłączenia konsolidacyjne zastosowane w niniejszym sprawozdaniu są spójne z zakresem wyłączeń konsolidacyjnych stosowanych w sprawozdaniach finansowych.

W kwietniu 2025 r. Wirtualna Polska Holding S.A. nabyła Grupę Invia, która została włączona do konsolidacji spójnie z zakresem konsolidacji w sprawozdaniu finansowym. Proces integracji nowo przejętych spółek jest w toku, w związku z czym polityki grupowe WPH nie zostały jeszcze w pełni zaimplementowane w jednostkach Grupy Invia. Polityki te obowiązują jednak na poziomie holdingu i są stopniowo wdrażane w spółkach zależnych w ramach trwającego procesu integracyjnego.

W grudniu 2025 Grupa podpisała umowę sprzedaży Invia Flights Germany, właściciela marki Fluege.de będącej częścią Grupy Invia. Umowa jest uzależniona od spełnienia warunków zawieszających, m.in. wymagającego zgody właściwego niemieckiego organu – Federalnego Ministerstwa Gospodarki i Energii (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; BMW).

Oświadczenie dotyczące zrównoważonego rozwoju poszerzone jest o informacje na temat istotnych wpływów, ryzyk i szans i związanych z Grupą Wirtualna Polska ze względu na jej bezpośrednie i pośrednie relacje biznesowe w łańcuchu wartości na wyższym lub niższym szczeblu.

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

W badaniu istotności przeprowadzono wywiady i ankiety z interesariuszami zewnętrznymi: inwestorami posiadającymi akcje, bankami finansującymi grupę, dostawcami oprogramowania, agencją reklamową, z przedstawicielami sieci franczyzowych Wakacje.pl, a także przedstawicielami pracowników. Badanie to uwzględniło wyniki z badania istotności przeprowadzonego przez Grupę Invia.

Grupa Wirtualna Polska Holding w niniejszym raporcie nie stosuje pominięć informacji ze względu na toczące się negocjacje lub ze względu na ochronę własności intelektualnej, lub know-how.

BP-2 UJAWNIANIE INFORMACJI W ODNIESIENIU DO SZCZEGÓLNYCH OKOLICZNOŚCI

Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2023/2772, objęło Grupę Wirtualna Polska Holding obowiązkiem przygotowania raportu w oparciu o standard ESRS (European Sustainability Reporting Standards) począwszy od roku 2025 r. (raport za 2024 r.). W 2026 roku Grupa po raz drugi przygotowała oświadczenie niefinansowe wzorując się na standardzie ESRS (raport za 2025 r.).

Horyzonty czasowe

W strategii Zrównoważonego Rozwoju Grupa Wirtualna Polska Holding wskazuje rok 2025 jako termin osiągnięcia wyznaczonych przez siebie celów oraz rok 2030, w którym zakłada realizację ambitnych celów dotyczących udziału zielonej energii i redukcji emisji gazów cieplarnianych.

W niniejszym raporcie zastosowano horyzonty czasowe opisane w ESRS 1 par. 6:

- Krótka perspektywa czasowa (okres sprawozdawczy) – 2025 rok,
- Średnia perspektywa czasowa (od końca zdefiniowanego krótkoterminowego okresu sprawozdawczego do 5 lat) - 2026-2030,
- Długa perspektywa czasowa (ponad 5 lat od okresu sprawozdawczego) – 2031-2035.

Szacowanie łańcucha wartości

Mierniki zawarte w oświadczeniu obejmują dane dot. łańcucha wartości w upstream i downstream oszacowane z wykorzystaniem źródeł pośrednich, m.in. analizy spółek porównywalnych oraz źródeł bezpośrednich i danych pierwotnych.

Zmiana w przygotowaniu informacji

W związku z istotnymi zmianami w strukturze Grupy, wynikającymi z przejęcia Grupy Invia, jednostka dokonała modyfikacji zasad przygotowywania informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju. W szczególności podjęto decyzję o zmianie roku bazowego dla raportowania emisji gazów cieplarnianych na rok 2025, aby zapewnić pełną porównywalność danych w nowej strukturze organizacyjnej. Rok 2024 pozostaje rokiem bazowym dla wskaźników pracowniczych. Grupa nie zidentyfikowała błędów sprawozdawczych w poprzednich okresach.

W porównaniu do roku 2024 zmieniona została metodyka obliczeń w Zakresie 3 w kategorii 11 dla produktów cyfrowych, które stanowiły największy udział w emisjach w ubiegłym okresie raportowym. Nowe podejście pozwoliło na bardziej precyzyjne i wierniejsze odwzorowanie emisji w tej kategorii względem ubiegłego roku. Kluczową zmianą jest pełniejsze uwzględnienie wpływu cyklu życia usług cyfrowych, w tym emisji generowanych podczas transferu danych oraz bezpośredniego użytkowania produktów przez odbiorców końcowych.

W celu zwiększenia dokładności obliczeń, emisje związane z użytkowaniem produktów i usług cyfrowych Grupy oszacowano na podstawie danych odsłonowych (czas spędzony na portalach) w podziale na typ urządzenia. Do wyliczeń wykorzystano najnowsze wskaźniki emisyjności energii elektrycznej z bazy IEA (2023) oraz wskaźnik opublikowany przez KOBiZE (2025). W zakresie transferu danych zastosowano wskaźniki intensywności sieci energetycznej.

Korzystanie ze stopniowo wdrażanych przepisów

W ramach badania podwójnej istotności za istotne uznano następujące tematy, które podlegają sprawozdaniu w kolejnych rozdziałach:

ESRS E1 – Zmiana klimatu

ESRS S1 – Osoby świadczące pracę na rzecz przedsiębiorstwa,

ESRS S4 – Konsumenci i użytkownicy końcowi

ESRS G1 – Postępowanie w biznesie

Raport za rok 2025 nie uwzględnia ujawnień dotyczących przewidywanych skutków finansowych ryzyk (ESRS 2 SBM-3 pkt 48 lit e). Na podstawie Dodatku C jednostka zdecydowała się pominąć w oświadczeniu informacje wymagane na podstawie ESRS: E1-9 – Przewidywane skutki finansowe wynikające z istotnych ryzyk fizycznych i ryzyk przejścia oraz potencjalnych szans związanych z klimatem. Grupa korzysta również z możliwości pominięcia następujących ujawnień przewidzianych w dodatku C zgodnie z Rozporządzeniem Delegowanym Komisji (UE) 2025/1416 :

- ESRS S1-7 – Charakterystyka osób niebędących pracownikami stanowiących własne zasoby pracownicze jednostki
- ESRS S1-11 – Ochrona socjalna
- ESRS S1-12 – Osoby z niepełnosprawnościami
- ESRS S1-13 – Szkolenia i rozwój umiejętności
- ESRS S1-14 – Bezpieczeństwo i higiena pracy (w zakresie przypadków złego stanu zdrowia związanego z pracą, liczby dni niezdolności do pracy z powodu urazów, oraz w odniesieniu do osób niebędących pracownikami)
- ESRS S1-15 – Równowaga między życiem zawodowym a prywatnym

Informacje ujmowane w standardach ESRS E2, E3, E4, E5 oraz ESRS S2, S3 w badaniu istotności wskazano jako nieistotne.

Dane zawarte w niniejszym raporcie zostały po raz drugi obowiązkowo zgromadzone i opisane na podstawie unijnych wskaźników raportowania ESRS (European Sustainability Reporting Standards) oraz Dyrektywy CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) oraz ustawą o rachunkowości implementującą Dyrektywę (UE) 2022/2464. Raport został poddany weryfikacji zewnętrznej, która została przeprowadzona przez firmę audytorską PricewaterhouseCoopers Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Audyt sp.k. zgodnie z Krajowym Standardem Usług Atestacji Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju 3002PL - Usługa atestacyjna dająca ograniczoną pewność w zakresie sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju („KSUA 3002PL”) oraz odpowiednio z Krajowym Standardem Usług Atestacyjnych Innych niż Badanie i Przegląd 3000 (Z) w brzmieniu Międzynarodowego Standardu Usług Atestacyjnych 3000 (zmienionego) – Usługi atestacyjne inne niż badania i przeglądy historycznych informacji finansowych („KSUA 3000 (Z)”) przyjętymi uchwałami Krajowej Radę Biegłych Rewidentów.

Aktualizacja ujawnianych informacji w celu uwzględnienia zdarzeń, które nastąpiły po zakończeniu okresu sprawozdawczego

W marcu 2026 r. zaobserwowano negatywny wpływ konfliktu geopolitycznego na dynamikę nowych rezerwacji, co przełożyło się na spadek przychodów segmentu turystycznego w ujęciu rok do roku w tym miesiącu. Obecnie Grupa analizuje skutki finansowe zaistniałej sytuacji, a szczegółowe informacje w tym zakresie zostały zamieszczone w Sprawozdaniu Zarządu z działalności (str. 19) oraz w Sprawozdaniu Finansowym w sekcji perspektywy na 1Q 2026 r.

W odpowiedzi na te zdarzenia Grupa podjęła szereg działań proaktywnych w obszarze relacji z interesariuszami. Na bieżąco monitorujemy sytuację i pozostajemy w stałym kontakcie z organizatorami wyjazdów. Prowadzimy aktywną komunikację z klientami, informując ich o statusie rezerwacji, a w przypadkach przewidzianych przez touroperatorów - o możliwościach bez kosztowej rezygnacji lub zmiany terminu i kierunku podróży. Dodatkowo, na podstawie analizy zapytań z infolinii oraz kanałów cyfrowych (e-mail, chatbot), na bieżąco aktualizujemy bazę wiedzy w sekcji FAQ Magazynu Wakacje.pl, co pozwala na dostarczanie klientom i narzędziom AI (chatbot) najbardziej potrzebnych informacji.

Na moment publikacji niniejszego raportu wpływ powyższych okoliczności na długofalowe aspekty zrównoważonego rozwoju nie został jeszcze w pełni przeanalizowany.

■ GOV-1 ROLA ORGANÓW ADMINISTRUJĄCYCH, ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORCZYCH

Skład zarządu i rady nadzorczej

Na dzień 31.12.2025 w skład Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A. wchodziło 6 osób z czego 4 (66,7%) członków spełnia kryteria niezależności (6/8 na 31.12.2024). W skład Zarządu Wirtualna Polska Holding S.A. wchodziło 4 członków.

| Organ | Rok | Liczba kobiet | Liczba mężczyzn | Stosunek liczby kobiet do liczby mężczyzn |
|-----------------------|-------------|---------------|-----------------|---|
| Rada Nadzorcza | 2025 | 4 | 2 | 4/2 |
| | 2024 | 3 | 5 | 3/5 |
| Zarząd | 2025 | 1 | 3 | 1/3 |
| | 2024 | 1 | 3 | 1/3 |

W Zarządzie nie zasiada reprezentant/-ka pracowników i innych osób świadczących pracę.

W składach organów spółek wchodzących w skład Grupy nie wyróżnia się członków wykonawczych i niewykonawczych.

Doświadczenie członków Rady Nadzorczej związane z sektorami, produktami i położeniem geograficznym jednostki zostało zamieszczone na stronach 85-87 Sprawozdania Zarządu.

Tożsamość organów administrujących, zarządzających, nadzorczych lub osób w ramach organu odpowiedzialnych za nadzór nad wpływami, ryzykami i szansami:

- Komitet Rady Nadzorczej ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding,
- Komitet Audytu w ramach Rady Nadzorczej,
- Członek zarządu ds. finansowych (CFO) odpowiedzialny za nadzór nad obszarem zrównoważonego rozwoju,
- Komitet ds. Strategii i Rozwoju Grupy Wirtualna Polska Holding jako organ doradczy dla zarządu, opiniujący podejmowanie istotnych decyzji inwestycyjnych.

Zarządzanie wpływami, ryzykami i szansami jest rozdzielone pomiędzy właścicieli biznesowych poszczególnych obszarów. W ramach bieżących obowiązków służbowych menadżerowie monitorują swoje obszary oraz bezpośrednio otoczenie biznesowe, a w razie istotnej zmiany sytuacji następuje eskalacja do poziomu zarządu lub w razie potrzeby rady nadzorczej poszczególnej spółki. Polityka w tym zakresie nie jest sformalizowana. W związku z rosnącym znaczeniem obszarów powiązanych z ESG, organizacja testuje różne podejścia do uwzględnienia obszarów powiązanych z ESG w procesie i po wykreowaniu najlepszych praktyk zostaną one sformalizowane w postaci spisanej polityki.

Członek Zarządu ds. finansowych jest odpowiedzialny za obszar ESG w Grupie. Obecnie tę funkcję pełni Elżbieta Bujniewicz-Belka, a menadżerowie koordynujący prace nad obszarem zrównoważonego rozwoju (Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich i Dyrektor Biura Komunikacji Korporacyjnej) raportują bezpośrednio do niej.

W ramach Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding funkcjonuje Komitet Audytu jako organ sprawujący nadzór nad procesem raportowania finansowego w Grupie. W jego skład wchodzi trzech członków, z których co najmniej dwóch członków (w tym Przewodniczący Komitetu) spełnia warunki niezależności.

W ramach Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding funkcjonuje Komitet ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding. Jest on stałym organem doradczym i opiniotwórczym Rady Nadzorczej, a w jego skład wchodzi co najmniej trzech jej członków. Nie rzadziej niż raz w roku składa on Radzie Nadzorczej

sprawozdanie ze swojej działalności. Wiedza członków Zarządu i Rady Nadzorczej na temat zrównoważonego rozwoju jest na bieżąco aktualizowana, np. przez zaangażowanie w różne inicjatywy organizacji społecznych i branżowych, w tym m.in. 30% Club Poland czy Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych. Monitorują realizację Strategii Zrównoważonego Rozwoju oraz wyznaczają kierunki jej dalszego rozwoju. Działania Zarządu i jego skuteczność w zarządzaniu wpływami ekonomicznymi, środowiskowymi i społecznymi organizacji są oceniane i nadzorowane przez Radę Nadzorczą spółki. Natomiast działania Zarządu oraz Rady Nadzorczej w tym obszarze ocenia Walne Zgromadzenie – m.in. w ramach corocznego procesu udzielania absolutorium członkom tych organów. Sprawozdania finansowe są poddawane corocznemu badaniu przez niezależnego audytora (biegłego rewidenta).

Ustalanie i monitorowanie celów związanych z istotnymi wpływami, ryzykami i szansami

Rada Nadzorcza i Zarząd rozpoczynają proces ustalania celów poprzez zbieranie informacji na temat aktualnych trendów rynkowych, sytuacji konkurencyjnej i zmian w otoczeniu biznesowym. Rada Nadzorcza współpracuje z Zarządem w celu zrozumienia strategicznych priorytetów firmy i możliwości związanych z aktualnym kontekstem rynkowym. Cele ustalone są na podstawie celów strategicznych, uwzględniając krótko- i długoterminowe perspektywy. W ujęciu półrocznym, wyznaczanie celów jest wypracowywane przez całą organizację i odbywa się przez dialog Zarządu z kluczowymi menadżerami w Grupie. Ci komunikują się dalej ze swoimi zespołami.

Wyznaczanie i monitorowanie realizacji celów odbywa się w cyklach półrocznych. Cele (KPI) wyznaczane są w sposób, który umożliwia obiektywną ocenę postępów w realizacji celów. Cele mają charakter finansowy i niefinansowy.

Wynagrodzenie zmienne Zarządu jest uzależnione od realizacji tych celów.

Rada Nadzorcza uwzględnia wpływy związane z realizacją celów, na przykład w zakresie społecznego oddziaływania czy zrównoważonego rozwoju.

W trakcie monitorowania realizacji celów Rada Nadzorcza ocenia ryzyka związane z bieżącymi działaniami i identyfikuje szanse dla długoterminowej strategii firmy.

Rada Nadzorcza oczekuje od Zarządu regularnych raportów półrocznych, które zawierają analizę postępów i wyników w kontekście ustalonych celów.

Spotkania Rady Nadzorczej z Zarządem mają charakter dyskusyjny, a Rada udziela feedbacku oraz kieruje pytania dotyczące osiągnięć i planów na przyszłość.

Rada Nadzorcza aktywnie pracuje nad zapewnieniem transparentności procesu ustalania celów i monitorowania ich realizacji wobec akcjonariuszy i interesariuszy zewnętrznych.

Rada Nadzorcza odgrywa kluczową rolę w nadzorowaniu procesu ustalania celów i ich realizacji, dbając o spójność z długoterminową strategią firmy oraz dostosowując cele do zmieniających się warunków rynkowych. Regularne spotkania i komunikacja z Zarządem są kluczowe dla skutecznego nadzoru i osiągnięcia zamierzonych celów.

Dostęp do wiedzy fachowej i umiejętności w kwestiach związanych ze zrównoważonym rozwojem

Rada Nadzorcza i Zarząd mają wiedzę z zakresu zrównoważonego rozwoju, w tym zrozumienie jego trzech filarów: ładu korporacyjnego, kwestii społecznych i środowiskowych. Co więcej, organy Grupy znają globalne ramy zrównoważonego rozwoju, takie jak Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) ONZ. Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy, która adresowała Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, była dokładnie analizowana przez Zarząd i Radę Nadzorczą Grupy przed przyjęciem.

W ramach Rady Nadzorczej funkcjonuje Komitet ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju, którego członkowie specjalizują się w kluczowych dla Grupy obszarach merytorycznych. Ich wieloletnie, interdyscyplinarne doświadczenie pozwala na wielowymiarowe podejście do zarządzania wpływami, ryzykami i szansami zidentyfikowanymi w działalności firmy:

- **Obszar prawno-regulacyjny i ład korporacyjny:** Dzięki obecności ekspertów z wieloletnim doświadczeniem w wiodących międzynarodowych kancelariach prawnych, organy Grupy dysponują kompetencjami w zakresie struktur korporacyjnych, zgodności (compliance) oraz etyki biznesu. Pozwala to na skuteczne nadzorowanie ryzyk regulacyjnych.
- **Obszar finansowy, audytu i raportowania:** Członkowie organów posiadają głęboką wiedzę w dziedzinie finansów spółek giełdowych, audytu oraz zarządzania ryzykiem finansowym (potwierdzoną m.in. kwalifikacjami ACCA). Kompetencje te są kluczowe dla oceny materialności finansowej kwestii ESG, nadzoru nad efektywnością energetyczną oraz rzetelnością raportowania danych niefinansowych.
- **Obszar strategiczny i branżowy (Media & Digital):** Unikalne, ponad 25-letnie doświadczenie w sektorze mediów i technologii cyfrowych pozwala organom Grupy na trafną ocenę wpływu społecznego działalności (m.in. w obszarze fact-checkingu i bezpieczeństwa użytkowników) oraz transformację modeli biznesowych w kierunku bardziej zrównoważonych rozwiązań technologicznych.

Znajomość branży i specyfiki firmy pozwala członkom Rady Nadzorczej i Zarządu ocenić, jak jej działalność wpływa na aspekty zrównoważonego rozwoju, a także jakie są kluczowe wpływy, ryzyka i szanse związane ze zrównoważonym rozwojem w kontekście konkretnych działań firmy. Członkowie organów posiadają również umiejętności analityczne, zdolności do oceny i analizy skutków, co jest potrzebne do identyfikacji potencjalnych ryzyk związanych ze zrównoważonym rozwojem, a także do oceny potencjalnych skutków ekonomicznych, społecznych i środowiskowych związanych z ryzykami.

Członkowie Rady Nadzorczej i Zarządu korzystają ze wsparcia doradców, co oznacza możliwość zewnętrznych porad i szkoleń specjalistów z obszaru zrównoważonego rozwoju. Organy mają też dostęp do szkoleń, m.in. zapewnianych w ramach Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych (SEG). W zakresie ich odpowiedzialności jest również śledzenie najnowszych trendów w obszarze zrównoważonego rozwoju i dostosowywanie wiedzy do bieżących potrzeb.

■ GOV-2 INFORMACJE PRZEKAZYWANE ORGANOM ADMINISTRUJĄCYM, ZARZĄDZAJĄCYM I NADZORCZYM JEDNOSTKI ORAZ PODEJMOWANE PRZEZ NIE KWESTIE ZWIĄZANE ZE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Przegląd ryzyk Grupy Kapitałowej jest moderowany przez Zarządzającego Audytem Wewnętrznym raz w roku na przełomie czwartego oraz pierwszego kwartału. W ramach tego przeglądu rozważane są zarówno ryzyka, jak i potencjalne szanse oraz zmiany wpływów otoczenia na organizację. O wynikach przeglądu informowany jest Komitet Audytu przy Radzie Nadzorczej Wirtualnej Polski Holding.

Przegląd zaś jest przygotowywany na podstawie spotkań z kadrą zarządzającą spółek zależnych oraz spółki dominującej (Wirtualna Polska Holding).

Za obszar monitorowania istotnych wpływów, ryzyk i szans odpowiedzialni są menadżerowie poszczególnych działów. W przypadku istotnych zmian w otoczeniu rynkowym następuje eskalacja do poziomu Zarządu Spółki lub Rady Nadzorczej wraz z oceną zmiany i jej wpływu. W Grupie przeprowadzane są procesy badania wpływów, ryzyk, szans, które wspierane są okresowymi badaniami istotności ukierunkowanymi na wsparcie procesu raportowania i zarządzania ESG. Wyniki badania istotności są przedstawiane Członkowi Zarządu ds. finansowych, a także Komitetowi ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju. Dodatkowo, nie rzadziej niż raz w roku, Komitet ten składa Radzie Nadzorczej sprawozdanie ze swojej działalności.

Zarząd oraz Rada Nadzorcza Grupy Wirtualna Polska uwzględniają wpływ, ryzyko i szanse podczas nadzorowania strategii, decyzji dotyczących głównych transakcji i procesu zarządzania ryzykiem. Wyrazem tego jest skupienie na realizacji przedsięwzięć i inwestycji, które mają na celu m.in. dywersyfikację źródeł przychodów, co Grupa Wirtualna Polska wpisała w Strategii Rozwoju Grupy.

Najważniejszymi organami Grupy są: Zarząd i Rada Nadzorcza. Odgrywają istotną rolę w uwzględnianiu istotnych wpływów, ryzyk i szans w procesie podejmowania decyzji. Zadania Zarządu i Rady Nadzorczej w zakresie zarządzania ryzykami obejmują m.in. procesy takie jak:

- Ocena wpływów biznesowych: trendy rynkowe, konkurencyjność, technologiczne innowacje i zmiany w preferencjach konsumentów.
- Analiza wpływów społecznych, środowiskowych i ekonomicznych: analiza otoczenia społecznego, środowiskowego i ekonomicznego, aby zrozumieć, jakie wpływy mogą mieć istotne znaczenie dla przedsiębiorstwa.
- Zarządzanie ryzykiem operacyjnym: identyfikacja, ocena i zarządzanie ryzykiem operacyjnym związanym z codziennymi operacjami przedsiębiorstwa.
- Zarządzanie ryzykiem strategicznym/długoterminowym: identyfikacja, ocena i zarządzanie ryzykiem, które jest związane ze strategią Grupy w długim terminie.
- Ryzyka etyczne i prawne: analiza ryzyk związanych z aspektami etycznymi i prawnymi, aby uniknąć konsekwencji, które mogą negatywnie wpłynąć na reputację firmy.
- Innowacje: monitorowanie szans wynikających z innowacji i nowych technologii, które mogą przynieść korzyści konkurencyjne.
- Finansowe aspekty decyzji: analiza wpływów finansowych decyzji na wyniki przedsiębiorstwa i jego stabilność finansową.
- Skutki działalności na otoczenie (środowisko, społeczeństwo): uwzględnienie wpływów środowiskowych, takich jak emisje gazów cieplarnianych, a także wpływ na społeczeństwo (tj. dostęp do rzetelnych, niezależnych informacji).
- Zgodność z regulacjami: zapewnienie zgodności z obowiązującymi przepisami i regulacjami oraz monitorowanie zmian w prawie, które mogą mieć wpływ na działalność przedsiębiorstwa.

Na przestrzeni 2025 roku Zarząd Wirtualnej Polski poddawał analizie szereg ryzyk objętych monitoringiem w ramach wewnętrznej kontroli. Wśród nich znalazły się ryzyka związane ze zmianą klimatu oraz zagadnieniami zrównoważonego rozwoju.

Wszystkie te działania są ukierunkowane na zapewnienie zrównoważonego i długoterminowego rozwoju przedsiębiorstwa poprzez uwzględnienie różnych wpływów, zarządzanie ryzykiem i wykorzystywanie szans biznesowych. Sposób w jaki podjęto kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem zostały opisane w części SBM-3, a także w ujawnieniach tematycznych.

Bazą do przeglądu wpływów, ryzyk i szans dokonywanego w 2025 r. jest mapa ryzyk z roku poprzedniego oraz opracowanie eksperckie - Risk in Focus 2025 (<https://www.theiia.org/en/internal-audit-foundation/latest-research-and-products/risk-in-focus/>)

■ **GOV-3 UWZGLĘDNIANIE WYNIKÓW ZWIĄZANYCH ZE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM W SYSTEMACH ZACHĘT**

Wynagradzanie członków zarządu

Członkowie Zarządu Wirtualna Polska Holding S.A. otrzymują stałe wynagrodzenie, wypłacane miesięcznie w wysokości ustalonej w uchwale Rady Nadzorczej, na podstawie powołania. Weryfikacja tego wynagrodzenia jest dokonywana przez Radę Nadzorczą, nie częściej niż raz w roku. Ewentualna decyzja o zmianie wynagrodzenia stałego jest podejmowana z uwzględnieniem czynników rynkowych, na podstawie danych płacowych oraz po dokonaniu indywidualnej oceny Członka Zarządu. Członkowie Zarządu mogą być uprawnieni do otrzymania wynagrodzenia zmiennego w postaci premii za realizację celów premiowych. Warto podkreślić, że wynagrodzenia członków zarządu są w części uzależnione od celów związanych ze zrównoważonym rozwojem – od 2 półroczia 2021 roku było to co najmniej 5% dla CEO WPH i CFO WPH.

W 2025 roku cele powiązane ze zrównoważonym rozwojem zostały uszczegółowione i obejmowały dwa kluczowe obszary:

- w pierwszym półroczu: opublikowanie oświadczenia niefinansowego za rok 2024 zgodnie ze standardami ESRS wraz z opinią z atestacji;
- w drugim półroczu: aktualizację badania podwójnej istotności po przejęciu Invia Group, uwzględniając wyższy udział segmentu Turystyki w strukturze Grupy.

Obecnie cele ESG nie obejmują redukcji śladu węglowego.

| Członek Zarządu | Stanowisko | Waga celów ESG (2025) | Waga celów ESG (2024) | Zmiana (r/r) |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| Jacek Świdorski | Chief Executive Officer | 5% | 5% | brak |
| Elżbieta Bujniewicz-Belka | Chief Financial Officer | 10% | 10% | brak |
| Michał Brański | Chief Strategy Officer | 1% | 1% | brak |
| Krzysztof Sierota | Chief Technology Officer | 5% | 1% | +4p.p. |

Rada Nadzorcza, wyznaczając cele, od których realizacji uzależnione jest przyznanie Członkom Zarządu wynagrodzenia zmiennego, kieruje się przede wszystkim strategią biznesową oraz długoterminowym interesem i stabilnością spółki. W żadnym wypadku cele wyznaczone do realizacji poszczególnym Członkom Zarządu nie mogą być sprzeczne z krótko- i długo- terminowym interesem spółki.

Wynagrodzenie członków rady nadzorczej

Członkom Rady Nadzorczej z tytułu sprawowania funkcji w organie nadzorczym może zostać przyznane wyłącznie wynagrodzenie stałe zgodnie z poniższymi zasadami:

- wynagrodzenie wypłacane miesięcznie w stałej kwocie z tytułu wykonywania zadań nadzorczych w Spółce;
- wysokość wynagrodzenia stałego, o którym mowa powyżej, jest ustalana w drodze uchwały Walnego Zgromadzenia.

Wybrany Członkom Rady Nadzorczej, pełniącym funkcje Przewodniczącego lub Wiceprzewodniczącego Rady Nadzorczej, członków powołanych w ramach Rady Nadzorczej komitetów i komisji, może zostać przyznane, w drodze uchwały Walnego Zgromadzenia, dodatkowe wynagrodzenie – z zastrzeżeniem, iż wynagrodzenie to nie może mieć charakteru zmiennego uzależnionego od wyników, w tym wyników finansowych spółki.

GOV-4 OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE NALEŻYTEJ STARANNOŚCI

| Podstawowe elementy procesu należytej staranności | Punkty w oświadczeniu dotyczącym zrównoważonego rozwoju |
|---|---|
| a) Uwzględnienie należytej staranności w ładzie korporacyjnym, strategii i modelu biznesowym | E1-2, S1-1, S4-1, G1-3, GOV-2, GOV-3, SBM-3 |
| b) Współpraca z zainteresowanymi stronami, na które jednostka wywiera wpływ, na wszystkich kluczowych etapach procesu należytej staranności | S1-2, S4-2, SBM-2 |
| c) Identyfikacja i ocena niekorzystnych wpływów | IRO-1, SBM-3, GOV-5 |
| d) Podejmowanie działań w celu ograniczenia zidentyfikowanych niekorzystnych wpływów | E1-3, S1-3, S4-3, G1-3 |
| e) Monitorowanie skuteczności tych starań i przekazywanie stosownych informacji w tym zakresie | E1-2, S1-5, S4-5 |

I GOV-5 ZARZĄDZANIE RYZYKIEM I KONTROLE WEWNĘTRZNE NAD SPRAWOZDAWCZOŚCIĄ W ZAKRESIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

W ramach ujednoliconego systemu kontroli wewnętrznej nie ma wyszczególnionych kontroli dotyczących zrównoważonego rozwoju. Osobny proces stanowi identyfikacja poziomów ryzyk i szans, które są częścią badania istotności przeprowadzanego przez wyznaczoną grupę pracowników z wykorzystaniem wsparcia i wiedzy wyspecjalizowanego doradcy zewnętrznego. Wyniki procesu zostały zaakceptowane przez Zarząd.

- 1) W ramach systemu zarządzania ryzykiem i audytu wewnętrznego, który swoim zakresem obejmuje cały zakres działalności Grupy Wirtualna Polska Holding, w tym kwestie zrównoważonego rozwoju, można wyszczególnić główne elementy, którymi są identyfikacja ryzyk i szans, określenie najistotniejszych (materialnych), przypisanie tym, dla których jest możliwe działań oraz właścicieli biznesowych do aktywnego zarządzania. Cechami tego procesu jest niezależności, obiektywizm i racjonalność.
- 2) Ryzyka (w tym dotyczące zrównoważonego rozwoju) są oceniane w 3 wymiarach: prawdopodobieństwa, wpływu na działalność operacyjną danej Spółki, wpływu na wyniki finansowe Spółki oraz wpływu na działalność Grupy. Dla wybranych ryzyk wartości te są rozpatrywane w trzech horyzontach czasowych – krótki, średnim i długim.
- 3) Główne zidentyfikowane ryzyka są opisane w Sprawozdaniu Zarządu (str. 46-58 raportu). Dotyczą one odporności biznesu (mitygacja: optymalizacja procesów biznesowych), ryzyk w łańcuchu dostaw i e-commerce (mitygacja: szczególna dbałość związana z ochroną danych osobowych) oraz ryzyko zmian w strukturze zatrudnienia (mitygacja: realizacja szans, dbając o zapewnianie naszym pracownikom wysokich standardów zatrudnienia, wraz z bieżącym monitoringiem stanu równości wynagrodzeń w organizacji). Odrębnie przeprowadzany proces podwójnej istotności uwzględnia wyniki tego procesu skupiając się tylko na kwestiach zrównoważonego rozwoju. Opis procesu podwójnej istotności i i jego wyniki znajdują się w ujawnieniach IRO-1 i SBM-3. W przypadku wykrycia, że ujawnione, materialne ryzyka związane ze zrównoważonym rozwojem nie są zaadresowane do właściciela biznesowego następuje przypisanie takiego ryzyka do odpowiedniej spółki/departamentu i włączenie zarządzania tym ryzykiem do obowiązków danego stanowiska. Monitoring i aktualizacje stanu mierników mitygacji są przekazywane zarządom spółek i radom nadzorczym spółek w cyklach wynikających z potrzeb biznesowych, ale nie rzadziej niż raz w roku.

Rola audytu wewnętrznego w sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju

Audyt wewnętrzny odgrywa zauważalną rolę w obszarze zrównoważonego rozwoju, w tym pełni funkcję, która pozwala zapewnić rzetelność i wiarygodność informacji przekazywanych przez organizację. Audyt wewnętrzny zgodnie z przyjętą kartą audytu wewnętrznego obejmuje wszystkie spółki.

Główne zadania audytu wewnętrznego w tym zakresie obejmują:

- Wsparcie w opisywaniu i dokumentowaniu obszarów związanych z szeroko rozumianych governance oraz analizą ryzyka. W WPH działem odpowiedzialnym za obszar identyfikacji ryzyka jest właśnie komórka audytu wewnętrznego przygotowująca i aktualizująca mapę ryzyka.
- Ocena skuteczności systemów zarządzania w zakresie zrównoważonego rozwoju: audytor wewnętrzny w ramach swoich działań określonych w corocznym planie audytu ocenia, czy w badanych procesach istnieją systemy zarządzania ryzykiem ESG, a jeśli tak to czy są efektywnie wdrożone i spełniają wyznaczone cele.

Proces tworzenia i aktualizacji mapy ryzyka moderowany przez zarządzającego audytem wewnętrznym obejmuje wszystkie spółki Grupy. Kwestie ESG i kwestie środowiskowe występują w mapie ryzyka, ponieważ są zgłaszane przez interesariuszy, z którymi są prowadzone wywiady. Są też przedmiotem nie tylko wywiadu swobodnego, ale również wywiadu kierowanego, w którym zarządzający audytem wewnętrznym kieruje do interesariuszy prośby o odniesienie się do ryzyk opisanych w raporcie World Economic Forum - Global Risks Report. Plan działań audytu wewnętrznego jest opisany w rocznym planie audytu.

W ramach prowadzonych audytów oraz przeglądów poszczególnych procesów w 2025 audyt wewnętrzny zwracał uwagę na kwestię przygotowań do raportowania danych niefinansowych. W toku prowadzonych prac doradczych nie zidentyfikował procesów, które uniemożliwiałyby lub utrudniały prawidłowe i rzetelne raportowanie.

SBM-1 STRATEGIA, MODEL BIZNESOWY I ŁAŃCUCH WARTOŚCI

Grupa Wirtualna Polska jest holdingiem technologicznym. Prowadzi działalność mediową, reklamową, subskrypcyjną oraz e-commerce. Jej główna siedziba mieści się w Warszawie, przy ulicy Żwirki i Wigury 16. Siedziby innych spółek z Grupy mieszczą się m.in. w Gdańsku, Wrocławiu, Lublinie, Chorzowie, Lipsku i Miskolcu. Grupa jest właścicielem Strony Głównej WP, posiada specjalistyczne serwisy tematyczne oraz oferuje usługi subskrypcyjne (Audioteka, Pilot WP, Poczta WP). W usługach e-commerce Grupa działa głównie w branży turystycznej (m.in. Grupa Invia, Wakacje.pl, Grupa Szallas, Nocowanie.pl) i finansowej (Superauto.pl, Totalmoney.pl). Działalność Grupy jest prowadzona głównie w Polsce, a od 2022 roku, po przejęciu Grupy Szallas i Audioteeki, również w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej, m.in. w takich krajach jak: Węgry, Czechy, Rumunia, Chorwacja, Niemcy i Litwa. W 2025 roku Grupa sfinalizowała przejęcie Invia Group, grupy turystycznej działającej w krajach DACH, a także w Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. Akwizycja ta istotnie zwiększy segment Turystyki, a także pozwoli na umocnienie udziału Grupy w rynku w regionie.

Podział przychodów Grupy według segmentów operacyjnych został zamieszczony na stronie 16 Sprawozdania Zarządu.

Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy znajduje odzwierciedlenie w jej działalności oraz w oferowanych usługach.

Środowisko

Ze względu na wysokie zużycie energii przez serwerownie, niezbędne do funkcjonowania portali i serwisów, Grupa podejmuje działania na rzecz minimalizacji swojego śladu węglowego. W tym celu kupuje energię ze źródeł odnawialnych, potwierdzoną gwarancjami pochodzenia, co przyczynia się do redukcji emisji gazów cieplarnianych. Ponadto, poprzez serwisy Wirtualna Polska, edukuje użytkowników w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Dodatkowo produkuje energię z paneli fotowoltaicznych poprzez spółki WP Naturalnie.

Spółeczeństwo

Pracownicy stanowią fundament Grupy – to oni realizują strategię, tworzą innowacyjne produkty i usługi oraz wpływają na rozwój organizacji. Grupa prowadzi kluczowe projekty technologiczne, konkurujące z rozwiązaniami globalnych gigantów, co daje pracownikom możliwość współtworzenia autorskich rozwiązań, rozwijania kompetencji i zwiększania satysfakcji zawodowej. Priorytetem jest również tworzenie środowiska pracy opartego na szacunku dla różnorodności i dobrostanu pracowników, co stanowi istotny element strategii biznesowej. Szczegółowe informacje o pracownikach znajdują się w sekcji S1-6. Sekcja ta obejmuje całkowitą liczbę pracowników i ich rozmieszczenie w różnych obszarach geograficznych.

Wiarygodność i odpowiedzialność

Grupa odgrywa kluczową rolę jako dostawca rzetelnych informacji. Niezależność i obiektywizm są strategicznymi priorytetami, które będą kontynuowane w przyszłości, aby zapewnić użytkownikom dostęp do wiarygodnych treści i usług informacyjnych najwyższej jakości. Jest to jeden z kluczowych filarów Strategii Rozwoju Grupy.

Odpowiedzialne inwestycje i współpraca biznesowa

Grupa nie prowadzi działalności w sektorach związanych z paliwami kopalnymi, produkcją chemikaliów, kontrowersyjnych rodzajów broni czy wyrobów tytoniowych. W ramach budowy łańcucha wartości przyjęto zasadę, że do downstreamu zaliczani są wyłącznie użytkownicy końcowi. W związku z tym partnerzy biznesowi,

którzy mogliby być klasyfikowani jako klienci (np. agencje reklamowe, globalne platformy technologiczne, biura podróży czy właściciele obiektów turystycznych), zostali uwzględnieni jako upstream/dostawcy.

Struktura grupy kapitałowej i jej zmiany

Informacje na temat Struktury Grupy Kapitałowej znajdują się w rozdziale pierwszym Raportu z Działalności Spółki i Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding S.A, na str. 12-13.

