



Strategia Zrównoważonego Rozwoju

Wirtualna Polska Holding
2026 - 2030



“Naszą misją jest bycie partnerem pierwszego wyboru, który dostarcza angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspiruje w codziennych decyzjach.”

Wirtualna Polska Holding

List CFO

Szanowni Państwo,

przedstawiamy zaktualizowaną Strategię Zrównoważonego Rozwoju Grupy WP na lata 2026–2030. Jest ona naturalną kontynuacją kierunku, który obraliśmy w 2022 roku, publikując naszą pierwszą strategię.

Jako jedna z największych grup technologicznych działających online mamy realny wpływ na miliony użytkowników internetu, klientów i partnerów biznesowych. Zatrudniamy ponad 4 tysiące osób i działamy na ośmiu rynkach Europy Środkowej i regionu DACH. Ta skala to realny wpływ. Specyfika naszego modelu biznesowego, opartego na wiarygodnych mediach, platformach turystycznych i usługach cyfrowych, pozwala nam tworzyć wartość dla ludzi, gospodarki i planety oraz wspierać miliony osób w podejmowaniu świadomych decyzji.

Niniejsza strategia jest integralną częścią naszego modelu biznesowego. W obszarze środowiskowym koncentrujemy się na redukcji emisji gazów cieplarnianych zgodnie z przyjętą ścieżką dekarbonizacji, uwzględniając kierunek wyznaczany przez aktualną wiedzę naukową. W obszarze społecznym rozwijamy organizację, która zapewnia pracownikom możliwości rozwoju, dobrostan i inkluzywne środowisko pracy. W zakresie ładu korporacyjnego wzmacniamy standardy: etyczne, compliance i odpowiedzialnego zarządzania w całej Grupie.

Nasza odpowiedzialność wykracza poza własną organizację. Już dziś 93 procent energii elektrycznej wykorzystywanej przez Grupę pochodzi ze źródeł odnawialnych, a do 2030 roku znacząco zredukujemy emisje względem 2025 roku. W serwisach turystycznych Invia DACH udostępnimy klientom dane o emisjach CO₂e w trakcie podróży i oferty certyfikowanych hoteli, a w mediach publikujemy rocznie setki artykułów o tematyce środowiskowej. W ten sposób ograniczamy własny ślad i jednocześnie pomagamy użytkownikom dokonywać świadomych wyborów. To szczególnie ważne w obliczu wyzwań związanych ze zmianą klimatu i transformacją gospodarczą.

Pozostajemy również zaangażowani w realizację celów klimatycznych opracowanych zgodnie z założeniami Science Based Targets initiative oraz prowadzimy działalność zgodnie z zasadami United Nations Global Compact. Wierzymy, że odpowiedzialność, transparentność i długoterminowe myślenie są fundamentami trwałego wzrostu i odporności biznesu.

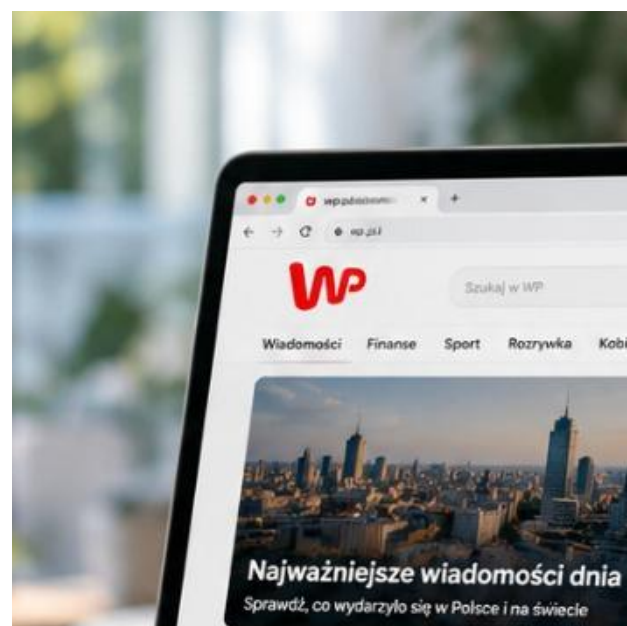
Dziękuję wszystkim pracownikom, partnerom i interesariuszom, którzy każdego dnia przyczyniają się do realizacji naszych ambicji. Jestem przekonana, że dzięki wspólnemu zaangażowaniu będziemy nadal budować Grupę WP jako organizację innowacyjną, odpowiedzialną i tworzącą pozytywny wpływ na otaczający nas świat.



