

**UCHWAŁA NR 73/X/2018**  
**RADY NADZORCZEJ GRUPY LOTOS S.A.**  
**z dnia 29 maja 2018 roku**

w sprawie: zaopiniowania sprawozdania Zarządu Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związanych z zarządzaniem - za rok 2017.

Rada Nadzorcza Grupy LOTOS S.A., działając na podstawie §13 ust. 2 pkt 12 Statutu Spółki, po zapoznaniu się ze sprawozdaniem Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem - za rok 2017, przyjętym uchwałą Zarządu nr 8/X/2018 z dnia 25 maja 2018 roku, uchwała co następuje:

§ 1.

Rada Nadzorcza pozytywnie opiniuje sprawozdanie Zarządu Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem - za rok 2017, przedstawione w uchwale Zarządu nr 8/X/2018 z dnia 25 maja 2018 roku.

§ 2.

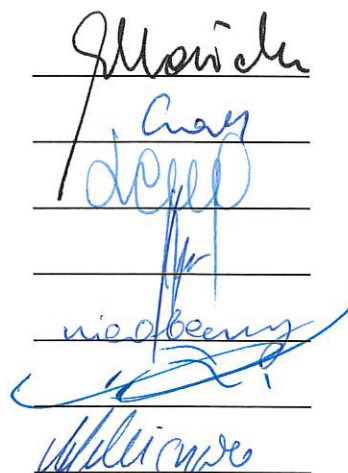
Uchwała wchodzi w życie z chwilą jej podjęcia.

- |  |          |               |
|--|----------|---------------|
| 1. Za podjęciem uchwały głosowało:     | <u>6</u> | Członków Rady |
| 2. Przeciw podjęciu uchwały głosowało: | <u>0</u> | Członków Rady |
| 3. Wstrzymało się od głosu:            | <u>0</u> | Członków Rady |

Uchwałę podjęto w głosowaniu jawnym.

Rada Nadzorcza

1. Beata Kozłowska - Chyła
2. Piotr Ciach
3. Katarzyna Lewandowska
4. Dariusz Figura
5. Mariusz Golecki
6. Adam Lewandowski
7. Agnieszka Szklarczyk-Mierzwa



wyciąg z protokołu nr 2/X/2018  
z posiedzenia Zarządu Spółki  
pod firmą Grupa LOTOS S.A.  
z dnia 25 maja 2018 r.

**„Uchwała nr 8.../X/2018  
Zarządu Grupy LOTOS S.A.  
z dnia 25 maja 2018 r.**

**w sprawie: przyjęcia sprawozdania Zarządu Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem - za rok 2017**

Zarząd Grupy LOTOS S.A. działając na podstawie § 16 ust. 6 pkt 3 Statutu Spółki i §11 ust. 1 Regulaminu Zarządu Grupy LOTOS S.A, uchwała co następuje:

**§1.**

Zarząd Grupy LOTOS S.A. przyjmuje sprawozdanie Zarządu Grupy LOTOS S.A. o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem - za rok 2017, które stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

**§2.**

Zarząd Grupy LOTOS S.A. działając na podstawie §13 ust. 2 pkt 12 Statutu Spółki występuje z wnioskiem do Rady Nadzorczej o zaopiniowanie sprawozdania Zarządu Grupy LOTOS S.A., o którym mowa w §1 niniejszej uchwały.

**§3.**

Uchwała wchodzi w życie z chwilą jej podjęcia.”

- |  |          |                  |
|--|----------|------------------|
| 1. Za podjęciem uchwały głosowało:     | <u>3</u> | Członków Zarządu |
| 2. Przeciw podjęciu uchwały głosowało: | <u>—</u> | Członków Zarządu |
| 3. Wstrzymało się od głosu:            | <u>—</u> | Członków Zarządu |

  
Patryk Demski  
Wiceprezes Zarządu

  
Jarosław Kawula  
Wiceprezes Zarządu

  
Mateusz A. Bonca  
Prezesa Zarządu

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU GRUPY LOTOS S.A.  
O WYDATKACH REPREZENTACYJNYCH, WYDATKACH NA USŁUGI PRAWNE,  
USŁUGI MARKETINGOWE, USŁUGI W ZAKRESIE STOSUNKÓW MIĘDZYŁUDZKICH  
(PUBLIC RELATIONS) I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ ORAZ USŁUGI DORADZTWA  
ZWIĄZANE Z ZARZĄDZANIEM –  
ZA ROK 2017.**



Patryk Demski  
Wiceprezes Zarządu



Jarosław Kawula  
Wiceprezes Zarządu



Mateusz A. Bonca  
Prezes Zarządu

✓

Zarząd Grupy LOTOS S.A., działając na podstawie §16 ust. 6 pkt 3 Statutu Spółki, poniżej przedstawia informację o wydatkach reprezentacyjnych, wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usługi doradztwa związane z zarządzaniem – za rok 2017.

## **I. WYDATKI REPREZENTACYJNE, USŁUGI MARKETINGOWE ORAZ USŁUGI W ZAKRESIE STOSUNKÓW MIĘDZYLUDZKICH (PUBLIC RELATIONS) I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ.**

W 2017 roku Spółka przeznaczyła na wydatki związane z reprezentacją i reklamą kwotę **70 025 tys. PLN**, w tym:

- na sponsoring - kwotę w wysokości **35 447 tys. PLN**,
- na usługi marketingowe - kwotę w wysokości **28 821 tys. PLN**,
- na usługi public relations i komunikacji społecznej - kwotę w wysokości **2 402 tys. PLN**,
- na wydatki reprezentacyjne wraz z pozostałymi wydatkami reklamowymi - kwotę w wysokości **3 355 tys. PLN**.