ŁAŃCUCH WARTOŚCI

1. Zasoby i wartości wprowadzane do organizacji i podejście do ich pozyskiwania, rozwoju i zabezpieczania

| Segment | Zasoby | Podejście do Pozyskiwania | Podejście do Rozwoju | Podejście do Zabezpieczania |
|--------------------------------------|---|--|--|---|
| Segment Reklama i Subskrypcje | <ul style="list-style-type: none"> Rozpoznawalna marka Wirtualna Polska. Dziennikarze i redaktorzy treści. Technologia reklamowa i technologie do analizy danych. Własna powierzchnia reklamowa Wirtualna Polska Media, a także powierzchnia reklamowa innych wydawców, którą udostępniamy w ramach WPartner. Biblioteka treści dziennikarskich, audiobooków i treści wideo. | <ul style="list-style-type: none"> Rekrutacja doświadczonych dziennikarzy i twórców treści. Inwestycje w technologie reklamowe i analizy danych. Nawiązywanie partnerstw z autorami audiobooków i wydawnictwami. | <ul style="list-style-type: none"> Ciągłe szkolenia dla dziennikarzy w zakresie nowych trendów na rynku mediów. Rozwój technologii reklamowych. Rozszerzanie biblioteki audiobooków i treści telewizyjnych, a także inwestycje we własne produkcje. | <ul style="list-style-type: none"> Ochrona praw autorskich i umów z twórcami. Ochrona danych osobowych. Zabezpieczanie danych użytkowników. Dywersyfikacja źródeł przychodów (reklama i subskrypcje). |
| Segment Turystyka | <ul style="list-style-type: none"> Partnerstwa z biurami podróży i obiektami turystycznymi. Sieć sklepów franczyzowych, call center i platforma online. Systemy rezerwacji dla wycieczek i obiektów turystycznych. | <ul style="list-style-type: none"> Nawiązywanie strategicznych partnerstw z biurami podróży. Rozwój infrastruktury w ramach różnych kanałów sprzedaży. Inwestycje w rozwój platformy online (webowej i mobilnej). | <ul style="list-style-type: none"> Nawiązywanie nowych partnerstw z biurami podróży i właścicielami obiektów turystycznych. Rozwój mobilnej aplikacji dla klientów. Doskonalenie systemów rezerwacyjnych. | <ul style="list-style-type: none"> Zapewnienie bezpieczeństwa danych klientów. Ustalanie stabilnych relacji z partnerami branżowymi. Monitorowanie i dostosowywanie się do zmian w sektorze turystycznym. |
| Segment Finanse Konsumenckie | <ul style="list-style-type: none"> Partnerstwa z dealerami samochodowymi. Platforma porównywania produktów finansowych. | <ul style="list-style-type: none"> Ustalanie partnerstw z dostawcami samochodów i instytucjami finansowymi. Rozwój internetowej porównywarki finansowej. | <ul style="list-style-type: none"> Rozszerzanie oferty finansowej o nowe produkty finansowe. Doskonalenie algorytmów porównawczych. Adaptacja do zmieniających się warunków rynkowych. | <ul style="list-style-type: none"> Bezpieczne przetwarzanie danych finansowych klientów. Dywersyfikacja produktów finansowych w ofercie. |

2. Wyniki i rezultaty dotyczące bieżących i oczekiwanych korzyści dla klientów, inwestorów i interesariuszy

| Segment | Korzyści dla klientów | Korzyści dla inwestorów | Korzyści dla interesariuszy: |
|--|--|--|---|
| Segment Reklama i Subskrypcje | <ul style="list-style-type: none"> Bogata oferta treści dziennikarskich. Dostęp do audiobooków i telewizji linearnej w ramach subskrypcji. Personalizacja treści reklamowych, co zwiększa atrakcyjność dla odbiorców. | <ul style="list-style-type: none"> Stabilny wzrost przychodów z reklamy i silne przepływy z działalności operacyjnej. Wzrost liczby subskrybentów. Rozwój technologii reklamowej przyciągający nowych reklamodawców. | <ul style="list-style-type: none"> Pozytywny wpływ na społeczność dzięki dostępowi do wartościowych treści. Wspieranie niezależnego dziennikarstwa. Zrównoważony model biznesowy z uwzględnieniem reklam i subskrypcji. |
| Segment Turystyka | <ul style="list-style-type: none"> Wygodne i zróżnicowane opcje zakupu wycieczek (stacjonarnie, online, telefonicznie). Łatwe porównywanie ofert wycieczek zagranicznych organizowanych przez renomowane biura podróży. Łatwy dostęp do rezerwacji obiektów turystycznych w regionie CEE. | <ul style="list-style-type: none"> Wysoki wzrost przychodów i zysków z pośrednictwa w sprzedaży usług i pakietów turystycznych. Zrównoważony model sprzedaży w różnych kanałach (omnichannel). Rozwój franczyzowej sieci sklepów przyczyniający się do zwiększenia zasięgu. | <ul style="list-style-type: none"> Wspieranie lokalnej przedsiębiorczości poprzez sklepy franczyzowe. Udostępnianie atrakcyjnych ofert turystycznych dla różnych grup docelowych. Promocja rozwoju turystyki w regionie CEE. |
| Segment Finanse Konsumenckie | <ul style="list-style-type: none"> Łatwy dostęp do porównywarki produktów finansowych, zwłaszcza kredytów gotówkowych. Korzystne warunki finansowania przy zakupie nowych samochodów. Wybór ofert spośród różnorodnych produktów finansowych. | <ul style="list-style-type: none"> Zyski z pośrednictwa w sprzedaży nowych samochodów z finansowaniem. Stabilne źródła dochodu z porównywarki produktów finansowych. | <ul style="list-style-type: none"> Wspieranie sektora motoryzacyjnego poprzez pośrednictwo w sprzedaży samochodów. Dostarczanie informacji konsumentom dotyczących korzystnych produktów finansowych. Wpływ na rozwój rynku finansowego w zakresie kredytów gotówkowych. |

3. Główne cechy łańcucha wartości (w tym upstream i downstream) oraz pozycja podmiotu w łańcuchu wartości.

| Segment | Upstream | Operations | Downstream |
|--------------------------------------|---|---|---|
| Segment Reklama i Subskrypcje | <ul style="list-style-type: none"> Agencje marketingowe i mediowe Agencje informacyjne, inni wydawcy, dostawcy contentu, producenci telewizyjni, nadawcy TV Pośrednicy reklamowi Technologie reklamowe i platformy analizy danych. Wydawnictwa (dla biznesu audiobooków) | <ul style="list-style-type: none"> Tworzenie, redakcja i produkcja treści dziennikarskich. Monetyzacja treści w modelu reklamowym (reklama bezpośrednia, sprzedaż powierzchni reklamowej, sprzedaż reklam na powierzchni zewnętrznej, reklama w telewizji) Sprzedaż subskrypcji: sprzedaż audiobooków i subskrypcji audiobooków, dostęp do telewizji online | <ul style="list-style-type: none"> Konsumenci treści Użytkownicy poczty Subskrybenci |
| Segment Turystyka | <ul style="list-style-type: none"> Biura podróży organizujący wycieczki zagraniczne. Partnerzy oferujący obiekty turystyczne w regionie CEE. Dostawcy usług turystycznych. Dostawcy parkingów przy lotniskach. Platformy GDS. Alternatywne zakwaterowanie. Dostawcy usług dodatkowych (ubezpieczenia, transfery, wynajem). | <ul style="list-style-type: none"> Pośrednictwo w sprzedaży wycieczek i rezerwacji obiektów. Zarządzanie siecią sklepów franczyzowych, call center i platformą online. Łączenie klientów z ofertami biur podróży i hoteli. Obsługa platform turystycznych (wakacje.pl, ab-in-den-urlaub, marki Invia CEE). Obsługa klienta: serwis, zmiana rezerwacji, obsługa reklamacji. | <ul style="list-style-type: none"> Użytkownicy korzystający z platform internetowych do rezerwacji podróży czy noclegów. Klienci punktów sprzedaży sieci franczyzowych. |
| Segment Finanse Konsumenckie | <ul style="list-style-type: none"> Dostawcy samochodów. Instytucje finansowe oferujące produkty finansowe. Instytucje finansowe finansujące zakup samochodów. | <ul style="list-style-type: none"> Pośrednictwo w pozyskaniu finansowania (leasing, kredyt, ubezpieczenia) Sprzedaż aut. Dostarczanie leadów do instytucji finansowych. Zarządzanie porównywarką produktów finansowych. | <ul style="list-style-type: none"> Klienci kupujący samochody osobowe i dostawcze z finansowaniem. Nabywający produkty finansowe i zainteresowani produktami finansowymi. |
| Segment Pozostałe | <ul style="list-style-type: none"> Extradom: Pracownie architektoniczne WP Naturalnie: firma energetyczna (operator systemu dystrybucji energii elektrycznej) | <ul style="list-style-type: none"> Extradom: Sprzedaż projektów domów WP Naturalnie: Produkcja i sprzedaż energii ze źródeł odnawialnych | Extradom: nabywcy projektów domów, nabywcy projektów domów z budową |
| Grupa | <ul style="list-style-type: none"> Dostawcy ruchu (grupy internetowe) Platformy społecznościowe Dostawcy sprzętu do serwerowni Dostawcy przestrzeni w chmurze Dostawcy oprogramowania Dostawcy powierzchni biurowej Dostawcy usług tj. energia elektryczna Dostawcy usług płatniczych (operatorzy płatności) Ubezpieczyciele | Funkcje holdingowe, w tym finanse, prawo, Corporate Development, audyt wewnętrzny, utrzymanie i wsparcie IT, HR, audyt wewnętrzny, komunikacja, administracja itp. | |

I SBM-2 INTERESY I OPINIE ZAINTERESOWANYCH STRON

Kluczowi interesariusze Grupy zostali zidentyfikowani w procesie badania istotności. Wykorzystana została analiza modelu biznesowego i model łańcucha wartości Grupy, w oparciu o kwestionariusz przeprowadzony wśród przedstawicieli wszystkich głównych obszarów zarządzania w Grupie. Ocenili oni w kwestionariuszu siłę wpływu danego interesariusza na Grupę oraz siłę wpływu Grupy na danego interesariusza.

Podczas badania istotności przeprowadzono dodatkowe wywiady i ankiety przede wszystkim z przedstawicielami upstream (dostawcami i partnerami biznesowymi).

Współpraca z interesariuszami odgrywa kluczową rolę w zapewnieniu transparentnej komunikacji, budowaniu trwałych relacji oraz uwzględnianiu ich opinii i potrzeb w strategii oraz modelu biznesowym Grupy. Aktywne zaangażowanie interesariuszy pozwala lepiej dostosować usługi i produkty do oczekiwań klientów, wzmacnia pozycję rynkową poprzez efektywną współpracę z partnerami i dostawcami, a także sprzyja utrzymaniu zaufania inwestorów dzięki rzetelnej komunikacji i raportowaniu wyników, a poprzez angażowanie pracowników przyczynia się do tworzenia atrakcyjnego środowiska pracy. Sposób angażowania interesariuszy wygląda następująco:

1. Inwestorzy

Grupa Wirtualna Polska Holding pozostaje w stałym kontakcie z akcjonariuszami i inwestorami oraz publikuje wyniki finansowe w cyklu rocznym i kwartalnym. Oprócz publikacji komunikatów i raportów, organizowane są cykliczne spotkania bezpośrednie i konferencje. Funkcjonuje też specjalnie przygotowana strona internetowa.

2. Partnerzy biznesowi i dostawcy

Sposób angażowania tej grupy interesariuszy to głównie spotkania biznesowe oraz udział w konferencjach i partnerstwo medialne z organizacjami. Media stanowią istotną grupę interesariuszy, z którą relacje opierają się na wzajemnym oddziaływaniu wizerunkowym i reputacyjnym. Grupa jako wydawca kształtuje opinie o innych podmiotach, będąc jednocześnie przedmiotem zainteresowania i ocen innych mediów. Ponadto w segmencie reklamowym media pełnią rolę partnerów biznesowych, którym Grupa udostępnia powierzchnię reklamową, co wymaga utrzymania wysokich standardów zaufania i przejrzystości komunikacji.

3. Społeczeństwo

Grupa zalicza tu przede wszystkim użytkowników serwisów, widzów i słuchaczy nadawanych programów. Zarządzanie zaangażowaniem tak szerokiej grupy interesariuszy odbywa się przede wszystkim przez cyklicznie przeprowadzane badania – badanie wizerunkowe Wirtualnej Polski, badanie satysfakcji z oferowanych usług i nowych funkcjonalności serwisów. Działa też Biuro Obsługi Klienta, które przyjmuje opinie i uwagi użytkowników. Użytkownicy mają też możliwość wzięcia udziału w szerszej dyskusji poprzez komentowanie informacji publikowanych w serwisach Grupy Wirtualna Polska Holding.

4. Użytkownicy

Grupa kładzie duży nacisk na poszanowanie praw konsumentów i użytkowników końcowych, traktując ich interesy oraz prawa człowieka jako fundament swojej strategii i modelu biznesowego. Współczesny model działalności Grupy opiera się na dbałości o zabezpieczenie prywatności, bezpieczeństwa danych oraz transparentność komunikacji z użytkownikami. Poprzez ciągłe monitorowanie ich potrzeb i opinii, Grupa podejmuje decyzje strategiczne, które wpływają na oferowane usługi tak, aby zaspokajały one zarówno krótkoterminowe, jak i długoterminowe oczekiwania konsumentów.

Specyfika modelu biznesowego Grupy wiąże się z wystąpieniem negatywnych wpływów. W segmencie turystyki, gdzie model opiera się na agregowaniu ofert zewnętrznych tour-operatorów, zidentyfikowano przypadki występowania różnic pomiędzy cenami prezentowanymi a ostatecznymi cenami imprez. Spółka prezentuje ceny udostępnione przez tour-operatorów i na żadnym etapie nie wpływa na ich poziom. W tym zakresie Grupa prowadzi intensywny dialog z tour-operatorami, stojąc na stanowisku, że powinni oni przesyłać

aktualne ceny do swoich pośredników. Dodatkowo, elementy strategii i wynikający z nich negatywny wpływ, takie jak personalizacja treści przy wykorzystaniu aktywności użytkowników do celów reklamowych, są realizowane ze szczególnym uwzględnieniem kwestii dotyczących prywatności użytkownika. Szczegółowy opis działań Grupy w tym obszarze jest opisany w sekcji S4-1.

W celu bieżącej weryfikacji skuteczności tych działań, Grupa pozostaje w stałym kontakcie z klientami oraz prowadzi regularne badania satysfakcji. Wyniki tych analiz pozwalają na dalsze dostosowywanie strategii i modelu biznesowego tak, aby skutecznie zaradzać zidentyfikowanym wpływom i wzmacniać pozytywne relacje z użytkownikami.

5. Instytucje państwowe, regulatorzy i organizacje branżowe

Grupa Wirtualna Polska Holding rozwija te relacje poprzez udział w konferencjach branżowych i konsultacjach oraz realizację obowiązków informacyjnych. Partnerstwa strategiczne oraz aktywność w organizacjach branżowych mają kluczowe znaczenie dla segmentów turystyki oraz mediów. Współpraca ta jest niezbędna do budowania stabilnych modeli operacyjnych, współtworzenia standardów rynkowych oraz zapewnienia wysokiej jakości usług i treści oferowanych w ramach całego ekosystemu Grupy. Partnerstwa medialne stanowią przy tym istotny element budowania zasięgów oraz wzmacniania pozycji rynkowej poszczególnych serwisów

6. Pracownicy i współpracownicy

Grupa Wirtualna Polska Holding kształtuje swoją strategię i model biznesowy, uwzględniając interesy, prawa i potrzeby swoich pracowników. Przedstawiciele Rady Pracowników WP Media uczestniczyli w procesie badania istotności (które jest podstawą do identyfikacji istotnych czynników i obszarów zrównoważonego rozwoju dla Grupy). Przeprowadzono anonimową ankietę i rozmowy z przedstawicielami Rady Pracowniczej WP Media. Dodatkowo szeroka grupa pracowników reprezentujących różne działy brała udział w ankietach przeprowadzonych na potrzeby badania istotności.

Grupa systematycznie analizuje wyniki współpracy z interesariuszami w tym wyniki badań, np. NPS czy wewnętrzne badania wśród pracowników są pokazywane na posiedzeniach Rad Nadzorczych i Zarządu. Dzięki temu Zarząd i Rada Nadzorcza mają pełny wgląd w opinie kluczowych grup interesariuszy i mogą podejmować świadome decyzje w zakresie strategii i modelu biznesowego Grupy Wirtualna Polska Holding. Szczegółowe informacje na temat badań wśród pracowników zostały ujawnione w sekcji S1-2. Istotne wpływy, ryzyka i szanse związane z pracownikami oraz ich wzajemne związki ze strategią i modelem biznesowym zostały opisane w SMB-3 ESRS S1.

SBM-3 ISTOTNE WPŁYWY, RYZYKA I SZANSE ORAZ ICH WZAJEMNE ZWIĄZKI ZE STRATEGIĄ I Z MODELEM BIZNESOWYM

Badanie istotności: istotne wpływy, ryzyka i szanse

W przeprowadzonym badaniu istotności zidentyfikowano obszary, w których Grupa Wirtualna Polska Holding wywiera istotne wpływy, ryzyka i szanse.

| Obszar | Rodzaj IRO | Opis | Segment | Miejsce w łańcuchu wartości | Horyzont Czasowy | Powiązanie z modelem biznesowym/strategią |
|--|-------------------------------|--|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|---|
| Zmiany klimatu | | | | | | |
| Adaptacja do zmiany klimatu | Ryzyko | Zakłócenia operacyjne wynikające ze zmian klimatycznych, takie jak ryzyko przerw w dostawie energii elektrycznej lub niestabilności w jej dostawach, które mogą wpływać na ciągłość usług cyfrowych oraz kluczowej infrastruktury danych dla prowadzenia działalności. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Średni, długi | Model Biznesowy |
| | Ryzyko | Ograniczona dostępność i wysokie koszty technologii poprawiającej efektywność energetyczną ograniczają ich wdrażanie, co przy rosnącym zapotrzebowaniu na energię prowadzi do wyższych kosztów operacyjnych.* | Wszystkie segmenty | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni, długi | Model Biznesowy |
| Adaptacja do zmiany klimatu | Ryzyko | Zakłócenia łańcucha wartości spowodowane fizycznymi zagrożeniami klimatycznymi w destynacjach turystycznych.* | Turystyka | Operacje własne, Upstream, Downstream | Krótki, średni, długi | Model Biznesowy |
| | Szansa | Dostosowanie infrastruktury IT do zmian klimatycznych jest nie tylko działaniem zmniejszającym ryzyko zakłóceń w działalności, lecz także szansą na zwiększenie efektywności operacyjnej i energetycznej organizacji.* | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model Biznesowy |
| Przeciwdziałanie zmianie klimatu (mitygacja) | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Obecne oraz rosnące emisje związane z infrastrukturą IT. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model Biznesowy |
| | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Wpływ na wzrost emisji śladu węglowego wynikający z aktywności użytkowników i konsumentów na cyfrowych platformach Grupy. | Wszystkie segmenty | Operacje własne, Downstream | Krótki, średni, długi | Model Biznesowy |
| | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Wpływ promocji i oddziaływania pośrednictwa w sprzedaży usług turystycznych na środowisko naturalne w całym łańcuchu wartości.* | Turystyka | Upstream, Downstream | Krótki, średni | Model biznesowy |
| | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Publikowanie treści podnoszących świadomość konsumentów w zakresie zmian klimatycznych i ochrony środowiska. | Reklama i Subskrypcje | Operacje własne | Średni | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| | Ryzyko | Presja na redukcję śladu węglowego oraz rosnące wymagania regulacyjne mogą prowadzić do wzrostu kosztów inwestycji w infrastrukturę. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Warunki rynkowe / czynniki zewnętrzne |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|--|--------------------|-----------------|-----------------------|--|
| Energia | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Wysokie i rosnące zużycie energii w centrach danych. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |
| Energia | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Pośrednie przyczynianie się do wykorzystania energii nieodnawialnej w sektorze turystycznym poprzez świadczenie usług ułatwiających dostęp do oferty.* | Turystyka | Upstream, | Krótki, średni | Model biznesowy |
| | Ryzyko | Wzrost kosztów energii. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Warunki rynkowe / czynniki zewnętrzne |
| | Szansa | Optymalizacja kosztów poprzez inwestycje w odnawialne źródła energii. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| | Szansa | Znaczna poprawa efektywności energetycznej. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Średni, długi | Model biznesowy |
| Własne zasoby pracownicze | | | | | | |
| Warunki pracy z zatrudnieniem | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Elastyczne formy pracy, w tym model hybrydowy oraz dostosowane grafiki, zwiększają satysfakcję i lojalność pracowników, jednocześnie wspierając inkluzywność oraz lepszą równowagę między życiem zawodowym a prywatnym. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Monitorowanie i zapewnianie konkurencyjnych rynkowo poziomów wynagrodzeń wspiera uczciwe warunki płacowe oraz godny poziom życia pracowników. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Warunki rynkowe / czynniki zewnętrzne |
| | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Programy dobrostanu pracowników, takie jak profilaktyczne badania zdrowotne, konsultacje psychologiczne oraz dostęp do cyfrowych platform wsparcia zdrowia psychicznego, wspierają zdrowie pracowników i ich ogólny dobrostan. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Gwałtowne zmiany technologiczne, presja wzrostu Grupy oraz rosnące wymagania regulacyjne mogą powodować chaos organizacyjny i zwiększać obciążenie pracą, prowadząc do stresu pracowników i obniżenia efektywności. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |
| Warunki pracy z zatrudnieniem | Ryzyko | Wzrost kosztów pracy oraz ograniczona dostępność wykwalifikowanych pracowników. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Warunki rynkowe / czynniki zewnętrzne |
| | Szansa | Wzrost konkurencyjności i poprawa efektywności dzięki rozwojowi strategii HR. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Warunki rynkowe / czynniki zewnętrzne |
| Równe traktowanie i równość szans | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Dostęp do szkoleń i programów rozwoju kompetencji umożliwia wszystkim pracownikom ciągłe podnoszenie kwalifikacji, niezależnie od pełnionej roli. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Wspieranie różnorodności oraz rozwoju pracowników, realizowane poprzez wdrażanie polityki różnorodności i powiązanych programów edukacyjnych. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Nierówności płacowe między kobietami a mężczyznami; w 2024 roku niekorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami w Grupie wyniosła 22%. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |

| Konsumenci i użytkownicy końcowi | | | | | | |
|--|-------------------------------|--|-----------------------|---------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| Wpływ informacji na konsumentów i użytkowników końcowych | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Treści tworzone przez WP, oparte na procedurach fact-checkingu, przyczyniają się do kształtowania bezstronnej debaty publicznej. | Reklama i Subskrypcje | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |
| | Szansa | Zapewnienie niezależności i budowanie zaufania poprzez zwiększanie udziału w rynku dzięki tworzeniu rzetelnych, opartych na procedurach fact-checkingu treści. | Reklama i Subskrypcje | Operacje własne | Długi | Model biznesowy |
| | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Zdarzyły się przypadki występowania różnic pomiędzy cenami prezentowanymi a ostatecznymi cenami imprez turystycznych dla części wyników wyszukiwania. Spółka prezentuje ceny udostępnione przez tour-operatorów i na żadnym etapie nie wpływa na ich poziom. W tym zakresie Grupa prowadzi intensywny dialog z tour-operatorami, stojąc na stanowisku, że powinni oni przysyłać aktualne ceny do swoich pośredników. | Turystyka | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni | Model biznesowy |
| Bezpieczeństwo osobiste konsumentów i/lub użytkowników końcowych | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Silna ochrona danych użytkowników pozytywnie wpływa na poczucie bezpieczeństwa oraz zaufanie do platform Grupy. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |
| | Ryzyko | Ryzyko naruszeń cyberbezpieczeństwa, w tym naruszeń RODO oraz wycieków danych, może prowadzić do kar regulacyjnych, roszczeń odszkodowawczych oraz kosztów związanych z reagowaniem na incydenty i przywracaniem systemów, a także do długofalowych strat wynikających z utraty reputacji i spadku zaufania klientów. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Warunki rynkowe / czynniki zewnętrzne |
| Odpowiedzialne praktyki marketingowe | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Wykorzystywanie aktywności użytkowników do celów reklamowych i sprzedażowych, na przykład w celu personalizacji treści. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |
| Dostęp do produktów i usług | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Poprawa dostępu do oferty turystycznej dzięki obecności punktów sprzedaży w mniejszych miejscowościach. Rozwój kanału online umożliwia porównywanie cen i zwiększa transparentność. | Turystyka | Operacje własne, Downstream | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |
| | Ryzyko | Systemowe ryzyko ograniczonej dostępności i zakłóceń operacyjnych dla OTA (internetowych biur podróży), obejmujące m.in. niewypłacalność partnerów, pandemię, interwencje regulacyjne oraz ograniczenia w podróżowaniu. | Turystyka | Operacje własne, Upstream, Downstream | Średni, długi | Model biznesowy |
| | Ryzyko | Incydenty lub sabotaż infrastruktury krytycznej mogą prowadzić do destabilizacji działalności Grupy oraz ograniczenia dostępu do jej usług. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Model biznesowy |

| Praktyki biznesowe | | | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|--|--------------------|---------------------------|-----------------------|--|
| Kultura korporacyjna | Pozytywny wpływ (rzeczywisty) | Dzięki działaniom Komitetu ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju przy Radzie Nadzorczej, powiązaniu finansowania bankowego z celami ESG oraz obowiązującym kodeksom etycznym, firma włącza kwestie ESG do procesów decyzyjnych i finansowych, wzmacniając transparentność i utrzymując wysokie standardy etyczne. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| Kultura korporacyjna | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Wyzwania związane z zapewnieniem zgodności regulacyjnej oraz utrzymaniem spójnych procedur korporacyjnych w wielu jurysdykcjach mogą prowadzić do fragmentacji ładu organizacyjnego i pojawiania się niespójności, które osłabiają kulturę korporacyjną i ograniczają współpracę.* | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Strategia Grupy |
| | Ryzyko | Prowadzenie działalności w wielu jurysdykcjach zwiększa złożoność wymogów regulacyjnych, co wiąże się z ryzykiem niezgodności, możliwością nałożenia kar finansowych oraz wyższymi kosztami administracyjnymi. | Wszystkie segmenty | Operacje własne | Średni | Strategia Grupy |
| | Szansa | Wzmacnianie obszarów compliance i ładu korporacyjnego poprzez innowacje stwarza możliwość usprawnienia procesów, automatyzacji zarządzania wymaganiami regulacyjnymi oraz optymalizacji kosztów operacyjnych.* | Wszystkie segmenty | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| Zarządzanie relacjami z dostawcami | Negatywny wpływ (rzeczywisty) | Ograniczone możliwości monitorowania zgodności dostawców obniżają przejrzystość i spójność nadzoru, utrudniając egzekwowanie Grupowych wartości i standardów w całym łańcuchu dostaw. | Wszystkie segmenty | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |
| Korupcja i łapownictwo | Ryzyko | Zagrożenie wystąpieniem zachowań korupcyjnych (również wśród dostawców i partnerów biznesowych). | Wszystkie segmenty | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni, długi | Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy |

*IRO dodane w 2025 roku.

Istotne wpływy, ryzyka i szanse oraz odporność strategii i modelu biznesowego

W ramach przeprowadzonego badania istotności Grupa Wirtualna Polska Holding (Grupa) zidentyfikowała kluczowe istotne wpływy, ryzyka oraz szanse w kontekście strategii i modelu biznesowego. Zidentyfikowane IRO (istotne wpływy, ryzyka i szanse) są objęte strategią i działaniami strategicznymi Grupy, a każdy obszar jest zarządzany przez właścicieli poszczególnych obszarów. Ujawnienia dotyczące istotnych wpływów, ryzyk i szans oraz ich wzajemnych związków ze strategią i modelem biznesowym znajdują się w ujawnieniach SBM-3 dla poszczególnych obszarów. Grupa nie zidentyfikowała bieżących skutków finansowych istotnych ryzyk i szans.

Zarządzanie wpływami, ryzykami i szansami związanymi z klimatem zostało opisane w ujawnieniach E1-2 i E1-3, w tym w Polityce Klimatycznej i Środowiskowej. Kwestie związane z pracownikami są zarządzane między innymi poprzez polityki opisane w S1-1, S1-3 i S1-4, obejmujące Politykę Różnorodności i Kodeks Etyki. Kwestie użytkowników stanowią priorytet dla Grupy, a zarządzanie wpływami, ryzykami i szansami w tym zakresie opisano w S4-1, S4-2 i S4-3, w tym w Kodeksie Etyki Dziennikarskiej, działaniach związanych z cyberbezpieczeństwem, ochroną prywatności oraz Polityce Danych Osobowych. Kwestie ładu korporacyjnego zostały omówione w G1-1, G1-2 i G1-3, w tym w Kodeksie Etyki, Kodeksie Postępowania dla Dostawców oraz w regulacjach dotyczących przeciwdziałania korupcji i przekupstwu.

Strategia zrównoważonego rozwoju oraz opisane powyżej działania zapewniają, zdaniem Grupy, odporność na istotne ryzyka i wpływy w krótkim i średnim horyzoncie czasowym. Jednocześnie Grupa planuje systematycznie monitorować zidentyfikowane IRO, aby ocenić swoją długoterminową odporność, szczególnie w kontekście zmian klimatu oraz regulacji i oczekiwań interesariuszy. W dłuższym horyzoncie czasowym konieczne może być dalsze dostosowywanie strategii oraz modeli operacyjnych w celu utrzymania stabilności i konkurencyjności Grupy.

Zmiany w porównaniu z poprzednim rokiem sprawozdawczym

W 2025 roku Grupa Wirtualna Polska Holding dokonała aktualizacji badania podwójnej istotności, co skutkowało zmianami w wykazie zidentyfikowanych IRO w porównaniu z poprzednim okresem sprawozdawczym. Zmiany te wynikają głównie ze zmiany struktury Grupy. Przez akwizycję Grupy Invia, wzrosła waga segmentu turystyki przy spadku udziału segmentu mediów. W związku z tym część IRO specyficznych dla sektora turystycznego przekroczyła próg istotności i zostało dodane do listy. W obszarze zmiany klimatu (E1) dodano nowe istotne negatywne wpływy o charakterze rzeczywistym: wpływ promocji i oddziaływania pośrednictwa w sprzedaży usług turystycznych na środowisko naturalne w całym łańcuchu wartości oraz pośrednie przyczynianie się do wykorzystania energii nieodnawialnej w sektorze turystycznym poprzez świadczenie usług ułatwiających dostęp do oferty. Część IRO specyficznych dla działalności medialnej, w skali całej Grupy, obecnie znalazła się poniżej przyjętego progu istotności, jednak dalej pozostają istotne z perspektywy segmenty, w tym szansa: „Dążenie do pełnienia roli rzecznika grup niedoreprezentowanych w debacie publicznej poprzez wysokiej jakości dziennikarstwo może w długim terminie wzmacniać zaufanie odbiorców oraz wyróżniać Grupę na rynku medialnym”. W obszarze ładu korporacyjnego (G1) usunięto pozytywny wpływ: „Wdrożony mechanizm skargowy umożliwia zarówno pracownikom, jak i interesariuszom zewnętrznym zgłaszanie naruszeń”, ponieważ uznano, że wynika on z obowiązków prawnych. Dodatkowo, ryzyko związane z niewykryciem wszystkich przypadków dyskryminacji i mobbingu znalazło się poniżej progu istotności ze względu na działania związane z rozbudową systemu zgłaszania nieprawidłowości. W celu poprawy czytelności raportowania dla interesariuszy, Grupa dokonała konsolidacji (połączenia) wybranych, pokrewnych IRO, w tym pozytywne wpływy w obszarze G1. Pozwoliło to na uniknięcie rozdrobnienia danych i lepsze przedstawienie kluczowych zależności między strategią a kwestiami zrównoważonego rozwoju.

I IRO-1 OPIS PROCESU SŁUŻĄCEGO DO IDENTYFIKACJI I OCENY ISTOTNYCH WPŁYWÓW, RYZYK I SZANS

Badanie istotności

Grupa Wirtualna Polska Holding w roku 2023 i 2024 przeprowadziła badanie istotności, a w 2025 zaktualizowała je ze względu na zmianę w strukturze Grupy po przejęciu Grupy Invia w maju 2025 roku.

W 2023 roku badanie istotności zostało przeprowadzone ze wsparciem podmiotu zewnętrznego - firmy doradczej zgodnie z metodyką MAX 4 - MATERIALITY ASSESSMENT MATRIX w wersji czwartej, które opiera się na analizie matrycowej wyników oceny poszczególnych wpływów ryzyk i szans z perspektywy istotności wpływu i istotności finansowej. Przedmiotem badania były wpływy, ryzyka i szanse związane ze wszystkimi 90 zagadnieniami zrównoważonego rozwoju uwzględnionymi w tabeli zawartej w AR16 ESRS 1.

W badaniu wykorzystano następujące źródła informacji:

- analiza informacji na temat modelu biznesowego i strategii Grupy,
- analiza modelu łańcucha wartości Grupy,
- analiza porównawcza 17 podmiotów z sektora mediów z Polski i ze świata pod kątem tego, jakie istotne wpływy, ryzyka i szanse identyfikują te podmioty w swoich raportach zrównoważonego rozwoju,
- badanie kwestionariuszowe przeprowadzone na grupie 25 przedstawicieli wszystkich kluczowych obszarów zarządzania w Grupie Wirtualna Polska Holding (do grupy należeli między innymi przedstawiciele zarządu, wyższej kadry zarządzającej spółki),
- szczegółowe badanie kwestionariuszowe przeprowadzone z 25 ekspertami obszarowymi w Grupie,
- ocena szczegółowych parametrów istotności wpływu i istotności finansowej zrealizowana przez troje ekspertów doradcy zewnętrznego,
- badanie kwestionariuszowe i strukturyzowane wywiady z 8 przedstawicielami kluczowych grup interesariuszy zewnętrznych Grupy Wirtualna Polska Holding.

W powyższym badaniu brali udział przedstawiciele pracowników, którzy są jedną z grup interesariuszy dotkniętych wpływem. W badaniu nie uczestniczyli inni interesariusze bezpośrednio dotknięci wpływem.

Badanie to zostało rozszerzone o identyfikację konkretnych wpływów, ryzyk i szans przez grono wewnętrznych ekspertów w Grupie. Proces opierał się na warsztatach z uczestnikami odpowiedzialnymi za wybrane obszary w Grupie oraz uwzględniał elementy procesu należytej staranności, w tym analizę łańcucha wartości oraz analizę mapy ryzyk dla Grupy. Eksperti wewnętrzni korzystali z danych wewnętrznych, np. wnioski z badań kwestionariuszowych, raporty NPS, czy badania satysfakcji, jak i na danych zewnętrznych, np. raporty zrównoważonego rozwoju, narzędzie Klimada 2.0, czy raporty branżowe. Po zakończonej identyfikacji wpływów, ryzyk i szans, przydzielona została ocena, zgodnie z parametrami określonymi przez ESRS. Proces identyfikacji i oceny wpływów, ryzyk i szans jest powiązany z elementami należytej staranności funkcjonującymi w Grupie, w szczególności z analizą łańcucha wartości oraz mapą ryzyk. W procesie oceny Grupa uwzględniła współzależność między istotnością wpływu a istotnością finansową. Zidentyfikowane istotne wpływy zostały poddane analizie pod kątem możliwości generowania ryzyk lub szans. Równolegle, Grupa dokonała analizy swoich zależności od kluczowych zasobów (np. dostępu do energii elektrycznej, dostępności wykwalifikowanych pracowników), oceniając, w jaki sposób ewentualne zakłócenia w tych zależnościach mogą przełożyć się na ryzyka dla kontynuacji działalności lub wyników finansowych. Efektem końcowym tej części badania istotności jest identyfikacja istotnych wpływów, ryzyk i szans opisanych w ujawnieniu SBM-3.

Identyfikacja i ocena wpływów, ryzyk i szans były ściśle związane ze zidentyfikowanymi rodzajami działalności i relacjami biznesowymi Grupy w ramach całego łańcucha wartości, którego model został opracowany przez grupę roboczą. Łańcuch wartości stanowił podstawę do analizy faktycznych i potencjalnych wpływów wywieranych przez Grupę, poprzez analizę m.in. dostawców Grupy (do której zaliczono również kontrahentów Grupy i partnerów biznesowych), oferowanych produktów i usług, strukturę organizacyjną, klientów i użytkowników końcowych produktów i usług oferowanych przez Grupę, a także zużycie sprzętu i zarządzanie odpadami.

Opis procesów służących do identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans (G1)

Działalności, relacje biznesowe, obszary geograficzne i inne czynniki, które powodują podwyższone ryzyko wpływów zostały ustalone w oparciu o strukturę zarządzania Grupą Wirtualna Polska, która jest odzwierciedlona przez główne segmenty działalności Grupy: (1) Segment Reklama i Subskrypcje, (2) Segment Turystyka; (3) Segment Finanse Konsumenckie; (4) Segment Pozostałe. Segmenty odzwierciedlają również podział ze względu na różne modele generowania przychodów i wyników, odmienne modele biznesowe, a także różne czynniki, szanse i ryzyka, które wpływają na dane obszary, a które są bardziej podobne w ramach jednego segmentu. Ze względu na istotność poszczególnych segmentów w Grupie, analiza koncentrowała się przede wszystkim na segmentach Reklama i Subskrypcje oraz Turystyka. Nie ograniczała się jednak wyłącznie do tych obszarów, obejmując również segmenty Finanse Konsumenckie i Pozostałe.

W 2025 roku badanie zostało rozszerzone o wyniki badania istotności przeprowadzonego przez Grupę Invia. W Grupie Invia badanie istotności zostało przeprowadzone w ramach ustrukturyzowanego, wieloetapowego procesu DMA, który obejmował udział ponad 30 interesariuszy, dedykowane warsztaty dotyczące kwestii środowiskowych i społecznych oraz szczegółową analizę i ocenę wpływów, ryzyk i szans w całym łańcuchu wartości. Dzięki temu procesowi wpływy, ryzyka i szanse związane zostały ujęte w sposób adekwatny do specyfiki działalności turystycznej.

W trakcie aktualizacji badania istotności przez WPH, aktualna lista wpływów, ryzyk i szans została rozszerzona o te związane z segmentem turystycznym, a także ich waga, ze względu na wzrost znaczenie segmentu turystycznego w Grupie została dostosowana. Badanie istotności odzwierciedla wagę segmentów w proforma EBITDA Grupy w 2024 roku. W ramach aktualizacji badania istotności została również przeprowadzona analiza peer group przez konsultantów zewnętrznych. Zostały przeprowadzone warsztaty wewnętrzne w celu uspołnienia końcowej listy wpływów ryzyk i szans, a także istotnych tematów i podtematów. Szczegółowy opis parametrów technicznych procesu identyfikacji wpływów, ryzyk i szans dla klimatu znajduje się w sekcji E1.

Wyniki zaktualizowanego badania istotności zostały zaakceptowane przez Członka Zarządu WPH Holding odpowiedzialnego za obszar zrównoważonego rozwoju, Elżbietę Bujniewicz-Belkę, a także zostały przedstawione podczas Komitetu ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju 07.11.2025 roku. Grupa planuje aktualizować badanie istotności w cyklu co 2–3 lata, a także każdorazowo w przypadku istotnych zmian w działalności.

Listę tematów i podtematów, stanowiących o kwestiach zrównoważonego rozwoju, która została wzięta do analizy, została zaproponowana w wymaganiu AR 16 Załącznika A do Załącznika 1 do Rozporządzenia delegowanego, wprowadzonego aktem delegowanym Komisji (UE) nr 2023/2772 z 22 grudnia 2023, wraz ze sprostowaniem z 18 kwietnia 2024. Zgodnie z zasadą 3x3x3 Dyrektywy CSRD uwzględniano w ramach analizowanych tematów i podtematów także inne wskazania interesariuszy. Grupa rozważyła również kwestie specyficzne dla jednostki, jednak nie zidentyfikowała takich tematów.

Perspektywa istotności wpływu

Ocenie podlegały cztery parametry istotności wpływu, tj. siła wpływu, zakres wpływu i nieodwracalny charakter wpływu (dla wpływów negatywnych) oraz prawdopodobieństwo wystąpienia wpływu (dla wpływów potencjalnych):

- Siła wpływu określa to, jak poważne mogą być skutki tego wpływu. W przypadku zagadnień środowiskowych chodzi o szkody wyrządzane w środowisku naturalnym. W przypadku zagadnień społecznych chodzi o negatywne skutki dla poszczególnych osób lub ich grup.
- Zakres wpływu określa to, jak szeroko mogą sięgać skutki wpływu. W przypadku zagadnień środowiskowych będzie to obszar geograficzny. W przypadku zagadnień społecznych zakres jest rozumiany jako liczba lub odsetek osób dotkniętych wpływem.
- Prawdopodobieństwo wystąpienia wpływu określa to, czy wpływ obecnie występuje, czy też może wystąpić w przyszłości.