Elżbieta Bujniewicz-Belka
CFO Wirtualna Polska Holding



Nasz wpływ w 2025 roku



20 milionów

Użytkowników

700+

Artykułów o środowisku



4150 +

Osób w zespole WP

8

Rynków w CEE i DACH

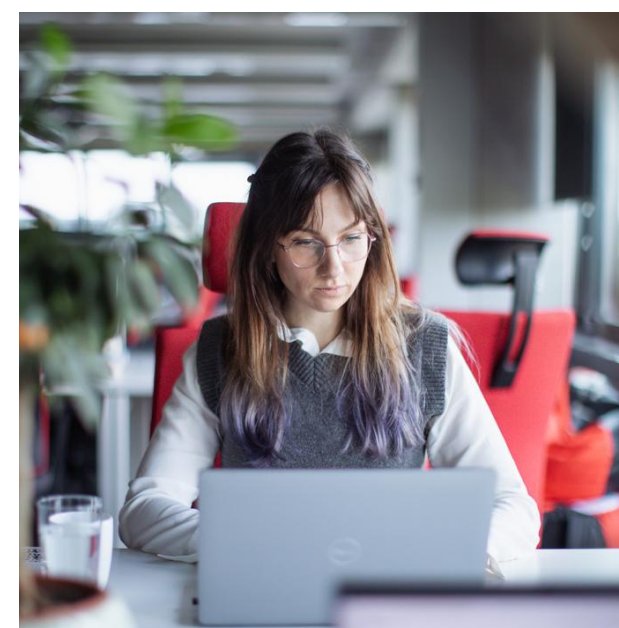


93%

Energii elektrycznej z OZE

5 GWh

Rocznej produkcji energii ze słońca



50%

Kobiet w Zarządzie i Radzie Nadzorczej

41%

Kobiet na stanowiskach liderskich

Wspieramy w świadomych wyborach



Dbamy o przejrzystość i komfort planowania podróży

Jako Grupa posiadająca w swoim portfolio wiodące marki turystyczne, doskonale rozumiemy, że planowanie wymarzonego wyjazdu powinno być procesem opartym na zaufaniu i pozytywnych emocjach. Naszym nadrzędnym celem jest zapewnienie każdemu klientowi bezstresowego, przejrzystego i uczciwego doświadczenia na każdym etapie poszukiwania i rezerwacji ofert.

Zależy nam na tym, aby niezależnie od wybranego sposobu kontaktu z nami – czy to poprzez nowoczesne platformy cyfrowe, czy w tradycyjnym biurze stacjonarnym – klient otrzymywał spójną ofertę cenową oraz dostęp do najwyższej jakości, rzetelnych informacji, które wspierają świadome podejmowanie decyzji



Informujemy społeczeństwo poprzez niezależne media

Jako wiodąca Grupa mediowa wierzymy, że dostęp do sprawdzonych, niezależnych informacji to podstawowe prawo i fundament wolnego społeczeństwa. Naszą misją jest dostarczanie milionom użytkowników obiektywnych, opartych na faktach wiadomości, wolnych od zewnętrznych nacisków. Stojąc na straży niezależności redakcyjnej, wspieramy naszych odbiorców w podejmowaniu świadomych decyzji i aktywnym uczestnictwie w życiu publicznym.

W dobie rosnącej dezinformacji zaangażowanie w obronę prawdy i pluralizmu jest naszą największą odpowiedzialnością społeczną. Tę misję łączymy z rygorystycznymi standardami etycznymi w obszarze zarządzania danymi, dzięki czemu nasze platformy pozostają bezpieczną i przejrzystą przestrzenią dla debaty publicznej

Turystyka



Turystyka · Kierunki Strategiczne



Turystyka

57% EBITDA Grupy w 2025 r.

Wymiary ESG

- Transparentność Ofert
- Świadome Wybory
- Jakość Obsługi
- Dostępność Cyfrowa

Turystyka zagraniczna (Pakiety turystyczne)

Wakacje.pl · Travelplanet · Invia · Ab-in-den-urlaub

- **Udział w rynku i lojalność użytkowników**
Umocniamy pozycję lidera w segmencie turystyki zorganizowanej w Polsce, regionach CEE oraz DACH, dzięki naszej skali, rozpoznawalności marek i efektywności operacyjnej. Inwestujemy w budowanie lojalności, retencję klientów oraz najwyższą jakość obsługi przed- i posprzedażowej.
- **Rozwój kanału online**
Przyspieszamy migrację z tradycyjnych kanałów sprzedaży do online w regionie CEE (gdzie udział offline pozostaje strukturalnie wysoki). Zwiększa to naszą skalowalność i wspiera wzrost marż, przy jednoczesnym zachowaniu modelu omnichannel dla złożonych produktów turystycznych.
- **Synergie i integracja technologiczna w regionie**
Wykorzystujemy wspólną technologię, know-how marketingowy, optymalizację procesów zakupowych oraz kompetencje operacyjne na wielu rynkach jednocześnie. Pozwala to na ciągłą poprawę rentowności i budowanie trwałej przewagi konkurencyjnej.

