

**KGHM Polska Miedź S.A.**

**Sprawozdanie dotyczące wydatków reprezentacyjnych,  
wydatków na usługi prawne, usługi marketingowe,  
usługi public relations i komunikacji społecznej  
oraz na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem**

**za rok 2019**

*/Przyjęte Uchwałą Nr 33/X/20 Rady Nadzorczej KGHM Polska Miedź S.A. z dnia 6 maja 2020 r./*

**Lubin, kwiecień 2020**

## **Spis treści**

1. Wprowadzenie .....	3
2. Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej.....	3
3. Wydatki na usługi marketingowe.....	3
4. Wydatki na reprezentację.....	4
5. Wydatki na usługi prawne .....	4
6. Wydatki na usługi doradcze związane z zarządzaniem .....	4
7. Podsumowanie .....	4
8. Podpisy .....	5

## **1. Wprowadzenie**

Zarząd KGHM Polska Miedź S.A. działając na podstawie § 34 pkt 3 Statutu Spółki przedstawia sprawozdanie w zakresie wydatków poniesionych w 2019 roku na reprezentację, usługi marketingowe, public relations i komunikacji społecznej, usługi prawne oraz na usługi doradztwa związanego z zarządzaniem. Jako wydatki przyjęto sumę nakładów i kosztów.

Niniejsze sprawozdanie jest sporządzone w tysiącach polskich złotych. Wykazywane wydatki nie zawierają podatku naliczonego VAT, który dotyczył zakupu towarów, materiałów i usług związanych z przedmiotowymi wydatkami.

## **2. Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej**

Wydatki w zakresie stosunków międzyludzkich tj. public relations oraz komunikacji społecznej w okresie 12 m-cy 2019 r. wyniosły 45 868 tys. zł w tym na działania sponsoringowe przeznaczono 33 290 tys. zł. Prowadzona aktywność w tym obszarze przejawiała się poprzez współpracę z klubami sportowymi, organizatorami wydarzeń sportowych, kulturalnych oraz konferencji naukowych. Spółka prowadząc działalność sponsoringową miała na celu budowę wizerunku mecenasa dbającego o rozwój potrzeb społeczności lokalnych oraz ponadregionalnych. Działalność Spółki w obszarze sponsoringu prowadzona była w ramach regulacji określonych w Polityce Sponsoringowej KGHM Polska Miedź S.A. i podlegała procedurze opiniowania przez Komisję Sponsoringową. Duże znaczenie w Spółce przywiązywano do realizacji projektów w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu takich jak Eko-Zdrowie, Wolontariat, Strefa Innowacji. Wśród przedsięwzięć z zakresu public relations prowadzono również działania w obszarze komunikacji wewnętrznej, zewnętrznej oraz obsłudze brandingowej sponsorowanych wydarzeń. Działania z zakresu komunikacji polegały m.in. na wydawaniu czasopism, produkcji programów na potrzeby telewizji wewnętrznej, sponsorowaniu artykułów i audycji radiowo-telewizyjnych w mediach zewnętrznych, informujących o profilu i działalności Spółki.

## **3. Wydatki na usługi marketingowe**

Na realizację usług marketingowych w 2019 r. Spółka przeznaczyła 1 956 tys. zł. Realizowane usługi dotyczyły organizacji spotkań promocyjnych dla klientów, udziału w targach branżowych, zakupów materiałów reklamowych oraz wsparcia działań handlowych. Działania promocyjne miały na celu rozwój świadomości marki KGHM Polska Miedź S.A. i umacnianie pozytywnego wizerunku Spółki w otoczeniu.

#### 4. Wydatki na reprezentację

W 2019 roku Spółka wyasygnowała na wydatki związane z reprezentacją kwotę 5 597 tys. zł. Wydatki służyły budowie korzystnych więzi Grupy KGHM Polska Miedź z otoczeniem w tym m.in. finansowaniu uroczystości związanych z kultywowaniem tradycji górniczo-hutniczych (3 620 tys. zł) oraz utrzymywaniu relacji biznesowych z kontrahentami (1 977) tys. zł.

#### 5. Wydatki na usługi prawne

Wydatki na usługi prawne poniesione przez Spółkę w 2019 r. wyniosły 7 693 tys. zł i związane były ze świadczeniem na rzecz Spółki zewnętrznego doradztwa prawnego w zakresie bieżącej działalności (operacyjnej, finansowej, kompleksowego doradztwa w projektach inwestycyjnych) oraz prowadzeniem postępowań przed sądami i innymi organami.

#### 6. Wydatki na usługi doradcze związane z zarządzaniem

W 2019 r. wydatki poniesione przez Spółkę na usługi doradcze związane z zarządzaniem wyniosły 2 105 tys. zł. Dotyczyły m.in. doradztwa w zakresie public relations oraz działalności w obszarze energetycznym.

#### 7. Podsumowanie

W poniższej tabeli przedstawiono podsumowanie wydatków ujętych w sprawozdaniu.

Wyszczególnienie	tys. zł	
	Wykonanie 2019	Udział w przychodach ze sprzedaży
Wydatki na reprezentację	5 597	0,03%
Wydatki na usługi marketingowe	1 956	0,01%
Wydatki na usługi public relations i komunikacji społecznej w tym:	45 868	0,26%
<i>sponsoring</i>	33 290	0,19%
Wydatki na usługi prawne	7 693	0,04%
Wydatki usługi doradcze związane z zarządzaniem	2 105	0,01%
<b>Razem wydatki</b>	<b>63 219</b>	<b>0,36%</b>

Niniejsze sprawozdanie sporządzone za rok zakończony dnia 31 grudnia 2019 roku obejmuje 5 stron.

Lubin, dnia 17 kwietnia 2020 roku

## **8. Podpisy**

Marcin Chludziński – Prezes Zarządu .....

Adam Bugajczuk – Wiceprezes Zarządu ds. Rozwoju .....

Paweł Gruza - Wiceprezes Zarządu ds. Aktywów Zagranicznych .....

Katarzyna Kreczmańska-Gigol - Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych .....

Radosław Stach - Wiceprezes Zarządu ds. Produkcji .....