- Nieodwracalny charakter określa, czy możliwe jest naprawienie skutków wpływu wywieranego przez Grupę WPH na dane zagadnienie, a jeśli tak, to na ile jest skomplikowane, czasochłonne lub wymagające odpowiednich środków.

Dla każdego z parametrów Grupa przydzieliła ocenę od 1 do 5. Dotkliwość wpływu była ustalana jako średnia skali, zakresu i nieodwracalnego charakteru wpływu. Dotkliwość wpływu była następnie ważona prawdopodobieństwem jego wystąpienia. Grupa zastosowała próg istotności =2. Oprócz powyższych parametrów, do każdego wpływu został przypisany horyzont czasowy, wskazany segment w Grupie, a także miejsce występowania w łańcuchu wartości.

Perspektywa istotności finansowej

Istotność finansową ustalono poprzez identyfikację i ocenę ryzyk i szans związanych z poszczególnymi zagadnieniami zrównoważonego rozwoju z wykorzystaniem następujących parametrów:

1. Skalę skutków danego ryzyka lub szansy, która określa jak dotkliwe dla Grupy Wirtualna Polska Holding skutki występują, jeśli dane ryzyko wystąpi (w przypadku ryzyka) lub jak znaczące mogą być korzystne skutki, jeśli dana szansa wystąpi i zostanie wykorzystana (w przypadku szans). Ryzyka i szanse rozważane były w kontekście wyników finansowych, rozwoju Grupy czy reputacji. Każde ryzyko czy szansa otrzymało ocenę w skali od 1 do 5.
2. Prawdopodobieństwo wystąpienia danego ryzyka lub szansy zostało ocenione podobnie, jak w przypadku prawdopodobieństwa wpływu. Każde ryzyko czy szansa otrzymało ocenę w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „odległe”, a 5 oznacza „obecne”.

Istotność ryzyka czy szansy została policzona poprzez funkcję matematyczną: skala skutku ważona prawdopodobieństwem jego wystąpienia. Proóg istotności również wynosi 2.

Opis procesów identyfikacji i oceny związanych z klimatem istotnych wpływów, ryzyk i szans

Wewnętrzny zespół Grupy przeprowadził analizę działalności własnej oraz łańcucha wartości (upstream i downstream) pod kątem wpływów, ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu. Proces identyfikacji wpływów opierał się na analizie źródeł emisji gazów cieplarnianych, identyfikując infrastrukturę IT i użytkowanie usług i produktów Grupy jako kluczowe obszary. Ocena, oparta na wiedzy i analizach zespołu, wykazała, że działalność Grupy generuje zarówno pozytywne, jak i negatywne wpływy na zmiany klimatu. Do pozytywnych wpływów zaliczono działania medialne zwiększające świadomość konsumentów na temat zmian klimatu. Negatywne wpływy wynikają głównie z emisji gazów cieplarnianych związanych z infrastrukturą IT, z użytkowaniem produktów i usług cyfrowych Grupy i rosnącego zapotrzebowania na energię. W całym łańcuchu wartości negatywny wpływ związany jest również z promocją i pośrednictwem w sprzedaży usług turystycznych, generującym emisje dostawców i konsumentów, a także z pośrednim przyczynianiem się do wykorzystania energii nieodnawialnej w sektorze turystycznym poprzez świadczenie usług ułatwiających dostęp do oferty.

W 2021 roku Grupa Wirtualna Polska przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk ESG, czyli ryzyk oraz wynikających z nich zagrożeń i szans w zakresie zmian klimatu, zagadnień środowiska naturalnego, spraw społecznych, pracowniczych i praw człowieka. Analiza została przeprowadzona we współpracy z zewnętrzną firmą doradczą, zgodnie z metodologią AXIS® (Amplification, eXclusion, Intensification, Seizure), w czteroetapowym procesie uwzględniającym m.in. analizę porównawczą, kwestionariuszową, ilościową i jakościową. Proces ten bazuje na założeniach zgodnych z normą ISO 31000 Risk management. W 2025 roku, analiza została wzbogacona o identyfikację ryzyk fizycznych przeprowadzonych przez Grupę Invia. Proces ten uwzględniał analizę scenariuszową (RCP 4.5 oraz RCP 8.5) oraz ocenę ekspozycji finansowej w horyzoncie krótkim, średnim i długoterminowym. Wyniki tej analizy zostały zintegrowane z ogólnym procesem identyfikacji istotnych wpływów, ryzyk i szans Grupy. Wyniki uproszczonej analizy scenariuszowej oraz jakościowa ocena odporności modelu biznesowego i strategii Grupy na zidentyfikowane czynniki zostały opisane w ujawnieniu E1 SBM-3.

W ramach analizy procesów przejścia, Grupa zidentyfikowała obszary działalności oraz aktywa, w przypadku których uwzględnienie przejścia na gospodarkę neutralną dla klimatu wymagać będzie znaczących starań. W obszarze usług turystycznych, mimo że Grupa pełni rolę pośrednika w sprzedaży, operuje ona w sektorze, którego charakterystyka utrudnia szybkie przystosowanie do wymogów neutralności klimatycznej (m.in. ze względu na zależność od transportu lotniczego). W zakresie działalności cyfrowej, znaczące starania dotyczą łańcucha wartości (Zakres 3), w tym emisji związanych z wytworzeniem infrastruktury IT oraz energii zużywanej podczas użytkowania produktów i usług Grupy przez odbiorców końcowych, co pozostaje pod wpływem czynników zewnętrznych i tempa dekarbonizacji gospodarki. Ponadto, na moment raportowania, główne działalności Grupy nie są objęte kryteriami technicznej sprawdzalności w ramach obecnych aktów delegowanych do Taksonomii UE (jako działalność kwalifikująca się).

Założenia klimatyczne użyte w ocenie ryzyk nie odbiegają od założeń przyjętych przy sporządzaniu sprawozdania finansowego, a zidentyfikowane ryzyka nie wpłynęły na moment raportowy na wycenę aktywów ani konieczność dokonania odpisów.

Opis procesów identyfikacji i oceny wpływów, ryzyk i szans dla ESRS E2, E3, E4 i E5

Analiza istotności w zakresie wpływów, ryzyk i szans dla obszarów: Zanieczyszczenia (ESRS E2), Woda i zasoby morskie (ESRS E3), Bioróżnorodność i ekosystemy (ESRS E4) oraz Wykorzystanie zasobów i gospodarka o obiegu zamkniętym (ESRS E5) została przeprowadzona przy udziale doradcy zewnętrznego oraz wewnętrznego zespołu Grupy Wirtualna Polska Holding. Ocenie poddano cały łańcuch wartości (upstream i downstream) w kontekście potencjalnych wpływów, ryzyk i szans.

ESRS E2 – Zanieczyszczenia

Analiza wykazała, że działalność Grupy oraz jej łańcuch wartości nie generują istotnych zanieczyszczeń, ponieważ zarówno dostawcy (np. pośrednicy reklamowi, agencje marketingowe, biura podróży, instytucje finansowe oferujące produkty finansowe), jak i wszystkie spółki w Grupie świadczą usługi, a sprzedaż odbywa się drogą internetową. Grupa działa w modelu asset-light, a żadne z wynajmowanych biur nie generuje istotnych zanieczyszczeń.

ESRS E3 – Woda i zasoby morskie

Analiza wykazała, że działalność Grupy oraz jej łańcuch wartości nie mają istotnego wpływu na zasoby wodne i morskie, ponieważ zarówno dostawcy, jak i wszystkie spółki w Grupie świadczą usługi, a sprzedaż odbywa się głównie drogą internetową, co nie wiąże się z intensywnym wykorzystaniem wody ani ingerencją w ekosystemy wodne. Wynajmowane biura zużywają jedynie standardowe ilości wody związane z codziennym użytkowaniem, co nie stanowi istotnego negatywnego wpływu ani ryzyka środowiskowego.

ESRS E4 – Bioróżnorodność i ekosystemy

Ocena, oparta na wiedzy i opinii zespołu, wykazała, że działalność Grupy oraz jej dostawców i klientów nie generuje istotnych wpływów na ekosystemy ani nie wykazuje zależności od bioróżnorodności i ekosystemów. Dostawcy Grupy oferują głównie usługi niemające wpływu na bioróżnorodność ani na zasoby naturalne. Podobnie klienci Grupy, którymi są użytkownicy stron i portali internetowych, nie wywierają istotnego wpływu na ekosystemy w ramach korzystania z oferowanych usług. Biura i serwerownie znajdują się wyłącznie w zurbanizowanych obszarach miejskich, co oznacza brak ingerencji w obszary wrażliwe pod względem bioróżnorodności. Spółka pod marką WP Naturalnie posiada dwie farmy fotowoltaiczne, jednak nie znajdują się one na obszarze Natura 2000. W ramach analizy uwzględniono również ryzyka systemowe, ryzyka i szanse przejścia jak i ryzyka i szanse fizyczne związane z bioróżnorodnością i ekosystemami, nie stwierdzono jednak, istotnej szansy czy ryzyka.

ESRS E5 – Wykorzystanie zasobów oraz gospodarka o obiegu zamkniętym

Ocena, oparta na wiedzy i opinii zespołu, wykazała, że działalność Grupy oraz jej dostawców i klientów nie generuje istotnych wpływów w tym zakresie, ponieważ Grupa oraz jej partnerzy biznesowi świadczą głównie usługi, które nie wiążą się z intensywnym zużyciem zasobów ani wytwarzaniem znaczących ilości odpadów. Biura znajdują się w obszarach miejskich i generują głównie odpady komunalne, które podlegają segregacji zgodnie z obowiązującymi regulacjami. Grupa korzysta ze sprzętu IT na potrzeby pracy biurowej, jednak jego zużycie materiałowe jest nieistotne, a wycofane urządzenia są utylizowane zgodnie z obowiązującymi przepisami. Nie zidentyfikowano istotnych ryzyk i szans w tym obszarze.

W związku z brakiem istotnych wpływów w wymienionych obszarach nie przeprowadzano konsultacji zewnętrznych z dotkniętymi społecznościami, a obszary ESRS E2, E3, E4 i E5 zostały wyłączone z raportowania.

Dodatkowo, Grupa Wirtualna Polska nie prowadzi działalności lobbingowej i nie wnosi wkładów finansowych i rzeczowych o charakterze politycznym. Z tego względu obszar G1-5 został uznany za nieistotny. Grupa nie zidentyfikowała istotnych wpływów, ryzyk i szans w związku z praktykami płatniczymi. W związku z tym obszar G1-6 został również uznany za nieistotny.

Proces priorytetyzacji i monitorowania wpływów, ryzyk i szans, opis procesu decyzyjnego oraz powiązanych procedur kontroli wewnętrznej, a także integracja zarządzania wpływami i ryzykami zrównoważonego rozwoju z ogólnym systemem zarządzania ryzykiem Grupy zostały opisane w ujawnieniach GOV-2 i GOV-5.

Wyniki badania istotności

W wyniku badania istotności zostały zidentyfikowane istotne wpływy, ryzyka i szanse, a także odpowiadające im punkty danych ESRS. Punkty te odnoszą się do obszarów ESRS E1, ESRS S1, ESRS S4 i ESRS G1.

—

I IRO-2 WYMOGI DOTYCZĄCE UJAWNIANIA INFORMACJI W RAMACH ESRS OBJĘTE OŚWIADCZENIEM JEDNOSTKI DOTYCZĄCYM ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

W celu ustalenia zakresu informacji wymagających ujawnienia, Grupa przeprowadziła proces mapowania istotnych IRO na wymogi ujawnieniowe oraz poszczególne punkty danych określone w standardach ESRS. Wybór prezentowanych informacji został dokonany poprzez ocenę ich istotności w stosunku do specyfiki zidentyfikowanych wpływów, ryzyk i szans, co pozwoliło na zapewnienie spójności między wynikami badania istotności a zakresem danych niefinansowych zawartych w niniejszym raporcie.

TABELA 1. TABELA ZGODNOŚCI ZE STANDARDEM ESRS:

| Nr ujawnienia | Nazwa ujawnienia | Nr strony |
|--|---|-----------|
| ESRS 2 Ogólne ujawnienie informacji | | |
| BP-1 | Ogólna podstawa sporządzenia oświadczeń dotyczących zrównoważonego rozwoju | 96 |
| BP-2 | Ujawnianie informacji w odniesieniu do szczególnych okoliczności | 97 |
| GOV-1 | Rola organów administrujących, zarządzających i nadzorczych | 99 |
| GOV-1 G1 | Rola organów administrujących, zarządzających i nadzorczych | 99 |
| GOV-2 | Informacje przekazywane organom administrującym, zarządzającym i nadzorczym jednostki oraz podejmowane przez nie kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem | 101 |
| GOV-3 | Uwzględnianie wyników związanych ze zrównoważonym rozwojem w systemach zachęt. | 102 |
| GOV-3 E1 | Uwzględnianie wyników związanych ze zrównoważonym rozwojem w systemach zachęt | 102 |
| GOV-4 | Oświadczenie dotyczące należytej staranności | 103 |
| GOV-5 | Zarządzanie ryzykiem i kontrole wewnętrzne nad sprawozdawczością w zakresie zrównoważonego rozwoju | 104 |
| SBM-1 | Strategia, model biznesowy i łańcuch wartości | 105 |
| SBM-2 | Interesy i opinie zainteresowanych stron | 105 |
| SBM-2 S1 | Interesy i opinie zainteresowanych stron | 110 |
| SBM-2 S4 | Interesy i opinie zainteresowanych stron | 110 |
| SBM-3 | Istotne wpływy, ryzyka i szanse oraz ich wzajemne związki ze strategią i z modelem biznesowym | 112 |
| IRO-1 | Opis procesu służącego do identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans | 117 |
| IRO-1 G1 | Opis procesów służących do identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans | 118 |
| IRO-1 E1 | Opis procesów identyfikacji i oceny związanych z klimatem istotnych wpływów, ryzyk i szans | 119 |
| IRO-1 E2 | Opis procesów identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans związanych z zanieczyszczeniem | 120 |
| IRO-1 E3 | Opis procesów identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans związanych z wodą i zasobami morskimi | 120 |
| IRO-1 E4 | Opis procesów identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans związanych z bioróżnorodnością i ekosystemami | 120 |
| IRO-1 E5 | Opis procesów identyfikacji i oceny istotnych wpływów, ryzyk i szans związanych z wykorzystaniem zasobów oraz gospodarki o obiegu zamkniętym | 121 |
| IRO-2 | Wymogi dotyczące ujawniania informacji w ramach ESRS objęte oświadczeniem jednostki dotyczącym zrównoważonego rozwoju | 121 |
| ESRS E1 Zmiana klimatu | | |
| E1-1 | Plan przejścia na potrzeby łagodzenia zmiany klimatu | 130 |
| SBM-3 | Istotne wpływy, ryzyka i szanse oraz ich wzajemne związki ze strategią i z modelem biznesowym | 130 |
| E1-2 | Polityki związane z łagodzeniem zmiany klimatu i przystosowaniem się do niej | 132 |
| E1-3 | Działania i zasoby w odniesieniu do polityki klimatycznej | 133 |
| E1-4 | Cele związane z łagodzeniem zmiany klimatu i przystosowaniem się do niej | 134 |
| E1-5 | Zużycie energii i koszyk energetyczny | 136 |
| E1-6 | Emisje gazów cieplarnianych zakresów 1, 2 i 3 brutto oraz całkowite emisje gazów cieplarnianych | 138 |

| | | |
|---|---|---|
| E1-7 | Projekty usuwania gazów cieplarnianych i ograniczania emisji gazów cieplarnianych finansowane za pomocą jednostek emisji dwutlenku węgla | 142 |
| E1-8 | Ustalanie wewnętrznych cen emisji dwutlenku węgla | 142 |
| E1-9 | Przewidywane skutki finansowe wynikające z istotnych ryzyk fizycznych i ryzyk przejścia oraz potencjalnych szans związanych z klimatem | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR51. |
| ESRS S1 Własne zasoby pracownicze | | |
| SBM-3 | Istotne wpływy, ryzyka i szanse oraz ich wzajemne związki ze strategią i z modelem biznesowym | 157 |
| S1-1 | Polityki związane z własnymi zasobami pracowniczymi | 158 |
| S1-2 | Procedury współpracy z własnymi zasobami pracowniczymi i przedstawicielami pracowników w kwestiach wpływów | 160 |
| S1-3 | Procesy naprawy skutków negatywnych wpływów i kanały zgłaszania wątpliwości przez własne zasoby pracownicze | 162 |
| S1-4 | Podejmowanie działań dotyczących istotnych wpływów na własne zasoby pracownicze oraz stosowanie podejść służących zarządzaniu istotnymi ryzykami i wykorzystywaniu istotnych szans związanych z własnymi zasobami pracowniczymi oraz skuteczność tych działań | 162 |
| S1-5 | Cele dotyczące zarządzania istotnymi negatywnymi wpływami, zwiększania pozytywnych wpływów i zarządzania istotnymi ryzykami i szansami | 165 |
| S1-6 | Charakterystyka pracowników jednostki | 166 |
| S1-7 | Charakterystyka osób niebędących pracownikami stanowiących własne zasoby pracownicze jednostki | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR51. |
| S1-8 | Zakres rokowań zbiorowych i dialogu społecznego | 171 |
| S1-9 | Mierniki różnorodności | 172 |
| S1-10 | Adekwatna płaca | 172 |
| S1-11 | Ochrona socjalna | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR51. |
| S1-12 | Osoby z niepełnosprawnościami | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR51. |
| S1-13 | Mierniki dotyczące szkoleń i rozwoju umiejętności | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR51. |
| S1-14 | Mierniki bezpieczeństwa i higieny pracy | 172 |
| S1-15 | Mierniki równowagi między życiem zawodowym a prywatnym | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR51. |
| S1-16 | Mierniki wynagrodzeń (luka płacowa i całkowite wynagrodzenie) | 173 |
| S1-17 | Incydenty, skargi i poważne wpływy na przestrzeganie praw człowieka | 175 |
| ESRS S4 Konsumenci i użytkownicy końcowi | | |
| SBM-3 | Istotne wpływy, ryzyka i szanse oraz ich wzajemne związki ze strategią i z modelem biznesowym | 176 |
| S4-1 | Polityki związane z konsumentami i użytkownikami końcowymi | 177 |
| S4-2 | Procesy współpracy w zakresie wpływów z konsumentami i użytkownikami końcowymi | 181 |
| S4-3 | Procesy naprawy skutków negatywnych wpływów i kanały zgłaszania wątpliwości przez konsumentów i użytkowników końcowych | 181 |

| | | |
|------------------------------|---|------------|
| S4-4 | Podejmowanie działań dotyczących istotnych wpływów na konsumentów i użytkowników końcowych oraz stosowanie podejść służących zarządzaniu istotnymi ryzykami i wykorzystywaniu istotnych szans związanych z konsumentami i użytkownikami końcowymi oraz skuteczność tych działań | 182 |
| S4-5 | Cele dotyczące zarządzania istotnymi negatywnymi wpływami, zwiększania pozytywnych wpływów i zarządzania istotnymi ryzykami i szansami | 185 |
| ESRS G1 Ład zarządczy | | |
| G1-1 | Polityki postępowania w biznesie i kultura korporacyjna | 187 |
| G1-2 | Zarządzanie stosunkami z dostawcami | 189 |
| G1-3 | Zapobieganie korupcji i przekupstwu oraz ich wykrywanie | 190 |
| G1-4 | Incydenty korupcji lub przekupstwa | 191 |
| G1-5 | Wpływ polityczny i działalność lobbingsowa | Nieistotne |
| G1-6 | Praktyki płatnicze | Nieistotne |

TABELA 2. WYKAZ PUNKTÓW DANYCH ZAWARTYCH W STANDARDACH PRZEKROJOWYCH I STANDARDACH TEMATYCZNYCH, KTÓRE WYNIKAJĄ Z INNYCH PRZEPISÓW UE:

| Wymóg dotyczący ujawniania informacji i powiązany z nim punkt danych | Odniesienie do rozporządzenia w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych (nr. str.) |
|--|--|
| ESRS 2 GOV-1 Zróżnicowanie członków zarządu ze względu na płeć pkt 21 lit. d) | 99 |
| ESRS 2 GOV-1 Odsetek członków zarządu, którzy są niezależni pkt 21 lit. e) | 99 |
| ESRS 2 GOV-4 Oświadczenie w sprawie należytej staranności pkt 30 | 103 |
| ESRS 2 SBM-1 Udział w działaniach związanych z działaniami dotyczącymi paliw kopalnych pkt 40 lit. d) ppkt (i) | Nieistotne |
| ESRS 2 SBM-1 Udział w działaniach związanych z produkcją chemikaliów pkt 40 lit. d) ppkt (ii) | Nieistotne |
| ESRS 2 SBM-1 Udział w działalności związanej z kontrowersyjną bronią pkt 40 lit. d) ppkt (iii) | Nieistotne |
| ESRS 2 SBM-1 Udział w działaniach związanych z uprawą i produkcją tytoniu pkt 40 lit. d) ppkt (iv) | Nieistotne |
| ESRS E1-1 Plan transformacji służący osiągnięciu neutralności klimatycznej do 2050 r. pkt 14 | 130 |
| ESRS E1-1 Jednostki wykluczone z zakresu obowiązywania wskaźników referencyjnych dostosowanych do porozumienia paryskiego pkt 16 lit. g) | Nieistotne |
| ESRS E1-4 Cele redukcji emisji gazów cieplarnianych pkt 34 | 134 |
| ESRS E1-5 Zużycie energii z kopalnych źródeł zdezagregowane w podziale na źródła (dotyczy wyłącznie sektorów o znacznym oddziaływaniu na klimat) pkt 38 | 136 |
| ESRS E1-5 Zużycie energii i koszyk energetyczny pkt 37 | 136 |

| | |
|---|--|
| ESRS E1-5 Energochłonność powiązana z działaniami podejmowanymi w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat pkt 40–43 | 136 |
| ESRS E1-6 Emisje gazów cieplarnianych zakresu 1, 2, 3 brutto i całkowite emisje gazów cieplarnianych pkt 44 | 136 |
| ESRS E1-6 Intensywność emisji gazów cieplarnianych brutto pkt 53–55 | 138 |
| ESRS E1-7 Usuwanie gazów cieplarnianych i jednostki emisji dwutlenku węgla pkt 56 | Nieistotne |
| ESRS E1-9 Ekspozycja portfela odniesienia na ryzyko fizyczne związane z klimatem pkt 66 | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR1. |
| ESRS E1-9 Dezagregacja kwot pieniężnych według ostrego i stałego ryzyka fizycznego pkt 66 lit. a) ESRS E1-9 Lokalizacja znaczących składników aktywów obarczonych istotnym ryzykiem fizycznym pkt 66 lit. c) | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR1. |
| ESRS E1-9 Podział wartości księgowej nieruchomości według klas efektywności energetycznej pkt 67 lit. c) | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR1. |
| ESRS E1-9 Stopień ekspozycji portfela na szanse związane z klimatem pkt 69 | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESR1. |
| ESRS E2-4 Ilość każdego czynnika zanieczyszczającego wymienionego w załączniku II do rozporządzenia w sprawie E-PRTR (Europejski Rejestr Uwalniania i Transferu Zanieczyszczeń) emitowanego do powietrza, wody i gleby, pkt 28 | Nieistotne |
| ESRS E3-1 Woda i zasoby morskie pkt 9 | Nieistotne |
| ESRS E3-1 Specjalna polityka pkt 13 | Nieistotne |
| ESRS E3-1 Zrównoważone praktyki w dziedzinie mórz i oceanów pkt 14 | Nieistotne |
| ESRS E3-4 Całkowita ilość wody poddanej recyklingowi i ponownemu użyciu pkt 28 lit. c) | Nieistotne |
| ESRS E3-4 Całkowite zużycie wody w m3 na przychód netto z własnych operacji pkt 29 | Nieistotne |

| | |
|---|---|
| ESRS 2 SBM 3-E4 pkt 16 lit. a) pkt (i) | Nieistotne |
| ESRS 2 SBM 3-E4 pkt 16 lit. b) | Nieistotne |
| ESRS 2 SBM 3-E4 pkt 16 lit. c) | Nieistotne |
| ESRS E4-2 Zrównoważone praktyki lub polityki w zakresie gruntów/rolnictwa pkt 24 lit. b) | Nieistotne |
| ESRS E4-2 Zrównoważone praktyki lub polityki w zakresie oceanów/mórz pkt 24 lit. c) | Nieistotne |
| ESRS E4-2 Polityki na rzecz przeciwdziałania wylesianiu pkt 24 lit. d) | Nieistotne |
| ESRS E5-5 Odpady niepoddawane recyklingowi pkt 37 lit. d) | Nieistotne |
| ESRS E5-5 Odpady niebezpieczne i odpady promieniotwórcze pkt 39 | Nieistotne |
| ESRS 2 SBM-3-S1 Ryzyko wystąpienia przypadków pracy przymusowej pkt 14 lit. f) | 157 |
| ESRS 2 SBM-3-S1 Ryzyko wystąpienia przypadków pracy dzieci pkt 14 lit. g) | 157 |
| ESRS S1-1 Zobowiązania w zakresie polityki dotyczącej poszanowania praw człowieka pkt 20 | 158 |
| ESRS S1-1 Strategie w zakresie należytej staranności w odniesieniu do kwestii objętych podstawowymi konwencjami Międzynarodowej Organizacji Pracy nr 1–8, pkt 21 | Nieistotne |
| ESRS S1-1 Procedury i środki na rzecz zapobiegania handlowi ludźmi pkt 22 | 158 |
| ESRS S1-1 Polityka lub system zarządzania służące zapobieganiu wypadkom przy pracy pkt 23 | 158 |
| ESRS S1-3 Mechanizmy rozpatrywania skarg pkt 32 lit. c) | 162 |
| ESRS S1-14 Liczba zgonów związanych z pracą oraz liczba i wskaźnik wypadków związanych z pracą pkt 88 lit. b) i c) | 172 |
| ESRS S1-14 Liczba dni straconych z powodu urazów, wypadków, ofiar śmiertelnych lub chorób pkt 88 lit. e) | Pominięcie ujawnienia na podstawie dodatku C z ESRS1. |

| | |
|---|------------|
| ESRS S1-16 Nieskorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami pkt 97 lit. a) | 173 |
| ESRS S1-16 Nadmierny poziom wynagrodzenia dyrektora generalnego pkt 97 lit. b) | 173 |
| ESRS S1-17 Przypadki dyskryminacji pkt 103 lit. a) | 173 |
| ESRS S1-17 Nieprzestrzeganie Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka oraz wytycznych OECD pkt 104 lit. a) | 175 |
| ESRS 2 SBM-3-S2 Znaczące ryzyko wystąpienia przypadków pracy dzieci lub pracy przymusowej w łańcuchu wartości pkt 11 lit. b) | Nieistotne |
| ESRS S2-1 Zobowiązania w zakresie polityki dotyczącej poszanowania praw człowieka pkt 17 | Nieistotne |
| ESRS S2-1 Polityki związane z pracownikami w łańcuchu wartości pkt 18 | Nieistotne |
| ESRS S2-1 Nieprzestrzeganie Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka oraz wytycznych OECD pkt 19 | Nieistotne |
| ESRS S2-1 Strategie w zakresie należytej staranności w odniesieniu do kwestii objętych podstawowymi konwencjami Międzynarodowej Organizacji Pracy nr 1–8, pkt 19 | Nieistotne |
| ESRS S2-4 Kwestie i incydenty dotyczące poszanowania praw człowieka związane z łańcuchem wartości na wyższym i niższym szczeblu pkt 36 | Nieistotne |
| ESRS S3-1 Zobowiązania w zakresie polityki dotyczącej poszanowania praw człowieka, pkt 16 | Nieistotne |
| ESRS S3-1 Nieprzestrzeganie Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka, zasad MOP lub wytycznych OECD pkt 17 | Nieistotne |
| ESRS S3-4 Kwestie i incydenty dotyczące poszanowania praw człowieka pkt 36 | Nieistotne |
| ESRS S4-1 Polityka odnosząca się do konsumentów i użytkowników końcowych pkt 16 | 177 |
| ESRS S4-1 Nieprzestrzeganie Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka oraz wytycznych OECD pkt 17 | 147 |
| ESRS S4-4 Kwestie i incydenty dotyczące poszanowania praw człowieka pkt 35 | 182 |

| | |
|--|-----|
| ESRS G1-1 Konwencja Narodów Zjednoczonych przeciwko korupcji pkt 10 lit. b) | 187 |
| ESRS G1-1 Ochrona sygnalistów pkt 10 lit. d) | 187 |
| ESRS G1-4 Grzywny za naruszenie przepisów antykorupcyjnych i przepisów w sprawie zwalczania przekupstw pkt 24 lit. a) | 191 |
| ESRS G1-4 Normy w zakresie przeciwdziałania korupcji i przekupstwu pkt 24 lit. b) | 191 |

2. INFORMACJE O ŚRODOWISKU

E1 ZMIANA KLIMATU

—

E1-1 PLAN PRZEJŚCIA NA POTRZEBY ŁAGODZENIA ZMIANY KLIMATU

W 2025 roku Grupa Wirtualna Polska Holding nie posiadała sformalizowanego planu transformacji klimatycznej. Plany dotyczące dekarbonizacji modelu biznesowego ujęto w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Grupy. Grupa planuje przyjąć i ujawnić plan przejścia w ciągu najbliższych trzech lat, to jest w okresie przejściowym przewidzianym w ESRS.

—

SBM-3 ISTOTNE WPŁYWY, RYZYKA I SZANSE ORAZ ICH WZAJEMNE ZWIĄZKI ZE STRATEGIĄ I Z MODELEM BIZNESOWYM

W ramach mapy ryzyka zidentyfikowano zagrożenie związane ze wzrostem średnich temperatur oraz jego potencjalnym wpływem na centra danych Grupy. Ryzyko to zostało również uwzględnione w procesie analizy podwójnej istotności, podczas identyfikacji istotnych ryzyk. Istotne ryzyka związane z klimatem przedstawiono w poniższej tabeli.

| Ryzyko | Zagrożenie | Miejsce w łańcuchu wartości | Horyzont czasowy | Sposób zarządzania |
|--|---|-----------------------------|-----------------------|---|
| Ryzyka fizyczne | | | | |
| Zakłócenia operacyjne wynikające ze zmian klimatycznych, takie jak ryzyko przerw w dostawie energii elektrycznej lub niestabilności w jej dostawach, które mogą wpływać na ciągłość usług cyfrowych oraz infrastruktury danych kluczowej dla prowadzenia działalności. | Zagrożenie przerwami w dostępie do energii elektrycznej. | Operacje własne | Średni, długi | Wdrażamy procedury zarządzania kryzysowego, zarządzamy naszym wpływem środowiskowym. |
| Zakłócenia łańcucha wartości spowodowane fizycznymi zagrożeniami klimatycznymi w destynacjach turystycznych. | Wraz ze zmianą warunków w destynacjach ich atrakcyjność może maleć, a klienci mogą kierować popyt ku chłodniejszym regionom, co wpływa na wzorce rezerwacji i prowadzi do większej liczby przebukowań oraz zapytań serwisowych. | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni, długi | Działania łagodzące obejmują przygotowanie operacyjne na zmiany rezerwacji, ścisłą współpracę z partnerami w celu szybkiego informowania o dostępnych opcjach, oferowanie odpowiednich ubezpieczeń oraz, gdy to konieczne, umożliwienie rezygnacji z wyjazdu. |
| Ryzyka przejścia | | | | |
| Ograniczona dostępność i wysokie koszty technologii poprawiającej efektywność energetyczną ograniczają ich wdrażanie, co przy rosnącym zapotrzebowaniu na energię prowadzi do wyższych kosztów operacyjnych. | Zwiększenie kosztów na technologię poprawiającą efektywność energetyczną. | Operacje własne, Upstream | Krótki, średni, długi | Grupa monitoruje rynek, a także dostępnych dostawców, jednocześnie inwestuje w technologie zagęszczające moc obliczeniową, która jednocześnie zmniejszyła zużycie energii. |
| Presja na redukcję śladu węglowego oraz rosnące wymagania regulacyjne mogą prowadzić do wzrostu kosztów inwestycji w infrastrukturę. | Zwiększenie kosztów inwestycji, np. w infrastrukturę. | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Grupa prowadzi stałą analizę zmieniającego się otoczenia regulacyjnego, a także wdraża strategię ESG, która uwzględnia oczekiwania rynkowe i regulacyjne. |
| Rosnące koszty energii. | Wzrost cen energii może znacząco zwiększyć koszty operacyjne. | Operacje własne | Krótki, średni, długi | Grupa prowadzi proces ciągłej poprawy efektywności energetycznej. |

Analiza odporności modelu biznesowego

W celu oceny odporności modelu biznesowego, w 2024 roku, Grupa przeprowadziła uproszczoną analizę scenariuszową, wykorzystując dane portalu Klimada dla scenariuszy RCP 4.5 i RCP 8.5. oraz plany adaptacji miast dla lokalizacji krytycznych do funkcjonowania biznesu, czyli dla centrów danych, koncentrując się na zagrożeniach takich jak zakłócenia operacyjne wynikające z przerw w dostawach energii elektrycznej oraz rosnące koszty energii, które mogą wpłynąć na rentowność działalności. Wybór ten podyktowany był koniecznością rozważenia zarówno ryzyka kontynuacji wysokich emisji, jak i ryzyk regulacyjnych związanych z transformacją. Analiza ta opiera się na danych na poziomie krajowym i regionalnym, co determinuje jej ogólny charakter. Zastosowane horyzonty czasowe są spójne z horyzontami czasowymi opisanymi w ujawnieniu BP-2. Analiza ta została uzupełniona o identyfikację ryzyk fizycznych oraz transformacyjnych przeprowadzoną przez Grupę Invia. Proces ten uwzględniał analizę scenariuszową (RCP 4.5 oraz RCP 8.5) oraz ocenę ekspozycji finansowej w horyzoncie krótkim, średnim i długoterminowym.

W krótkiej perspektywie czasowej, Grupa ocenia, że jej krytyczne aktywa i działalność gospodarcza nie są wrażliwe na zagrożenia związane z wysokimi temperaturami, czy silnymi wiatrami i burzami, które mogą wpłynąć na przerwy w funkcjonowaniu centrów danych. Jednak w przypadku długoterminowych przerw w dostawie energii elektrycznej, które mogą pojawić się w długim horyzoncie czasowym ze względu na nasilenie zmian klimatycznych, aktualne rozwiązania będą niewystarczające. W ramach analizy ryzyk fizycznych przeprowadzonej przez Grupę Invia, burze zostały wskazane jako jedyne istotne zagrożenie dla wynajmowanych biur w Niemczech i Czechach, podczas gdy pozostałe rodzaje zagrożeń oceniono jako nieistotne. Analiza ta (w scenariuszu RCP 5-8.5) potwierdziła bardzo niską ekspozycję finansową w horyzoncie krótkim, średnim i długoterminowym.

Wiele kluczowych destynacji Grupy w działalności turystycznej coraz częściej zmagają się z ekstremalnymi upałami, powodzią, burzami oraz długotrwałym wzrostem temperatur. Zjawiska te mogą prowadzić do uszkodzeń infrastruktury hotelowej, zakłóceń lokalnych operacji, a także wzrostu kosztów ubezpieczenia lub ograniczenia dostępności ochrony ubezpieczeniowej. W miarę pogarszania się warunków w poszczególnych miejscach ich atrakcyjność może spadać, a klienci coraz częściej wybierają chłodniejsze alternatywy. Powoduje to zmiany we wzorcach rezerwacji oraz zwiększa liczbę zmian rezerwacji i dodatkowych kontaktów ze strony klientów. W efekcie zjawiska te generują potencjalne średnio- i długoterminowe ryzyka dla łańcucha wartości Grupy, wyników komercyjnych oraz strategii produktowej.

Ocena ryzyk przejścia wykazała, że rosnące wymagania regulacyjne oraz presja interesariuszy dotycząca redukcji śladu węglowego mogą prowadzić do wzrostu kosztów inwestycji w infrastrukturę IT i modernizację systemów energetycznych. Dodatkowo, rosnące koszty energii wpłyną na koszty operacyjne Grupy. Jednocześnie zidentyfikowano szanse związane z adaptacją infrastruktury IT do zmian klimatu, znaczną poprawą efektywności energetycznej i inwestycją w odnawialne źródła energii. Ze względu na istotność wpływów, ryzyk i szans związanych ze zmianami klimatu, Grupa wdraża środki zaradcze, w tym zakup energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych, optymalizację zużycia energii oraz zagęszczanie mocy obliczeniowej, co wzmacnia odporność modelu biznesowego na rosnące koszty energii i wymogi regulacyjne.

Na podstawie przeprowadzonej analizy, Grupa ocenia, że posiada zdolność do dostosowania swojej strategii oraz modelu biznesowego do zmian klimatu w perspektywie krótko-, średnio- i długoterminowej. Niska ekspozycja finansowa na zidentyfikowane ryzyka oraz stabilność operacyjna pozwalają Grupie na utrzymanie stałego dostępu do finansowania po przystępnych kosztach kapitału. Model biznesowy Grupy, oparty w dużej mierze na aktywach cyfrowych i usługach pośrednictwa, charakteryzuje się wysoką elastycznością, co umożliwia stopniową modernizację infrastruktury IT (poprawę efektywności energetycznej).

I E1-2 POLITYKI ZWIĄZANE Z ŁAGODZENIEM ZMIANY KLIMATU I PRZYSTOSOWANIEM SIĘ DO NIEJ

Polityka Klimatyczna i Środowiskowa Grupy ma na celu zarządzanie kwestiami ochrony środowiska i zmian klimatycznych. Polityka adresuje kwestie związane z łagodzeniem zmian klimatu poprzez działania skupiające

się na osiągnięciu celów, takich jak neutralność klimatyczna w zakresach 1 i 2 do 2030 roku oraz obliczenie i redukcja emisji w zakresie 3. Polityka porusza kwestie zmian klimatu, co w kontekście artykułów publikowanych przez Wirtualna Polska może przyczynić się do zwiększenia świadomości społecznej na temat mitygacji i adaptacji do zmian klimatu. Ponadto, Grupa promuje wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, a także działania związane z podnoszeniem efektywności energetycznej. Działania te mają na celu zaadresować negatywny wpływ Grupy związany z emisjami infrastruktury IT, a także ryzyka związane z rosnącymi kosztami energii, oczekiwaniami związanymi ze zmniejszeniem śladu węglowego i rosnącymi wymogami regulacyjnymi.

Polityka obowiązuje wszystkie spółki zależne Grupy WPH, obejmując w szczególności operacje własne, ale także łańcuch wartości na niższym i wyższym szczeblu poprzez działania związane z wyznaczeniem celów redukcyjnych emisji we wszystkich 3 zakresach.

Nadzór nad jej realizacją sprawuje Komitet ds. Strategii Zrównoważonego Rozwoju (ESG), a wdrożeniem zarządza Członek Zarządu ds. finansowych. Monitorowanie założeń Polityki Klimatycznej i Środowiskowej odbywa się poprzez monitorowanie i analizę danych śladu węglowego Grupy w zakresach 1, 2 i 3 w okresie półrocznym i rocznym zgodnie ze standardem GHG Protocol, a także coroczną aktualizację ryzyk ESG, w tym ryzyk związanych ze zmianą klimatu.

Polityka uwzględnia zobowiązania wynikające z uczestnictwa w międzynarodowych inicjatywach, takich jak United Nations Global Compact oraz standard GHG Protocol. Zaspokaja również potrzeby konsumentów, partnerów biznesowych i społeczeństwa, promując edukację klimatyczną i współpracę na rzecz ochrony środowiska. Dokument jest publicznie dostępny w serwisach WPH, umożliwiając interesariuszom zapoznanie się z celami i działaniami wspierającymi jej realizację.