Turystyka krajowa (Noclegi)

Szallas Group · Nocowanie.pl (HU, CZ, HR, RO, PL)

- **Regionalna platforma noclegowa w CEE**
Wzmacniamy pozycję Grupy Szallas jako wiodącego, regionalnego marketplace'u noclegowego poprzez zrównoważony wzrost organiczny, stałe poszerzanie bazy obiektów oraz efektywną monetyzację platformy.
- **Optymalizacja produktu, UX i monetyzacji**
Stale rozwijamy funkcjonalności serwisów, interfejsy mobilne (UX), narzędzia cenowe oraz mechanizmy monetyzacyjne, aby maksymalizować konwersję, powtarzalność rezerwacji i rentowność biznesu.

Reklama & Subskrypcje



Reklama & Subskrypcje · Kierunki Strategiczne



Ads & Subs

36% EBITDA Grupy w 2025 r.

Wymiary ESG

- Dane i Prywatność
- Odpowiedzialne AI
- Jakość Treści
- Dostępność Cyfrowa

Technologia, dane i AI

- **First-party data, AI i monetyzacja powierzchni reklamowej**
Rozwijamy ekosystem danych w całej Grupie WP, w mediach, usługach subskrypcyjnych, e-commerce i turystyce. Rozszerzamy wykorzystanie AI do precyzyjnego targetowania, personalizacji, rekomendacji i automatyzacji kampanii. Naszym celem jest wyższa efektywność sprzedaży i lepszy ROAS dla reklamodawców w środowisku, w którym prywatność użytkowników stawiamy na pierwszym miejscu.
- **Rozwój technologii AdTech i self-serve**
Stawiamy na rozwój wysokomarżowych rozwiązań self-serve oraz reklamowy opartej o efekt (performance marketing). Jednocześnie stale powiększamy naszą sieć reklamową i budujemy nowe partnerstwa technologiczne.

Użytkownik, treści i produkt

- **Personalizacja i zaangażowanie użytkowników**
Przyspieszamy rozwój spersonalizowanych treści na wszystkich platformach i urządzeniach, aby budować zasięgi, zwiększać zaangażowanie odbiorców i nasz potencjał przychodowy.
- **Treści premium, silne marki medialne i wideo**
Inwestujemy w jakościowe dziennikarstwo, formaty redakcyjne premium oraz zaufane marki, aby wzmacniać zaangażowanie odbiorców i długoterminową lojalność.
- **Rozwój subskrypcji i produktów cyfrowych**
Budujemy stabilne, powtarzalne przychody dzięki rozwojowi modelu subskrypcyjnego, usług premium oraz nowoczesnych produktów cyfrowych (m.in. wideo i audio) w całym ekosystemie WP.

Strategia & Trendy

Strategia Grupy · Trendy & Ryzyka



Kierunki strategiczne

- **Koncentracja na kluczowych obszarach wzrostu**
Priorytetyzacja najbardziej marżowych i skalowalnych segmentów Grupy, w tym na reklamie, usługach subskrypcyjnych oraz obszarze turystyki.
- **Wykorzystanie know-how marketingowego w całej Grupie**
Maksymalizacja synergii, poprzez dzielenie się wiedzą z zakresu reklamy i performance marketing w całej Grupie. Nasz zasięg mediowy i dane to przewaga konkurencyjna napędzająca wzrost.
- **Dane, technologia i AI jako fundament rozwoju**
Inwestycje w AI, automatyzację i dane własne, aby podnieść skuteczność reklam, personalizację i efektywność operacyjną we wszystkich spółkach Grupy.
- **Akwizycje (M&A) wzmacniające pozycję WP**
Przejęcia firm, które wzmacniają naszą pozycję strategiczną, poszerzają kluczowe segmenty i budują nowe kompetencje technologiczne.