### **Wydatki na sponsoring**

Działania sponsoringowe w Grupie Kapitałowej LOTOS realizowane są zgodnie ze strategią marki LOTOS, która wynika z przyjętej na lata 2017-2022 strategii biznesowej. Sponsoring realizuje cele biznesowe firmy i jest jednym z narzędzi wykorzystywanych do wspierania sprzedaży produktów i budowania przewagi konkurencyjnej Grupy Kapitałowej LOTOS. W roku 2017 prowadzono działania sponsoringowe między innymi w niżej wymienionych obszarach:

- piłka nożna,
- rajdy samochodowe,
- skoki i biegi narciarskie,
- siatkówka,
- tenis,
- kolarstwo szosowe.

### **Wydatki na usługi marketingowe**

W ramach budżetu marketingowego w 2017 roku Spółka zrealizowała wiele projektów reklamowych i promocyjnych w mediach szerokokosmowych. Wdrożono nową platformę komunikacji marketingowej opartą na koncepcie „NAJ nie bierze się znikąd”, a także zrealizowano trzy kampanie telewizyjne i szereg działań w radio, Internecie i prasie.

Działania reklamowe wspierały budowę wizerunku marki LOTOS, a w przypadku kampanii produktowych, wspierały realizację określonych celów sprzedażowych.

### **Kluczowe działania marketingowe w 2017 roku:**

#### **1. Wizerunkowe działania reklamowe:**

- a. Kampania wizerunkowa – NAJ nie bierze się znikąd #1 (VI-VIII)
- b. Promocja produktów, projektów społecznych i sponsoringowych (VII-IX)

- c. Odnaleźć Orła – partner wyprawy poszukiwawczej (V-VI)
  - d. Kampania wizerunkowa – NAJ nie bierze się znikąd #2 (IX-X)
  - e. Lokowanie produktu/tematów w programie Sonda (IX-XI)
2. Reklamowe wykorzystanie potencjału sponsoringu sportowego:
- a. Sponsoring transmisji skoków narciarskich (I-III oraz XI-XII)
  - b. Mecze Reprezentacji Polski w piłce nożnej (III-X)
  - c. Kajetan Kajetanowicz (VI-X)
  - d. Agnieszka Radwańska (IV-XII)
  - e. Tour de Pologne (VII)
3. Kampanie reklamowe wspierające promocje sprzedaży na stacjach paliw:
- a. Piłkarska promocja (III)
  - b. Promocja sprzedaży – szklanki z wizerunkami piłkarzy (VI-VIII)
  - c. Wprowadzenie programu Navigator na stacje Optima (VIII)
  - d. Promocja napoju energetycznego Dynamic (VIII-IX)
  - e. Stacje przyjazne podróżującym zwierzętom – miski dla psów na stacjach (VII-VIII)
  - f. Dzień Kawy (IX)
  - g. Piłkarska promocja (III i X)
  - h. Promocja sprzedaży – Podwajamy tankowanie (XI-XII)
  - i. Kampania paliw zimowych – NAJ nie bierze się znikąd #3 (XII)

### **Wydatki na usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej**

Efektywna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna wymaga celowych, trwałych i systematycznych działań oraz wsparcia wyspecjalizowanych podmiotów. W roku 2017 usługi, wspomagające realizację strategii Grupy LOTOS w obszarze szeroko rozumianej komunikacji, podyktowane były m.in.:

- potrzebą i chęcią wzmocnienia pozycji Grupy LOTOS na rynku polskim i na arenie międzynarodowej zgodnie z założeniami Strategii Spółki na lata 2017-2022,
- wsparciem działalności Grupy LOTOS na rynkach w Norwegii, Wielkiej Brytanii, a także w państwach basenu Morza Bałtyckiego,
- potrzebą koordynacji działań oraz dystrybucji informacji w potencjalnych sytuacjach kryzysowych.

### **Wydatki reprezentacyjne wraz z pozostałymi wydatkami reklamowymi**

Organizacja spotkań i wydarzeń biznesowych na potrzeby Grupy LOTOS ma na celu budowanie odpowiedniego wizerunku spółki wśród jej interesariuszy oraz sprzyja podtrzymywaniu i rozwojowi dobrych relacji handlowych z partnerami i potencjalnymi klientami Grupy Kapitałowej LOTOS. Do tego celu wykorzystywane są między innymi wydarzenia sportowe, które spółka sponsoruje.



Wszystkie te działania są uzupełnieniem innych form komunikacji marketingowej jak np. akcje promocyjne, reklama w mediach i sponsoring. Służą także wymianie wiedzy i informacji, które mają pozytywny wpływ na rozwój firmy.

## **II. WYDATKI NA USŁUGI PRAWNE ORAZ WYDATKI NA USŁUGI DORADZTWA ZWIĄZANE Z ZARZĄDZANIEM.**

W odniesieniu do zagadnień dotyczących doradztwa prawnego oraz usług doradztwa związanych z zarządzaniem, na przestrzeni roku 2017, Zarząd kontynuował przyjęty w 2016 roku kierunek działania w tym obszarze m. in. dotyczący centralizacji tychże usług. Przyjęta polityka w zakresie współpracy z kancelariami prawnymi, których wynagrodzenie ustalane jest według stawek godzinowych, pozwala na bieżące kontrolowanie zleczanych prac i dokonanie zapłaty wynagrodzenia za realnie wykonane czynności. W 2017 roku wydatki z tego tytułu wyniosły kwotę **11 890 tys. PLN**.

Raportowane dane uwzględniają faktycznie poniesione koszty związane z zakupionymi usługami doradczymi, w tym koszty transportu i zakwaterowania, jak również koszty zastępstwa procesowego w związku z prowadzonymi postępowaniami.