E1-3 DZIAŁANIA I ZASOBY W ODNIESIENIU DO POLITYKI KLIMATYCZNEJ

Od 2021 roku Grupa Wirtualna Polska Holding podejmuje działania na rzecz zwiększenia wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych. W ramach tych inicjatyw zakup energii elektrycznej na potrzeby serwerowni został objęty gwarancjami pochodzenia, które potwierdzają jej odnawialne źródło. Dodatkowo, Grupa rozpoczęła w tym okresie produkcję energii elektrycznej z instalacji fotowoltaicznych o łącznej mocy 3 MWp, a od maja 2023 roku uruchomiła dodatkową instalację o mocy 1,85 MWp.

W 2025 roku Grupa koncentrowała się na integracji operacyjnej nowych aktywów oraz ujednoliceniu standardów raportowania po akwizycji Grupy Invia. Kluczowym działaniem podjętym w roku sprawozdawczym było utrzymanie wysokiego udziału energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnych źródeł (OZE) w rozszerzonej strukturze Grupy. Energia ta została zabezpieczona gwarancjami pochodzenia z Polski, Czech oraz Niemiec.

Ze względu na istotną zmianę struktury Grupy (akwizycja Grupy Invia), rok 2025 został ustanowiony nowym rokiem bazowym dla celów mitygacji zmiany klimatu. W związku z tym, dane za rok 2025 nie są bezpośrednio porównywalne z latami ubiegłymi. W 2025 roku udział zakupu energii elektrycznej z OZE wyniósł 93%. Spadek z poziomu 95% (raportowanego w 2024 r.) wynika z włączenia do raportowania nowej infrastruktury i biur Grupy Invia. Z uwagi na ustanowienie nowego roku bazowego, Grupa nie wykazuje redukcji emisji w ujęciu rok do roku.

W ramach realizowanej polityki zrównoważonego rozwoju, Grupa również angażuje polską społeczność w edukację dotyczącą kryzysu klimatycznego oraz odpowiedzialności środowiskowej. W 2025 roku Grupa opublikowała ponad 700 artykułów promujących kwestie związane z ochroną środowiska w tym również tematy związane ze zmianami klimatu. W sektorze turystycznym, Grupa Invia również prowadzi działania mające na celu angażowanie użytkowników w treści dotyczące podróżowania w sposób bardziej zrównoważony.

Powyższe inicjatywy stanowią część działań Grupy w Polsce związanych z realizacją polityki oraz ograniczaniem emisji gazów cieplarnianych w ramach przyjętych celów środowiskowych, obejmujących operacje własne oraz działania downstream (użytkowników).

Obecnie Grupa jest w trakcie opracowywania Strategii Dekarbonizacji na kolejne lata. W ramach tego procesu identyfikowane są kluczowe dźwignie dekarbonizacji we wszystkich zakresach (w tym w łańcuchu wartości), które zostaną wdrożone w kolejnych latach.

W 2025 roku Grupa nie oszacowała wydatków na działania związane z polityką, a kluczowe wskaźniki wymagane na mocy rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/217 znajdują się w sekcji Taksonomia UE.

Powiązanie strategii finansowej Grupy z celami ESG

Grupa podpisała Sustainability Linked Loan, w którym marża powiązana jest z realizacją celów ESG, w tym zwiększeniem udziału energii produkowanej z paneli fotowoltaicznych w całkowitym zużyciu energii elektrycznej przez Grupę. Finansowanie to wspiera długoterminową strategię dostosowania do zmian rynkowych oraz zapewnia stabilny dostęp do kapitału na korzystnych warunkach. Grupa realizuje swoje inwestycje oraz akwizycje w oparciu o pozyskiwanie zewnętrznych źródeł finansowania, dlatego dostęp do kapitału na atrakcyjnych warunkach jest kluczowy dla jej zdolności do rozwoju przez akwizycję. W ramach umowy Grupa zobowiązała się do realizacji określonych celów, a ich osiągnięcie warunkuje utrzymanie preferencyjnych warunków finansowych.

E1-4 CELE ZWIĄZANE Z ŁAGODZENIEM ZMIANY KLIMATU I PRZYSTOSOWANIEM SIĘ DO NIEJ

W ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding 2022-2030 wyznaczone zostały następujące cele związane ze zmianami klimatu:

| Cel | Cel 2025 | Ambicja 2030 | Korelacja SDG |
|---|--|--|--|
| E.1. Redukujemy emisje gazów cieplarnianych | | | |
| E.1.1. Zredukujemy emisje gazów cieplarnianych (CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆ , NF ₃) w zakresach 1&2 | -70% względem poziomu w roku 2019 | 0 Mg CO ₂ e (net-zero zgodnie z metodologią SBTi) | Cel 13: Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom |
| E.1.2. Podniesiemy poziom efektywności energetycznej data centers i budynków | Audyt energetyczny serwerowni Certyfikacja ISO 50001 | Osiągnięcie założonej poprawy efektywności energetycznej Cykliczne audyty wewnętrzne | Cel 13: Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom |
| E.1.3. Będziemy korzystali wyłącznie z energii z zero- i niskoemisyjnych źródeł energii | 80% udział energii zeroemisyjnej w miksie energii elektrycznej Grupy Wirtualna Polska Holding 90% udział energii zeroemisyjnej w miksie energii cieplnej Grupy Wirtualna Polska Holding | Osiągnięcie zamierzonej poprawy efektywności energetycznej. Cykliczne audyty wewnętrzne w zakresie efektywności energetycznej | Cel 7: Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie Cel 13: Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom |
| E.1.4. Obliczymy, a następnie będziemy obniżali emisje GHG w zakresie 3 | Wykonanie kalkulacji za rok 2022 oraz ustalenie celu redukcyjnego | Konsekwentna realizacja celów redukcyjnych we wszystkich 3 zakresach emisji zgodnie z metodologią GHG Protocol. | Cel 13: Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom |
| E.2. Przeciwdziałamy ubóstwu energetycznemu | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| E.2.1. Będziemy przekazywali energię elektryczną z własnych instalacji OZE bądź realizowali zakup takiej energii dla organizacji pożytku publicznego | Rozpoczęcie funkcjonowania programu Ustanowienie miernika | Zwiększenie dostępu do czystej energii - 100% nadprodukcji z własnych instalacji OZE będzie przekazywane osobom potrzebującym. | Cel 7: Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie |
| E.4. Edukujemy z zakresu kryzysu klimatycznego i odpowiedzialności środowiskowej | | | |
| E.4.1. Podnosimy świadomość konsumentów publikując w serwisach informacyjnych treści dotyczące zmiany klimatu | 1000 (rocznie) opublikowanych materiałów na temat zmian klimatu i środowiska | 1200 (rocznie) liczba opublikowanych materiałów na temat zmian klimatu i środowiska | Cel 12: Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji Cel 13: Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom |

Cele te nie są zgodne z wymogami określonymi w ESRS. Polityki WPH nie są dostosowane do wymogów ESRS i MDR-T, w związku z czym nie wszystkie zagadnienia spełniają wymienione wymagania.

Polityka klimatyczna i środowiskowa Grupy została utworzona na podstawie Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding 2022-2030, a opisane w Polityce działania przyczyniają się do spełnienia poszczególnych celów określonych w strategii. Wewnętrzny zespół przynajmniej raz w roku monitoruje cele wyznaczone w strategii. Monitorowanie odbywa się poprzez analizę dokonanych działań, monitorowanie emisji z zakresów 1 i 2, a także monitorowanie koszyka energetycznego. Grupa jest w trakcie rozliczenia Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding 2022-2030, a także przygotowuje aktualizację strategii na lata 2026-2030, w ramach, której planuje opracować cele redukcji emisji całej Grupy.

Cele dotyczące redukcji emisji GHG:

Grupa posiada Strategię Zrównoważonego Rozwoju na lata 2022-2030 w której określiła kluczowe wartości oraz ambicje związane z dalszym rozwojem. Rokiem odniesienia (nazwanym w Strategii rokiem bazowym, jednak nie w rozumieniu ESRS) jest rok 2022 i do niego odnoszą się cele dotyczące redukcji emisji GHG. Na potrzeby raportowania Grupa przyjęła rok 2025 jako bazowy. Cele te nie obejmują Grupy Invia. Cele zawarte w strategii są zgodne z ograniczeniem globalnego ocieplenia do 1,5 °C, nie zostały one jednak poddane zewnętrznej weryfikacji. Obecnie cel ten ma charakter ambicji strategicznej i nie jest w pełni udokumentowany zgodnie z metodologią ESRS E1-4 oraz MDR-M. Aby osiągnąć założone cele i spełnić ambicję długookresową, Grupa zaplanowała opracowanie celów redukcyjnych w oparciu o Science Based Targets Sector Guidance w 2026 roku w ramach aktualizacji Strategii Zrównoważonego Rozwoju na lata 2026-2030.

Podsumowanie realizacji celów strategicznych (2022–2025)

1. Redukujemy emisje gazów cieplarnianych (E.1.)

Zmniejszenie emisji GHG (E.1.1.): Grupa zrealizowała cel redukcyjny w zakresach 1 i 2, osiągając spadek emisji o 84% względem roku 2019 (7329,91 MWh) (przy celu operacyjnym -70% na rok 2025). Wynik ten osiągnięto głównie poprzez zabezpieczenie dostaw energii elektrycznej z odnawialnych źródeł (OZE) dla biur i serwerowni w Polsce. Dane te nie uwzględniają Grupy Invia w celu zachowania porównywalności z pierwotnymi założeniami strategii.

Efektywność energetyczna (E.1.2.): Cel dotyczący przeprowadzenia audytów energetycznych serwerowni oraz certyfikacji ISO 50001 nie został zrealizowany. Wynika to z podjęcia strategicznych działań w obszarze optymalizacji i reorganizacji Grupy.

Wykorzystanie zero- i niskoemisyjnych źródeł energii (E.1.3.): W 2025 roku Grupa osiągnęła 93% udziału energii zeroemisyjnej w miksie energii elektrycznej (cel: 80%). W obszarze energii cieplnej cel (90%) pozostał niezrealizowany ze względu na ograniczenia infrastrukturalne w wynajmowanych powierzchniach biurowych.

Emisje w zakresie 3 (E.1.4.): Choć pierwotnym celem Grupy było dokonanie obliczeń za rok 2022, pierwsza pełna kalkulacja śladu węglowego w zakresie 3 została pomyślnie zrealizowana dla danych za rok 2024. Wyniki te posłużą jako fundament do wyznaczenia celów redukcyjnych w nowej Strategii Dekarbonizacji, której publikacja planowana jest na 2026 r.

2. Przeciwdziałamy ubóstwu energetycznemu (E.2.)

Wsparcie OZE dla organizacji pożytku publicznego (E.2.1.): Grupa sfinalizowała działanie polegające na sfinansowaniu zakupu i montażu instalacji fotowoltaicznej dla Domu Samotnej Matki w Chyliczkach, co stanowi realizację programu wsparcia OZE dla podmiotów pożytku publicznego.

3. Edukujemy z zakresu kryzysu klimatycznego i odpowiedzialności środowiskowej (E.4.)

Świadomość konsumentów (E.4.1.): Grupa aktywnie wykorzystuje swoje zasięgi redakcyjne do edukacji społeczeństwa. W 2025 roku opublikowano ponad 700 materiałów dotyczących zmian klimatu i ochrony środowiska. Realizacja tego działania jest ściśle powiązana z celami określonymi w umowie finansowania Sustainability Linked Loan (SLL).

E1-5 ZUŻYCIE ENERGII I KOSZYK ENERGETYCZNY

Na przestrzeni 2025 roku w Grupie Kapitałowej doszło do zużycia następujących wielkości paliw i energii:

| Zużycie energii i koszyk energetyczny | Jednostka | 2024* | 2025 | Zmiana r/r |
|--|------------|------------------|------------------|---------------|
| Zużycie paliwa z węgla i produktów węglowych | MWh | 0 | 0 | na |
| Zużycie paliwa z ropy naftowej i produktów naftowych | MWh | 2 348,18 | 1 969,66 | -16,12% |
| Zużycie paliwa z gazu ziemnego | MWh | 332,37 | 373,96 | 12,51% |
| Zużycie zakupionych lub pozyskanych energii elektrycznej, ciepła, pary wodnej i chłodzenia ze źródeł kopalnych | MWh | 1 431,24 | 2 250,12 | 57,21% |
| Całkowite zużycie energii ze źródeł kopalnych | MWh | 4 111,79 | 4 593,73 | 11,72% |
| Udział źródeł kopalnych w całkowitym zużyciu energii | % | 30,95% | 32,28% | 4,13% |
| Zużycie energii ze źródeł jądrowych | MWh | 0 | 92,13 | na |
| Udział energii ze źródeł jądrowych w całkowitym zużyciu energii | % | 0,00% | 0,65% | na |
| Zużycie paliwa w przypadku źródeł odnawialnych, w tym z biomasy (obejmujące również odpady przemysłowe i komunalne pochodzenia biologicznego, biogaz, wodór odnawialny itd.) | MWh | 0 | 0 | na |
| Zużycie zakupionych lub pozyskanych energii elektrycznej, ciepła, pary wodnej i chłodu ze źródeł odnawialnych | MWh | 9 129,90 | 9 502,56 | 4,08% |
| Zużycie energii odnawialnej produkowanej bez użycia paliwa | MWh | 44,81 | 40,71 | -9,15% |
| Całkowite zużycie energii ze źródeł odnawialnych | MWh | 9 174,70 | 9 543,27 | 4,02% |
| Udział źródeł odnawialnych w całkowitym zużyciu energii | % | 69,05% | 67,07% | -2,87% |
| Całkowite zużycie energii | MWh | 13 286,50 | 14 229,13 | 7,09% |

W obliczeniach koszyka energetycznego wykorzystano wskaźniki pochodzące z baz DEFRA (2025), IEA (2023) oraz wskaźniki dla Polski opublikowane przez KOBiZE (2025) oraz URE (2025). Obliczenia udziału energii ze źródeł jądrowych w całkowitym zużyciu energii Grupy przeprowadzono przy wykorzystaniu danych dotyczących procentowego udziału energii nuklearnej w miksie dla krajów operacji Grupy, opublikowanych przez IEA (Share of nuclear energy in total electricity generation by country, updated 2025).

W zestawieniu przyjęto szacowanie wartości energii cieplnej i elektrycznej dla budynków biurowych, w przypadku których nie było możliwe wskazanie precyzyjnej wartości zużytej energii. Przyjęto również szacowanie ilości zużytego paliwa na potrzeby floty samochodowej lub do ogrzewania budynków, w przypadkach, w których nie było możliwości pozyskania dokładnej wartości. Pomiar mierników nie został zatwierdzony przez inny organ zewnętrzny niż dostawca usług atestacyjnych.

Przy obliczeniach energochłonności w mianowniku uwzględniono przychody netto z działalności Superauto oraz WP Naturalnie, ponieważ ich działalność operacyjna, zgodnie z kodami NACE, klasyfikowana jest jako sektory o znacznym oddziaływaniu na klimat (zgodnie z załącznikiem I do rozporządzenia (WE) nr 1893/2006).

| Energochłonność na przychody netto | Jednostka | 2024* | 2025 | Zmiana r/r |
|---|------------------|----------------|-----------------|-------------------|
| Całkowite zużycie energii w ramach działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat na przychody netto z działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat - Superauto | MWh/1 mln PLN | 9,31 | 6,95 | -25,35% |
| Całkowite zużycie energii w ramach działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat na przychody netto z działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat - WP Naturalnie | MWh/1 mln PLN | 15,90 | 20,44 | 28,53% |
| Przychody netto z działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat wykorzystane do obliczenia energochłonności | mln PLN | 148,00 | 198,96 | 34% |
| Przychody netto z działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat wykorzystane do obliczenia energochłonności - Superauto | mln PLN | 146,05 | 197,78 | 35% |
| Przychody netto z działalności w sektorach o znacznym oddziaływaniu na klimat wykorzystane do obliczenia energochłonności - WP Naturalnie | mln PLN | 1,60 | 1,18 | -26% |
| Przychody netto (inne) | mln PLN | 1 420,00 | 2 014,66 | 42% |
| Całkowite przychody netto (Sprawozdanie finansowe) | mln PLN | 1 568,00 | 2 213,62 | 41% |
| Energia wytwarzana i sprzedawana [E1-5] | Jednostka | 2024* | 2025 | Zmiana r/r |
| Energia elektryczna wytworzona brutto | MWh | 5244,81 | 4 837,25 | -7,8% |
| Fotowoltaika | MWh | 5244,81 | 4 837,25 | -7,8% |

*Dane w tabelach w rozdziale E1-5 za rok 2025 nie są porównywalne z danymi za rok 2024 ze względu na akwizycję Grupy Invia i związaną z tym zmianę struktury Grupy w 2025 roku. Decyzja o zmianie roku bazowego została podjęta w związku z istotnymi zmianami w strukturze Grupy, które wpłynęły na sposób gromadzenia, klasyfikacji i przeliczania danych, co uniemożliwia rzetelne przedstawienie. Ze względu na to rok 2025 został przyjęty jako nowy rok bazowy.

W odniesieniu do sektorów o znaczącym oddziaływaniu na klimat, odnotowane zmiany we wskaźniku energochłonności (wyrażonym jako MWh na 1 mln PLN przychodu) są w dużej mierze determinowane przez dynamikę przychodów operacyjnych w poszczególnych spółkach:

- Superauto: W analizowanym okresie odnotowano poprawę wskaźnika energochłonności (spadek wartości MWh/1 mln PLN). Wynika to ze wzrostu przychodów, który przewyższył dynamikę zużycia energii, co przełożyło się na wyższą efektywność energetyczną w przeliczeniu na generowany wynik finansowy.
- WP Naturalnie: W tym segmencie zaobserwowano odwrotną tendencję – wzrost wskaźnika energochłonności przy jednoczesnym spadku przychodów. Główną przyczyną spadku przychodów, a tym samym pogorszenia relacji zużycia energii do wyników finansowych, była awaria techniczna jednej z instalacji fotowoltaicznych (PV). Kilkutygodniowa przerwa w produkcji energii z odnawialnych źródeł bezpośrednio przełożyła się na mniejszy wolumen wyprodukowanej energii i spadek przychodów w tym segmencie, co przy relatywnie stałych kosztach energetycznych podbiło wartość wskaźnika.

E1-6 EMISJE GAZÓW CIEPLARNIANYCH ZAKRESÓW 1, 2 I 3 BRUTTO ORAZ CAŁKOWITE EMISJE GAZÓW CIEPLARNIANYCH

Granice raportowanych emisji

- W kalkulacji dla Grupy Kapitałowej ujęto jednostki zgodnie z granicami przyjętymi w sprawozdaniu finansowym.
- Grupa Wirtualna Polska Holding przechodziła na przestrzeni 2025 roku zmiany strukturalne. Główną zmianą jest przejście Invia Group SE, które zostało sfinalizowane w dniu 24 kwietnia 2025.
- W związku z powyższym Rok 2025 określany jest nowym rokiem bazowym:
 - Dokonano przeglądu i aktualizacji granic organizacji. Zmiany te obejmowały włączenie nowego podmiotu do Grupy WP Holding
 - W wyniku tych modyfikacji zmianie uległ zakres identyfikowanych i raportowanych źródeł emisji gazów cieplarnianych (GHG).
 - Aktualizacja granic jednostki sprawozdawczej, a co za tym, łańcucha wartości wpłynęła na porównywalność danych pomiędzy bieżącym a poprzednim okresem sprawozdawczym, w związku z czym, zdecydowano się na zmianę roku bazowego.

Zakres raportowanych emisji

Grupa Wirtualna Polska Holding raportuje emisje w ujęciu zakresów 1,2 i 3. Zgodnie z ESRS E1 AR 39, AR 45 i AR 46 w obliczeniach uwzględnia się metodykę opisaną w Greenhouse Gas Protocol: A Corporate and Accounting Reporting Standard (wersja z 2004 r.); „GHG Protocol Scope 2 Guidance” (wersja z 2015 r.), Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard (wersja z 2011 r.). Obliczenia, metodyka i dobrane wskaźniki zostały przygotowane przy pomocy doradcy zewnętrznego.

- Emisje bezpośrednie (Zakres 1) powstają wskutek spalania paliw w źródłach stacjonarnych, bądź mobilnych będących własnością firmy, bądź przez nią kontrolowanych, są to też emisje powstałe w wyniku zachodzących procesów technologicznych czy ułatwiających się czynników chłodniczych.
- Emisje pośrednie (Zakres 2) powstają w wyniku zużycia zakupionej energii elektrycznej, ciepłej. Emisje w zakresie drugim obliczono dwoma metodami. Metoda obliczeń location-based odzwierciedla średnią emisyjność energii znajdującej się w sieci krajowej. Metoda obliczeniowa market-based ma na celu pokazanie świadomego wyboru dostawcy energii – prezentuje ona emisje liczone według intensywności charakterystycznej dla dostawcy.
- Emisje pośrednie (Zakres 3) powstają w wyniku działalności firmy, ale występują ze źródeł nie będących jej własnością ani pod jej kontrolą, oraz nie są ujęte w zakresie 1 i 2.

Metodyka kalkulacji i przyjęte założenia

- Emisje zostały obliczone z wykorzystaniem narzędzi udostępnianych przez GHG Protocol (<https://ghgprotocol.org/calculation-tools>), obliczenia dotyczyły gazów cieplarnianych (CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃) ujętych w GHG Protocol, wartości emisji są podawane w tonach (t) standardowej jednostki ekwiwalentu dwutlenku węgla (CO₂e).
- Współczynniki tworzenia efektu cieplarnianego (GWP, Global Warming Potential) użyte w kalkulacjach są zgodne z wersją raportu IPCC wykorzystywaną w najnowszych opublikowanych bazach wskaźników (DEFRA 2025 v 1.0, EPA Supply Chain Greenhouse Gas Emission Factors v1.3 by NAICS-6 2024) będących standardem rynkowym, a tym samym pośrednio z Piątym Raportem IPCC (AR5, The Fifth Assessment Report of the IPCC).
- Do kalkulacji emisji zakresu 1 wykorzystano wskaźniki intensywności emisyjnej pochodzące z bazy DEFRA 2025 v 1.0.
- Do kalkulacji emisji zakresu 2 location-based dla energii elektrycznej dla lokalizacji w Polsce użyto wskaźnika emisyjności energii elektrycznej udostępnionego przez Krajowy Ośrodek Bilansowania i

Zarządzania Emisjami. Dla krajów innych niż Polska wykorzystano wskaźniki pochodzące z bazy IEA (2023). Wielkość emisji z wytwarzania zużywanej energii elektrycznej wg metody market-based dla energii elektrycznej obliczono przy wykorzystaniu wskaźników typu residual-mix pochodzących ze źródeł Association of Issuing Bodies (AIB, <https://www.aib-net.org/facts/european-residual-mix>); a dla energii z OZE potwierdzonej Gwarancjami Pochodzenia przyjęto wskaźnik 0 kg CO₂e/kWh. W odniesieniu do energii cieplnej dla metody location-based przyjęty został wskaźnik emisyjności energii cieplnej dla Polski opublikowany przez Urząd Regulacji Energetyki. W przypadku energii cieplnej zastosowano wskaźniki dotyczące intensywności emisyjnej dla kraju, w przypadku ich braku przyjęto wskaźnik dla Polski za 2024 r. W przypadku metody market-based dla energii cieplnej użyto pozyskanych wskaźników emisyjności, gdy było to niemożliwe, dostępny wskaźnik emisyjności energii cieplnej dla kraju.

W zakresie 3 Grupa WP Holding nie raportuje emisji w kategorii 10 (przetwarzanie sprzedanych produktów) oraz 9 (transport i dystrybucja w downstream), ponieważ te kategorie nie występują w działalności operacyjnej grupy WP Holding. Kategorie 4,5,6,12,13 zostały uznane za nieistotne dla Grupy WP Holding. Analiza istotności w obliczeniach śladu węglowego grupy WP Holding w zakresie 3 opierała się na wielopoziomowym procesie. Przy ustalaniu progu istotności uwzględniono zarówno analizy jakościowe jak i ilościowe, w tym wielkość emisji; zidentyfikowane wpływy, ryzyka i szanse powiązane z danymi kategoriami; opinie interesariuszy, specyfikę sektora oraz zmiany w granicach Grupy. W toku analizy powyższe kategorie zostały uznane za nieistotne.

Grupa w zakresie 3 uzyskała 4,55% danych bezpośrednich (tj. danych pochodzących bezpośrednio od podmiotów w łańcuchu wartości zawierających dane do obliczenia emisji) oraz 0% danych pierwotnych (tj. danych pochodzących od podmiotów w łańcuchu wartości zawierających już obliczone emisje). Dane bezpośrednie dotyczą kategorii 15.

Założenia obliczeń dla poszczególnych istotnych kategorii zakresu 3 opisano poniżej. W porównaniu do roku 2024 wprowadzono zmiany w metodyce obliczeń dla poszczególnych kategorii zakresu 3, mające na celu bardziej precyzyjne i wierne odzwierciedlenie emisji Grupy.

- Kategoria 1 obejmuje emisje upstream (cradle-to-gate) powstałe przy wytwarzaniu zakupionych produktów i usług. Emisje obliczono metodą wydatkową (spend-based metod) wraz z uwzględnieniem inflacji kraju działalności spółki, przy użyciu wskaźników z bazy EPA (United States Environmental Protection Agency Supply Chain Greenhouse Gas Emission Factors v1.4 (2024)).
- Kategoria 2 obejmuje emisje powstałe w upstream (cradle-to-gate) związane z produkcją dóbr kapitałowych, nabytych przez Grupę w danym roku kapitałowym. Emisje obliczono metodą wydatkową (Spend-based metod) wraz z uwzględnieniem inflacji dla kraju działalności spółki, przy użyciu wskaźników z bazy EPA (United States Environmental Protection Agency Supply Chain Greenhouse Gas Emission Factors v1.4 (2024)).
- Kategoria 3 obejmuje emisje powstałe w upstream związane z produkcją zakupionych oraz zużytych paliw i energii przez przedsiębiorstwo, które nie zostały uwzględnione w zakresie 1 lub 2 śladu węglowego. W obliczeniach wykorzystano metodę wskaźników uśrednionych - uwzględniono emisje z tytułu wydobywania i przetwarzania paliw kopalnych (Well-To-Tank, WTT) na potrzeby bezpośredniego zużycia w operacjach Grupy oraz na potrzeby wytworzenia zużytej energii, jak i straty na przesyłach i dystrybucji energii (bezpośrednie i WTT). Wskaźniki pochodzą z baz DEFRA v 1.0 (2025), IEA 2023, DEFRA 2021. Dla Polski wykorzystano również wskaźnik KOBIZE (2025).
- Kategoria 7 obejmuje emisje powstałe w ramach dojazdu pracowników do miejsca pracy. Dane zostały zebrane w ramach corocznej ankiety na poziomie Grupy. Ankieta została wysłana za pomocą narzędzia Microsoft Forms. Ankieta uwzględnia jak często pracownicy korzystają z danych środków transportu oraz tego jakie odległości pokonują podczas dojazdów do pracy.

Emisje zostały oszacowane metodą dystansową przy wykorzystaniu wskaźników pochodzących z bazy DEFRA 2025; obejmowały również korektę o uśrednione dane dotyczące urlopów i dni pracujących w roku 2025. Na podstawie otrzymanych odpowiedzi wartości emisji ekstrapolowano na wszystkich pracowników i współpracowników Grupy

- Kategoria 11 obejmuje emisje powstałe w wyniku użytkowania sprzedanych produktów, do których wliczają się samochody oraz produkty cyfrowe (poczta, portale internetowe, audiobooki oraz streaming WP).
 - Produkty cyfrowe: Uwzględniono emisje powstałe przy transferze danych oraz podczas użytkowania produktów i usług cyfrowych przez użytkownika końcowego. Emisje powstałe w trakcie wykorzystywania urządzeń elektronicznych przez użytkowników końcowych oszacowano za pomocą danych odślonowych - czasu spędzonego przez użytkowników na portalach w podziale na typ urządzenia. Do obliczeń wykorzystano wskaźniki emisyjności energii elektrycznej z bazy IEA (2023) oraz wskaźnik opublikowany przez KOBiZE (2025). Do obliczenia emisji związanych z transferem danych został użyty wskaźnik Sustainable Web Design Model (<https://sustainablewebdesign.org/>).
 - Emisje związane z użytkowaniem samochodów obliczono metodą dystansową. Średni dystans przejechany przez samochód w czasie całego cyklu życia przyjęto na poziomie 200 000 km, uznawany za standard branżowy (Volkswagen, Group Sustainability Report 2024). Wykorzystano wskaźniki z bazy DEFRA v 1.0 (2025)
- Kategoria 14 obejmuje emisje powstałe przy operacjach punktów franczyzowych Wakacje.pl, wakacyjny świat oraz punkty franczyzowe Invia Group w ich zakresie 1 i 2. Do obliczeń wykorzystano bazy DEFRA (2025 v1.0), IEA (2023), wskaźnik emisyjności energii elektrycznej dla Polski KOBiZE (2025) oraz wskaźnik emisyjności energii cieplnej URE (2024).
- Kategoria 15 obejmuje emisje powstałe w wyniku inwestycji Grupy. Do obliczeń zastosowano metodę average-data method, przy wykorzystaniu bazy EPA (United States Environmental Protection Agency Supply Chain Greenhouse Gas Emission Factors v1.4 (2025)), skorygowano dane o inflację.

W zakresie 1 emisje biogeniczne występowały w przypadku wykorzystania paliw (benzyny i diesla), a łączna ich wielkość wynosiła 27,60 t CO₂; wartość tę obliczono przy pomocy wskaźników z bazy DEFRA 2025. W przypadku zakresu 2 oraz zakresu 3 nie było możliwe wyodrębnienie emisji biogenicznego CO₂, ponieważ zastosowane wskaźniki emisyjności nie pozwalają na oddzielne wykazanie procentowego udziału biogenicznego CO.

| Emisje gazów cieplarnianych | Jednostka | 2024* | 2025 | Zmiana r/r |
|--|--------------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| Emisja gazów cieplarnianych w zakresie 1 | | | | |
| Emisje brutto gazów cieplarnianych w zakresie 1 | t CO ₂ e | 639,97 | 547,60 | -14,43% |
| Odsetek emisji gazów cieplarnianych w zakresie 1 z regulowanych systemów handlu emisjami | % | 0 | 0 | 0 |
| Emisja gazów cieplarnianych w zakresie 2 | | | | |
| Emisje brutto gazów cieplarnianych w zakresie 2 wg metody location-based | t CO ₂ e | 6 029,49 | 6 131,30 | 1,69% |
| Emisje brutto gazów cieplarnianych w zakresie 2 wg metody market-based | t CO ₂ e | 516,58 | 1 010,97 | 95,79% |
| Znaczące emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3 | | | | |
| Całkowite pośrednie emisje brutto gazów cieplarnianych w zakresie 3 | t CO₂e | 255 655,71 | 101 657,04 | -60,24% |
| 1 Zakupione towary i usługi | t CO ₂ e | 11 663,17 | 31 763,29 | 172,34% |
| 2 Dobra inwestycyjne | t CO ₂ e | 1 731,11 | 4 191,86 | 142,14% |

| | | | | |
|--|--------------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| 3 Działalność związana z paliwami i energią (nieujęta w zakresie 1 lub 2) | t CO ₂ e | 160,46 | 1 895,46 | 1081,26% |
| 7 Dojazdy pracowników | t CO ₂ e | 793,08 | 1 126,86 | 42,09% |
| 11 Użytkowanie sprzedanych produktów | t CO ₂ e | 236 181,02 | 56 211,19 | -76,20% |
| 14 Franczyza | t CO ₂ e | 2 004,36 | 2 874,27 | 43,40% |
| 15 Inwestycje | t CO ₂ e | 2 389,26 | 3 594,12 | 50,43% |
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych | | | | |
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1+2 (location-based) | t CO₂e | 6 669,46 | 6 678,89 | 0,14% |
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1+2 (market-based) | t CO₂e | 1 556,56 | 1 558,57 | 34,76% |
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1+2 (location-based) +3 | t CO₂e | 262 325,17 | 108 335,93 | -58,70% |
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1+2 (market-based) +3 | t CO₂e | 256 812,26 | 103 215,61 | -59,81% |

| Intensywność emisji gazów cieplarnianych na przychody netto | Jednostka | 2024 | 2025 | Zmiana r/r |
|--|--------------------------------|-------------|-------------|-------------------|
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1+2 (location-based) +3 na przychody netto | t CO ₂ e /1 mln PLN | 167,30 | 48,94 | -70,75% |
| Całkowite emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1+2 (market-based) +3 na przychody netto | t CO ₂ e /1 mln PLN | 163,78 | 46,63 | -71,53% |

Kwota przychodów netto zostało uzgodniona do skonsolidowanego sprawozdania z wyniku finansowego i pozostałych całkowitych dochodów.

Dane w tabelach w rozdziale E1-6 za rok 2025 nie są porównywalne z danymi za rok 2024 ze względu na akwizycję Grupy Invia i związaną z tym zmianę struktury Grupy w 2025 roku. Decyzja o zmianie roku bazowego została podjęta w związku z istotnymi zmianami w strukturze Grupy, które wpłynęły na sposób gromadzenia, klasyfikacji i przeliczania danych, co uniemożliwia rzetelne przedstawienie. Ze względu na to rok 2025 został przyjęty jako nowy rok bazowy.

Poza zmianami w strukturze kapitałowej, na różnice w odnotowanych poziomach emisji wpłynęły następujące czynniki metodologiczne i operacyjne:

- **Kategoria 1 i 2:** Wzrost emisji w kategorii 1 „Zakupione towary i usługi” jest bezpośrednio powiązany ze zwiększeniem skali wydatków typu OPEX w całej Grupie, co przełożyło się na wyższy ślad węglowy łańcucha dostaw. Analogicznie, w kategorii 2 „Nakłady inwestycyjne”, wzrost poziomu emisji wynika ze zwiększenia nakładów inwestycyjnych (CAPEX) podjętych przez Grupę w roku 2025.
- **Kategoria 11:** W celu precyzyjnego odzwierciedlenia śladu węglowego działalności online, Grupa wdrożyła bardziej szczegółowe podejście do liczenia emisji związanych z użytkowaniem produktów cyfrowych. Nowy model uwzględnia emisje powstałe podczas transferu danych oraz w trakcie korzystania z usług przez użytkownika końcowego. Emisje po stronie użytkowników oszacowano na podstawie danych o liczbie odsłon oraz czasu spędzonego w naszych serwisach, z podziałem na typy urządzeń. W obliczeniach wykorzystano aktualne wskaźniki emisyjności energii elektrycznej z bazy IEA (2023), KOBiZE (2025) oraz uznany standard Sustainable Web Design Model dla procesów transferu danych.

—

I E1-7 PROJEKTY USUWANIA GAZÓW CIEPLARNIANYCH I OGRANICZANIA EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH FINANSOWANE ZA POMOCĄ JEDNOSTEK EMISJI DWUTLENKU WĘGLA

Na przestrzeni 2025 roku Grupa Wirtualna Polska Holding nie dokonywała zakupu Carbon Credits.

—

I E1-8 USTALANIE WEWNĘTRZNYCH CEN EMISJI DWUTLENKU WĘGLA

Na przestrzeni 2025 roku Grupa Wirtualna Polska Holding nie korzystała z wewnętrznie ustalonej ceny jednostki emisji (Internal Carbon Price).

TAKSONOMIA UE

I WSTĘP

Grupa Wirtualna Polska Holding *po raz czwarty* ujawnia w niniejszym raporcie informacje dotyczące zgodności z tzw. unijną Taksonomią działalności zrównoważonej środowiskowo. Obowiązki z tym związane zostały wprowadzone Rozporządzeniem Parlamentu i Rady (UE) 2020/852 z 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje¹. Wspomniane Rozporządzenie, w skrócie nazywane Taksonomią UE (systematyką), transponuje cele klimatyczne i środowiskowe Unii Europejskiej na techniczne kryteria służące ocenie czy dana działalność może być uznana jako zrównoważona w odniesieniu do 6 celów środowiskowych:

- 1) Łagodzenie zmian klimatu,
- 2) Adaptacja do zmian klimatu,
- 3) Zrównoważone wykorzystanie i ochrona zasobów wodnych i morskich,
- 4) Przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym,
- 5) Zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola,
- 6) Ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów.

Taksonomia jest zatem systemem klasyfikacji pozwalającym na zbadanie i ujawnienie, w jakim stopniu prowadzona przez Grupę Wirtualna Polska Holding działalność jest zrównoważona środowiskowo.

Wszelkiego rodzaju działalność prowadzona przez Wirtualną Polskę może być przypisana do jednej z trzech kategorii:

- I Działalność kwalifikująca się do systematyki, dla której stwierdzono, że spełnione są Techniczne Kryteria Kwalifikacji, kryteria niewyrządzania poważnych szkód pozostałym celom środowiskowym (DNSH) i Minimalne Gwarancje – jest to działalność zrównoważona środowiskowo;
- II Działalność kwalifikująca się do systematyki, dla której stwierdzono, że przynajmniej jedno z kryteriów nie jest spełnione - jest to działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo;
- III Działalność niekwalifikująca się do systematyki, dla której nie istnieją Techniczne Kryteria Kwalifikacji (do kategorii tej należą m.in. te rodzaje działalności, dla których kryteria powstaną w przyszłości i wówczas działalność ta będzie kwalifikowała się do Taksonomii).

Techniczne Kryteria Kwalifikacji (TKK) to szczegółowe kryteria pozwalające na jednoznaczne stwierdzenie, czy dana działalność wnosi istotny wkład w jeden z celów środowiskowych i nie wyrządza poważnych szkód pozostałym celom środowiskowym. TKK są zawarte w szczególności dwóch aktach prawnych:

1. Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2139 z dn. 04 czerwca 2021 r. (tzw. „Climate Delegated Act”), które od czasu wydania, było nowelizowane dwukrotnie przez następujące akty prawne:
 - Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/1214 z dnia 9 marca 2022 r., które wprowadziło wymagania dla działalności związanych z wytwarzaniem energii z wykorzystaniem paliw gazowych i energii jądrowej,
 - Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2023/2485 z dnia 27 czerwca 2023 r., które wprowadziło nowe rodzaje działalności oraz zmiany do niektórych technicznych kryteriów kwalifikacji.

Rozporządzenie 2021/2139 zawiera kryteria istotnego wkładu w dwa cele środowiskowe: łagodzenie zmian klimatu (*climate change mitigation*, CCM) i adaptacja do zmian klimatu (*climate change adaptation*, CCA) oraz kryteria niewyrządzania poważnych szkód pozostałym celom środowiskowym (*do no significant harm*, DNSH).

2. Rozporządzeniu delegowanym Komisji (UE) 2023/2486 z dnia 27 czerwca 2023 r. (tzw. „Environmental Delegated Act”).

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088

Rozporządzenie to określa TKK dla istotnego wkładu i nieczynienia poważnej szkody w zakresie pozostałych czterech celów środowiskowych: zrównoważonego wykorzystania i ochrony zasobów wodnych (WTR), przejścia na gospodarkę obiegu zamkniętego (CE), ograniczaniu zanieczyszczeń (PPC) i ochrony bioróżnorodności (BIO).

Minimalne Gwarancje (MG), określone w art. 18 Rozporządzenia 2020/852 są procedurami stosowanymi w celu zapewnienia przestrzegania Wytycznych ONZ dotyczących Biznesu i Praw Człowieka i Wytycznych OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych.

Każde przedsiębiorstwo podlegające obowiązkowi wynikającemu z Rozporządzenia 2020/852 jest zobowiązane na podstawie art. 8 Rozporządzenia do ujawnienia trzech wskaźników:

1. Udział procentowy obrotu pochodzący z produktów lub usług związanych działalnością zrównoważoną środowiskowo;
2. Udział procentowy nakładów inwestycyjnych (CapEx) odpowiadający aktywom lub procesom związanym z działalnością zrównoważoną środowiskowo;
3. Udział procentowy wydatków operacyjnych (OpEx) odpowiadający aktywom lub procesom związanym z działalnością zrównoważoną środowiskowo.