Kluczowe trendy i ryzyka

- **Zmienność otoczenia makroekonomicznego, popytu i konkurencja**
Zapotrzebowanie na reklamę i usługi turystyczne pozostaje wrażliwe na warunki makroekonomiczne, inflację, sytuację geopolityczną oraz presję konkurencyjną na rynkach cyfrowych.
- **Inwestycje w technologię & AI**
AI i automatyzacja poprawiają monetyzację oraz skalowalność, jednak wymagają ciągłych inwestycji w infrastrukturę, platformy i utrzymanie talentów, co wpływa zarówno na OPEX i CAPEX.
- **Ewolucja nawyków konsumpcji mediów**
Walka o uwagę użytkownika staje się coraz bardziej zacięta na wielu platformach i w różnych formatach. Zwiększa to znaczenie naszej skali działania, siły marek oraz dywersyfikacji całego ekosystemu WP.
- **Wyszukiwanie oparte na AI**
Rozwój odpowiedzi generowanych przez AI oraz zjawisko "zero-click search" mogą wywierać presję na pozyskiwanie ruchu z zewnątrz. Jednak duża i lojalna baza użytkowników WP (ruchu bezpośredniego/organicznego) zwiększa odporność na te zmiany i otwiera nowe możliwości monetyzacji.
- **Otoczenie regulacyjne**
Nowe regulacje cyfrowe zwiększają koszty oraz złożoność compliance. Mogą one wzmacniać dużych, którzy dysponują zaufanymi markami i bogatymi zasobami danych własnych.

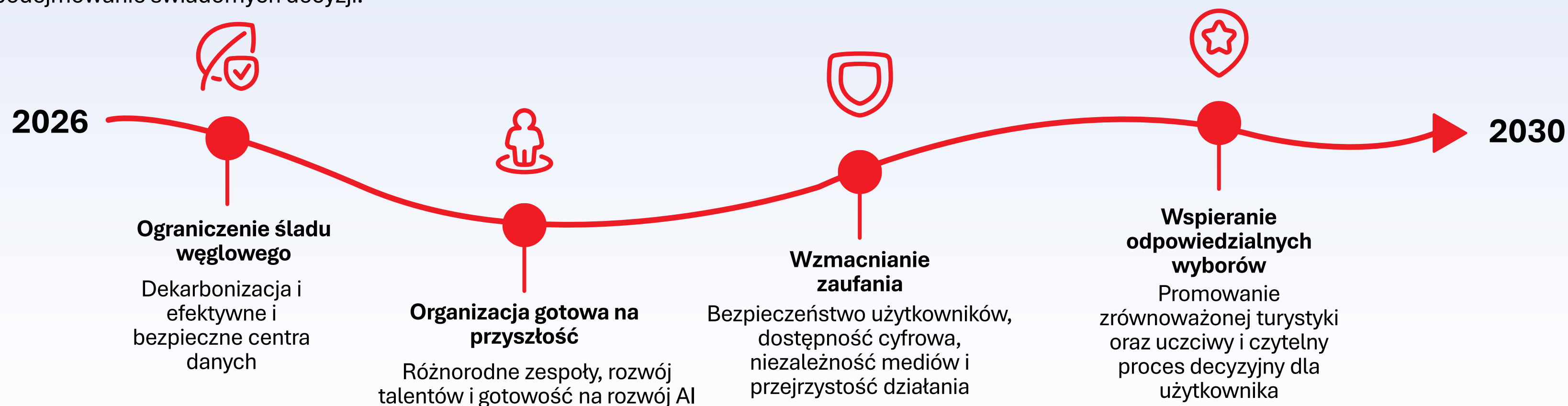
Nasz Cel Zrównoważonego Rozwoju



Pomagamy w podejmowaniu świadomych decyzji, dostarczając rzetelnych i ogólnodostępnych informacji, dbając przy tym o zrównoważony wzrost całej Grupy.

Model biznesowy Grupy WP opiera się na wiarygodnych platformach cyfrowych. Nasze serwisy mediowe, turystyczne i e-commerce ułatwiają milionom użytkowników zdobywanie wiedzy, porównywanie ofert i podejmowanie świadomych decyzji.

W latach 2026–2030 stawiamy na odpowiedzialny rozwój. Zamierzamy skutecznie obniżyć nasz ślad węglowy, budować odporność operacyjną biznesu i wspierać użytkowników oraz partnerów w dokonywaniu zrównoważonych wyborów.



