

# Sprawozdanie ORLEN S.A.

dotyczące wydatków reprezentacyjnych,  
wydatków na usługi prawne, marketingowe,  
usługi w zakresie stosunków międzyludzkich  
(public relations) i komunikacji społecznej  
oraz na usługi doradztwa związanego  
z zarządzaniem za rok 2024

# 20 24





**SPIS TREŚCI**

A.	WPROWADZENIE .....	3
B.	WYDATKI NA USŁUGI MARKETINGOWE .....	3
B.1.	USŁUGI SPONSORINGOWE.....	3
C.	WYDATKI NA USŁUGI PUBLIC RELATIONS I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ .....	4
D.	WYDATKI NA USŁUGI DORADZTWA ZWIĄZANEGO Z ZARZĄDZANIEM .....	4
E.	WYDATKI NA USŁUGI PRAWNE .....	4
F.	WYDATKI REPREZENTACYJNE.....	4
G.	PODSUMOWANIE .....	5





## A. WPROWADZENIE

Sprawozdanie dotyczące wydatków reprezentacyjnych, wydatków na usługi prawne, marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem ("sprawozdanie z wydatków") zostało sporządzone na podstawie par. 9 ust. 11 Statutu Spółki.

Niniejsze sprawozdanie z wydatków zostało sporządzone zgodnie z zasadą memoriału, w wartościach netto (bez podatku VAT). Wszystkie wartości zostały podane w tysiącach PLN.

## B. WYDATKI NA USŁUGI MARKETINGOWE

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki na usługi marketingowe	456 889	578 778	0,227%	0,231%

Niższe koszty wydatków marketingowych w 2024 roku wynikają m. in. z weryfikacji części działań w związku ze zmianami organizacyjnymi w Spółce, w tym w obszarze marketingu.

Realizowane działania w zakresie usług marketingowych wspierały segmenty biznesowe, z naciskiem na segment Consumers and Products w realizacji ich planów biznesowych oraz utrzymaniu wiodącej pozycji rynkowej Spółki. Działania marketingowe miały na celu utrzymywanie wysokiego poziomu rozpoznawalności marki ORLEN, promowanie pożądanых atrybutów marki głównej ORLEN oraz wiodących marek produktowych (stop.cafe, VITAY, VERVA, EFECTA). Plan działań marketingowych oparty o badania marketingowe potrzeb klientów wykorzystywał szereg taktyk marketingowych w celu osiągnięcia zakładanych celów: kampanie budujące świadomość oferty gastronomicznej stop.cafe, promocje cenowe, wykorzystanie świadczeń z obszaru sponsoringu czy działania marketingu efektywnościowego w digital.

Komunikacja marketingowa w 2024 roku wspierała realizację strategii biznesowej oraz sprzedażowej w takich obszarach jak:

- wsparcie sprzedaży detalicznej;
- lojalizacja aktualnych klientów ORLEN S.A. oraz akwizycja nowych, w tym do aplikacji ORLEN VITAY;
- komunikacja Grupy ORLEN jako multienergetyczny lider transformacji energetycznej w regionie;
- budowa i wzmacnianie międzynarodowej marki ORLEN;
- procesy rebrandingu;
- odpowiedzialność społeczna.

Wydatki obejmowały przede wszystkim:

- produkcję materiałów reklamowych (komunikacja ATL, online i BTL);
- zakup powierzchni reklamowej w mediach;
- działania dla programów lojalnościowych, szczególnie w zakresie e-commerce i aplikacji mobilnej ORLEN VITAY;
- projekty eventowe w celu pozyskania klientów z segmentu B2B lub ich retencji;
- badania marketingowe;

w tym:

### B.1. USŁUGI SPONSORINGOWE

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki na usługi sponsoringowe	376 649	386 220	0,187%	0,154%

Sponsoring to jeden z kluczowych elementów strategii Grupy ORLEN, który łączy rozwój biznesowy z odpowiedzialnością społeczną i budowaniem silnej, rozpoznawalnej i przede wszystkim ulubionej marki. Jako wiodąca firma w Europie Środkowo-Wschodniej, ORLEN S.A. angażuje się w projekty wspierające sport, kulturę i naukę jako element budowy marki ORLEN. Rok 2024 niósł za sobą zmiany działań sponsoringowych, które umacniały pozycję firmy jako lidera biznesowego, odpowiedzialnego za wpływ swojej działalności na społeczności lokalne. Istotnym elementem było także zwiększenie efektywności działań komunikacyjnych. Wartość AVE (Advertising Value Equivalent) projektów sponsoringowych wyniosła rekordowe 1,44 mld zł. W 2024 roku podpisanych zostało 180 nowych umów sponsoringowych, przy jednoczesnej kontynuacji 105 umów z poprzedniego roku. Wśród 15 wypowiedzianych w 2024 roku umów, za najbardziej istotne należy uznać rezygnację ze sponsoringu zespołu Visa Cash App RB Formula One Team oraz nieprzedłużenie kontraktu z Polskim Komitetem Olimpijskim. Jednym z najważniejszych obszarów działalności sponsoringowej ORLEN S.A. pozostaje sport. Wsparcie zarówno profesjonalnych zawodników, jak i młodych talentów przyczynia się do rozwoju polskiej sceny sportowej. W 2024 roku ORLEN S.A. kontynuował współpracę z czołowymi polskimi federacjami sportowymi, wspierając kluczowe dyscypliny, takie jak lekkoatletyka, piłka nożna, siatkówka, sporty motorowe oraz sporty zimowe. Równolegle spółka inwestowała w projekty w obszarze sportu powszechnego, zachęcając dzieci i młodzież do aktywnego stylu życia poprzez dedykowane programy, turnieje, programy stypendialne i wydarzenia lokalne.