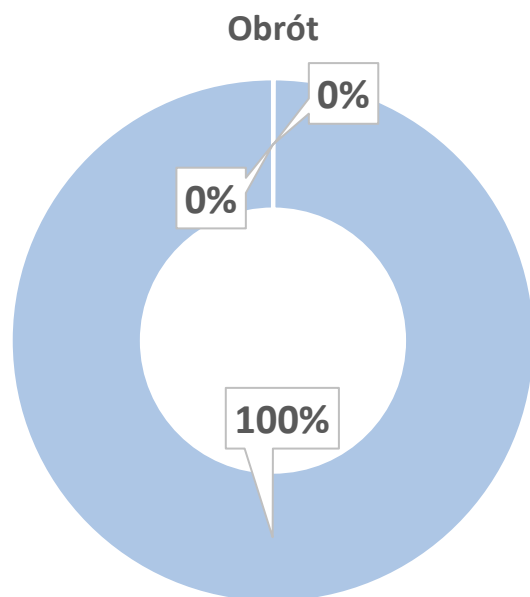
Szczegółowe wymagania dotyczące kalkulacji i ujawniania ww. wskaźników zostały określone w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178², tzw. „akcie delegowanym do art. 8”.

8 stycznia 2026 roku opublikowano Rozporządzenie Delegowane Komisji 2026/73, zmieniające rozporządzenia delegowane 2021/2178, 2021/2139 oraz 2023/2486, wprowadzające nowe przepisy dotyczące podejścia do przygotowania ujawnień w kontekście art. 8 Taksonomii UE. Artykuł 4 przedmiotowej regulacji przewiduje jednak możliwość skorzystania ze zwolnienia ze stosowania nowego rozporządzenia delegowanego i zastosowania ww. Aktów w dotychczasowym brzmieniu. Grupa skorzystała z tego przepisu, raportując w oparciu o zasady sprzed wprowadzenia zmian.

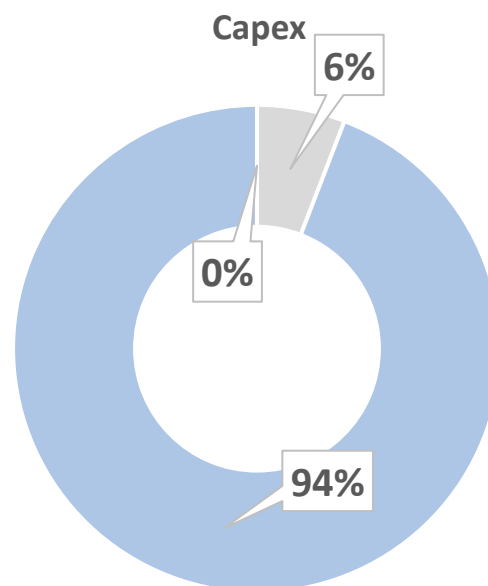
² Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2021/2178 z dnia 6 lipca 2021 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 przez sprecyzowanie treści i prezentacji informacji dotyczących zrównoważonej środowiskowo działalności gospodarczej, które mają być ujawniane przez przedsiębiorstwa podlegające art. 19a lub 29a dyrektywy 2013/34/UE, oraz określenie metody spełnienia tego obowiązku ujawniania informacji.

I ZGODNOŚĆ PROWADZONEJ PRZEZ WIRTUALNĄ POLSKĘ HOLDING DZIAŁALNOŚCI Z SYSTEMATYKĄ

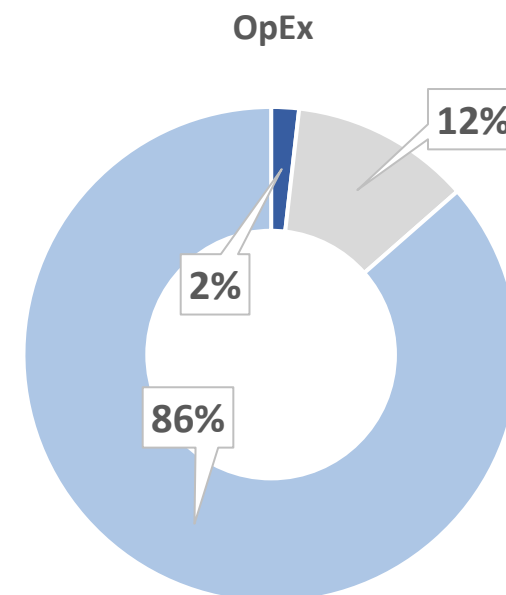
W wyniku przeprowadzonych analiz ustalono następujący odsetek obrotu, nakładów inwestycyjnych (CapEx) i wydatków operacyjnych (OpEx) zgodnych z Taksonomią oraz kwalifikujących się.



- Działalność zrównoważona środowiskowo
- Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo



- Działalność zrównoważona środowiskowo
- Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo
- Działalność niekwalifikująca się do systematyki



- Działalność zrównoważona środowiskowo
- Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo
- Działalność niekwalifikująca się do systematyki

Badanie zgodności prowadzonej przez Grupę Wirtualna Polska działalności z systematyką wykazało, że:

- Z działalności zrównoważonej Grupa Wirtualna Polska Holding w 2025 roku pochodziło: 0,05% obrotu, 0,0% nakładów inwestycyjnych oraz 1,81% wydatków operacyjnych.
- Z działalności kwalifikującej się, ale niezgodnej z systematyką (niezrównoważonej środowiskowo) w 2025 roku pochodziło: 0% obrotu, 5,87% nakładów inwestycyjnych oraz 11,73% wydatków operacyjnych Grupy Wirtualna Polska Holding.
- Z działalności niekwalifikującej się do systematyki w 2025 roku pochodziło: 99,95% obrotu, 94,13% nakładów inwestycyjnych oraz 86,46% wydatków operacyjnych Grupy.

| | Obrót | CapEx | OpEx |
|---|---------|---------|------|
| Działalność zrównoważona środowiskowo (mln zł) | 1,2 | 0 | 0,4 |
| Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (mln zł) | 0 | 88,3 | 2,7 |
| Działalność niekwalifikująca się do systematyki (mln zł) | 2 212,4 | 1 422,9 | 19,8 |
| łącznie (mln zł) | 2 213,6 | 1 511,1 | 22,9 |

W dalszej części rozdziału opisany jest proces badania zgodności z Taksonomią, zastosowane zasady rachunkowości oraz szczegółowe omówienie trzech wskaźników wyników wraz z tabelami sporządzonymi zgodnie z tzw. aktem delegowanym do art. 8, czyli Rozporządzeniem Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178.

PRZYGOTOWANIE UJAWNIEŃ DO TAKSONOMII

W celu przygotowanie ujawnień przeprowadzony został czteroetapowy proces:

1. Identyfikacja

Etap polegał na przeglądzie całej działalności prowadzonej przez Wirtualna Polskę i spółki zależne Grupy i ustalenie, czy, a jeśli tak to które rodzaje działalności, kwalifikują się do systematyki. Przeglądowi podlegały uzyskiwane przez spółki przychody, nakłady inwestycyjne i wydatki operacyjne. Do identyfikacji poszczególnych rodzajów działalności wykorzystano ich opisy zawarte w załącznikach do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 oraz 2023/2486, które były porównywane do faktycznie prowadzonej działalności. W przypadku braku dostatecznej jednoznaczności opisu działalności korzystano pomocniczo ze statystycznej klasyfikacji działalności gospodarczej NACE.

2. Weryfikacja Minimalnych Gwarancji

Przeprowadzona została ocena, czy spełnione są Minimalne Gwarancje. Szczegóły oceny są przedstawione w sekcji *Minimalne Gwarancje*.

3. Weryfikacja TKK

W przypadku wszystkich zidentyfikowanych rodzajów działalności przeprowadzono badanie kryteriów istotnego wkładu i niewyrządzania poważnych szkód z wykorzystaniem TKK określonych w załącznikach do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139. Szczegóły oceny są przedstawione w sekcji *Weryfikacja zgodności z Technicznymi Kryteriami Kwalifikacji*.

4. Alokacja

Etap polegał na przypisaniu do poszczególnych zidentyfikowanych w pierwszym etapie i zweryfikowanych w trzecim etapie działalności wartości obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych. Szczegóły zastosowanych metod alokacji zostały opisane w rozdziale *Zasady Rachunkowości*.

5. Kalkulacja

Etap polegał na wykorzystaniu informacji wynikowych z etapów drugiego i trzeciego w celu sporządzenia tabel zawierających wymagane informacje oraz opracowaniu niniejszej informacji uzupełniającej, zgodnie z wymogami załączników I i II do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178.

Proces został przeprowadzony przez zespół składający się z przedstawicieli spółek Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding oraz był nadzorowany przez członkinię Zarządu, Chief Financial Officer Elżbietę Bujniewicz-Belkę oraz Dyrektorkę ds. Relacji Inwestorskich i Analiz Finansowych.

W 2025 roku Grupa Wirtualna Polska Holding dokonała ekspansji, nabywając Grupę Invia, która zgodnie z zasadami przygotowania ujawnień do Taksonomii UE została włączona do raportowania za 2025 roku zbieżnie z zasadami stosowanymi w sprawozdawczości finansowej.

Minimalne Gwarancje

Zgodnie z art. 18 Rozporządzenia 2020/852:

*„Minimalnymi gwarancjami, o których mowa w art. 3 lit. c), są procedury stosowane przez przedsiębiorstwo prowadzące działalność gospodarczą, które mają zapewnić przestrzeganie **Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych** oraz **Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka**, w tym zasad i praw określonych w **ośmiu podstawowych konwencjach wskazanych w Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej podstawowych zasad i praw w pracy** oraz zasad i praw określonych w **Międzynarodowej karcie praw człowieka**”.*

Badanie zgodności z Minimalnymi Gwarancjami zostało zrealizowane zgodnie z rekomendacjami zamieszczonymi w *Final Report on Minimum Safeguards*³ autorstwa Platform On Sustainable Finance. Zgodnie z rekomendacjami, niespełnieniem Minimalnych Gwarancji jest przynajmniej jedna z czterech przesłanek:

1. Nieodpowiednie lub nieistniejące procesy należytej staranności w zakresie praw człowieka, w tym praw pracowniczych, korupcji, opodatkowania i uczciwej konkurencji.
2. Grupa została ostatecznie pociągnięta do odpowiedzialności lub uznana za naruszającą prawo pracy, lub prawa człowieka w niektórych rodzajach spraw sądowych z zakresu prawa pracy lub praw człowieka.
3. Brak współpracy z Krajowym Punktem Kontaktowym OECD w sprawie zgłoszenia przyjętego przez KPK OECD.
4. Business and Human Rights Resource Centre (BHRRC) podjęło zarzut wobec firmy, a firma nie odpowiedziała na nie w ciągu 3 miesięcy.

W procesie weryfikacji w Grupie Wirtualna Polska Holding niezgodność z przesłankami, aby uznać, że Minimalne Gwarancje zostały spełnione, została zweryfikowana w następujących sposób:

- **Przesłanka 1:** Weryfikacja istnienia i kompletności procesów należytej staranności funkcjonujących w Grupie Wirtualna Polska oszukała się na podstawie sprawdzenia ich zgodności z:
 - Wytycznymi OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych
 - Wytycznymi ONZ dla biznesu i praw człowiekaDo powyższego badania wykorzystano metodykę i opisy zawarte w *Final Report on Minimum Safeguards* oraz *World Benchmark Alliance Core UNGP Indicators* przygotowane przez Platform on Sustainable Finance.
Po przeprowadzonej analizie stwierdzono, że Grupa spełnia wymagania w zakresie procesu należytej staranności w obszarach wskazanych przez Minimalne Gwarancje.
- **Przesłanka 2:** Weryfikacja istnienia prawomocnych wyroków lub ostatecznych decyzji wobec najwyższej kadry zarządzającej stwierdzających naruszenia potwierdziła brak informacji kwalifikujących Grupę do spełnienia warunków Przesłanki 2.
- **Przesłanka 3:** Przeprowadzono weryfikację bazy zgłoszeń KPK OECD, która wykazała brak zaistniałych zgłoszeń w stosunku do Grupy w 2024 roku. [<http://mneguidelines.oecd.org/database/>].
- **Przesłanka 4:** Przeprowadzono weryfikację bazy zgłoszeń Business and Human Rights Resource Centre (BHRRC), która wykazała brak zaistniałych zgłoszeń w stosunku do Grupy w okresie, którego dotyczyła weryfikacja. [<https://www.business-humanrights.org/en/companies>].

W wyniku przeprowadzonego procesu weryfikacji ustalono, że działalność Grupy Wirtualna Polska Holding prowadzona jest zgodnie z Minimalnymi Gwarancjami. Procesem weryfikacji objęto również przejętą w 2025

³ https://finance.ec.europa.eu/system/files/2022-10/221011-sustainable-finance-platform-finance-report-minimum-safeguards_en.pdf

roku Grupę Invia, która obecnie znajduje się w fazie integracji polityk i działań operacyjnych obowiązujących w Grupie Wirtualna Polska Holding. Z uwagi na ten trwający proces wdrażania standardów korporacyjnych w nowym podmiocie, na moment sporządzenia niniejszego sprawozdania Grupa nie jest jeszcze w stanie jednoznacznie potwierdzić pełnego spełnienia wszystkich kryteriów Minimalnych Gwarancji w odniesieniu do działalności Grupy Invia. Jednocześnie, niezależnie od procesu weryfikacji Minimalnych Gwarancji, w Grupie Invia nie zidentyfikowano działalności spełniających Techniczne Kryteria Kwalifikacji.

Weryfikacja zgodności z Technicznymi Kryteriami Kwalifikacji

Weryfikacja zgodności z Technicznymi Kryteriami Kwalifikacji była prowadzona dla wszystkich rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki i polegała na analizie poszczególnych kryteriów istotnego wkładu i niewyrządzania poważnych szkód oraz sprawdzeniu czy dany rodzaj działalności jest zgodny z TKK określonymi w przepisach Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139.

Poniżej prezentowany jest opis po weryfikacji Technicznych Kryteriów Kwalifikacji dla działalności CCM 4.1 : Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej

| Kryterium istotnego wkładu | |
|---|---|
| Łagodzenie zmian klimatu | W ramach działalności spółki WP Naturalnie, Grupa produkuje oraz sprzedaje energię wytworzoną przez farmy fotowoltaiczne. |
| Kryteria nieczynienia poważnych szkód | |
| Adaptacja do zmian klimatu | Grupa przeprowadziła analizę ryzyk klimatycznych dla farm fotowoltaicznych. Określono wymienione w Dodatku A do Załącznika I Rozporządzenia (UE) nr 2020/852 ryzyka fizyczne związane z klimatem, które należy rozważyć w odniesieniu do działalności potencjalnie zgodnych z Taksonomią. Grupa przeanalizowała, które z nich są istotne dla prowadzonej przez nią działalności. W analizie posłużono się scenariuszami Klimada 2.0 (RCP 4.5 i 8.5) oraz zweryfikowano ustalenia względem najbardziej odpowiednich dostępnych scenariuszy. Przeprowadzona analiza wykazała, że inwestycje nie są zagrożone ryzykami klimatycznymi, które mogłyby w trakcie planowanego cyklu życia wymagać wdrożenia dodatkowych działań adaptacyjnych. |
| Zrównoważone wykorzystanie i ochrona zasobów wodnych i morskich | Nie dotyczy |
| Przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym | Grupa zleciła badanie due diligence farm fotowoltaicznych, która zawiera kwestie związane z gospodarką o obiegu zamkniętym. |
| Zapobieganie zanieczyszczeniom i ich kontrola | Nie dotyczy |
| Ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów | Grupa posiada dokumenty potwierdzające procedurę kontrolną spełniającą kryteria określone w Dodatku D do Załącznika I Rozporządzenia delegowanego Komisji(UE) 2021/2139 |

ZASADY RACHUNKOWOŚCI

W celu obliczenia odsetka obrotu, nakładów inwestycyjnych (CapEx) i wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki i zgodnych z nią zastosowano następujące zasady.

OBRÓT

W odniesieniu do obrotu mianownik stanowiły skonsolidowane przychody Grupy Wirtualna Polska Holding w roku 2025 ujawnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym opisane w nocie 7. Do licznika przypisano przychody z działalności kwalifikującej się do systematyki oraz zgodnej z nią.

W odniesieniu do obrotu mianownik stanowiły skonsolidowane przychody Grupy Wirtualnej Polski w roku 2025, z wyłączeniem przychodów związanych z incydentalną sprzedażą środków trwałych, ujawnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w nocie 7: "Przychody ze sprzedaży". Do licznika przypisano przychody z działalności kwalifikującej się do systematyki oraz zgodnej z nią.

I NAKŁADY INWESTYCYJNE (CAPEX)

W odniesieniu do nakładów inwestycyjnych (CapEx) mianownik stanowiły nakłady inwestycyjne przede wszystkim na: rzeczowe aktywa trwałe, w tym serwery, maszyny i urządzenia, zwiększenie środków trwałych w leasingu, oraz wartości niematerialne. CapEx jest ujęty w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w notcie 18 i 20. Do licznika przypisano tę część CapEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki oraz zgodnej z nią.

I WYDATKI OPERACYJNE (OPEX)

W odniesieniu do wydatków operacyjnych (OpEx) mianownik stanowiły wszystkie koszty służące do bieżącej obsługi aktywów spółki i utrzymywania ich we właściwej kondycji. Zaliczone do nich zostały takie koszty, jak: koszty osobowe osób odpowiedzialnych za utrzymanie i naprawy (maintenance), w tym floty samochodowej wykorzystywanej w działalnościach prowadzonych przez Grupę, koszty związane z naprawami oraz remontami biur, koszty utrzymania serwerowni, koszty leasingu operacyjnego. Do licznika przypisano tę część OpEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki oraz zgodnej z nią.

Dane wykorzystane do obliczeń pochodziły z systemu finansowo-księgowego Wirtualna Polska Holding i z systemów finansowo-księgowych poszczególnych spółek zależnych wchodzących w skład Grupy Wirtualna Polska Holding. W przypadku Grupy Invia, dane finansowe zostały pozyskane z jej wewnętrznych systemów finansowo-księgowych i uwzględnione w kalkulacjach od momentu przejęcia kontroli nad spółką w 2025 roku. Dane te zostały włączone do mianownika wskaźników KPI (Przychody, CapEx, OpEx).

Grupa uniknęła podwójnego liczenia podczas przypisywania obrotu i nakładów inwestycyjnych poprzez dokonanie stosownych wyłączeń konsolidacyjnych zgodnie z obowiązującymi przepisami rachunkowymi. W przypadku wydatków operacyjnych, które w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 definiowane są w sposób nie odnoszący się do międzynarodowych standardów sprawozdawczości finansowej, dokonano przeglądu wszystkich kont w systemie rachunkowym Grupy, a następnie zidentyfikowane pozycje spełniające definicję OpEx'u przypisano każdorazowo do danego rodzaju działalności kwalifikującej się do systematyki lub do zbioru pozostałych wydatków operacyjnych (nie kwalifikujących się do systematyki). Nie było konieczności dokonywania alokacji bądź szacunków.

Grupa ujawnia w niniejszym raporcie udział działalności zgodnej z systematyką oraz udział działalności kwalifikującej się do systematyki. Ujawnienie w niniejszym raporcie dotyczy ostatniego roku obrotowego, tj. okresu 01.01.2025-31.12.2025.

W trakcie analizy nie zidentyfikowano rodzajów działalności przyczyniających się do więcej niż jednego celu środowiskowego. Nie istniała w związku z tym potrzeba stosowania specjalnych procedur w celu uniknięcia podwójnego liczenia. Weryfikacja zgodności z Technicznymi Kryteriami Kwalifikacji była prowadzona dla wszystkich rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki i polegała na analizie poszczególnych kryteriów istotnego wkładu i niewyrządzania poważnych szkód.

Analiza wykazała brak konieczności szczegółowej dezagregacji kluczowych wskaźników wyników pomiędzy poszczególne jednostki operacyjne Grupy zgodnie z pkt 1.2.2.3. Załącznika I do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178. Więcej informacji na ten temat znajduje się w komentarzach do poszczególnych kluczowych wskaźników wyników.

Grupa nie prowadzi, nie finansuje ani nie ma ekspozycji na rodzaje działalności, o których mowa w sekcjach 4.26 – 4.31 załączników I i II do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 (rodzaje działalności związane z wytwarzaniem energii w ramach procesów jądrowych i produkcji energii z gazowych paliw kopalnych).

| 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 jest na nią ekspozycja. | 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 |

Obrót

Tabela 1: Odsetek przychodów zgodnych z systematyką

| Rok obrotowy 2025 | Rok | | | Kryteria dotyczące istotnego wkładu | | | | | | Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód”) | | | | | | | | | |
|--|--------------|-----------------------------|--------------|-------------------------------------|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------|------------------------------|--|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------|------------------------------|---------------------|---|--|--|
| Działalność gospodarcza | Kod lub kody | Obrót (wartość bezwzględna) | Część obrotu | Łagodzenie zmian klimatu | Adaptacja do zmian klimatu | Zasoby wodne i morskie | Gospodarka o obiegu zamkniętym | Zanieczyszczenie | Bioróżnorodność i ekosystemy | Łagodzenie zmian klimatu | Adaptacja do zmian klimatu | Zasoby wodne i morskie | Gospodarka o obiegu zamkniętym | Zanieczyszczenie | Bioróżnorodność i ekosystemy | Minimalne gwarancje | Udział procentowy obrotu zgodnego z systematyką, (A.1) lub kwalifikującego się do systematyki (A.2), rok 2024 | Kategoria (działalność wspomagająca lub) | Kategoria (działalność na rzecz przejścia) |
| | | mln zł | % | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/E L | T; N; N/E L | T; N; N/E L | T; N; N/E L | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | % | E |
| A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodna z systematyką) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej | CCM4.1 | 1,18 | 0,05% | T | N/EL | N/E L | N/E L | N/E L | N/E L | T | T | T | T | T | T | T | 0,10% | | |
| Obrót ze zrównoważonej środowiskowo działalności (zgodnej z systematyką) (A.1) | | 1,18 | 0,05% | 0,05% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | T | T | T | T | T | T | T | 0,10% | | |
| W tym wspomagająca | | | | 0,00% | 0,00% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | T | T | T | T | T | T | T | 0,00% | E | |
| W tym na rzecz przejścia | | | | 0,00% | | | | | | T | T | T | T | T | T | T | 0,00% | | T |
| A.2. Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | mln zł | % | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/E L | EL; N/E L | EL; N/E L | EL; N/E L | | | | | | | | | | |
| Obrót z działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (niezgodnej z systematyką) (A.2) | | 0,00 | 0,00% | 0,00% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | | | | | | | | 0,00% | | |
| Razem (A.1.+A.2.) | | 1,18 | 0,05% | 0,05% | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | 0,00 % | | | | | | | | 0,10% | | |
| B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Obrót z działalności niekwalifikującej się do systematyki (B) | | 2 212,44 | 99,95% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Razem (A+B) | | 2 213,62 | 100,0% | | | | | | | | | | | | | | | | |

Grupa Wirtualna Polska Holding uzyskała w 2025 r. 2 213,62 mln zł przychodów. Zdecydowana większość (2 212,44 mln zł) dotyczyła działalności, która nie kwalifikuje się do systematyki. Pozostała część przychodów stanowiła obrót kwalifikujący się do systematyki, w tym:

- Obrót związany z działalnością CCM 4.1 Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej wyniósł 1,18 mln zł (0,05% całkowitego obrotu)

W przypadku działalności 4.1 potwierdzono spełnienie Technicznych Kryteriów Kwalifikacji określonych odpowiednio w Załączniku I do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139, a zatem obrót związany z tą działalnością został uznany za zgodny z systematyką.

Udział obrotu z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) w całości obrotu wyniósł w 2025 r. 0,05%, a udział obrotu z działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezgodnej z nią 0,00%. Łącznie udział obrotu z działalności kwalifikującej się do systematyki wyniósł 0,05%. Pozostałe 99,95% obrotu przypada na przychody z działalności niekwalifikującej się do systematyki, czyli takiej, dla której regulator nie ustalił Technicznych Kryteriów Kwalifikacji w załącznikach do aktów delegowanych.

| | Część obrotu/Całkowity obrót | |
|-----|---|--|
| | Zgodność z systematyką w podziale na cele | Kwalifikowanie się do systematyki w podziale na cele |
| CCM | 0,05% | 0% |
| CCA | 0% | 0% |
| WTR | 0% | 0% |
| CE | 0% | 0% |
| PPC | 0% | 0% |
| BIO | 0% | 0% |

Nakłady inwestycyjne (CapEx)

Tabela 2: Odsetek nakładów inwestycyjnych (CapEx) zgodnych z systematyką

| Rok obrotowy 2025 | Rok | | | Kryteria dotyczące istotnego wkładu | | | | | | Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyn poważnych szkód”) | | | | | | | | | | |
|--|--------------|--|---|-------------------------------------|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------|------------------------------|---|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------|------------------------------|---------------------|--|--|--|--|
| Działalność gospodarcza | Kod lub kody | Nakłady inwestycyjne w ujęciu bezwzględnym | Udział procentowy nakładów inwestycyjnych | Łagodzenie zmian klimatu | Adaptacja do zmian klimatu | Zasoby wodne i morskie | Gospodarka o obiegu zamkniętym | Zanieczyszczenie | Bioróżnorodność i ekosystemy | Łagodzenie zmian klimatu | Adaptacja do zmian klimatu | Zasoby wodne i morskie | Gospodarka o obiegu zamkniętym | Zanieczyszczenie | Bioróżnorodność i ekosystemy | Minimalne gwarancje | Udział procentowy nakładów inwestycyjnych zgodnych z systematyką, rok 2024 | Kategoria (działalność wspomagająca lub) | Kategoria (działalność na rzecz przejścia) | |
| | | mln zł | % | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | T/N | % | E | T | |
| A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodna z systematyką) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej | CCM4.1 | 0 | 0,0% | T | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | T | T | T | T | T | T | T | 0,09% | | | |
| Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1) | | 0 | 0,0% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | T | T | T | T | T | T | T | 0,09% | | | |
| W tym wspomagająca | | | | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | T | T | T | T | T | T | T | 0,00% | E | | |
| W tym na rzecz przejścia | | | | 0,00% | | | | | | T | T | T | T | T | T | T | 0,00% | | T | |
| A.2. Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | mln zł | % | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | | | | | | | | | | | |
| Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi | CCM6.5 | 1,98 | 0,13% | EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | | | | | | | | 0,40% | | | |
| Nabywanie i prawo własności budynków | CCM7.7 | 73,60 | 4,87% | EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | | | | | | | | 4,78% | | | |
| Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność | CCM8.1 | 13,11 | 0,87% | EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | | | | | | | | 6,21% | | | |
| Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (niezgodnej z systematyką) (A.2) | | 88,69 | 5,87% | 5,87% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | | | | | | | | 11,39% | | | |
| Razem (A.1.+A.2.) | | 88,69 | 5,87% | 5,87% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | | | | | | | | 11,48% | | | |
| B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki (B) | | 1 422,44 | 94,13% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Razem (A+B) | | 1 511,13 | 100,0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Grupa Wirtualna Polska Holding zrealizowała w 2025 r. nakłady inwestycyjne w wysokości 1 511,13 mln zł. Odnotowany w 2025 roku istotny wzrost całkowitych nakładów inwestycyjnych (stanowiących mianownik wskaźnika CapEx) wynika przede wszystkim z uwzględnienia w kalkulacjach akwizycji Grupy Invia, w tym ze zwiększenia rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych wynikających z przejęcia kontroli nad nowymi podmiotami

Zdecydowana większość z nakładów inwestycyjnych nie dotyczyła rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki, w tym (działalności wymienione są w kolejności od mających największy udział w nakładach inwestycyjnych):

- Nakłady inwestycyjne związane z działalnością CCM7.7 Nabywanie i prawo własności budynków wyniosły 73,6 mln zł (4,87% całkowitych nakładów inwestycyjnych)
- Nakłady inwestycyjne związane z działalnością CCM8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność wyniosły 13,11 mln zł (0,87% całkowitych nakładów inwestycyjnych)
- Nakłady inwestycyjne związane z działalnością CCM6.5 Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi wyniosły 1,98 mln zł (0,13% całkowitych nakładów inwestycyjnych)
- W 2025 było brak nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością CCM 4.1 Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej.

Nakłady związane z działalnościami 6.5, 7.7 i 8.1. zostały uznane za kwalifikujące się do systematyki, ale niezgodne z nią.

Grupa poniosła w 2025 r. także 1 422,44 mln zł nakładów inwestycyjnych na działalność niekwalifikującą się do systematyki.

Licznik łącznych kwalifikowalnych nakładów inwestycyjnych (88,69 mln zł), składa się w 1,98 mln zł – 0,13% z użytkowania i transportu pojazdami, w 73,60 mln zł – 4,87% z nabywania i własności budynków, w 13,11 mln zł – 0,87% z przetwarzania danymi z zarządzaniem stronami internetowymi.

Udział nakładów inwestycyjnych związanych z rodzajami działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezgodnej z nią wyniósł w 2025 roku 5,87%. Pozostałe 94,13% nakładów inwestycyjnych przypadało na rodzaje działalności niekwalifikujące się do systematyki, czyli takie, dla których regulator nie ustalił Technicznych Kryteriów Kwalifikacji w załącznikach do aktu delegowanego.

| Część nakładów inwestycyjnych/Łączne nakłady inwestycyjne | | |
|---|---|--|
| | Zgodność z systematyką w podziale na cele | Kwalifikowanie się do systematyki w podziale na cele |
| CCM | 0% | 5,87% |
| CCA | 0% | 0% |
| WTR | 0% | 0% |
| CE | 0% | 0% |
| PPC | 0% | 0% |
| BIO | 0% | 0% |

Wydatki operacyjne (OpEx)

Tabela 3: Odsetek wydatków operacyjnych (OpEx) zgodnych z systematyką

| Rok obrotowy 2025 | Rok | | Kryteria dotyczące istotnego wkładu | | | | | | Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód") | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|---|---|--------------------------|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------|--|--------------------------|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------|------------------------------|---------------------|---|--|---|--------|--|
| Działalność gospodarcza | Kod lub kody | Wydatki operacyjne w ujęciu bezwzględny m | Udział procentow y wydatków operacyjny ch | Łagodzenie zmian klimatu | Adaptacja do zmian klimatu | Zasoby wodne i morskie | Gospodarka o obiegu zamkniętym | Zanieczyszczenie | Bioróżnorodność i ekosystemy | Łagodzenie zmian klimatu | Adaptacja do zmian klimatu | Zasoby wodne i morskie | Gospodarka o obiegu zamkniętym | Zanieczyszczenie | Bioróżnorodność i ekosystemy | Minimalne gwarancje | Udział procentowy wydatków operacyjnych z systematyk ą(A.1) lub kwalifikując ych się do systematyki (A.2), rok 2024 | Kategoria działalność wspomagająca lub | Kategoria działalności na rzecz przejścia | | |
| | | mln zł | % | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T; N; N/EL | T/N | T/N | T/ N | T/N | T/N | T/N | T/N | % | E | T | | |
| A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodna z systematyką) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej | CCM4.1 | 0,41 | 1,81% | T | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | T | T | T | T | T | T | T | 2,21% | | | | |
| Wydatki operacyjne z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1) | | 0,41 | 1,81% | 1.81% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00 % | 0,00% | T | T | T | T | T | T | T | 2,21% | | | | |
| W tym wspomagająca | | | | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00 % | 0,00% | T | T | T | T | T | T | T | 0,00% | E | | | |
| W tym na rzecz przejścia | | | | 0,00% | | | | | | T | T | T | T | T | T | T | 0,00% | | T | | |
| A.2. Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | mln zł | % | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | EL; N/EL | | | | | | | | | | | | |
| Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi | CCM6.5 | 1,57 | 6,87% | EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | | | | | | | | | | | 7,34% | |
| Nabywanie i prawo własności budynków | CCM7.7 | 0,06 | 0,27% | EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | | | | | | | | | | | 1,26% | |
| Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność | CCM8.1 | 1,05 | 4,59% | EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | N/EL | | | | | | | | | | | 31,21% | |
| Wydatki operacyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (niezgodnej z systematyką) (A.2) | | 2,68 | 11,73% | 11,73% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00 % | 0,00% | | | | | | | | | | | 39,8% | |
| Razem (A.1.+A.2.) | | 3,10 | 13,54% | 13,54% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00 % | 0,00% | | | | | | | | | | | 42,0% | |
| B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Wydatki operacyjne z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki (B) | | 19,78 | 86,46% | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Razem (A+B) | | 22,87 | 100,0% | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Grupa Wirtualna Polska Holding poniosła w 2025 r. wydatki operacyjne w wysokości 22,87 mln zł. W większości dotyczyły one rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki, w tym (działalności wymienione są w kolejności od mających największy udział w wydatkach operacyjnych):

- Wydatki operacyjne związane z działalnością CCM6.5 Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi wyniosły 1,57 mln zł (6,87% całkowitych wydatków operacyjnych)
- Wydatki operacyjne związane z działalnością CCM8.1 Przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność wyniosły 1,05 mln zł (4,59% całkowitych wydatków operacyjnych)
- Wydatki operacyjne związane z działalnością CCM4.1 Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej wyniosły 0,41 mln zł (1,81% całkowitych wydatków operacyjnych)
- Wydatki operacyjne związane z działalnością CCM7.7 Nabywanie i prawo własności budynków wyniosły 0,06 mln zł (0,27% całkowitych wydatków operacyjnych)

Jedynie w przypadku działalności związanej z wytwarzaniem energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej potwierdzono spełnienie Technicznych Kryteriów Kwalifikacji, a zatem wydatki operacyjne związane z tą działalnością zostały uznane za zgodne z systematyką. W przypadku działalności 6.5, 7.7 i 8.1. wydatki operacyjne uznano za kwalifikujące się, ale niezgodne z systematyką, ze względu na brak spełniania kryteriów istotnego wkładu

Licznik kwalifikowalnych i zgodnych wydatków operacyjnych składa się w 100% z wydatków operacyjnych dot. utrzymania aktywów w należytym stanie.

Udział wydatków operacyjnych związanych z rodzajami działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) w całości wydatków operacyjnych wyniósł w 2025 r. 1,81% a udział wydatków operacyjnych związanych z rodzajami działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezgodnej z nią 11,73%. Pozostałe 86,46% wydatków operacyjnych przypadało na rodzaje działalności niekwalifikujące się do systematyki, czyli takie, dla których regulator nie ustalił Technicznych Kryteriów Kwalifikacji w załącznikach do aktu delegowanego.

Podsumowując, w 2025 r. z działalności zgodnej z systematyką obrót wyniósł 1,18 mln zł, a wydatki operacyjne 0,41 mln zł. W 2025 roku nie było nakładów inwestycyjnych na działalność zgodną z systematyką. W ujawnieniu z roku 2024 r. stwierdzono w działalności zgodnej z systematyką kwotę obrotu 1,6 mln zł, nakładów inwestycyjnych 0,14 mln zł, a wydatków operacyjnych 0,38 mln zł.

| Część wydatków operacyjnych/Łączne wydatki operacyjne | | |
|---|---|--|
| | Zgodność z systematyką w podziale na cele | Kwalifikowanie się do systematyki w podziale na cele |
| CCM | 1,81% | 11,73% |
| CA | 0% | 0% |
| WTR | 0% | 0% |
| CE | 0% | 0% |
| PPC | 0% | 0% |
| BIO | 0% | 0% |

3. INFORMACJE DOTYCZĄCE KWESTII SPOŁECZNYCH

S1 WŁASNE ZASOBY PRACOWNICZE

W niniejszym rozdziale dane liczbowe o pracownikach sprawozdawane są w ujęciu osobowym. Prezentowane dane nie uwzględniają danych spółek stowarzyszonych. W rozdziale uniknięto podwójnego liczenia pracowników zatrudnionych w kilku spółkach w Grupie Kapitałowej.

I SBM-3 ISTOTNE WPŁYWY, RYZYKA I SZANSE ORAZ ICH WZAJEMNE ZWIĄZKI ZE STRATEGIĄ I Z MODELEM BIZNESOWYM

Grupa Wirtualna Polska Holding realizuje strategię i cele biznesowe, uwzględniając wpływ na swoich pracowników, którzy stanowią fundament organizacji. Pracownicy tworzą produkty i usługi, przyczyniając się do rozwoju Grupy i jej konkurencyjności na rynku. Grupa realizuje projekty technologiczne, które konkurują z globalnymi gigantami, co daje pracownikom możliwość współtworzenia innowacyjnych rozwiązań, rozwijania kompetencji oraz zwiększania satysfakcji zawodowej. Zapewnienie środowiska pracy szanującego różnorodność oraz wspierającego dobrostan pracowników jest kluczowe dla realizacji celów biznesowych Grupy i dostosowywania jej modelu biznesowego do dynamicznych warunków rynkowych.

Strategia ESG Grupy, uwzględniająca inwestycje w zdrowie, dobrostan, różnorodność, rozwój pracowników oraz elastyczność zatrudnienia, przyczynia się do utrzymania konkurencyjności oraz przyciągania i utrzymywania talentów, co ma kluczowe znaczenie w kontekście zmieniającego się rynku pracy.

Wszystkie osoby stanowiące własne zasoby pracownicze Grupy (w tym pracownicy etatowi oraz osoby niebędące pracownikami, współpracujące m.in. na podstawie umów cywilnoprawnych i samozatrudnienia), na które Grupa może istotnie wpływać, zostały objęte zakresem analizy i ujawnienia informacji.

Charakterystyka zatrudnienia

Grupa zatrudnia głównie dziennikarzy, specjalistów IT, marketingu, sprzedaży, a także osoby z funkcji wspierających, takich jak zarządzanie, finanse, administracja czy PR. Osoby niebędące pracownikami współpracują na podstawie umów cywilno-prawnych (umowy zlecenia, o dzieło) lub samozatrudnienia, świadcząc usługi redakcyjne, doradcze, marketingowe, e-commerce, reklamowe oraz informatyczne. Wszystkie osoby stanowiące zasoby ludzkie Grupy, zarówno pracownicy etatowi, osoby samozatrudnione, jak i współpracujące na podstawie umów cywilno-prawnych, są uwzględnione w analizie wpływów, ryzyk i szans.

Negatywne i pozytywne wpływy na pracowników

Grupa identyfikuje istotne negatywne wpływy, takie jak nierówności płacowe między kobietami a mężczyznami, które są systemowym problemem. Grupa podejmuje działania mające na celu zmniejszenie tej luki, w tym przeglądy wynagrodzeń. W całej Grupie, wysoka intensywność i dynamika pracy, w połączeniu z tempem rozwoju technologii, mogą prowadzić do odczuwania presji i stresu przez pracowników, co zwiększa obciążenie pracą. Tego rodzaju wpływ jest systemowy i powszechny w kontekście, w którym Grupa prowadzi działalność, ze względu na szybki rozwój branży technologicznej i rosnącą konkurencję na rynku pracy.

Grupa realizuje działania, które mają pozytywny wpływ na warunki pracy i dobrostan pracowników. W obszarze różnorodności, Grupa wdraża politykę różnorodności oraz realizuje KPI powiązany ze Sustainability-Linked Loan, dotyczący udziału kobiet na stanowiskach kierowniczych. W zakresie zdrowia, Grupa zapewnia pracownikom dostęp do prywatnej opieki medycznej, konsultacji psychologicznych oraz programów profilaktyki zdrowotnej, a także prowadzi działania promujące aktywność fizyczną. Grupa oferuje elastyczne formy organizacji pracy, takie jak praca hybrydowa oraz możliwość dostosowywania godzin pracy. Monitoruje poziomy wynagrodzeń oraz pracuje nad stworzeniem polityki wynagrodzeń ukierunkowanej na utrzymanie konkurencyjnych warunków zatrudnienia. Pracownikom udostępniane są programy szkoleniowe i rozwojowe umożliwiające podnoszenie kwalifikacji zawodowych.