 **Efekt:** Ograniczenie negatywnego wpływu oraz budowa etycznej, transparentnej i odpornej organizacji.

Nasz Model Zrównoważonego Rozwoju

Reklama & Subskrypcje
Dostęp do rzetelnych informacji

Zmiana Klimatu
Niskoemisyjna transformacja WP
Efektywne i bezpieczne
centra danych

Pracownicy Grupy
Kompetencje przyszłości

Użytkownicy
Najwyższa jakość
i zaufanie użytkowników

Turystyka
Przejrzyste porównywanie ofert

**Ład Korporacyjny
&
Społeczna
Odpowiedzialność Biznesu**
Odpowiedzialność wobec biznesu i
społeczeństwa

Finanse Konsumentckie
Uczciwe i przejrzyste usługi

Użytkownicy

Najwyższa jakość i zaufanie



Wspieranie świadomych wyborów

“Wspieramy miliony użytkowników, zapewniając im dostęp do bezpiecznych i niezależnych usług. W naszych działaniach łączymy rzetelne media, nowoczesne technologie oraz odpowiedzialną turystykę.”

DOSKONAŁOŚĆ W TURYSTYCE I DOBROSTAN UŻYTKOWNIKÓW

Tworzymy ofertę turystyczną, która sprzyja prawdziwemu wypoczynkowi i regeneracji. Dajemy naszym użytkownikom dostęp do jakościowych i przejrzystych ofert podróży.

RZETELNOŚĆ I NIEZALEŻNOŚĆ MEDIÓW

Stoimy na straży wiarygodności naszych działań redakcyjnych. Działamy na rzecz dobra publicznego, budując świadomość problemów społecznych i egzekwując odpowiedzialność instytucji.

CYBERBEZPIECZEŃSTWO

Utrzymujemy najwyższe standardy bezpieczeństwa cyfrowego. Chronimy naszą infrastrukturę i systemy, aby zapewnić bezpieczne i niezawodne środowisko dla wszystkich naszych użytkowników.

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

Dbamy o etyczne zarządzanie danymi i ochronę prywatności użytkowników. Stawiamy na przejrzystość oraz bezpieczeństwo danych osobowych na wszystkich platformach WP.



Użytkownicy: Cele & Ambicje



Cel

S.1.1: Zapewniamy przejrzyste, inkluzywne i łatwo dostępne usługi turystyczne we wszystkich kanałach sprzedaży.

- Podnosimy poziom satysfakcji klientów we wszystkich kanałach sprzedaży (online i offline).
- Napędzamy cyfrowe innowacje poprzez rozwój narzędzi samoobsługowych i automatyzację obsługi posprzedażowej.
- Rozbudowujemy strategiczną sieć franczyzową, aby zwiększyć dostępność stacjonarną i być bliżej klientów w regionach.
- Wspieramy inkluzywność demograficzną, dbając o stałą dostępność naszych usług dla osób z grupy wiekowej 50+.

Ambicje na 2030

Pozytywny trend NPS we wszystkich kanałach sprzedaży

Rozwój cyfrowej samoobsługi posprzedażowej

~765 punktów franczyzowych w CEE, zapewniających dostęp stacjonarny

Stabilny udział klientów w wieku 50+ korzystających z sieci franczyzowej

Cel

S.1.2: Promujemy niezależną i etyczną komunikację medialną.

- Utrzymujemy wysokie standardy satysfakcji użytkowników w obszarze jakości treści oraz interakcji z naszymi platformami.
- Aktywnie wspieramy zaangażowanie społeczności poprzez systematyczne badanie satysfakcji z sekcji komentarzy i podnoszenie jakości moderacji.
- Zwiększamy wpływ i wiarygodność naszych mediów, co potwierdzają wskaźniki cytowania.
- Rozwijamy debatę o zrównoważonym rozwoju, publikując wysokiej jakości treści poświęcone tej tematyce.

Ambicje na 2030

Pozytywny trend w ocenach satysfakcji użytkowników (w tym z korzystania z komentarzy)

Wzrost wskaźników cytowania i zasięgu mediów

Wzrost zasięgu artykułów dotyczących zrównoważonego rozwoju

Użytkownicy: Cele & Ambicje



Cele

S.1.3: Zapewniamy wysoki poziom odporności w obszarze cyberbezpieczeństwa.

- Rozwijamy systemy bezpieczeństwa w całej Grupie, wzmacniając ochronę spółek należących do Grupy.
- Kształtujemy kulturę „bezpieczeństwo przede wszystkim” dzięki obowiązkowym i regularnym szkoleniom dla całego zespołu.
- Zmniejszamy ryzyka w łańcuchu dostaw, prowadząc systematyczną ocenę dostawców ICT.
- Wykorzystujemy rozwiązania oparte na AI, aby szybciej i precyzyjniej klasyfikować incydenty.

S.1.4: Stawiamy na etyczne zarządzanie danymi i ochronę prywatności użytkowników.