W 2024 roku ORLEN S.A. rozwijał swoje zaangażowanie w kulturę i inicjatywy społeczne. ORLEN S.A. był mecenasem wielu prestiżowych wydarzeń kulturalnych, wspierając teatry, muzea, festiwale muzyczne, inicjatywy edukacyjne oraz instytucje promujące polskie dziedzictwo



narodowe. Działalność sponsoringowa objęła także projekty charytatywne i społeczne, niosące pomoc osobom najbardziej potrzebującym oraz realizując programy edukacyjne i ekologiczne. Wydatki w zakresie usług sponsoringowych obejmowały przede wszystkim usługi związane z realizacją umów sponsoringowych, komunikację projektów sponsoringowych oraz projekty eventowe.

#### C. WYDATKI NA USŁUGI PUBLIC RELATIONS I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej	27 800	51 863	0,014%	0,021%

Wydatki na Public Relations obejmowały komunikację wewnętrzną i zewnętrzną w zakresie wydarzeń istotnych z punktu widzenia ORLEN S.A. i Grupy ORLEN, m.in.: szeroko pojętą tematykę transformacji energetycznej.

Działania polegały na umacnianiu relacji z rynkiem (również kapitałowym) i wspierały budowanie zaufania do marki wśród inwestorów na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych. Związane były z organizacją wydarzeń z udziałem przedstawicieli Zarządu ORLEN S.A.: konferencji wynikowych, briefingów prasowych, spotkań z dziennikarzami w związku z szeroką komunikacją nowych projektów biznesowych dotyczących np.: rozwoju paliw alternatywnych, strategii wodorowej.

Wydatki zostały poniesione na: komunikację w prasie, TV, rozgłośniach radiowych, na portalach branżowych oraz internecie, przeprowadzono badanie wizerunku ORLEN S.A., kluczowych spółek zależnych oraz wybranych marek Grupy ORLEN.

#### D. WYDATKI NA USŁUGI DORADZTWA ZWIĄZANEGO Z ZARZĄDZANIEM

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem	79 584	73 189	0,040%	0,029%

Usługi doradztwa związanego z zarządzaniem obejmowały głównie projekty transformacyjne i strategiczne, projekty w obszarze M&A, doradztwo w zakresie zagadnień regulacyjnych oraz koszty przedprojektowe w całym łańcuchu wartości Grupy ORLEN.

#### E. WYDATKI NA USŁUGI PRAWNE

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki na usługi prawne	47 221	55 006	0,023%	0,022%

Wydatki na usługi prawne obejmowały usługi i doradztwo prawne związane ze świadczeniem na rzecz ORLEN S.A. bieżącego doradztwa prawnego oraz prowadzeniem postępowań przed sądami i innymi organami. W szczególności z usług doradców korzystano przy przygotowywaniu i negocjowaniu umów o dużej wartości, w kwestiach prawno-regulacyjnych oraz w sprawach, w których wymagana była znajomość obcych porządków prawnych. Istotną część wydatków dotyczyła obsługi prawnej związanej z dużym zapotrzebowaniem zgłaszanym przez obszary biznesowe w związku z prowadzonymi przez nich pracami przy realizowanych projektach strategicznych, a także przeprowadzonych akwizycjach w 2024 roku.

#### F. WYDATKI REPREZENTACYJNE

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki reprezentacyjne	1 477	6 646	0,001%	0,003%

Wydatki reprezentacyjne związane były głównie z organizacją aktywności biznesowych przedstawicieli ORLEN S.A. podczas wydarzeń branżowych w Polsce i zagranicą, prezentacji stanowiska firmy w zakresie wyzwań związanych z transformacją i bezpieczeństwem energetycznym w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, a także realizacji projektów inwestycyjnych, podtrzymaniu dotychczasowych i budowaniu nowych relacji biznesowych.



G. PODSUMOWANIE

Kategoria	2024 tys. PLN	2023 tys. PLN	Udział w przychodach ze sprzedaży	
			2024	2023
Wydatki na usługi marketingowe	456 889	578 778	0,227%	0,231%
<i>w tym Sponsoring sportu, kultury i mediów</i>	376 649	386 220	0,187%	0,154%
Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej	27 800	51 863	0,014%	0,021%
Wydatki na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem	79 584	73 189	0,040%	0,029%
Wydatki na usługi prawne	47 221	55 006	0,023%	0,022%
Wydatki reprezentacyjne	1 477	6 646	0,001%	0,003%
<b>RAZEM</b>	<b>612 971</b>	<b>765 482</b>	<b>0,304%</b>	<b>0,305%</b>



Niniejsze sprawozdanie zostało podpisane przez Zarząd ORLEN S.A. w dniu 22 kwietnia 2025 roku.

.....  
Ireneusz Fąfara  
Prezes Zarządu

.....  
Marek Balawejder  
Członek Zarządu

.....  
Magdalena Bartoś  
Wiceprezes Zarządu

.....  
Witold Literacki  
Wiceprezes Zarządu

.....  
Artur Osuchowski  
Członek Zarządu

.....  
Wiesław Prugar  
Członek Zarządu

.....  
Ireneusz Sitarski  
Wiceprezes Zarządu

.....  
Robert Soszyński  
Wiceprezes Zarządu

.....  
Marcin Wasilewski  
Członek Zarządu