Ryzyka związane z własnymi zasobami pracowniczymi

- Wzrost kosztów pracy i ograniczona dostępność wykwalifikowanych pracowników

Globalna konkurencja o talenty, szczególnie w sektorach technologii i AI, oraz rosnące koszty wynagrodzeń mogą zwiększać obciążenia finansowe i utrudniać pozyskiwanie wysoko wykwalifikowanych pracowników. Niedobór specjalistów w wąskich dziedzinach technologicznych prowadzi do wyższych kosztów rekrutacji, co może ograniczać zdolność Grupy do rozwoju i wdrażania innowacji. Jest to zależność Grupy związana z jej własnymi zasobami pracowniczymi, które są kluczowe dla dalszego rozwoju organizacji. Zwiększone trudności w pozyskiwaniu kompetentnych pracowników mogą wpłynąć na konkurencyjność i tempo rozwoju Grupy w branży.

Szanse związane z własnymi zasobami pracowniczymi

- Wzrost konkurencyjności i efektywności poprzez rozwój strategii HR

Szansą dla Grupy jest wzrost konkurencyjności na rynku pracy dzięki dynamicznemu rozwojowi oraz wdrożeniu przejrzystej polityki wynagrodzeń, co pomaga ograniczyć rotację i koszty rekrutacji. Poprawa warunków pracy, efektywne zarządzanie obciążeniem oraz udoskonalenie procesów zbierania opinii pracowników, np. poprzez rozwój badań pulse-check, pozwala lepiej dostosować strategię HR do realnych potrzeb zespołu, zwiększając zaangażowanie i produktywność. Lepsze dopasowanie działań do oczekiwań pracowników wspiera stabilność kadry, optymalizację kosztów operacyjnych i długoterminowy wzrost wyników finansowych Grupy. Dodatkowo, wdrożenie programów rozwojowych i edukacyjnych, które poprawią umiejętności pracowników, powinno przełożyć się na ich większą efektywność oraz innowacyjność, zwiększając przewagę konkurencyjną Grupy na rynku.

W Grupie Wirtualna Polska Holding nie ma zidentyfikowanych operacji narażonych na wystąpienie znaczącego ryzyka przypadków pracy przymusowej i pracy dzieci. W Grupie nie zidentyfikowano istotnych wpływów na własne zasoby pracownicze jednostki, które mogą wynikać z planów przejścia. Dodatkowo, Grupa nie zidentyfikowała istotnych ryzyk i szans wynikających z wpływów i zależności jednostki związanych z jej własnymi zasobami pracowniczymi, które to ryzyka i szanse dotyczą określonych grup osób.

■ S1-1 POLITYKI ZWIĄZANE Z WŁASNymi ZASOBAMI PRACOWNICZYMI

Przyjęte i obowiązujące w Grupie polityki zostały opracowane na potrzeby wewnętrzne i nie w każdym wypadku spełniają wymogi określone w Minimalnych Wymaganiach Ujawniania Informacji (MDR) zawartych w Europejskich Standardach Raportowania Zrównoważonego Rozwoju (ESRS). Większość tych polityk powstała przed wprowadzeniem standardów ESRS, co wpływa na zakres i sposób raportowania. Grupa przeanalizuje czy i w jakim zakresie będzie je dostosowywać do ww. wymogów

Przy ustalaniu polityk w ramach Grupy, kluczowe jest uwzględnianie interesów różnych grup interesariuszy. Polityki uwzględniają interesy pracowników i ich przedstawicieli, inwestorów, klientów oraz regulatorów i władz publicznych. Organem odpowiedzialnym za określanie celów uchwalanych polityk, uchwalanie oraz nadzór nad ich wdrażaniem w organizacji jest Zarząd, bądź wskazane przez Zarząd osoby.

Prawa człowieka

Zgodnie z Kodeksem Etyki, Grupa Wirtualna Polska prowadzi działalność z poszanowaniem praw człowieka i godności wszystkich osób oraz przestrzega wszystkich obowiązujących przepisów, które promują i chronią prawa człowieka oraz zakazują niewolnictwa, handlu ludźmi czy wykorzystywania nieletnich. W Grupie stosowana jest polityka różnorodności, która określa reguły postępowania w zakresie zarządzania ryzykiem dyskryminacji.

Respektowane są wszystkie Konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP).

Każdy człowiek ma prawo do wolności określonej w takich dokumentach, jak: Karta Narodów Zjednoczonych (1945 r.), Powszechna Deklaracja Praw Człowieka (1948 r.), Międzynarodowe Pakty Praw Człowieka obejmujące

Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych oraz Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Socjalnych i Kulturalnych (1966 r.), a także innych, np. przyjętych przez Radę Europy czy Unię Europejską.

Przyjęty Kodeks Etyki adresuje kwestie pracy przymusowej i pracy dzieci:

"Prowadzimy działalność z poszanowaniem praw człowieka i godności wszystkich osób oraz przestrzegamy wszystkich obowiązujących przepisów, które promują i chronią prawa człowieka oraz zakazują niewolnictwa, handlu ludźmi czy wykorzystywania nieletnich."

Procedury, procesy i działania związane z zapobieganiem wypadkom przy pracy lub system zarządzania BHP

Procedury, procesy i działania związane z zapobieganiem wypadkom przy pracy i systemu zarządzania BHP są dostosowane do wymogów krajowych obowiązujących w poszczególnych spółkach. Poniżej przedstawiono proces obowiązujący w spółkach działających w Polsce.

Pierwszym krokiem do podjęcia zatrudnienia są obowiązkowe badania lekarskie, w których w trakcie lekarz medycyny pracy określa, czy stan zdrowia pozwala pracownikowi na wykonywanie obowiązków na określonym stanowisku.

Podczas pierwszego dnia pracy, w ramach onboardingu, wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe szkolenie, podczas którego przedstawiane im są przepisy BHP i przeciwpożarowe, informowani są o niebezpieczeństwach, z jakimi zetknąć się mogą na stanowiskach pracy, procedurach radzenia sobie w sytuacjach zagrożenia, poznają zasady bezpiecznej pracy w biurze i podczas pracy zdalnej. Przypominane są też najważniejsze zasady udzielania pierwszej pomocy, oceny ryzyka zawodowego, a także instrukcje BHP (z którymi zapoznawani są pracownicy) dostępne są do wglądu w dziale HR. Po upływie przewidzianego przepisami okresu pracownicy kierowani są na szkolenie okresowe BHP (stanowiska inżynierjno-techniczne, osoby kierujące pracownikami). Prowadzimy też ocenę ryzyka zawodowego oraz analizę roczną BHP, która dotyczy własnych zasobów pracowniczych świadczących usługi na terenie obejmującym działalność Grupy.

Pracownikom zapewniane są jasne, czyste i bezpieczne (niezagrożające życiu i zdrowiu) stanowiska pracy – biura, sale konferencyjne, dostosowane do potrzeb pracy biurowej, spełniające wszystkie wymogi bezpieczeństwa i ergonomii.

Ponadto w biurach znajdują się znaki informacyjne służące do bezpiecznego poruszania się w przestrzeniach wspólnych.

Zasady BHP obowiązują nie tylko w miejscu pracy, lecz także podczas drogi do i z pracy.

W Grupie Wirtualna Polska działa służba bezpieczeństwa i higieny pracy, której obowiązki pełni zatrudniony na stanowisku specjalista ds. BHP. Posiada on wykształcenie wymagane przez prawo. Do jego zadań należą między innymi:

- przeprowadzanie szkoleń BHP;
- monitorowanie zagrożeń i ocena ryzyka zawodowego na stanowiskach pracy;
- sporządzanie dokumentacji (instrukcje, procedury, dokumentacja wypadkowa);
- zlecanie pomiarów i badań wymaganych przepisami;
- uczestnictwo w odbiorach stanowisk pracy.

Polityka różnorodności

Grupa w 2022 roku przyjęła politykę różnorodności, która ma na celu tworzenie organizacji, w której szanuje się i akceptuje różnorodność pracowników bez względu na płeć, pochodzenie etniczne, religię, wiek, stan zdrowia czy tożsamość płciową. Polityka została przyjęta w celu zarządzania kwestiami równego traktowania i równych szans oraz warunków pracy. Zakłada promowanie równości szans, transparentnych procesów rekrutacyjnych, a także rozwój kultury organizacyjnej opartej na wartościach takich jak kreatywność, współpraca i zaangażowanie. W ramach polityki firma aktywnie przeciwdziała mobbingowi i dyskryminacji, a także prowadzi działania mające na celu wspieranie dobrostanu pracowników, w tym elastyczność godzin pracy oraz dostęp

do wsparcia psychologicznego. Zobowiązuje się przestrzegać norm międzynarodowych, takich jak Karta Różnorodności oraz UN Global Compact.

Zakres polityki obejmuje wszystkich pracowników Grupy. Polityka ta odnosi się do działań na poziomie całej organizacji, w tym w strukturach zarządu i rad nadzorczych, a także dotyczy współpracy z zainteresowanymi stronami. Dokument jest publicznie dostępny na stronie internetowej WPH, umożliwiając interesariuszom zapoznanie się z celami i działaniami wspierającymi jej realizację. Za realizację Polityki Różnorodności w Wirtualnej Polsce Holding odpowiedzialni są członkowie Zespołu Zarządzającego, nadzorujący obszary ładu korporacyjnego i HR. Monitoringu jej realizacji i oceny wykonania celów dokonuje Komitet ds. ESG Rady Nadzorczej Spółki.

Oprócz tego Grupa przyjęła Kodeks Etyki, który jest nadrzędnym dokumentem, również regulującym te kwestie.

Zgłaszanie naruszeń

W przypadku potencjalnych naruszeń wewnętrznych zasad udostępniliśmy kanał komunikacji dla sygnalistów. Na bieżąco sprawdzamy skuteczność podjętych działań i wprowadzonych regulaminów. Jednym ze wskaźników jest liczba potwierdzonych zgłoszeń od sygnalistów. Są one raportowane na spotkaniach Zarządu w sposób zapewniający dyskrecję i zachowanie poufności. Liczba takich przypadków jest bardzo mała (0-2 przypadki rocznie), ale po każdym potwierdzonym przypadku wdramy i monitorujemy plany naprawcze.

Po otrzymaniu zgłoszenia jednostka w ciągu 2 dni powołuje Komisję ds. zachowań niepożądanych. Komisja rozpoczyna pracę nie później niż 7 dni od jej powołania.

Procedura zgłaszania nieprawidłowości, naruszeń prawa i podejmowania działań następnych została opisana w ujawnieniu S1-3.

W Grupie nie ma odrębnych polityk odnoszących się do bezpieczeństwa zatrudnienia, czasu pracy, adekwatnej płacy, dialogu społecznego, równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, równości wynagrodzeń za pracę o takiej samej wartości, szkoleń i rozwoju umiejętności, zatrudnienia i integracji osób z niepełnosprawnościami. Grupa prowadzi jednak szereg działań, w podanych obszarach. Działania te zostały opisane w ujawnieniu S1-4.

Grupa Kapitałowa nie posiada odrębnych zobowiązań dotyczących polityki włączenia społecznego osób z grup szczególnie podatnych na zagrożenia wśród własnych zasobów pracowniczych działań na ich rzecz, innych niż Kodeks Etyki, polityka różnorodności oraz Procedura zgłaszania nieprawidłowości, naruszeń prawa i podejmowania działań następnych. Grupa nie stosuje osobnych procedur wdramania polityk w zakresie zapobiegania dyskryminacji, jej łagodzenia oraz podejmowania działań po jej wykryciu, jak również zwiększania różnorodności i ogólnego włączenia społecznego.

I S1-2 PROCEDURY WSPÓŁPRACY Z WŁASNYMI PRACOWNIKAMI I PRZEDSTAWICIELAMI PRACOWNIKÓW W ZAKRESIE WPŁYWÓW

Wpływ opinii pracowników na decyzje lub działania mające na celu zarządzanie rzeczywistymi i potencjalnymi wpływami na własnych pracowników

W Grupie prowadzone są regularne działania mające na celu monitorowanie opinii pracowników oraz uwzględnianie ich głosu w procesach decyzyjnych. W ostatnich latach Grupa dostosowała swoje podejście do badań pracowniczych, tak aby lepiej odpowiadać na potrzeby różnorodnych spółek. Zrezygnowano z corocznego jednolitego badania angażowania realizowanego we wszystkich spółkach Holdingu na rzecz zdecentralizowanego podejścia, zapewniając spółkom większą elastyczność w zakresie wyboru narzędzi, terminu oraz treści badań.

W wybranych spółkach w Grupie, regularnie (co najmniej dwa razy w roku) przeprowadzane jest badanie #pulsecheck, które obejmuje wszystkich pracowników i współpracowników, w tym osoby szczególnie podatne na oddziaływanie lub zmagające się z ryzykiem marginalizacji.

Badanie to jest anonimowe i koncentruje się na kluczowych obszarach wpływających na środowisko pracy i dobrostan pracowników, takich jak poziom zaufania do bezpośredniego przełożonego, kultura informacji zwrotnej, współpraca między zespołami i obszarami, jakość komunikacji wewnętrznej, postrzeganie działań firmy na rzecz zdrowia fizycznego i psychicznego, akceptacja różnorodności oraz poczucie inkluzywności.

Dodatkowo w Grupie prowadzone są:

- badania dedykowane dla konkretnych zespołów lub obszarów – szczególnie w przypadkach wdrażania zmian organizacyjnych, technologicznych lub procesowych; pozwalają one określić, jak pracownicy odbierają zmiany oraz jak wpływają one na ich komfort i sposób pracy. Przykład: przy okazji akwizycji, w segmencie turystycznym zostało przeprowadzone badanie Moodcheck, które badało poziom komunikacji, zaufania, motywacji, czy przynależności;
- monitorowanie procesu onboardingu – nowe osoby są pytane m.in. o tempo i organizację pracy, poziom obciążenia, równowagę praca–życie oraz satysfakcję z pracy;
- ankiety Exit Interview – umożliwiają osobom odchodzącym wskazanie powodów decyzji; po wypełnieniu ankiety Business Partnerki HR przeprowadzają pogłębione wywiady, by lepiej zrozumieć doświadczenia pracowników i wyciągnąć wnioski dla organizacji.

Regularne badania i ankiety wśród pracowników w celu zrozumienia ich opinii i potrzeb jest kluczowe dla skutecznego zarządzania rzeczywistymi i potencjalnymi wpływami na pracowników w ramach jednostki.

Opinie pracowników wpływają na decyzje i działania w zakresie:

- **Identyfikacja obszarów wymagających poprawy:** Analiza wyników badań umożliwia identyfikację obszarów, w których pracownicy mają obawy, potrzebują wsparcia lub widzą możliwości poprawy. Te obszary mogą obejmować komunikację w zespole, relacje międzyludzkie, wynagrodzenie, organizację pracy itp.
- **Planowanie strategii i działań naprawczych:** Na podstawie wyników badań, zarząd i kierownictwo mogą opracować strategię i działania mające na celu poprawę sytuacji w identyfikowanych obszarach. Na przykład, jeśli wyniki wskazują na problemy z komunikacją w zespole, mogą być podejmowane działania mające na celu zwiększenie transparentności, dostępu do informacji lub szkoleń z zakresu komunikacji.
- **Transparentność i zaangażowanie pracowników:** Komunikowanie wyników badań wszystkim pracownikom pokazuje zaangażowanie w proces i podkreśla znaczenie ich opinii. To może zwiększyć zaufanie i zaangażowanie pracowników w procesy organizacyjne.
- **Monitorowanie postępów:** Regularne badania pozwalają na śledzenie postępów w poprawie sytuacji w różnych obszarach. Oprócz tego, regularne badanie pozwala nie tylko zobaczyć sytuację obecną, ale także monitorować trendy w poszczególnych kategoriach, co umożliwia identyfikację ewolucji i zmian w potrzebach i oczekiwaniach pracowników na przestrzeni czasu.
- **Promowanie różnorodności i równości:** Analizowane kategorie, takie jak równowaga praca/dom, środowisko pracy czy rozwój osobisty, mogą pomóc w identyfikacji obszarów wymagających uwagi pod kątem równości, różnorodności i włączenia, co może przyczynić się do tworzenia bardziej otoczenia pracy opartego na równości i szacunku.

Za badania wśród pracowników odpowiedzialny jest Zarząd i dyrektorzy HR poszczególnych spółek w ścisłej współpracy ze sobą i zawsze na podstawie potrzeby biznesowej wynikającej z chęci monitorowania ważnych wskaźników w kluczowych dla firmy momentach. Wyniki badań są omawiane na spotkaniach Zarządu. Regularne badania i rozmowy pogłębione umożliwiają prowadzenie świadomego dialogu z zespołami, rozumienie ich oczekiwań oraz podejmowanie działań wspierających dobrostan, rozwój i skuteczne funkcjonowanie organizacji.

I S1-3 PROCESY NAPRAWY SKUTKÓW NEGATYWNYCH WPŁYWÓW I KANAŁY ZGŁASZANIA WĄTPLIWOŚCI PRZEZ WŁASNE ZASOBY PRACOWNICZE

W przypadku potencjalnych naruszeń wewnętrznych zasad udostępniono kanał komunikacji dla sygnalistów. Na bieżąco sprawdzana jest skuteczność podjętych działań i wprowadzonych regulaminów. Jednym ze wskaźników jest liczba potwierdzonych zgłoszeń od sygnalistów. Są one raportowane na spotkaniach Zarządu w sposób zapewniający dyskrecję i zachowanie poufności. Liczba takich przypadków jest bardzo mała, ale po każdym potwierdzonym przypadku wdrażane i monitorowane są plany naprawcze. W 2025 roku wpłynęły łącznie trzy zgłoszenia w Grupie Invia. Wszystkie zostały przeanalizowane, ocenione i przetworzone w wymaganym terminie. Jedno zgłoszenie zostało zaklasyfikowane jako zgłoszenie testowe, natomiast w pozostałych dwóch przypadkach nie zidentyfikowano istotnych naruszeń ani konieczności podejmowania dalszych działań naprawczych. Proces zbierania danych na potrzeby raportowania koordynowany jest przez dział ESG, który dokonuje weryfikacji we współpracy z osobami odpowiedzialnymi za poszczególne kanały komunikacji w spółkach należących do Grupy.

Każdemu pracownikowi i współpracownikowi przysługuje prawo złożenia zgłoszenia dotyczącego zachowań niepożądanych wobec niego lub wobec innych osób. Zgłoszenie może zostać dokonane również anonimowo.

- on-line za pomocą formularza,
- do HR Biznes Partnera,
- do dowolnego członka Rady Pracowników,
- do bezpośredniego przełożonego lub Dyrektora Pionu,
- pod adres etycznawp@grupawp.pl (do skrzynki dostęp mają dyrektor biura prawnego i rzecznik ds. etyki),
- do Zarządu Wirtualna Polska Holding S.A.,
- do Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A.,
- do Compliance Officera osobiście, pocztą elektroniczną lub listownie.

Po otrzymaniu zgłoszenia jednostka w ciągu 2 dni powołuje Komisji ds. zachowań niepożądanych. Komisja rozpoczyna pracę nie później niż 7 dni od jej powołania.

Osoby będące pracownikami są świadome obecności takich struktur. Każdy pracownik lub współpracownik ma obowiązek ukończenia szkolenia z przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji w miejscu pracy.

Udostępnionych zostało wiele różnych kanałów, aby zagwarantować jak najwyższe zaufanie. Wszystkie z tych kanałów są znane pracownikom i powszechnie dostępne.

Procedura zgłaszania nieprawidłowości, naruszeń prawa i podejmowania działań następnych

Procedura zgłaszania nieprawidłowości, naruszeń prawa i podejmowania działań następnych stanowi kluczowy element strategii Grupy w zakresie zgodności z przepisami i zarządzania ryzykiem. Została ona zaprojektowana zgodnie z wymogami ustawy o ochronie sygnalistów. Celem tej procedury jest zapewnienie transparentnych zasad ujawniania potencjalnych nieprawidłowości oraz skutecznego reagowania na wykryte naruszenia. Procedura uwzględnia ochronę osób zgłaszających, zakaz działań odwetowych, a także przejrzysty proces rozpatrywania zgłoszeń, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Spółka zobowiązuje się również do przetwarzania danych osobowych zgodnie z zasadami RODO, zapewniając ich poufność oraz odpowiedni okres przechowywania dokumentacji.

I S1-4 PODEJMOWANIE DZIAŁAŃ DOTYCZĄCYCH ISTOTNYCH WPŁYWÓW NA WŁASNE ZASOBY PRACOWNICZE ORAZ STOSOWANIE PODEJŚĆ SŁUŻĄCYCH ZARZĄDZANIU ISTOTNYMI RYZYKAMI I WYKORZYSTYWANIU ISTOTNYCH SZANS ZWIĄZANYCH Z WŁASNYMI ZASOBAMI PRACOWNICZYMI ORAZ SKUTECZNOŚĆ TYCH DZIAŁAŃ

Proces identyfikacji działań wynika z systematycznego dialogu z pracownikami (opisanego w S1-2), analizy modelu biznesowego i strategii Grupy oraz monitorowania zmian rynkowych. Za projektowanie, wdrażanie oraz monitoring skuteczności inicjatyw odpowiadają zespoły HR we współpracy z kadrą menedżerską, stanowiąc główne zasoby realizacyjne tych działań.

Warunki pracy

Ryzyko: Wzrost kosztów pracy oraz ograniczona dostępność wykwalifikowanych pracowników.

Ryzyka związane z własnymi zasobami pracowniczymi są immanentną częścią procesu zarządzania ryzykiem w Grupie Wirtualna Polska. Ryzyka te są jednymi z najważniejszych ryzyk wymienionych i opisanych w raportowaniu, jak również w wewnętrznej mapie ryzyka. Wśród głównych ryzyk znajduje się m.in. kwestia dostępności wykwalifikowanej kadry. Ryzyko to zostało również zidentyfikowane jako istotne w procesie badania podwójnej istotności.

W związku z tym ryzykiem Grupa podjęła działania mające na celu mitygację tego ryzyka. Uruchamiając współpracę z uczelnią wyższą, definiując strategiczne podejście do kwestii wysokości wynagrodzeń w ramach budżetu poszczególnych spółek z Grupy czy wspierając menadżerów poprzez inicjatywy szkoleniowe.

Dodatkowo procesy związane z ciągłością działania są powiązane z zachowaniem wiedzy pracowników czy ochroną kluczowej kadry.

Pozytywny wpływ: Elastyczne formy pracy, w tym model hybrydowy oraz dostosowane grafiki, zwiększają satysfakcję i lojalność pracowników, jednocześnie wspierając inkluzywność oraz lepszą równowagę między życiem zawodowym a prywatnym.

Pozytywny wpływ: Programy dobrostanu pracowników, takie jak profilaktyczne badania zdrowotne, konsultacje psychologiczne oraz dostęp do cyfrowych platform wsparcia zdrowia psychicznego, wspierają zdrowie pracowników i ich ogólny dobrostan.

Grupa także angażuje się w szereg działań mających na celu poprawę dobrostanu pracowników, a także rozwój pracowników. Grupa angażuje się w między innymi w następujące działania.

Przykładowe działania poprawiające zdrowie psychiczne i fizyczne pracowników oraz ich dobrostan.

- W Grupie funkcjonują elastyczne warunki pracy, w tym praca hybrydowa, zdalna, a także elastyczne godziny pracy.
- Wprowadzono dostęp do prywatnej opieki lekarskiej Luxmed, karty FIT Profit i FIT Sport,
- Dostęp do siłowni, ubezpieczenie grupowe.
- Wdrożono platformę kafeteryjną Worksmile, na której pracownicy otrzymują środki ZFŚS które mogą wydać na karty sportowe czy rozrywkę.
- Organizowane są konsultacje psychologiczne, webinary/warsztaty dotyczące zdrowia psychicznego, profilaktyki zdrowotnej, dietetyki, BadaBus (badania dla kobiet), mobilne punkty krwiodawstwa, szkolenia z pierwszej pomocy.
- Poprzez specjalistyczną platformę internetową oferowane jest wsparcie w zakresie zdrowia psychicznego, dbania o odporność psychiczną.

Pozytywny wpływ: Monitorowanie i zapewnianie konkurencyjnych rynkowo poziomów wynagrodzeń wspiera uczciwe warunki płacowe oraz godny poziom życia pracowników.

Działania dążące do zapewnienia konkurencyjnych i rozwojowych warunków pracy.

- Grupa monitoruje i zapewnia konkurencyjne wynagrodzenia, wspiera sprawiedliwe wynagrodzenie i godziwy standard życia pracowników.
- Grupa tworzy i promuje możliwości rozwoju wewnątrz spółek i w Grupie.
- Wdrożona została polityka wynagrodzeń dla Zarządu i Rady Nadzorczej, natomiast polityka wynagrodzeń dla wszystkich pracowników zostanie wdrożona w perspektywie 1–2 lat.

- Usprawniona została organizacja pracy, w tym zaktualizowany proces onboardingu. W ramach tego procesu Grupa otrzymuje informację zwrotną od pracowników, która pozwala podjąć działania zapobiegające odejściom pracowników w okresie do 6 miesięcy.

Pozytywny wpływ: Dostęp do szkoleń i programów rozwoju kompetencji umożliwia wszystkim pracownikom ciągłe podnoszenie kwalifikacji, niezależnie od pełnionej roli.

Działania przyczyniające się do rozwoju pracowników.

- W ramach WP Akademii Grupa przeprowadziła szkolenia wewnętrzne pozwalające na wymianę wiedzy.
- Działania rozwojowe skupiają się na zarządzaniu zmianą i trenowaniu udzielania informacji zwrotnej z zastosowaniem wirtualnej rzeczywistości i sztucznej inteligencji.
- Ponadto stale podnoszone są kompetencje kadry menadżerskiej, które przekładają się na lepsze zarządzanie zespołami i zwiększanie zaufania do liderów, a także pozwalają lepiej dopasować umiejętności pracowników do ról, które sprawują.

Negatywny wpływ: Gwałtowne zmiany technologiczne, presja wzrostu Grupy oraz rosnące wymagania regulacyjne mogą powodować chaos organizacyjny i zwiększać obciążenie pracą, prowadząc do stresu pracowników i obniżenia efektywności.

W odpowiedzi na negatywny wpływ związany z potencjalnym odczuwaniem przeciążenia pracą, presji i stresu przez pracowników spowodowany przez szybkie zmiany technologiczne, presję wzrostu i rosnące wymagania regulacyjne, w Grupie organizowane są działania edukacyjne – odnośnie korzystania z narzędzi AI, a także udostępnione zostało narzędzie, które ma na celu odciążenie pracowników.

Szansa: Wzrost konkurencyjności i poprawa efektywności dzięki rozwojowi strategii HR.

Szansą dla Grupy jest wzrost konkurencyjności na rynku pracy dzięki dynamicznemu rozwojowi oraz wdrożeniu przejrzystej polityki wynagrodzeń, co ogranicza rotację i koszty rekrutacji. Poprawa warunków pracy, efektywne zarządzanie obciążeniem oraz udoskonalenie procesów zbierania opinii pracowników, np. poprzez rozwój badań pulse-check, pozwoli lepiej dostosować strategię HR do realnych potrzeb zespołu, zwiększając zaangażowanie i produktywność. Lepsze dopasowanie działań do oczekiwań pracowników wspiera stabilność kadry, optymalizację kosztów operacyjnych i długoterminowy wzrost wyników finansowych Grupy. Dodatkowo, Grupa rozważa wdrożenie i udoskonalenie programów rozwojowych, co powinno pozytywnie przełożyć się na efektywność i innowacyjność organizacji.

Równie traktowanie i równość szans dla wszystkich

Pozytywny wpływ: Wspieranie różnorodności oraz rozwoju pracowników, realizowane poprzez wdrażanie polityki różnorodności i powiązanych programów edukacyjnych.

Grupa podejmuje działania wspierające różnorodność i rozwój pracowników poprzez wdrożenie Polityki Różnorodności, programy edukacyjne oraz mapowanie talentów i procesy sukcesyjne. Co roku realizowany jest KPI dotyczący zwiększania udziału kobiet na stanowiskach menedżerskich, monitorowany m.in. w ramach Sustainability Linked Loan. Wysoka reprezentacja kobiet w Zarządzie i Radzie Nadzorczej (łącznie 50%) potwierdza zaangażowanie Grupy w realizację celów związanych z różnorodnością.

Negatywny wpływ: Nierówności płacowe między kobietami a mężczyznami; w 2024 roku niekorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami w Grupie wyniosła 22%.

Jednocześnie w Grupie występuje negatywny wpływ w postaci luki płacowej między kobietami a mężczyznami. Aby mu przeciwdziałać, prowadzone są cykliczne analizy danych kadrowych, w tym poziomu wynagrodzeń i premii z podziałem na płeć, co umożliwia bieżący nadzór nad realizacją celów i podejmowanie działań korygujących.

I S1-5 CELE DOTYCZĄCE ZARZĄDZANIA ISTOTNYMI NEGATYWNYMI WPŁYWAMI, ZWIĘKSZANIA POZYTYWNYCH WPŁYWÓW I ZARZĄDZANIA ISTOTNYMI RYZYKAMI I ISTOTNYMI SZANSAMI

W ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding 2022-2030 wyznaczone zostały następujące cele adresujące zagadnienia związane z pracownikami własnymi:

| Cel | Cel 2025 | Ambicja 2030 |
|---|--|---|
| Zapewnimy środowisko pracy szanujące równość i różnorodność | Zredukowanie GPGR do 10%; Wskaźnik różnorodności w organach nadzorczych (Procentowy udział kobiet RN i Zarządach) – min. 30% | GPGR na poziomie 0% Utrzymanie min. 30% |
| Zadbamy o dobrostan pracowników | Rozpoczęcie programu w 2022 roku Badanie działania programu w pulse-check W 2023 objęcie wszystkich spółek tym programem Ustanowienie mierników | 70% w badaniu satysfakcji |
| Zapewnimy konkurencyjne i rozwojowe warunki pracy | Spadek rotacji o 3 punkty % (odejścia niepożądane- na poziomie nie wyższym niż 10%) Spadek rotacji pracowników ze stażem do 2 lat o 5 punktów % Utrzymanie rotacji pracowników w wieku 45+ na poziomie bazowym | Rotacja- na poziomie nie wyższym niż 20% (odejścia niepożądane - na poziomie max. 7%) Rotacja pracowników ze stażem do 2 lat- na poziomie nie wyższym niż 7% Utrzymanie rotacji pracowników w wieku 45+ na poziomie bazowym |
| Wypracujemy skuteczny model zarządzania etyką w organizacji | Co roku 100% zgłoszonych naruszeń rozpatrywanych zgodnie z procedurą i terminami; 100% pracowników przeszkolonych w ciągu ostatnich 2 lat | Co roku 100% zgłoszonych naruszeń rozpatrywanych zgodnie z procedurą i terminami 100% pracowników przeszkolonych w ciągu ostatnich 2 lat |
| Wypracujemy skuteczny model zarządzania etyką w relacjach | Opracowanie Kodeksu i Oświadczenie o zgodności z Kodeksem: 80% partnerów biznesowych (2023 rok – wakacje.pl i WPM) | Regularne aktualizowanie i właściwie komunikowanie systemu zarządzania Etyką |

Monitorowanie celów strategii odbywa się poprzez analizę dokonanych działań co najmniej raz w roku. Grupa jest w trakcie rozliczenia Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding 2022-2030, a także przygotowuje aktualizację strategii na lata 2026-2030. Przedstawione polityki i cele powstały przed publikacją ESRS i MDR-T, w związku z czym nie wszystkie zagadnienia spełniają wymienione wymagania.

Podsumowanie realizacji celów strategicznych (2022–2025)

1. Równość i różnorodność (S1.1)

Luka płacowa (GPG): Zrealizowano cel obniżenia skorygowanego wskaźnika GPGR poniżej poziomu 10% dla polskich spółek licząc metodą skorygowaną. Cel ustalany w 2022 nie obejmował spółek zagranicznych Grupy. Na koniec 2025 roku wskaźnik ten wyniósł 6,52%.

Reprezentacja kobiet: Znacząco przekroczono cel zakładający min. 30% udziału kobiet w organach nadzorczych i zarządczych. Obecnie udział kobiet w Radach Nadzorczych i Zarządach WPH wynosi 50%.

2. Dobrostan pracowników (S1.2)

W Grupie wdrażane są inicjatywy wspierające zdrowie fizyczne i psychiczne za które odpowiedzialne są dedykowane zespoły HR w poszczególnych spółkach. Skuteczność działań monitorowana jest poprzez cykliczne badania typu pulse-check (realizowane w latach 2022–2024). Wyniki badań pozwalają na bieżącą identyfikację potrzeb pracowników i dostosowanie programów wspierających samopoczucie pracowników. W 2025 roku zrezygnowano z corocznego jednolitego badania angażowania realizowanego we wszystkich

spółkach Holdingu na rzecz zdecentralizowanego podejścia, zapewniając spółkom większą elastyczność w zakresie wyboru narzędzi, terminu oraz treści badań.

3. Warunki pracy i retencja (S1.3)

Wskaźnik rotacji ogólnej w 2025 r. wyniósł 26,7% (wobec 19% w roku bazowym 2021). Wzrost wskaźnika powyżej zakładanego celu (spadek o 3 p.p.) wynika z czynników rynkowych oraz zmian strukturalnych w Grupie.

4. Zarządzanie etyką w organizacji (G1.1)

Rozpatrywanie naruszeń: Utrzymano standard 100% rozpatrywanych zgłoszeń zgodnie z przyjętymi procedurami i terminami.

Szkolenia: W obszarze podnoszenia świadomości etycznej, 79% pracowników zostało przeszkolonych z Kodeksu Etyki, a 50% z Polityk Compliance. Grupa dąży do objęcia szkoleniami pełnej populacji pracowników w kolejnych cyklach sprawozdawczych.

5. Zarządzanie etyką w relacjach biznesowych (G1.2)

Pod koniec 2024 r. wdrożono Kodeks Etyki Partnera Biznesowego. Obecnie Grupa jest w trakcie przygotowania procesu zbierania oświadczeń o zgodności od kluczowych dostawców.

I S1-6 CHARAKTERYSTYKA PRACOWNIKÓW JEDNOSTKI

Opis przyjętych założeń i metodyk w raportowanych danych

Zakres danych i okres sprawozdawczy

Stan zatrudnienia odzwierciedla faktyczną liczbę osób pozostających w stosunku pracy na dzień sprawozdawczy, tj. 31 grudnia 2025 roku. Osoby, których stosunek pracy ustał przed upływem okresu sprawozdawczego,

w tym w trakcie grudnia 2025 roku nie zostały uwzględnione w prezentowanym stanie zatrudnienia. Wyjątek stanowią przypadki, w których rozwiązanie umowy nastąpiło z datą 31 grudnia 2025 roku, te osoby zostały ujęte zarówno w stanie zatrudnienia, jak i w kategorii odejść.

Jednostka raportowania

Dane zaprezentowane w raporcie odnoszą się do liczby pracowników (headcount), a nie do wartości etatów (FTE). Przyjęcie takiego podejścia pozwala na precyzyjne odzwierciedlenie skali zatrudnienia w ujęciu personalnym.

Zakres podmiotowy i transfery wewnątrzgrupowe

W kategoriach nowych zatrudnień oraz odejść nie zostały uwzględnione transfery wewnątrzgrupowe, tj. przejścia pracowników pomiędzy spółkami należącymi do tej samej grupy kapitałowej. Ruchy kadrowe o charakterze wewnętrznym nie wpływają na globalny stan zatrudnienia Grupy i w związku z tym zostały wyłączone z prezentowanej analizy.

Wielokrotne zmiany stosunku pracy

W przypadkach, w których ten sam pracownik w analizowanym okresie sprawozdawczym wielokrotnie nawiązywał i rozwiązywał stosunek pracy z tym samym podmiotem, każde takie zdarzenie zostało odrębnie ujęte w statystykach przyjęć i odejść. Podejście to ma na celu wierne odwzorowanie faktycznej dynamiki fluktuacji kadrowej.

Forma zatrudnienia

Zarówno kategoria nowych zatrudnień, jak i odejść obejmuje wyłącznie osoby pozostające w stosunku pracy na podstawie umowy o pracę. Osoby współpracujące na podstawie innych form prawnych nie zostały włączone do niniejszej analizy. W kategorii odejść uwzględniono również osoby, które na moment zakończenia

współpracy posiadały umowę o pracę, niezależnie od formy umowy obowiązującej w chwili ich pierwotnego zatrudnienia.

Zmiana formy współpracy

W analizowanym okresie sprawozdawczym zmiana formy współpracy (np. przejście z umowy cywilnoprawnej na umowę o pracę) nie jest klasyfikowana jako nowe zatrudnienie. Przyjęta metodologia traktuje takie zdarzenia jako kontynuację relacji zawodowej z danym podmiotem. W celu łatwiejszego zrozumienia, poniżej zilustrowane zostały dwa przykłady przybliżające nasze podejście:

- Przykład 1: Zatrudnienie przez firmę nowego pracownika na umowę cywilnoprawną w lutym 2025 - pracownik odszedł z firmy w październiku 2025 roku mając umowę o pracę – nie uwzględniamy tej osoby do zatrudnień na umowę o pracę, ponieważ ta osoba została zatrudniona na umowę cywilnoprawną, ale uwzględniamy ją w odejściach, bo rozstała się z firmą mając umowę o pracę.
- Przykład 2: Nowy pracownik został zatrudniony na umowę cywilnoprawną w lutym 2025 roku, na przestrzeni roku zmieniła mu się forma współpracy w czerwcu 2025 roku, pracownik rozstał się z firmą mając umowę o pracę w październiku 2025 roku – traktowany jako odejście, ale NIE zatrudnienie

W przypadku osób zatrudnionych w kilku spółkach dane zostały zaraportowane pojedynczo to oznacza, że w stanie zatrudnienia całego Holdingu występują jednokrotnie i przypisane zostały do spółki, w której zatrudnione są w oparciu o umowę o pracę, a w przypadku posiadania umowy o pracę w paru spółkach o przypisaniu do właściwej decydował wymiar etatu lub wysokość wynagrodzenia.

W sytuacji, kiedy pracownik powołany na funkcję członka Rady Nadzorczej będzie miał jednocześnie umowę o pracę – w takiej sytuacji ta osoba została wliczona do umów o pracę

Jeśli osoby przebywające na długotrwałych zwolnieniach lekarskich pracowały na dzień 31.12.2025 – zostały wliczone do stanu zatrudnienia.

Metodologia zaszeregowania pracowników do poziomów stanowisk

W przypadku spółek: Wirtualna Polska Holding S. A , Wirtualna Polska Media S.A. ,Audioteka Group sp. z o.o. , Wirtualnemediapl sp. z o.o., Totalmoney.pl sp. z o.o., Superauto.pl sp. z o.o., Extradom.pl sp. z o.o., Nocowanie.pl sp. z o.o. zaszeregowanie pracowników wynika z mapowania stanowisk metodyką WtW. Metodyka przewiduje ścieżki:

- EX (Najwyższa kadra zarządzająca) - zarząd każdej spółki,
- M (Nadzór/zarządzanie), ścieżka M zakłada również poziomy M1-Kierownik, M2-Menedżer, M3-Starszy menedżer, M4-Menedżer grupy,
- P (Specjaliści), U (Wsparcie biznesowe),
- T (Wsparcie techniczne),
- S (Obsługa klienta i sprzedaż).

Osoby, które wg metodyki zaklasyfikowane są do grupy EX i M4 zostały zaszeregowane do kadry kierowniczej najwyższego szczebla, pracownicy, którzy są zaklasyfikowani jako M1, M2 i M3 zostali przypisani do grupy "Menadżerowie i kierownicy - menedżerowie i kierownicy zarządzający zespołami", a pozostali do „Pozostali pracownicy - pozostałe osoby”.