- Utrzymujemy wysokie standardy prywatności dzięki regularnym programom szkoleniowym dla pracowników.
- Optymalizujemy procesy ochrony danych, skracając czas reakcji na incydenty do minimum.
- Wzmacniamy zaufanie użytkowników, stawiając na przejrzystą komunikację i ograniczając liczbę skarg do organów nadzoru.
- Zapewniamy łatwy dostęp do polityk prywatności na wszystkich platformach Grupy.

Ambicje na 2030

- 100%** spółek objętych jednolitymi standardami cyberbezpieczeństwa
- 100%** pracowników przeszkolonych z obszaru cyberbezpieczeństwa
- 100%** dostawców ICT poddanych ocenie ryzyka

Wzrost udziału incydentów klasyfikowanych przez AI

~95% Pracowników, którzy pozytywnie ukończyli szkolenie

Stale skracanie czasu reakcji na incydenty

+3 formaty dostępności polityki prywatności (np. prosty język) na każdej platformie

Zmiana Klimatu

Niskoemisyjna transformacja WP



Dekarbonizacja naszej cyfrowej przyszłości

„Zobowiązujemy się do redukcji naszego wpływu na środowisko poprzez optymalizację infrastruktury cyfrowej oraz wspieranie użytkowników w podejmowaniu odpowiedzialnych decyzji w oparciu o przejrzyste dane”

DROGA DO DEKARBONIZACJI

Kontynuujemy działania związane z dekarbonizacją naszych operacji i naszego łańcucha wartości.

EFEKTYWNA INFRASTRUKTURA

Dążymy do zmaksymalizowania użycia energii ze źródeł odnawialnych i optymalizujemy efektywność energetyczną naszych serwerowni.

ZARZĄDZANIE EMISJAMI GHG

Zapewniamy najlepszą jakość danych o naszym wpływie na zmianę klimatu.

TRANSPARENTNOŚĆ W WYBORZE PODRÓŻY

W Grupie Invia wspieramy bardziej świadome decyzje dzięki wprowadzeniu listy certyfikowanych hoteli oraz informacji o emisji CO₂e w trakcie podróży.

Zmiana Klimatu: Cele i Ambicje



Cele

E.1: Redukujemy emisje gazów cieplarnianych zgodnie z wyznaczoną ścieżką dekarbonizacji.

- Dalsza dekarbonizacja emisji operacyjnych poprzez pełne przejście na energię elektryczną ze źródeł odnawialnych oraz ograniczanie pozostałych emisji w zakresie 1 i 2.
- Ograniczanie emisji w łańcuchu wartości poprzez działania dekarbonizacyjne w kluczowych obszarach zakresu 3.

E.2: Zwiększamy efektywność energetyczną i odporność naszych centrów danych.

- Wdrożenie zaawansowanych technologii chłodzenia i zarządzania energią, aby zminimalizować wskaźnik PUE (Power Usage Effectiveness).
- Utrzymanie 100% udziału energii odnawialnej w zasilaniu wszystkich naszych centrów danych.

E.3: Wzmacniamy procesy zarządzania danymi klimatycznymi i raportowania.

- Przejście z szacunków na gromadzenie danych pierwotnych dla Zakresów 1, 2 i 3.
- Rozwijanie systemów raportowania emisji oraz zarządzania danymi.

E.4: Umożliwiamy klientom dokonywanie bardziej zrównoważonych wyborów podróży.

- Włączenie informacji o certyfikatach ekologicznych do ofert hoteli, wspierających klientów w podejmowaniu świadomych wyborów.
- Udostępnienie danych o emisji CO₂e w trakcie podróży.
- Powstanie dedykowanych stron o zrównoważonym rozwoju dla każdej marki w segmencie turystyki.
- Publikowanie edukacyjnych treści o zrównoważonym rozwoju na naszych platformach turystycznych.

Ambicje na 2030

100% Energii elektrycznej OZE w naszych operacjach

-25% Absolutna redukcja w Zakresie 1 (vs 2025)

-15% Absolutna redukcja w Zakresie 3 (vs 2025)

1,3 wskaźnik efektywności PUE

100% udziału energii odnawialnej w centrach danych.

Dane pierwotne (Zakresy 1 & 2): maksymalizacja bezpośredniego gromadzenia danych dla wszystkich kluczowych operacji.

Ograniczenie szacunków (Zakres 3): dążenie do wykorzystania danych pierwotnych w celu zwiększenia precyzji raportowania.

33% rezerwacji w certyfikowanych hotelach w Grupie Invia

100% ofert w regionie DACH z informacją o emisjach CO₂e

100% marek z dedykowaną stroną o zrównoważonym rozwoju

32 Artykuły na temat zrównoważonego podróżowania rocznie

Pracownicy Grupy

Kompetencje przyszłości



Napędzani zmianą

“Fundamentem naszych działań jest stałe słuchanie pracowników. Badając zaangażowanie, sprawiamy, że każdy głos staje się źródłem siły i odporności naszej organizacji.”

1 ZAANGAŻOWANIE

Badamy zaangażowanie pracowników, aby budować organizację odporną na wyzwania. Stawiamy na bezpieczeństwo psychologiczne i dobrostan pracowników, które pozwalają nam rosnąć w dynamicznym środowisku.

2 ROZWÓJ I GOTOWOŚĆ AI

Przygotowujemy nasze zespoły na wyzwania ery cyfrowej. Inwestujemy w kulturę ciągłego uczenia się i kompetencje oparte na sztucznej inteligencji, aby przeganiać rynkowe trendy.

3 RÓŻNORODNOŚĆ I INKLUZYWNOŚĆ

Tworzymy sprawiedliwe i włączające środowisko pracy. Dążymy do równości płac bez względu na płeć oraz promujemy różnorodność na stanowiskach liderek.



Pracownicy Grupy: Cele i Ambicje



Cele

S.2.1: Tworzymy sprawiedliwe, przejrzyste i atrakcyjne miejsce pracy, koncentrując się na dobrostanie pracowników.

- Wzmacnianie kultury organizacyjnej poprzez systematyczne podnoszenie zaangażowania pracowników.
- Dbanie o zdrowie fizyczne i psychiczne w ramach działań wspierających ogólny dobrostan.
- Optymalizacja strategii retencji oraz zarządzania talentami w celu utrzymania stabilnego poziomu rotacji.
- Mierzenie i analiza wskaźnika odejść dobrowolnych w całej Grupie.

S.2.2: Umożliwiamy pracownikom stały rozwój i podnoszenie kompetencji.

- Zapewnienie równego dostępu do szerokiej oferty rozwojowej i szkoleniowej w całej Grupie.
- Wspieranie mobilności wewnętrznej oraz ścieżek awansu poprzez rozwój talentów wewnątrz organizacji.
- Wspieranie transformacji cyfrowej dzięki szkoleniom z obszaru AI.
- Trwałe wpisanie zrównoważonego rozwoju w DNA firmy poprzez budowanie świadomości zasad ESG wśród pracowników.

S.2.3: Budujemy różnorodne i inkluzywne środowisko pracy.

- Dążenie do równości płac poprzez redukcję luki płacowej w każdej ze spółek.
- Utrzymywanie wysokiej reprezentacji kobiet na kluczowych stanowiskach lidarskich oraz w rolach decyzyjnych.
- Monitorowanie i poprawa wskaźników inkluzywności oraz bezpieczeństwa psychologicznego.
- Wzmacnianie procesów rekrutacji i onboardingu w oparciu o najwyższe standardy DEI oraz obiektywne kryteria doboru pracowników.

Ambicje na 2030

Pozytywny trend wskaźnika zaangażowania i dobrostanu (ustalenie wartości bazowej i roczny wzrost)

15% Utrzymanie wskaźnika rotacji

Ciągły rozwój programów szkoleniowych i rozwojowych, z naciskiem na kompetencje AI

Wzrost udziału rekrutacji wewnętrznych

~70% Pracowników wie o naszych działaniach ESG

~5% Poziom Gender pay gap

+40% Kobiet na stanowiskach lidarskich

Pozytywny trend wskaźnika inkluzywności i bezpieczeństwa psychologicznego (rozpoczęcie mierzenia)

Ład Korporacyjny

Odpowiedzialne zarządzanie i nadzór



Etyka i odpowiedzialne przywództwo

“Kierujemy się zasadami etyki. Budując kulturę przejrzystości i odpowiedzialności, dążymy do zrównoważonego rozwoju oraz budujemy trwałe zaufanie wśród naszych interesariuszy.”

ŁAD I KULTURA KORPORACYJNA

Dążymy do utrzymania najwyższych standardów ładu korporacyjnego i zarządzania ryzykiem. Integrujemy zasady etyki w naszych codziennych operacjach, dążąc do zrównoważonego rozwoju Grupy.

ZAUFANE PARTNERSTWA

Promujemy odpowiedzialne relacje z naszymi dostawcami i franczyzobiorcami. Dążymy do zapewnienia etycznych standardów biznesowych i transparentności w naszym łańcuchu wartości.



Ład Korporacyjny: Cele i Ambicje



Cele

G.1: Wzmacniamy ład korporacyjny, compliance, oraz etyczne praktyki biznesowe.