W przypadku pozostałych podmiotów zaszeregowania dokonały zespoły HR każdej ze spółek.

Kategoryzacja form współpracy w grupie

Ze względu na specyfikę spółek niezbędne było ujednolicenie klasyfikacji form współpracy. Zagraniczne formy współpracy zostały skategoryzowane przez wewnętrznego prawnika do poszczególnych kategorii bazując na opisie każdej z nich. W przypadku zagranicznych spółek, kraje, których dotyczy dana forma współpracy zostały uwzględnione w nawiasach.

Kontrakty zewnętrzne:

☐

☐ Osoby z outsourcingu

Umowy o pracę:

☐

- ☐ Umowy o pracę
- ☐ HPP (CZ)
- ☐ Munkaszerződés (HU)
- ☐ Arbeitsvertrag (DE)
- ☐ Contract individual de muncă (RO)
- ☐ Ugovor o radu (HR)
- ☐ Darbo sutartis (LT)

Umowy cywilnoprawne:

☐

- ☐ Umowa o praktykę absolwencką
- ☐ Kontrakt menedżerski
- ☐ Umowa o dzieło
- ☐ Umowa zlecenia
- ☐ DPP (CZ)
- ☐ DPC (CZ)
- ☐ Geschäftsführerdienstvertrag (DE)
- ☐ Werksstudentenvertrag (DE)
- ☐ Contract de management (RO)
- ☐ Individuali veikla (LT)

Umowy o współpracy B2B:

☐

- ☐ Działalność gospodarcza
- ☐ vállalkozási jogviszony (HU)
- ☐ iskolaszövetkezeti tag (HU)
- ☐ munkaerő kölcsönzés (HU)
- ☐ contracted (CZ and RO)

Struktura zatrudnienia w grupie wirtualna polska holding

Niniejsze ujawnienie przedstawia kluczowe informacje dotyczące struktury zatrudnienia w grupie wirtualna polska holding. Zaprezentowane zestawienia obejmują dane dotyczące liczby pracowników oraz poziomu zatrudnienia raportowanego przez spółki wchodzące w skład grupy, według stanu na dzień 31 grudnia 2025 roku. Przedstawione informacje mają na celu zapewnienie przejrzystego i syntetycznego obrazu struktury kadrowej organizacji.

DANE O OSOBACH ZATRUDNIONYCH W OPARCIU UMOWY O PRACĘ

| Płeć | Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę | |
|----------------|--|-------------|
| Okres | 2024 | 2025 |
| Kobiety | 1303 | 1864 |
| Mężczyźni | 813 | 1129 |
| Inne | 0 | 2 |
| Nie ujawniono | 0 | 0 |
| Łącznie | 2116 | 2995 |

PODZIAŁ WEDŁUG KRAJÓW O ISTOTNYM POZIOMIE ZATRUDNIENIA DLA OSÓB ZATRUDNIONYCH NA UMOWACH O PRACĘ

| Kraj | Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę | |
|-----------|--|------|
| Okres | 2024 | 2025 |
| Polska | 1688 | 1828 |
| Czechy | 94 | 374 |
| Niemcy | 0 | 353 |
| Węgry | 226 | 269 |
| Rumunia | 86 | 88 |
| Słowacja | 0 | 57 |
| Litwa | 16 | 18 |
| Chorwacja | 6 | 8 |

PODZIAŁ WEDŁUG RODZAJU UMOWY DLA OSÓB ZATRUDNIONYCH NA UMOWACH O PRACĘ

| Okres | 2025 | | | | |
|--|---------|-----------|------|---------------|-------------|
| Płeć | Kobiety | Mężczyźni | Inne | Nie ujawniono | Łącznie |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę | 1864 | 1129 | 2 | 0 | 2995 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas nieokreślony | 1624 | 1000 | 2 | 0 | 2626 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas określony | 240 | 129 | 0 | 0 | 369 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę, którym nie gwarantuje się godzin pracy | 8 | 1 | 0 | 0 | 9 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w pełnym wymiarze czasu pracy | 1728 | 1094 | 2 | 0 | 2824 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w niepełnym wymiarze czasu pracy | 136 | 35 | 0 | 0 | 171 |

| Okres | 2024 | | | | |
|--|---------|-----------|------|---------------|-------------|
| Płeć | Kobiety | Mężczyźni | Inne | Nie ujawniono | Łącznie |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę | 1303 | 813 | 0 | 0 | 2116 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas nieokreślony | 1059 | 675 | 0 | 0 | 1734 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas określony | 244 | 138 | 0 | 0 | 382 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę, którym nie gwarantuje się godzin pracy | 49 | 4 | 0 | 0 | 53 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w pełnym wymiarze czasu pracy | 1244 | 799 | 0 | 0 | 2043 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w niepełnym wymiarze czasu pracy | 59 | 14 | 0 | 0 | 73 |

PODZIAŁ WEDŁUG RODZAJU UMOWY DLA OSÓB ZATRUDNIONYCH NA UMOWACH O PRACĘ WEDŁUG REGIONÓW OPERACJI

| Okres | 2025 | | | | | | | |
|--|-----------|--------|-------|--------|--------|---------|----------|-------|
| Region | Chorwacja | Czechy | Litwa | Niemcy | Polska | Rumunia | Słowacja | Węgry |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę | 8 | 374 | 18 | 353 | 1828 | 88 | 57 | 269 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas nieokreślony | 8 | 362 | 17 | 348 | 1484 | 82 | 56 | 269 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas określony | 0 | 12 | 1 | 5 | 344 | 6 | 1 | 0 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę, którym nie gwarantuje się godzin pracy | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w pełnym wymiarze czasu pracy | 8 | 338 | 15 | 279 | 1786 | 88 | 57 | 253 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w niepełnym wymiarze czasu pracy | 0 | 36 | 3 | 74 | 42 | 0 | 0 | 16 |

| Okres | 2024 | | | | | |
|--|-----------|--------|-------|--------|---------|-------|
| Region | Chorwacja | Czechy | Litwa | Polska | Rumunia | Węgry |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę | 6 | 94 | 16 | 1688 | 86 | 226 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas nieokreślony | 6 | 62 | 16 | 1346 | 80 | 224 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas określony | 0 | 32 | 0 | 342 | 6 | 2 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę, którym nie gwarantuje się godzin pracy | 0 | 53 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w pełnym wymiarze czasu pracy | 6 | 66 | 13 | 1663 | 83 | 212 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę w niepełnym wymiarze czasu pracy | 0 | 28 | 3 | 25 | 3 | 14 |

PODZIAŁ WEDŁUG RODZAJU UMOWY DLA OSÓB ZATRUDNIONYCH NA UMOWACH O PRACĘ W EKWIWALENCIE PEŁNEGO ETATU

| Okres | 2025 | | | |
|--|---------|-----------|------|---------------|
| Liczba osób zatrudnionych na umowach w przeliczeniu na ekwiwalent pełnego etatu | Kobiety | Mężczyźni | Inne | Nie ujawniono |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas nieokreślony | 1624 | 1000 | 2 | 0 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas określony | 240 | 129 | 0 | 0 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę, którym nie gwarantuje się godzin pracy | 8 | 1 | 0 | 0 |
| Łącznie osoby zatrudnione na umowach o pracę na czas określony, nieokreślony i z niegwarantowaną liczbą godzin | 1872 | 1130 | 2 | 0 |

| Okres | 2024 | | | |
|--|---------|-----------|------|---------------|
| Liczba osób zatrudnionych na umowach w przeliczeniu na ekwiwalent pełnego etatu | Kobiety | Mężczyźni | Inne | Nie ujawniono |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas nieokreślony | 1025 | 664 | 0 | 0 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę na czas określony | 219 | 135 | 0 | 0 |
| Liczba osób zatrudnionych na umowach o pracę, którym nie gwarantuje się godzin pracy | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Łącznie osoby zatrudnione na umowach o pracę na czas określony, nieokreślony i z niegwarantowaną liczbą godzin | 1244 | 799 | 0 | 0 |

Spółki w Grupie Wirtualna Polska Holding stawiają na komfort zatrudnienia, w związku z czym aż 88% pracowników zatrudnionych jest na czas nieokreślony. Dla Grupy ważna jest stabilność zatrudnienia i zatrudnianie pracowników zgodnie z obowiązującymi przepisami wynikającymi z krajowych kodeksów. Jednocześnie Grupa daje pracownikom możliwość elastycznego podejścia do zatrudnienia i w razie potrzeby obniżenia wymiaru etatu, świadczy o tym odsetek 5,7 % osób zatrudnionych na niepełny wymiar czasu pracy.

Na przestrzeni 2025 roku z Grupy odeszło 800 osób, wskaźnik rotacji w 2025 roku wyniósł 26,7 % i został wyliczony jako stosunek osób, którzy odeszli, względem stanu zatrudnienia (na umowę o pracę). W 2024 roku, z Grupy odeszło 566 osób, a wskaźnik rotacji wyniósł 26,8%.

I S1-8 ZAKRES ROKOWAŃ ZBIOROWYCH I DIALOGU SPOŁECZNEGO

W roku sprawozdawczym 2024 i 2025 żaden z pracowników Grupy nie był objęty zakładowym układem zbiorowym pracy. Warunki zatrudnienia ustalane są indywidualnie, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa pracy w poszczególnych krajach. W 2025 i 2024 roku w spółkach Grupy Wirtualna Polska Holding nie funkcjonowały związki zawodowe, wskaźnik pokrycia układami zbiorowymi wynosi 0% globalnie.

Zgodnie z wymogami ESRS S1-8, kraje raportowane są odrębnie w przypadku, gdy liczba pracowników zatrudnionych w danym państwie stanowi co najmniej 10% całkowitego stanu zatrudnienia Grupy.

W 2024 roku Rada Pracownicza funkcjonowała w polskich spółkach Grupy, obejmując reprezentacją wszystkich zatrudnionych w Polsce, co przełożyło się na wynik w przedziale 80–100%. W tymże roku Węgry zostały ujęte w raportowaniu odrębnie, ponieważ tamtejsze zatrudnienie stanowiło 11% łącznej liczby pracowników Grupy. Z uwagi na brak Rady Pracowniczej w węgierskiej spółce, wskaźnik reprezentacji dla tego kraju uplasował się w przedziale 0–19%.

W 2025 roku struktura raportowania uległa zmianie z dwóch powodów. Po pierwsze, udział pracowników węgierskiej spółki w całkowitym zatrudnieniu Grupy spadł poniżej progu 10%, w związku z czym Węgry przestały być raportowane jako odrębny kraj. Po drugie, stan zatrudnienia w spółkach z Czech zwiększył się względem zeszłego roku, dodatkowo w 2025r. do Grupy została włączona spółka z Niemiec. Jednak żadna z tych spółek nie posiada Rady Pracowniczej, co skutkuje wynikiem w przedziale 0–19% dla obu krajów, natomiast Polska pozostała w przedziale 80–100%. W Grupie funkcjonuje ponadto jedna spółka na Litwie posiadająca Radę Pracowniczą, której stan zatrudnienia nie przekracza 10% całkowitej liczby pracowników Grupy, kraj ten nie jest zatem raportowany w poniższej tabeli.

W poniższej tabeli prezentowane są dane dotyczące reprezentacji pracowników Grupy Wirtualna Polska przez przedstawicieli pracowników.

| | Dialog społeczny | |
|-------------------|---|--------|
| | Przedstawiciele osób zatrudnionych na umowie o pracę (tylko EOG) (w przypadku państw, w których jednostka ma >50 pracowników stanowiących >10 % całkowitej liczby pracowników | |
| Procentowy udział | | |
| Okres | 2025 | 2024 |
| 0-19% | Czechy, Niemcy | Węgry |
| 20-39% | | |
| 30-59% | | |
| 60-79% | | |
| 80-100% | Polska | Polska |

I S1-9 WSKAŹNIKI RÓŻNORODNOŚCI

STAN ZATRUDNIENIA NA UMOWACH O PRACĘ NA DZIEŃ 31.12.2025 ORAZ NA DZIEŃ 31.12.2024

| Okres | 2025 | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------|----------|---------------|
| Osoby zatrudnione na umowach o pracę | Kobiety | Mężczyźni | Inne | Nie ujawniono |
| Łączna liczba osób, w tym: | 1864 | 1129 | 2 | 0 |
| Grupa wiekowa: poniżej 30 lat | 555 | 316 | 1 | 0 |
| Grupa wiekowa: 30-50 lat | 1249 | 774 | 1 | 0 |
| Grupa wiekowa: powyżej 50 lat | 60 | 39 | 0 | 0 |

| Okres | 2024 | | | |
|--------------------------------------|-------------|------------|----------|---------------|
| Osoby zatrudnione na umowach o pracę | Kobiety | Mężczyźni | Inne | Nie ujawniono |
| Łączna liczba osób, w tym: | 1303 | 813 | 0 | 0 |
| Grupa wiekowa: poniżej 30 lat | 416 | 269 | 0 | 0 |
| Grupa wiekowa: 30-50 lat | 843 | 512 | 0 | 0 |
| Grupa wiekowa: powyżej 50 lat | 44 | 32 | 0 | 0 |

2025 roku udział kobiet w Zarządzie i Radzie Nadzorczej wyniósł 50% (33% w 2024 roku). Wskaźnik różnorodności w organach nadzorczych liczony jest jako procentowy udział kobiet w RN i Zarządzie Wirtualna Polska Holding. Do kadry kierowniczej najwyższego szczebla należą pracownicy zaszeregowani do tego poziomu zgodnie z metodologią przedstawioną w S1-6. Kadra kierownicza najwyższego szczebla łącznie liczy 41 osób z czego 16 osób to kobiety (39%), a 25 osób (61%) to mężczyźni. W 2024 roku kadra kierownicza najwyższego szczebla liczyła 30 osób, z czego 19 osób (30%) to kobiety a 44 osób (70%) to mężczyźni.

I S1-10 ADEKWATNA PŁACA

W Grupie Wirtualna Polska Holding nie zidentyfikowano pracowników, którzy otrzymali wynagrodzenie niższe niż minimalne

| Procent osób na umowach o pracę otrzymujących wynagrodzenia poniżej ustalonego poziomu adekwatnego wynagrodzenia | | |
|--|------|------|
| Okres | 2024 | 2025 |
| Polska | 0 | 0 |
| Niemcy | 0 | 0 |
| Węgry | 0 | 0 |
| Czechy | 0 | 0 |
| Rumunia | 0 | 0 |
| Słowacja | 0 | 0 |
| Litwa | 0 | 0 |
| Chorwacja | 0 | 0 |

I S1-14 WSKAŹNIKI BEZPIECZEŃSTWA I HIGIENY PRACY

We wskaźnikach prezentowanych w niniejszym ujawnieniu wykazywane są statystyki BHP dla Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding. Wszyscy pracownicy w Grupie są objęci systemem zarządzania BHP. Poniższa tabela przedstawia zestawienie liczby wypadków w pracy odnotowanych w Grupie w latach 2024–2025. Dane obejmują zdarzenia zgłoszone przez spółki wchodzące w skład Grupy w danym okresie sprawozdawczym i

mają na celu zaprezentowanie poziomu wypadkowości w analizowanych latach. Wskaźnik wypadkowości w 2024 r. wyniósł 0,09%, natomiast w 2025 r. wyniósł 0,13%.

| Okres | 2024 | 2025 |
|---|----------|----------|
| Wypadki lekkie | 2 | 4 |
| Wypadki ciężkie | 0 | 0 |
| Wypadki śmiertelne | 0 | 0 |
| Wypadki zbiorowe | 0 | 0 |
| Łącznie liczba wypadków | 2 | 4 |
| Wypadki wśród osób współpracujących na podstawie umów innych niż umowa o pracę | | |
| Wypadki lekkie | 0 | 0 |
| Wypadki ciężkie | 0 | 0 |
| Wypadki śmiertelne | 0 | 0 |
| Wypadki zbiorowe | 0 | 0 |
| Łącznie liczba wypadków | 0 | 0 |
| Wypadki wśród osób zatrudnionych przez firmy podwykonawcze, pracujących na terenie zakładu | | |
| Wypadki lekkie | 0 | 0 |
| Wypadki ciężkie | 0 | 0 |
| Wypadki śmiertelne | 0 | 0 |
| Wypadki zbiorowe | 0 | 0 |
| Łącznie liczba wypadków | 0 | 0 |

W Grupie wypadki przy pracy definiujemy jako zdarzenia, które spełniają poniższe kryteria:

- Nagłość – wypadek występuje niespodziewanie i bez wcześniejszego ostrzeżenia.
- Zewnętrzna przyczyna – wypadek jest spowodowany przez czynniki zewnętrzne, które wywołują uraz.
- Uraz lub śmierć – zdarzenie prowadzi do obrażeń ciała lub śmierci pracownika.
- Związek z pracą – wypadek powstaje w związku z wykonywaniem obowiązków służbowych.

Ponadto wypadek przy pracy może wystąpić w momencie, gdy pracownik realizuje swoje codzienne obowiązki zawodowe lub wykonuje zadania, które zostały mu zlecone przez przełożonego. Warto jednak podkreślić, że wypadek może także zdarzyć się wtedy, gdy pracownik wykonuje czynności na rzecz pracodawcy, mimo że nie zostały one formalnie zlecone. Wypadek przy pracy może również mieć miejsce, gdy pracownik przebywa w czasie podróży służbowej, będąc w dyspozycji pracodawcy. Oznacza to, że nawet jeśli pracownik nie znajduje się bezpośrednio w miejscu wykonywania swoich codziennych obowiązków, ale przemieszcza się między siedzibą firmy a miejscem pracy, wypadek, który zdarzy się w trakcie tej podróży, również będzie uznawany za wypadek przy pracy. Zdarzenie to obejmuje zarówno podróże służbowe związane z wykonywaniem obowiązków, jak i podróże między miejscem pracy a siedzibą firmy, które są niezbędne do realizacji zadań wynikających ze stosunku pracy.

■ S1-16 WSKAŹNIKI WYNAGRODZEŃ (LUKA PŁACOWA I CAŁKOWITE WYNAGRODZENIE)

Metodologia obliczeń wskaźnika Gender Pay Gap

Wskaźnik Gender Pay Gap wyraża różnicę średniego poziomu wynagrodzenia całkowitego między pracownikami płci żeńskiej i męskiej, wyrażoną jako odsetek średniego poziomu wynagrodzenia całkowitego pracowników płci męskiej. Do obliczeń zostały wzięte pod uwagę wynagrodzenia całkowite pracowników, czyli osób zatrudnionych w oparciu o:

- Umowy o pracę
- HPP (CZ)
- Munkaszerződés (HU)
- Arbeitsvertrag (DE)
- Contract individual de muncă (RO)
- Darbo sutartis (LT)
- Ugovor o radu (HR)

Na wynagrodzenie całkowite pracownika składały się:

- wynagrodzenie zasadnicze, wg. stanu na 31.12.2025 ⁴
- stałe dodatki funkcyjne i honorarium, wg. stanu na 31.12.2025⁵
- dodatki pieniężne wypłacone w 2025 r. (premie, prowizje, nadgodziny) ⁶
- świadczenia rzeczowe finansowane przez pracodawcę, tj. Ryczałt samochodowy do celów prywatnych, dofinansowanie do prywatnej opieki zdrowotnej, ubezpieczenie na życie finansowane przez pracodawcę, karty podarunkowe, vouchery, becikowe, dofinansowania do kart sportowych, świadczenia socjalne, ryczałt za pracę zdalną, przychód od składek pracodawcy na PPK, nagrody rzeczowe, doładowanie na platformie kafeterijnej⁷

W przypadku osób zatrudnionych w kilku spółkach na podstawie umowy o pracę jako wymiar etatu przyjęto sumę wymiarów etatu.

W przypadku osób będących w dniu 31.12.2025 pracownikami kilku spółek należących do Holdingu do obliczenia wynagrodzenia została wzięta suma wynagrodzeń wypłaconych w każdej ze spółek.

W przypadku osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę posiadających również umowę cywilnoprawną w tej samej lub innej spółce do obliczenia wynagrodzenia została wzięta suma wynagrodzeń wypłaconych ze wszystkich umów.

Metodologia CEO Pay

Roczne łączne wynagrodzenie najlepiej zarabiającej osoby w jednostce

Mediana rocznego łącznego wynagrodzenia pracownika (z wyłączeniem najlepiej zarabiającej osoby)

Do obliczenia wskaźnika CEO Pay Ratio wzięto pod uwagę roczne wypłacone wynagrodzenia wraz z premiami CEO i pracowników zatrudnionych w oparciu o umowę o pracę i obliczono według formuły:

Wynagrodzenie roczne zostało policzone według formuły: 12* (wynagrodzenie zasadnicze + stałe dodatki stan na 31.12.2025) + suma wypłaconych w 2025 dodatków z opmieniych.

| Okres | 2024 | 2025 |
|--------------------|-------|-------|
| CEO Pay Ratio | 40,85 | 41,27 |
| Gender Pay Gap (%) | 22,69 | 22,39 |

⁴ wyrażone w stawce godzinowej. Obliczonej według formuły: wynagrodzenie zasadnicze, stałe dodatki funkcyjne, honorarium /wymiar etatu/168

⁵ wyrażone w stawce godzinowej. Obliczonej według formuły: wynagrodzenie zasadnicze, stałe dodatki funkcyjne, honorarium /wymiar etatu/168

⁶ dodatki zmienne wyrażone są w średniomiesięcznej stawce godzinowej. Obliczone wg formuły: suma dodatków zmiennych wypłaconych w 2024/wymiar etatu/ilość miesięcy przepracowanych przez pracownika w 2025/168.

⁷ dodatki zmienne wyrażone są w średniomiesięcznej stawce godzinowej. Obliczone wg formuły: suma dodatków zmiennych wypłaconych w 2024/wymiar etatu/ilość miesięcy przepracowanych przez pracownika w 2025/168.

Na wartość wskaźnika Gender Pay Gap w dużej mierze wpływa struktura zatrudnienia w poszczególnych krajach, zwłaszcza w spółkach zagranicznych. Różnice w proporcjach zatrudnienia na różnych szczeblach stanowisk mogą kształtować poziom luki płacowej, co znajduje odzwierciedlenie w zróżnicowanych wartościach wskaźnika dla poszczególnych krajów.

| Gender Pay Gap (%) - dane szczegółowe | 2024 | 2025 |
|--|-------------|-------------|
| Średnia godzinowa płaca brutto | | |
| Wyższa kadra zarządzająca - Zarząd każdej spółki | 29,47% | 12,33% |
| Menadżerowie i kierownicy - menedżerowie i kierownicy zarządzający zespołami | 7,95% | 8,66% |
| Pozostali pracownicy - pozostałe osoby | 18,99% | 20,23% |
| Średnia godzinowa płaca brutto + stałe dodatki | | |
| Wyższa kadra zarządzająca - Zarząd każdej spółki | 29,47% | 10,41% |
| Menadżerowie i kierownicy - menedżerowie i kierownicy zarządzający zespołami | 7,95% | 9,74% |
| Pozostali pracownicy - pozostałe osoby | 18,99% | 20,14% |
| Średnia godzinowa płaca brutto + zmienne dodatki | | |
| Wyższa kadra zarządzająca - Zarząd każdej spółki | 20,26% | 17,58% |
| Menadżerowie i kierownicy - menedżerowie i kierownicy zarządzający zespołami | 10,47% | 11,26% |
| Pozostali pracownicy - pozostałe osoby | 19,97% | 20,38% |

I S1-17 INCYDENTY, SKARGI I POWAŻNE WPŁYWY NA PRZESTRZEGANIE PRAW CZŁOWIEKA

W 2025 roku i w 2024 roku, Grupa Wirtualna Polska Holding nie zidentyfikowała żadnych incydentów dotyczących naruszeń praw człowieka ani przypadków dyskryminacji związanych z siłą roboczą. W okresie sprawozdawczym na spółki należące do Grupy nie nałożono żadnych kar pieniężnych ani sankcji pozafinansowych związanych z naruszeniami w tym obszarze. Informacje na temat mechanizmów zgłaszania skarg i incydentów zostały umieszczone w ujawnieniu S1-3.

S4 KONSUMENTY I UŻYTKOWNICY KOŃCOWI

I SBM-3 ISTOTNE WPŁYWY, RYZYKA I SZANSE ORAZ ICH WZAJEMNE ZWIĄZKI ZE STRATEGIĄ I Z MODELEM BIZNESOWYM

Wpływ na konsumentów i użytkowników końcowych

Wpływy związane z użytkownikami kształtują strategię i model biznesowy Grupy Wirtualna Polska, ponieważ determinują kierunki rozwoju usług. Grupa dąży do równowagi między dostarczaniem wartościowych i rzetelnych treści a efektywnym modelem reklamowym, dbając jednocześnie o doświadczenie użytkowników i ich prywatność. Segment turystyczny odgrywa ważną rolę w budowaniu wartości dla użytkowników w oparciu między innymi na transparentnych informacjach i łatwym dostępie do ofert, porównywalności cen, oraz zapewnieniu wsparcia użytkowników w przypadku zakłóceń po stronie partnerów czy w destynacjach końcowych. Ponadto, rozwój usług finansowych opiera się na transparentności i dostępności, poszerzając dostęp i porównywanie ofert.

Grupa zidentyfikowała następujące typy konsumentów i użytkowników końcowych podlegających istotnym wpływom:

Użytkownicy serwisów mediowych

Wpływy pozytywne

Grupa Wirtualna Polska dostarcza treści oparte na procedurach fact-checkingu, co zapewnia użytkownikom dostęp do rzetelnych informacji. Oferowanie nieodpłatnego dostępu do informacji oraz rozwój narzędzi angażujących użytkowników przyczynia się do kształtowania bezstronnej debaty publicznej i poprawy doświadczenia użytkowników. Zachowanie niezależności i rzetelności stanowi strategiczny priorytet, który będzie kontynuowany w przyszłości, aby zapewnić odbiorcom dostęp do obiektywnych treści oraz wysokiej jakości usług informacyjnych. Jest to jeden z kluczowych aspektów Strategii Rozwoju Grupy. Wpływ ten związany jest z modelem biznesowym Grupy.

Użytkownicy korzystający z platform do rezerwacji wycieczek i noclegów

Wpływy pozytywne

Grupa Wirtualna Polska zwiększa dostępność oferty turystycznej poprzez obecność punktów sprzedaży w mniejszych miejscowościach i rozwój kanału online, umożliwiając łatwiejszy dostęp do szerokiej oferty turystycznej.

Wpływy negatywne

Grupa odnotowała rzeczywisty negatywny wpływ, związany z występowaniem różnic pomiędzy cenami prezentowanymi a ostatecznymi cenami imprez turystycznych dla części wyników wyszukiwania. Spółka prezentuje ceny udostępnione przez tour-operatorów i na żadnym etapie nie wpływa na ich poziom. W tym zakresie Grupa prowadzi intensywny dialog z tour-operatorami, stojąc na stanowisku, że powinni oni przysyłać aktualne ceny do swoich pośredników, w tym do Wakacje.pl. Wpływ ten ma charakter incydentalny.

Użytkownicy serwisów i platform Grupy

Wpływy pozytywne

Grupa zidentyfikowała także pozytywny wpływ związany z ochroną danych użytkowników, który dotyczy wszystkich użytkowników serwisów i platform Grupy. Dbą o bezpieczeństwo danych użytkowników, stosując wysokie standardy ochrony danych osobowych, co wpływa na zaufanie i bezpieczeństwo konsumentów korzystających z usług online.

Wpływy negatywne

Grupa zidentyfikowała negatywny wpływ związany z personalizacją treści i reklam opartą na analizie zachowań, co może budzić obawy o naruszenie prywatności użytkowników. Opisane wpływy negatywne ściśle związane z modelem biznesowym Grupy jako podmiotu oferującego produkty i usługi cyfrowe.

Ryzyka wynikające z wpływów

W kontekście działalności Grupy Wirtualna Polska kluczowym ryzykiem jest naruszenie ochrony danych osobowych użytkowników, co może skutkować utratą zaufania ze strony użytkowników, jak i partnerów biznesowych. Ponadto, istotne zagrożenie stanowią incydenty lub sabotaż krytycznej infrastruktury, które mogą prowadzić do destabilizacji działań Grupy oraz ograniczenia dostępu do jej usług, wpływając bezpośrednio na ciągłość operacyjną. W segmencie turystycznym ryzyko wynika z czynników systemowych, które mogą ograniczać dostępność ofert i tym samym wpływać na możliwości sprzedażowe Spółki. Dotyczy to m.in. niewypłacalności partnerów, zewnętrznych wstrząsów takich jak pandemie czy klęski żywiołowe, ograniczeń regulacyjnych oraz ograniczeń w dostępie do destynacji związanych z działaniami na rzecz zrównoważonego rozwoju. Czynniki te mogą negatywnie oddziaływać na satysfakcję użytkowników oraz lojalność klientów.

Szanse wynikające z wpływów

Zaufanie użytkowników do niezależnego i rzetelnego medium stanowi kluczową szansę na umocnienie pozycji rynkowej Grupy, zwiększenie zaangażowania odbiorców i wzrost atrakcyjności dla partnerów biznesowych. Rozwój usług subskrypcyjnych oraz publikacja treści opartych na procedurach fact-checkingu pozwala na budowanie lojalności użytkowników.

Grupa nie oferuje produktów, które są ze swej natury szkodliwe dla ludzi lub zwiększają ryzyka wystąpienia chorób przewlekłych. Nie zidentyfikowała także konsumentów lub użytkowników końcowych, którzy muszą dysponować dokładnymi i dostępnymi informacjami dotyczącymi produktu lub usługi, takimi jak instrukcje obsługi i etykiety produktów, aby móc uniknąć potencjalnie szkodliwego sposobu korzystania z produktu lub usługi. Grupa nie zidentyfikowała sposobu w jaki konsumenci lub użytkownicy końcowi o szczególnych cechach lub korzystający z określonych produktów lub usług mogą być narażeni na większe ryzyko poniesienia szkody

I S4-1 POLITYKI ZWIĄZANE Z KONSUMENTAMI I UŻYTKOWNIKAMI KOŃCOWYMI

Przyjęte i obowiązujące w Grupie polityki zostały opracowane na potrzeby wewnętrzne i nie w każdym wypadku spełniają wymogi określone w MDR-P zawartych w ESRS. Większość tych polityk powstała przed wprowadzeniem standardów ESRS, co wpływa na zakres i sposób raportowania. Grupa przeanalizuje czy i w jakim zakresie będzie je dostosowywać do ww. wymogów. Polityki Grupy są uchwalane przez Zarząd i nadzorowane przez dyrektorów działów.

Kodeks etyki dziennikarskiej

Grupa działa w obszarze mediów i internetu i czuje się odpowiedzialna za etyczne działanie, współtworzenie, promowanie i wspieranie wysokich standardów dziennikarskich.

Zadaniami Grupy są dostarczanie milionom użytkowników rzetelnych informacji oraz walka z dezinformacją i jej negatywnymi skutkami.

Dziennikarze pracujący dla Grupy codziennie wpływają na czytelników, kształtują ich opinie, nierzadko inspirują do podejmowania określonych decyzji. Zasady zebrane w Kodeksie Etyki Dziennikarskiej, które obowiązują wszystkich dziennikarzy, mają zagwarantować rzetelność i niezależność przygotowywanych materiałów. Kodeks ma zastosowanie dla spółek działających na terenie Polski i jest udostępniony jedynie wewnętrznie przez platformę #mojemiejsce.

W ramach onboardingu, każdy dziennikarz jest zobowiązany do zapoznania się z kodeksem etyki dziennikarskiej. W przypadku zaistnienia jakichkolwiek przekroczeń zasad etycznych, rzecznik etyki dziennikarskiej podejmuje odpowiednie kroki w celu wyjaśnienia sytuacji i wdrożenia działań naprawczych.

Dokument podkreśla m.in., że dziennikarze są wolni od nacisków zewnętrznych i wewnętrznych, muszą poszukiwać prawdy, oddzielać informacje od interpretacji i opinii, a przygotowywane materiały powinny uwzględniać stanowisko wszystkich zainteresowanych stron.

Dziennikarze znają prawo prasowe i się do niego stosują, bez wyjątków chronią poufne źródła informacji, jak również nie wykorzystują do własnych interesów informacji zgromadzonych podczas wykonywania obowiązków służbowych. Zachowują również niezależność pomiędzy działalnością reklamową i tworzeniem treści redakcyjnych.

CYBERBEZPIECZEŃSTWO

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

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

- monitoruje systemy pod kątem bezpieczeństwa;
- wykonuje testy i audyty;
- wytwarza procedury;
- tworzy narzędzia i systemy do automatycznego wykrywania prób włamań;
- reaguje na incydenty;
- na bieżąco współpracuje z innymi podmiotami zajmującymi się bezpieczeństwem (np. CERT Polska).

W przypadku zagrożenia uruchamiane są procesy, których celem jest zapobieganie potencjalnym negatywnym skutkom danego incydentu. Są to:

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

Aktywne zarządzanie cyberbezpieczeństwem poprawia ogólną kondycję systemów usług utrzymywanych w ramach Grupy. Wprowadzone procedury audytu kodu pozwalają uniknąć nieplanowanych przerw w działaniu.

Skuteczność pracy zespołu SOC mierzona jest liczbą zarejestrowanych, wykrytych i przeprocesowanych incydentów.

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

Cele zespołu SOC opierają się na 3 filarach:



network & system
security



pentesting



automations, code
statistics oraz machine
learning

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

Network & system security to:

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

Pentesting to przeprowadzanie testów penetracyjnych. W celu jak najlepszej symulacji realnego zagrożenia zespół pentesterów nie otrzymuje żadnych informacji na temat badanego systemu. W przypadku wykrycia podatności lub chęci pogłębionej analizy danego elementu, może wystąpić na dalszych etapach analizy interakcja z zespołem deweloperskim. Po wykonanym audycie przygotowywany jest raport z zestawem zaleceń, jak poprawić bezpieczeństwo danego komponentu.

Ostatni filar – **automations, code statistics oraz machine learning** – skupia się na prowadzeniu prac deweloperskich w celu automatyzacji wybranych procesów. W ramach SOC grupa deweloperów specjalizujących się w tematyce bezpieczeństwa rozwija usługi pozwalające na automatyzację procesów wykrywania podejrzanych zachowań, jak również rozwija systemy, które w sposób „parasolowy” chronią systemy rozwijane w ramach Grupy. Prace rozwojowe skupiają się w szczególności na:

- wdrożeniu elementów uczenia maszynowego do procesów decyzyjnych w zakresie szacowania ryzyka, analizy ruchu, podejmowania działań; opracowywaniu mechanizmów automatyzujących procedury separacji aplikacji w ramach DC; automatyzacji wykrywania podejrzanych zachowań w sieci;
- rozwoju mechanizmów poprawiających bezpieczeństwo np. MFA, CAS.

Na podstawie bieżącej pracy i przebytych incydentów tworzone są opracowania RFO – Reason for Outage. Wyciągane z nich wnioski z danego incydentu, pozwalają wskazać, jak analogicznej sytuacji uniknąć w przyszłości. Zbiór polityk i procedur opracowywany jest wspólnie przez Departament Operations, w ramach którego funkcjonuje SOC oraz Dział Bezpieczeństwa i Ochrony Danych Osobowych (DBiODO). Opracowane procedury podlegają kontroli przez Audytora Wewnętrznego będącego poza strukturami zarówno Operations, jak i DBiODO, co ma zagwarantować bezstronność i umożliwić rozliczanie z opracowywanych dokumentów.

Efekty pracy SOC

Grupa Wirtualna Polska w 2025 zarejestrowała około 3,5 tysiąca alertów (prawie 3000 w 2024 roku), które poddano analizie i zidentyfikowano potencjalne incydenty, które przyczyniły się do usunięcia podatności.

Misja edukacyjna

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

PRYWATNOŚĆ DANYCH

Grupa Wirtualna Polska dokłada wszelkich starań, żeby zapewnić wysoki poziom bezpieczeństwa i ochrony danych osobowych klientów, użytkowników i pracowników. Działa zgodnie z prawem obowiązującym w Polsce i w Unii Europejskiej. Według Grupy nie występuje obecnie negatywny wpływ w tym aspekcie, a żądania użytkowników i klientów są skutecznie realizowane przez organizację.

Rodzaj przetwarzanych danych

Grupa przetwarza dane osobowe użytkowników i klientów, którzy udostępniają je m.in. podczas korzystania z usług, witryn czy aplikacji WP lub też zaufanych partnerów. Przetwarzane są również dane, które użytkownicy pozostawiają w ramach poruszania się po usługach oferowanych przez Grupę (m.in. tzw. pliki cookies) dane o odwiedzanych witrynach, aplikacjach i interesujących treściach (w tym reklamowych), wyszukiwania, kliknięcia, sposób, w jaki użytkownicy korzystają z usług, a także dane z witryn klientów i zaufanych partnerów (w tym historie zakupów, w szczególności dokonywanych po kliknięciu w reklamy dostarczane w środowisku naszych usług). Przetwarzanie danych zawsze odbywa się na podstawie zgody osoby, której dane dotyczą lub w oparciu o inną podstawę prawną

wynikającą z obowiązujących przepisów. Dodatkowo użytkownikom i klientom Grupa udostępniła wygodne w użyciu kanały do sprawnego korzystania z przysługujących im praw, takich jak:

- prawo dostępu do danych (w tym uzyskania kopii danych); prawo żądania sprostowania danych;
- prawo do usunięcia danych;
- prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych;
- prawo do ograniczenia przetwarzania danych.

Środki bezpieczeństwa

W celu zachowania bezpieczeństwa prywatności klientów i użytkowników oraz zapewnienia zgodności z przepisami i regulacjami prawa wdrożone zostały efektywne mechanizmy uwzględniające środki bezpieczeństwa o charakterze organizacyjnym, prawnym oraz technicznym. Są one stale aktualizowane.

W tym obszarze Grupa bazuje m.in. na standardach ISO/IEC z rodziny norm ISO 27000 – serii komplementarnych standardów bezpieczeństwa informacji. Wdraża środki w zakresie zarządzania aktywami, kontroli dostępu, kryptografii, bezpieczeństwa fizycznego i środowiskowego, bezpiecznej eksploatacji, bezpieczeństwa komunikacji, pozyskania, utrzymania i rozwoju systemów, zapewnienia ciągłości działania oraz zarządzania incydentami bezpieczeństwa.

Polityki

W Grupie Wirtualna Polska obowiązuje Polityka Ochrony Danych Osobowych, która reguluje m.in. takie obszary jak:

- zasady i obowiązki związane z przetwarzaniem danych osobowych;
- zarządzanie przetwarzaniem danych osobowych oraz ich bezpieczeństwem;
- realizacja praw osób, których dane dotyczą;
- dobór środków technicznych i organizacyjnych dotyczących przetwarzania i zabezpieczania danych osobowych;
- szacowanie ryzyka naruszenia praw i wolności osób, których dane dotyczą.

Ponadto Grupa posiada Politykę Prywatności, kierowaną do klientów oraz użytkowników usług WP, informującą m.in. o zasadach, celach, zakresach przetwarzania danych osobowych, ale także wskazującą sposób, w jaki należy korzystać z przysługujących praw.

W celu zapobiegania potencjalnym negatywnym skutkom działań z obszaru prywatności funkcjonuje Dział Ochrony Danych Osobowych (DiODO) oraz Zespół Security Operations Center. Wyznaczony jest również Inspektor Ochrony Danych Osobowych. DiODO zapewnia m.in.:

- zgodność z przepisami i regulacjami prawa w zakresie dotyczącym prywatności;
- monitoring zastosowanych środków bezpieczeństwa;
- bieżącą obsługę żądań klientów w zakresie ich prywatności oraz ewentualnych incydentów bezpieczeństwa;
- działania edukujące pracowników odpowiedzialnych za przetwarzanie danych osobowych klientów.