- Standaryzowanie i wdrażanie polityk Grupy we wszystkich jednostkach biznesowych.
- Zapewnienie udziału wszystkich pracowników w obowiązkowych szkoleniach z zakresu etyki i compliance.
- Terminowe rozwiązywanie zgłoszonych naruszeń compliance w ramach określonych harmonogramów organizacyjnych.
- Integrowanie ryzyk ESG bezpośrednio z systemem zarządzania ryzykiem biznesowym Grupy.
- Realizacja celów na wysokim poziomie dla wszystkich wskaźników KPI w ramach kredytów powiązanych ze zrównoważonym rozwojem (SLL).

G.2: Dążymy do promowania odpowiedzialnych i trwałych relacji z dostawcami oraz partnerami franczyzowymi.

- Stopniowe włączanie Kodeksu Postępowania Dostawcy do procesu nawiązywania nowych współprac.
- Zapewnienie obowiązkowych szkoleń antykorupcyjnych dla wszystkich pracowników Grupy.
- Regularne mierzenie i wzrost satysfakcji franczyzobiorców przy użyciu ustandaryzowanego systemu NPS.

Ambicje 2030

100% spółek Grupy objętych politykami WPH

100% przeszkolonych pracowników z obszarów compliance

100% incydentów rozwiązanych na czas

90% partnerów Grupy zobowiązanych do Kodeksu WPH

100% przeszkolonych pracowników

NPS pozytywny trend wśród franczyzobiorców

Odpowiedzialność

Poza ekranem

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu

Realizujemy naszą misję nie tylko w świecie cyfrowym. Każdego roku wspieramy inicjatywy przynoszące realną zmianę społeczną, wzmacniając ich oddziaływanie dzięki zasięgowi naszych mediów.



Nasze inicjatywy



W Wirtualnej Polsce wierzymy, że nasza odpowiedzialność wykracza poza ekran komputera czy smartfona. Realizacja projektów społecznych i środowiskowych jest dla nas kluczowym elementem strategii – to działania, które realnie zmieniają otoczenie i w które angażujemy się z pełnym przekonaniem od wielu lat. Każdego roku na wsparcie tych celów przeznaczamy około 300 tysięcy złotych, wykorzystując dodatkowo zasięgi naszych serwisów oraz kanałów w mediach społecznościowych, by nadawać tym ideom odpowiednią skalę. Poniżej prezentujemy wybrane, stałe inicjatywy, które są dla nas szczególnie ważne:



Akcja listy: Święty Mikołaj dla seniora

Podopieczni domów pomocy społecznej napisali listy do Świętego Mikołaja ze swoimi potrzebami i marzeniami. My-darczyńcy spełniliśmy te marzenia.



Na straży bioróżnorodności

Wirtualna Polska wzięła pod ochronę kolejne 2 hektary lasu w dolinie rzeki Biebrzy, a także gniazdo orlika krzykliwego.



Tarcza WP

Uruchomiliśmy program ochrony i wsparcia dla naszych dziennikarzy - Tarcza WP. To konkretna odpowiedź na nasilające się ataki na dziennikarzy, zwłaszcza w mediach społecznościowych.

Jesteśmy członkiem odpowiedzialnych inicjatyw



Global Compact
Network Poland

UN Global Compact to największa na świecie inicjatywa skupiająca zrównoważony biznes.

Członkostwo WP od 2020 r.



Globalna inicjatywa promująca różnorodność w biznesie. Celem 30% Club Poland jest m.in. zwiększenie reprezentacji kobiet na poziomie zarządu i rady nadzorczej w 140 największych polskich spółkach giełdowych do 2030 roku.

Członkostwo WP od 2021 r.



**KARTA
RÓŻNORODNOŚCI**
KOORDYNOWANA PRZEZ
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu międzynarodowa inicjatywa na rzecz promocji polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Członkostwo WP od czerwca 2022 r.

Odpowiedzialność: Cele i Ambicje



Cele

R.1: Wspieramy rozwój społeczności i pozytywne zmiany.

- Opracowanie długoterminowej strategii społecznej odpowiedzialności biznesu.
- Wspieranie organizacji i inicjatyw wywierających pozytywny wpływ społeczny lub środowiskowy.
- Wdrożenie przejrzystego, corocznego raportowania działań Grupy.

Ambicje 2030

2027 wdrożenie strategii społecznej odpowiedzialności

>300 tys PLN roczny budżet

Roczne raportowanie działań



W przypadku pytań dotyczących tej strategii prosimy o kontakt pod adresem:

esg@grupawp.pl