Obsługa ewentualnych incydentów czy też informacji dotyczących kwestii prywatności pochodzących od klientów odbywa się w ramach współpracy DiODO, zespołu SOC, ewentualnie jednostek dedykowanych, jak np. UODO czy CERT Polska.

Podane polityki dotyczą spółek w Polsce. Spółki za granicą posiadają osobną obsługę w tym zakresie.

Skuteczność działań

Skuteczność działań Grupy Wirtualna Polska w obszarze ochrony prywatności oceniana jest na podstawie przeznaczonych do tego narzędzi wewnętrznych, za których pomocą rejestrowane są działania podejmowane na rzecz prywatności klientów. Zarówno działania o charakterze planowym, jak i incydentalne ujmowane są w kryteriach stopnia ich realizacji. Poza wskazanym miernikiem istotna jest także liczba skarg klientów, która utrzymuje się na minimalnym poziomie mimo dużej liczby składanych żądań (około 400 w 2025 roku).

O skuteczności podejmowanych działań świadczyć może również brak spraw administracyjnych zakończonych karami finansowymi oraz brak orzeczeń sądowych w zakresie prywatności klientów.

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

Jednocześnie Grupa prowadzi dialog z organizacjami międzynarodowymi zrzeszającymi największe portale internetowe, sieci reklamowe, domy mediowe, agencje interaktywne i reklamodawców, również dostosowuje politykę prywatności danych oraz inne mechanizmy związane z prywatnością użytkowników do wszystkich zmian legislacyjnych oraz obowiązujących standardów.

S4-2 PROCESY WSPÓŁPRACY W ZAKRESIE WPŁYWÓW Z KONSUMENTAMI I UŻYTKOWNIKAMI KOŃCOWYMI

- Badania NPS (Net Promoter Score):** Grupa regularnie przeprowadza badania NPS, które pozwalają na ocenę lojalności klientów w stosunku do jej produktów i usług. Ankiety NPS pytają respondentów, jak prawdopodobne jest, że poleciłby oni firmę, produkt czy usługę znajomym lub kolegom. Wyniki te pomagają zrozumieć, w jakim stopniu klienci są zadowoleni z bezpieczeństwa usług i jakości informacji. Za analizę zebranych od użytkowników ocen odpowiada dział Badań i Analiz WP, który cyklicznie prezentuje wyniki szefom obszarów. Dane są wykorzystywane do usprawniania i ulepszania dostarczanych usług i tekstów zamieszczanych w serwisach Wirtualnej Polski.
- System opinii i ocen:** Po publikacji treści na platformach Wirtualnej Polski użytkownicy mogą zostawić swoją opinię oraz ocenić jakość tekstu. Pozwala to na bezpośrednie monitorowanie poziomu satysfakcji z dostarczanych informacji oraz na bieżącą reakcję na potrzeby użytkowników.
- Badania wizerunkowe:** Grupa przeprowadza również badania wizerunkowe, które pomagają określić podstawowe parametry wizerunku w oczach konsumentów. Badania te mogą obejmować aspekty takie jak postrzeganie bezpieczeństwa usług, jakość informacji, czy włączenie społeczne.
- Inicjatywy włączenia społecznego:** Grupa podejmuje również inicjatywy mające na celu promowanie włączenia społecznego, takie jak tworzenie treści dostosowanych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami czy kampanie społeczne skierowane do marginalizowanych grup.
- Analiza danych i feedbacku online:** Wykorzystanie narzędzi analitycznych do śledzenia interakcji użytkowników z treściami online i zbieranie informacji zwrotnych poprzez komentarze i oceny. Analiza ta pozwala na głębsze zrozumienie oczekiwań i poziomu satysfakcji użytkowników.
- Opinie klientów i zarządzanie utrudnieniami w podróży:** W segmencie turystycznym opinie klientów są monitorowane poprzez badania wizerunkowe, operacyjny NPS i różne kanały feedbacku, co pozwala identyfikować ich oczekiwania i doświadczenia. Analizowane są także sygnały operacyjne związane z utrudnieniami w podróży, takimi jak awarie partnerów, ograniczenia w destynacjach czy zdarzenia pogodowe. Zebrane dane pomagają usprawniać komunikację, procesy zmiany rezerwacji i przejrzystość informacji, wspierając jakość usług.
- Inicjatywy dotyczące dostępności i podróży inkluzywnych:** Spółki segmentu turystycznego wspierają dostępność usług, analizując opinie użytkowników i dostosowując treści oraz funkcjonalności do wymogów European Accessibility Act. Zapewniają przejrzyste informacje o podróżach bez barier, a dedykowane podstrony, takie jak Barrierefreiheit w ab-in-den-urlaub.de, umożliwiają podróżnym dostęp do informacji o udogodnieniach i zgłaszanie uwag.

S4-3 PROCESY REMEDIACJI NEGATYWNYCH WPŁYWÓW I KANAŁY ZGŁASZANIA PROBLEMÓW PRZEZ KONSUMENTÓW I UŻYTKOWNIKÓW KOŃCOWYCH

Biura Obsługi Klienta: Dostęp do kontaktu z Biurami Obsługi Klienta, które odpowiadają na potrzeby użytkowników, w tym na zgłaszane incydenty dotyczące cyberbezpieczeństwa. Dzięki temu Grupa może szybko

identyfikować i adresować ewentualne problemy bezpieczeństwa oraz zbierać opinie na temat jakości swojej obsługi klienta. Użytkownicy mają do dyspozycji adresy e-mail oraz chatbota.

Nie wdrożono bezpośredniego formalnego procesu oceny, który pozwalałby określić, czy konsumenci i użytkownicy końcowi są świadomi możliwości wyrażenia swoich obaw lub potrzeb oraz w jakim stopniu są one uwzględnione.

W 2023 roku Wirtualna Polska rozpoczęła prace nad projektem jeszcze dokładniejszego zbierania i reagowania na opinie użytkowników. Wypracowała utworzenie nowego stanowiska - Rzecznika Praw Użytkownika. W toku prac ustalono role i zadania osób, które zostały na nie powołane. Należy do nich m.in. analiza zachowań użytkowników w celu zidentyfikowania obszarów wymagających poprawy, zbieranie opinii klientów. W 2024 roku pierwsze rekomendacje wypracowane przez Rzecznika Praw Użytkownika zostały wdrożone w serwisach Wirtualnej Polski Media.

Kodeks Praw Użytkownika

Biuro Rzecznika Praw Użytkownika stworzyło Kodeks Praw Użytkownika. Jako zbiór zasad i wytycznych, które mają na celu zapewnienie transparentności, uczciwości oraz pełnego szacunku w relacjach między Wirtualną Polską a jej użytkownikami. Równie ważnym celem jest uświadamianie w organizacji, czym jest dobre doświadczenie użytkownika oraz jakie prawa ma użytkownik.

I S4-4 PODEJMOWANIE DZIAŁAŃ DOTYCZĄCYCH ISTOTNYCH WPŁYWÓW NA KONSUMENTÓW I UŻYTKOWNIKÓW KOŃCOWYCH ORAZ STOSOWANIE PODEJŚĆ SŁUŻĄCYCH ZARZĄDZANIU ISTOTNYMI RYZYKAMI I WYKORZYSTYWANIU ISTOTNYCH SZANS ZWIĄZANYCH Z KONSUMENTAMI I UŻYTKOWNIKAMI KOŃCOWYMI ORAZ SKUTECZNOŚĆ TYCH DZIAŁAŃ

Proces identyfikacji i priorytetyzacji działań podejmowanych przez Grupę wobec użytkowników wynika z integracji modelu biznesowego ze strategią Grupy oraz systematycznej analizy opinii użytkowników opisanej w sekcji S4-2. W celu realizacji tych działań Grupa przeznacza istotne zasoby ludzkie oraz nakłady finansowe i technologiczne, koncentrując się na rozwoju technologii opartej na sztucznej inteligencji, bezpieczeństwie cyfrowym oraz ciągłym doskonaleniu standardów UX/UI. Pozwala to na skuteczne zarządzanie istotnymi szansami i ryzykami w długim terminie.

Wpływ informacji na konsumentów i użytkowników końcowych

Pozytywny wpływ: Treści tworzone przez WP, oparte na procedurach fact-checkingu, przyczyniają się do kształtowania bezstronnej debaty publicznej.

Szansa: Zapewnienie niezależności i budowanie zaufania poprzez zwiększanie udziału w rynku dzięki tworzeniu rzetelnych, opartych na procedurach fact-checkingu treści.

WP jako największy portal informacyjny w Polsce, od lat przyciąga szerokie grono odbiorców dzięki różnorodności treści i wiarygodności. Niezależność redakcyjna umacnia wizerunek WP jako medium, które unika powiązań politycznych i dba o rzetelność informacji, co w obecnym polaryzującym się krajobrazie medialnym jest szczególnie cenne. Wzrost zaufania odbiorców zwiększa nie tylko ruch na stronie, ale także atrakcyjność platformy dla reklamodawców, którzy preferują współpracę z wiarygodnymi mediami (brand safety). Tworzenie i publikacja własnych treści opartych na procedurach fact-checkingu stanowi szansę na wzmocnienie pozycji rynkowej Grupy, szczególnie w kontekście zmian w podejściu globalnych platform technologicznych do weryfikacji informacji. Zapewnienie wiarygodnych treści może przełożyć się na wzrost zaangażowania użytkowników oraz większe zainteresowanie reklamodawców poszukujących stabilnego i transparentnego środowiska do reklamy, co w długim terminie może pozytywnie wpłynąć na przychody z reklam i subskrypcji.

Działania Grupy w zakresie rzetelności dziennikarskiej oraz jej wkład w debatę publiczną znajdują odzwierciedlenie w przyznanych w 2025 roku nagrodach i wyróżnieniach branżowych:

- ▶ **Grand Press 2025:** Grupa otrzymała 13 nominacji oraz 3 nagrody:
 - Karolina Wysota otrzymała nagrodę Grand Press Economy za dziennikarstwo tłumaczące zjawiska gospodarcze.
 - Michał Janczura zwyciężył w kategorii "Reportaż i dokument audio" za reportaż „Szarlatan”, będący przykładem dziennikarstwa śledczego.
 - Szymon Jadczyk zajął 2. miejsce w głosowaniu na Dziennikarza Roku 2025, co stanowi uznanie środowiska dziennikarskiego dla jego pracy redakcyjnej.
- **Nagrody PAP im. Ryszarda Kapuścińskiego:**
 - Tatiana Kolesnychenko została uhonorowana w kategorii „Tekst” za reportaż „Władcy ciał. Po wszystkim z życia zostaje tylko fasada”.
 - Michał Janczura zdobył nagrodę w kategorii „Audio” za serię reportaży „Szarlatan”.
- **Nagroda im. Dariusza Fikusa 2025:** Przyznana Tatianie Kolesnychenko za publikację "Pamiętaj: robaków rozgryzać nie wolno. Głód w rosyjskiej niewoli zabija powoli".
- ▶ **Nagroda Dziennikarstwa Ekonomicznego:** Przyznana Karolinie Wysocie (Money.pl) za cykl publikacji dotyczących podmiotu Cinkciarz.pl.

Negatywny wpływ: Zdarzyły się przypadki występowania różnic pomiędzy cenami prezentowanymi a ostatecznymi cenami imprez turystycznych dla części wyników wyszukiwania.

W 2023 roku Wirtualna Polska wypracowała dokument, zawierający zasady, którymi kieruje się w codziennej działalności mediowej. W Kodeksie Odpowiedzialnej Reklamy znalazł się zapis "Zasada weryfikacji: Powołaliśmy komitet ds. weryfikacji reklam pod kątem zgodności ze wszystkimi zasadami zawartymi w Kodeksie Odpowiedzialnej Reklamy WP. W jego skład wchodzi: Redaktor Naczelny, Dyrektor Biura Prawnego, Dyrektor Biura Reklamy, Redaktor ds. Etyki i Standardów. Komitet analizuje wszystkie budzące wątpliwości reklamy i decyduje o ich publikacji lub odmowie publikacji." Komitet ds. weryfikacji reklam na bieżąco reaguje na zgłoszenia dotyczące kampanii oraz kreacji reklamowych.

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

Prezes UOKiK wszczął formalne postępowanie wobec TravelPlanet.pl, w zakresie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez prezentowanie nieaktualnych lub niepełnych cen pakietów turystycznych na swojej stronie internetowej. Prezes UOKiK stoi na stanowisku, że stosowane przez TravelPlanet.pl metody ustalania cen wprowadzają konsumentów w błąd co do rzeczywistego kosztu oferowanych usług, utrudniając użytkownikom portalu podejmowanie skutecznych decyzji zakupowych. Zarząd Travelplanet.pl SA nie zgadza się z przyjętą przez Prezesa UOKiK argumentacją. Travelplanet.pl SA - jako agent turystyczny - prezentuje zawsze ceny jakie zostały mu udostępnione przez tour operatorów i na żadnym etapie nie wpływa na ich poziom. To tour operatorzy powinni przysyłać aktualne ceny do swoich pośredników, w tym do Travelplanet.pl SA.

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

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

Dostęp do produktów i usług

Ryzyko: Systemowe ryzyko ograniczonej dostępności i zakłóceń operacyjnych dla OTA (internetowych biur podróży), obejmujące m.in. niewypłacalność partnerów, pandemie, interwencje regulacyjne oraz ograniczenia w podróżowaniu.

Aby ograniczać systemowe ryzyko zmniejszonej dostępności ofert turystycznych oraz zakłóceń operacyjnych, Grupa stosuje szereg działań operacyjnych mających na celu utrzymanie ciągłości usług. Obejmują one dywersyfikację bazy dostawców, monitorowanie nietypowych wzorców anulacji i zmian rezerwacji oraz ścisłą współpracę z touroperatorami i partnerami rejsowymi w sytuacjach występowania utrudnień. Ugruntowane procesy zmiany rezerwacji zapewniają możliwość oferowania klientom alternatywnych produktów, o ile są one dostępne u partnerów. Grupa monitoruje również wskaźniki stabilności finansowej dostawców, co pozwala w porę identyfikować potencjalne przypadki niewypłacalności i ograniczać wpływ nagłych zakłóceń na dostępność ofert. Choć działania te nie stanowią sformalizowanego systemu odporności operacyjnej, wzmacniają zdolność Grupy do reagowania na utrudnienia oraz utrzymania dostępności usług w roli pośrednika.

Pozytywny wpływ: Poprawa dostępu do oferty turystycznej dzięki obecności punktów sprzedaży w mniejszych miejscowościach. Rozwój kanału online umożliwia porównywanie cen i większa transparentność.

Grupa prowadzi stałe działania operacyjne, których celem jest utrzymanie jakości, dostępności i zgodności operacyjnej franczyzowych punktów sprzedaży. Partnerzy franczyzowi uczestniczą w regularnych szkoleniach w centrali, obejmujących m.in. obowiązkowe wdrożenie RODO oraz coroczne testy. Ich pracę wspierają Regionalni Managerowie, którzy monitorują jakość obsługi i zapewniają bieżące wsparcie operacyjne. Coroczne analizy wyników sprzedaży i nasycenia regionalnego pozwalają podejmować decyzje dotyczące otwarć oraz zastępowania zamykanych punktów nowymi lokalizacjami, co gwarantuje utrzymanie regionalnego zasięgu. Dodatkowe mechanizmy kontroli jakości, takie jak badania typu Mystery Shopper oraz przegląd ocen klientów (NPS, Google, Facebook), umożliwiają identyfikację obszarów wymagających poprawy i utrzymanie jednolitych standardów obsługi we wszystkich oddziałach. W efekcie działania te wspierają stabilną, zgodną z regulacjami i dostępną ofertę usług offline, ograniczając ryzyka związane z niespójnością jakości, spadkiem satysfakcji klientów czy ograniczeniem dostępu w mniejszych regionach.

Aby wzmacniać przejrzystość i porównywalność ofert turystycznych, Grupa stale rozwija i optymalizuje swoje platformy online. Dane dotyczące zachowań użytkowników, takie jak wzorce wyszukiwań, wskaźniki klikalności, współczynniki odrzuceń czy konwersje między etapami procesu rezerwacyjnego – są analizowane na bieżąco, aby identyfikować wyzwania związane z czytelnością informacji, użytecznością interfejsu lub dokładnością prezentowanych danych.

Wnioski z analiz przekładają się bezpośrednio na ulepszenia w obszarze UI/UX, obejmujące m.in. bardziej czytelne prezentowanie cen oraz rozbudowę funkcji umożliwiających łatwiejsze porównywanie ofert. Dodatkowych informacji dostarczają badania ankietowe oraz zgłoszenia kierowane do obsługi klienta, co wspiera priorytetyzację dalszych modyfikacji.

Dzięki tym działaniom Grupa ogranicza ryzyka związane z nieporozumieniami dotyczącymi cen lub warunków ofert, a także wzmacnia zaufanie użytkowników poprzez poprawę rzetelności, przejrzystości i dostępności informacji online.

Bezpieczeństwo osobiste konsumentów i użytkowników końcowych / odpowiedzialne praktyki marketingowe

Ryzyko: Incydenty lub sabotaż infrastruktury krytycznej mogą prowadzić do destabilizacji działalności Grupy oraz ograniczenia dostępu do jej usług.

Ryzyko: Ryzyko naruszeń cyberbezpieczeństwa, w tym naruszeń RODO oraz wycieków danych, może prowadzić do kar regulacyjnych, roszczeń odszkodowawczych oraz kosztów związanych z reagowaniem na incydenty i przywracaniem systemów, a także do długofalowych strat wynikających z utraty reputacji i spadku zaufania klientów.

Pozytywny wpływ: Silna ochrona danych użytkowników pozytywnie wpływa na poczucie bezpieczeństwa oraz zaufanie do platform Grupy.

Negatywny wpływ: Wykorzystywanie aktywności użytkowników do celów reklamowych i sprzedażowych, na przykład w celu personalizacji treści.

Działania związane z powyższymi wpływami, ryzykami i szansami zostały opisane w sekcji S4-1.

S4-5 CELE DOTYCZĄCE ZARZĄDZANIA ISTOTNYMI NEGATYWNYMI WPŁYWAMI, ZWIĘKSZANIA POZYTYWNYCH WPŁYWÓW I ZARZĄDZANIA ISTOTNYM RYZYKAMI I ISTOTNYMI SZANSAMI

W ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualna Polska Holding 2022-2030 wyznaczone zostały następujące cele adresujące zagadnienia związane z użytkownikami:

| Cel | Cel 2025 | Ambicja 2030 |
|---|--|--|
| Dbamy o etykę mediów | | |
| Wirtualna Polska zadba o niewykluczający język przekazu na swoich portalach | Stworzenie, wdrożenie i regularne szkolenie 100% dziennikarzy z wytycznych dot. stosowania języka niewykluczającego | Wywieranie istotnego wpływu na tworzenie standardów niedyskryminującej komunikacji. |
| Wirtualna Polska zadba o zapewnienie najwyższych standardów rzetelności informacji | Przeprowadzenie projektu dot. fact-check | Oferowanie użytkownikom wyłącznie szczegółowo weryfikowanych informacji. |
| Dbamy o użytkowników | | |
| Wirtualna Polska bezpiecznym miejscem w sieci | Stała realizacja programu Stop-Hejt; uruchomienie i realizacja działań edukacyjnych dot. hejtu w sieci; Promocja komentarzy tworzonych przez zalogowanych i wiarygodnych użytkowników; Wdrażanie narzędzi poprawiających jakość komentarzy | Minimalizacja zjawiska hejtu na portalach Grupy Wirtualna Polska; |
| Wirtualna Polska utrzyma wysoki poziom ochrony danych użytkowników, także w odpowiedzi na pojawiające się nowe zagrożenia | Utrzymanie wysokiego poziomu dostępności usług WPH | Zapewnianie najwyższego standardu bezpieczeństwa usług oraz wspieranie użytkowników w dbaniu o bezpieczeństwo. |
| Wirtualna Polska będzie walczyć z wykluczeniem cyfrowym | Realizacja programu skierowanego do osób starszych, utworzenie dobrych praktyk | Umożliwianie bezpiecznego dostępu do sieci osobom wykluczonym cyfrowo. |

W raportowanym roku Grupa Wirtualna Polska Holding była w trakcie dostosowywania swoich polityk do wymogów ESRS i MDR-T, w związku z czym nie wszystkie zagadnienia spełniają wymienione wymagania.

Podsumowanie realizacji celów strategicznych (2022–2025)

1. Standardy redakcyjne i rzetelność informacji (S4.1)

Język niewykluczający: W celu zapewnienia standardów komunikacji szanującej różnorodność, opracowano i wdrożono szczegółowe wytyczne redakcyjne. W 2023 roku przeprowadzono cykl szkoleń dla zespołu dziennikarskiego, podnosząc kompetencje redakcji w zakresie stosowania języka włączającego.

Weryfikacja informacji (Fact-checking): W odpowiedzi na wyzwania związane z fake news, Grupa wdrożyła dedykowaną procedurę weryfikacji faktów wspieraną autorskim narzędziem AI. Rozwiązanie to pozwala na szybszą i bardziej precyzyjną identyfikację nieprawdziwych informacji, podnosząc standardy rzetelności dziennikarskiej.

2. Bezpieczeństwo i jakość dyskusji w sieci (S4.2)

Program Stop-Hejt: Grupa kontynuuje moderację komentarzy oraz promuje kulturę merytorycznej dyskusji poprzez nadawanie pierwszeństwa wyświetlania komentarzom użytkowników zalogowanych i zweryfikowanych. Moderacja komentarzy jest wspierana systemami sztucznej inteligencji, które wciąż są rozwijane i udoskonalane. Działania te realnie wpływają na jakość debaty publicznej pod artykułami w serwisach Grupy. Równolegle prowadzone są działania edukacyjne mające na celu uwrażliwienie użytkowników na negatywne skutki mowy nienawiści w Internecie.

3. Ochrona danych i cyberbezpieczeństwo (S4.3)

Ciągłość usług i monitoring: Dedykowany zespół SOC (Security Operations Center) prowadzi całodobowy monitoring zagrożeń, zapewniając wysoką dostępność usług i ochronę danych osobowych milionów użytkowników.

Promocja cyberbezpieczeństwa: Grupa realizuje coroczne akcje edukacyjne, podnosząc świadomość użytkowników w zakresie bezpiecznego korzystania z narzędzi cyfrowych.

4. Inkluzja cyfrowa (S4.4)

Przeciwdziałanie wykluczeniu: Cel polegający na realizacji dedykowanego programu dla osób starszych oraz utworzeniu dobrych praktyk w tym zakresie nie został zrealizowany. Wynika to z depriorytetyzacji tego obszaru na rzecz wzmocnienia działań w zakresie cyberbezpieczeństwa i walki z dezinformacją, które w ocenie Grupy stanowią obecnie krytyczny obszar wpływu na użytkowników

4. INFORMACJE ZWIĄZANE Z ŁADEM ZARZĄDCZYM

G1 PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

I G1-1 KULTURA KORPORACYJNA I POLITYKI PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

W Grupie Wirtualna Polska Holding dużą wagę przywiązuje się do monitoringu ewentualnych wytycznych, wskazań i orzecznictwa wydanego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Działanie w wielu jurysdykcjach zwiększa złożoność regulacyjną, dlatego systematyczny monitoring pozwala Grupie na mitygowanie ryzyka niezgodności, kar finansowych oraz ograniczenie wyższych kosztów administracyjnych. Dopełnieniem tych działań jest przestrzeganie przez Grupę międzynarodowych standardów etycznych, w tym postanowień Konwencji Narodów Zjednoczonych przeciwko korupcji.

W celu przeciwdziałania zachowaniom niepożądanym i dyskryminacji podejmujemy wiele aktywności wewnątrz organizacji, takich jak:

- obowiązkowe szkolenia z zakres Kodeksu Etyki, dla wszystkich pracowników w Grupie;
- Miesiące Różnorodności, w ramach których pracownicy mają możliwość uczestniczenia w szkoleniach online;
- wprowadzanie zasad przeciwdziałania i zapobiegania zachowaniom niepożądanym;
- szkolenia menadżerów w zakresie prawa pracy komunikacji i zachowań antymobbingowych;
- podniesienie poziomu wiedzy menadżerów w zakresie różnorodności i równouprawnienia.

KODEKSY ETYCZNE

Dokumentami stanowiącymi zbiór zobowiązań Grupy Wirtualna Polska Holding w obszarze etyki biznesu są:

- Kodeks Etyki
- Kodeks Etyki Dziennikarskiej
- Strategia Zrównoważonego Rozwoju
- Kodeks Odpowiedzialnej Reklamy

Dokumenty te powstawały z zaangażowaniem naszych interesariuszy oraz najwyższych organów Grupy Wirtualna Polska.

KODEKS ETYKI

Kodeks Etyki stanowi fundament dla wszystkich polityk, procedur i zasad wewnętrznych w Grupie Wirtualna Polska Holding, obowiązujących we wszystkich obszarach geograficznych, w których Grupa prowadzi działalność. Poprzez ustanowienie jednolitych standardów, Grupa adresuje wyzwania związane z zapewnieniem zgodności z regulacjami i utrzymaniem spójnych procedur korporacyjnych w różnych jurysdykcjach.

Kodeks jest zaktualizowaną i rozszerzoną wersją funkcjonującego wcześniej Kompas Etyki. Pełni on funkcję mapy, ułatwiającej pracownikom podejmowanie decyzji zgodnych z etyką biznesową i społeczną odpowiedzialnością. Wraz ze sfinalizowaniem prac nad Kodeksem, na stanowisko Rzecznika Etyki Grupy Wirtualnej Polski powołany został Tomasz Siemieniec, który zapewnia wsparcie w obszarze etyki i zgodności.

W dokumencie wskazane są priorytety w działalności Grupy Wirtualna Polska Holding, dzięki którym Grupa przyczynia się do lepszej przyszłości użytkowników, klientów, partnerów i pracowników. Stanowią je:

- wolność słowa
- prawda
- obiektywizm
- wolność wyboru
- ochrona środowiska,

Kodeks Etyki przedstawia również **zasady firmowe**:

- praworządność i działanie zgodnie z obowiązującymi regulacjami prawnymi – postępowanie według wszystkich przepisów prawa i regulacji, które mają zastosowanie do działalności w każdym kraju, w którym Grupa prowadzi działalność.
- etyka biznesowa – Kodeks wspiera wytyczne w zakresie właściwego postępowania lub odwołuje się do nich.
- dbałość o pracowników - dobra atmosfera i przyjazne relacje są dla kluczowe w codziennej współpracy.
- ochrona środowiska – Grupa przywiązuje ogromną uwagę do działań na rzecz naszej planety. Dąży do zrównoważonego rozwoju i raportuje wyniki działalności w obszarze środowiska i klimatu.
- współpraca ze społecznościami lokalnymi – w poczuciu odpowiedzialności, Grupa przyjmuje na siebie zobowiązania wspierające społeczności lokalne. Bierze udział w akcjach charytatywnych, sponsoruje wydarzenia promujące działalność dobroczynną i współpracuje z instytucjami wspierającymi osoby znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej.
- różnorodność – różnorodność pracowników Grupa pojmuje jako wartość, na podstawie której tworzy kulturę organizacyjną. Równe traktowanie, tolerancja i wzajemny szacunek są jej filarami.

Kodeks Etyki wprowadza najważniejsze prawa o odpowiedzialność każdego pracownika Grupy Wirtualna Polska Holding określając:

- standardy profesjonalizmu, które nakazują przestrzeganie prawa, niepodejmowanie działalności konkurencyjnej, wzajemny szacunek oraz lojalność,
- dbanie o przestrzeganie zasad bezpieczeństwa,
- transparentną politykę zatrudniania i wynagradzania,
- zasady komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej,
- odpowiedzialne korzystanie z social mediów,
- dbanie o dobre imię Grupy i jej godne reprezentowanie w codziennych relacjach z pracownikami, współpracownikami, klientami, partnerami i dostawcami,
- poszanowanie zasobów Grupy.

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

Kodeks Etyki zawiera również opisane zasady zgłaszania nieprawidłowości. Wszyscy pracownicy i współpracownicy są zobowiązani do przestrzegania zasad przeciwdziałania i zapobiegania zachowaniom niepożądanym w Grupie. Każdemu przysługuje prawo zgłaszania zachowań niepożądanych wobec niego lub wobec innych osób. Zgłaszania nieprawidłowości dokonać można również anonimowo.

Zagadnienia dotyczące zapobiegania korupcji w Grupie Wirtualna Polska Holding uregulowane są w Kodeksie Etyki. Ponadto stosujemy Zasady Dobrych Praktyk Spółek Giełdowych w zakresie zarządzania konfliktami interesów i przeciwdziałania korupcji. Monitorujemy na bieżąco ewentualne wytyczne, wskazania lub orzecznictwo wydane przez UOKiK

Grupa Wirtualna Polska Holding uchwalając Kodeks Etyki rozpoczęła proces obowiązkowych szkoleń dla wszystkich pracowników związanych z promowanymi w nim etycznymi zachowaniami. Szkolenie takie jest jednym z elementów onboardingu dla nowych pracowników. W planach również jest wdrożenie corocznego przypomnienia wybranych zagadnień dotyczących etyki w postępowaniu.

Poza aktywną promocją Kodeksu Etyki, Grupa promuje swoją kulturę korporacyjną opartą na przedsiębiorczości, budowaniu długotrwałej wartości i innowacyjności poprzez wybory inicjatyw projektowych wspierających te cele oraz zmiany w procesie operacyjnym Spółek zależnych. To podejście traktujemy jako szansę - wzmocnienie zgodności i zarządzania poprzez innowacje daje nam możliwość poprawy efektywności procesów, automatyzacji zarządzania regulacjami i optymalizacji kosztów operacyjnych przy jednoczesnej poprawie ogólnej wydajności organizacyjnej.

Wszelkie podejrzenia związane z brakiem przestrzegania zasad opisanych w Kodeksie Etyki, w tym podejrzeń korupcyjnych, pochodzących z wewnątrz czy też spoza organizacji można zgłaszać poprzez dedykowany adres e-mail lub bezpośrednio zarządowi Grupy lub Radzie Nadzorczej. Każdy przypadek jest traktowany indywidualnie, zgodnie z najwyższą starannością.

Kodeks Etyki Grupy jest dostępny na oficjalnej stronie w wersji polskiej:

<https://holding.wpcdn.pl/uploader/Kodeks-etyki-Wirtualnej-Polski-Holding.pdf>

Grupa Wirtualna Polska Holding posiada procedury szybkiego, niezależnego i obiektywnego badania incydentów związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, w tym incydentów związanych z korupcją i przekupstwem.

Na podstawie przepisów Ustawy z dnia 14 czerwca 2024 r. o ochronie sygnalistów, Zarząd przyjął procedurę dotyczącą zgłoszeń, opis znajduje się w S1-3. Naruszenia przepisów prawa lub wewnętrznych regulacji mogą być zgłaszane między innymi przez pracowników i współpracowników Grupy oraz jej partnerów i innych interesariuszy. Zgodnie z przyjętą polityką, w związku ze zgłaszaniem naruszeń wobec sygnalistów nie mogą być podejmowane żadne działania odwetowe ani wysuwane groźby takich działań

I G1-2 ZARZĄDZANIE STOSUNKAMI Z DOSTAWCAMI

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

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

Poprzez te polityki i procedury Grupa stara się zapewnić terminowe płatności, co jest kluczowe dla utrzymania dobrej relacji z kontrahentami i partnerami biznesowymi.

Grupa aktywnie dostosowuje swoje podejście do relacji z dostawcami w zależności od wielu czynników rynkowych takich jak np. wielkość podmiotów, konkurencja na rynku czy też określonego poziomu ryzyka dla danej transakcji. Niemniej jednak w Kodeksie Etyki opisano podstawowe zasady współdziałania z dostawcami wspólne dla wszystkich podmiotów, gdzie etyczne działanie i przestrzeganie prawa są kluczowe.

Grupa wprowadziła Kodeks Postępowania Dostawców. Jego celem jest zachęcenie partnerów do stosowania i poszanowania regulacji dotyczących praw człowieka, etyki biznesowej oraz zobowiązań społecznych i środowiskowych, a także zapewnienie ich właściwego i skutecznego stosowania. Obecnie na poziomie Grupy nie funkcjonuje sformalizowany proces wyboru dostawców, który uwzględniałby specyficzne kryteria społeczne i środowiskowe. Niemniej jednak, Grupa dąży do promowania odpowiedzialnych praktyk w łańcuchu dostaw poprzez wdrażanie Kodeksu Postępowania Dostawców.

KODEKS POSTĘPOWANIA DLA DOSTAWCÓW

Grupa Wirtualna Polska Holding przyjęła Kodeks Postępowania dla Dostawców, który wyznacza standardy etyczne i regulacyjne w relacjach z partnerami biznesowymi. Dokument ten stanowi podstawę do budowania

długoterminowej współpracy opartej na zasadach etyki, zrównoważonego rozwoju oraz ochrony praw człowieka i środowiska.

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

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

W grudniu 2024 roku Kodeks został przyjęty przez Zarząd i będzie sukcesywnie wdrażany w relacjach z dostawcami, którzy zobowiążą się do jego przestrzegania oraz propagowania tych zasad w swoich organizacjach i łańcuchach dostaw. Kodeks jest dostępny na stronie Grupy: <https://holding.wp.pl/compliance>.

G1-3 ZAPOBIEGANIE KORUPCJI I PRZEKUPSTWU ORAZ ICH WYKRYWANIE

Zagadnienia dotyczące zapobiegania korupcji w Grupie Wirtualna Polska Holding uregulowane są w Kodeksie Etyki. Ponadto stosujemy Zasady Dobrych Praktyk Spółek Giełdowych w zakresie zarządzania konfliktami interesów i przeciwdziałania korupcji. Monitorujemy na bieżąco ewentualne wytyczne, wskazania lub orzecznictwo wydane przez UOKiK.

W 2025 roku w Grupie Wirtualna Polska Holding nie wystąpiły potwierdzone przypadki korupcji, co jest jednoznaczne z brakiem konieczności podejmowania kroków prawnych w tym zakresie.

Nie przeprowadzono publicznych spraw sądowych dotyczących korupcji lub przekupstwa. Nie stwierdzono również wyroków skazujących i kwot grzywnien za naruszenie przepisów antykorupcyjnych.

Grupa kontynuuje działania na rzecz budowania świadomości antykorupcyjnej. Po przyjęciu Polityki Antykorupcyjnej (koniec 2024 r.), obecnie trwa proces jej wdrażania we wszystkich spółkach, w tym w nabytej w maju 2025 roku Grupie Invia. Polityka została zakomunikowana poprzez komunikację wewnętrzną w spółkach, w których została wdrożona. Jest ona dostępna również na stronie internetowej WP Holding. W roku sprawozdawczym rozpoczęto szkolenia z zakresu Compliance i przeciwdziałania korupcji w polskich spółkach (z wyjątkiem spółek Travelplanet należącej do Grupy Invia).

Wszyscy pracownicy Grupy zobowiązani są do odbycia szkolenia z zakresu Kodeksu Etyki, w którym podkreślany jest brak tolerancji do zachowań sprzecznych z prawem, w tym korupcyjnych. Członkowie organów zarządzających zostali poinformowani – w ramach konsultacji i wdrożenia Kodeksu Etyki.

W przypadku wystąpienia podejrzeń lub otrzymania zarzutów związanych z korupcją i przekupstwem zostanie powołany niezależny zespół wyjaśniający którego skład zostanie dostosowany tak aby uniknąć nacisków, zależności osobistych lub służbowych pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w spór. W razie potrzeb będą to osoby z innych departamentów, podległe pod Spółkę dominującą (Wirtualna Polska Holding) lub w razie potrzeby niezależne podmioty zewnętrzne. W Grupie nie ma procedury przedstawiania wyników organom administrującym, zarządzającym i nadzorczym. Grupa rozważy przyjęcie procedury w następnym okresie sprawozdawczym.

SZKOLENIE Z POLITYKI ANTYKORUPCYJNEJ

| | Funkcje narażone na ryzyko | Zespół Zarządzający | Wszyscy pracownicy Grupy |
|---|----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Ogółem | 215 | 66 | 2995 |
| Łączna liczba osób odbywających szkolenie | 77 | 17 | 1237 |
| Odsetek osób odbywających szkolenie | 36% | 26% | 41% |

W 2025 roku Grupa WPH po raz pierwszy przeprowadziła szkolenie z zakresu przeciwdziałania korupcji i przekupstwu skierowane do pracowników. Szkolenie zostało zrealizowane w formie e-learningowej i było dostępne dla pracowników w polskich spółkach Grupy (z wyłączeniem Travelplanet, spółki należącej do Grupy Invia). Łącznie szkolenie ukończyło 1237 pracowników.

Szkolenie miało charakter ogólny i obejmowało podstawowe zagadnienia związane z zapobieganiem korupcji i przekupstwu. W jego trakcie przedstawiona została definicja korupcji, zasady wynikające z obowiązującej w Grupie polityki antykorupcyjnej, podstawowe ryzyka korupcyjne związane z działalnością organizacji, zasady dotyczące konfliktu interesów, a także reguły dotyczące przyjmowania i oferowania prezentów oraz innych form korzyści. Przedstawiono również procedury postępowania w przypadku podejrzenia naruszeń oraz możliwości zgłaszania nieprawidłowości.

Szkolenie zostało przeprowadzone w formule e-learningowej, a średni czas jego trwania wynosił około 1 godziny. W 2025 roku szkolenie zostało zrealizowane po raz pierwszy w związku z wdrożeniem polityki antykorupcyjnej w Grupie. Częstotliwość kolejnych szkoleń w tym zakresie jest obecnie w trakcie ustalania; planowane jest prowadzenie szkoleń cyklicznych oraz ich uwzględnianie w procesach szkoleniowych dla pracowników.

W związku z jego powszechnym charakterem szkolenie nie było różnicowane pod względem zakresu ani czasu trwania dla poszczególnych grup pracowników.

Grupa zidentyfikowała osoby pełniące funkcje narażone na ryzyko korupcji i przekupstwa na podstawie analizy zakresu obowiązków oraz poziomu decyzyjności w procesach biznesowych. Do tej grupy zaliczono w szczególności osoby posiadające pełnomocnictwa do zaciągania zobowiązań w imieniu spółek z Grupy, a także członków zespołów zarządzających poszczególnych spółek. Identyfikacja tych funkcji ma na celu zapewnienie odpowiedniego poziomu świadomości ryzyk korupcyjnych oraz dostosowanie działań informacyjnych i szkoleniowych do specyfiki pełnionych ról.

G1-4 POTWIERDZONE INCYDENTY ZWIĄZANE Z KORUPCJĄ LUB PRZEKUPSTWEM

Grupa Wirtualna Polska w 2025 i 2024 roku nie zidentyfikowała przypadków incydentów bądź wyroków skazujących dotyczących naruszeń przepisów korupcyjnych.

I OŚWIADCZENIE ZARZĄDU WIRTUALNA POLSKA HOLDING S.A. DOTYCZĄCE SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SPRAWOZDANIA ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI W 2025 ROKU ORAZ FIRMY AUDYTORSKIEJ

I. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SPRAWOZDANIA ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI W 2025 ROKU

Zarząd Wirtualna Polska Holding SA oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej emitenta oraz jej wynik finansowy. Ponadto, Zarząd Wirtualna Polska Holding oświadcza, że łączne sprawozdanie z działalności Spółki oraz Grupy Kapitałowej emitenta zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

II. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE FIRMY AUDYTORSKIEJ

Zarząd Wirtualna Polska Holding SA oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz biegli rewidenci, dokonujący badania tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i standardami zawodowymi.

Ponadto, Zarząd oświadcza, że są przestrzegane obowiązujące przepisy związane z rotacją firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta oraz obowiązkowymi okresami karencji, a także że emitent posiada politykę w zakresie wyboru firmy audytorskiej oraz politykę w zakresie świadczenia na rzecz emitenta przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci dodatkowych usług niebędących badaniem, w tym usług warunkowo zwolnionych z zakazu świadczenia przez firmę audytorską.