

Strategiczne Podsumowanie Działalności Biznesowej i ESG Spółki Pure City za Rok 2023



1. Wprowadzenie – List od Prezesa Spółki

Drodzy Państwo,

Z wielką radością przedstawiamy pierwszy raport strategiczny ESG Pure City, będący istotnym krokiem w kierunku transparentności, odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju. Cieszy nas możliwość dzielenia się naszym zaangażowaniem w obszarze środowiska, społeczeństwa i zarządzania korporacyjnego.

Nasz raport to nie tylko dokument, ale manifest naszych wartości oraz przekonania, że biznes może i powinien odgrywać pozytywną rolę w społeczeństwie i dla planety. Jest to również nasz pierwszy raport opracowany zgodnie ze standardami VSME ESRS, co podkreśla nasze zaangażowanie w zrównoważony rozwój w kontekście specyfiki naszej działalności. Ze względu na rozmiar naszego przedsiębiorstwa, zawarliśmy w nim informacje Modułu Podstawowego przeznaczonego dla mikrojednostek, zgodnie z Dobrowolnymi ESRS dla małych i średnich przedsiębiorstw nienotowanych na giełdzie (VSME ESRS).

Jednym z kluczowych priorytetów naszej strategii biznesowej jest minimalizowanie emisji CO2 poprzez tworzenie miejskich sieci elektroinstalacji zasilanych energią z OZE, połączonych z nośnikami cyfrowej reklamy zewnętrznej. Naszą misją jest realny i mierzalny udział w transformacji polskiego transportu miejskiego na bezemisyjny oraz umożliwienie tworzenia zrównoważonej komunikacji marketingowej.

Raport ten nie tylko prezentuje nasze dotychczasowe osiągnięcia, ale także wyznacza ścieżkę rozwoju na przyszłość. Wierzymy, że transparentność i ciągłe doskonalenie są kluczowe dla budowania zaufania naszych interesariuszy oraz realizacji naszej misji społecznej i środowiskowej.

Dziękujemy wszystkim zaangażowanym za ich wkład w tworzenie naszej strategii ESG oraz za współpracę na rzecz lepszego jutra.

Z poważaniem

Wojciech Bieńkowski

Założyciel i Prezes Zarządu

2. Misja i Wizja Organizacji

Misja

Misją Pure City jest realny i mierzalny udział w transformacji infrastruktury pojazdów elektrycznych i cyfrowej reklamy zewnętrznej na bezemisyjną. Dążymy do stworzenia zrównoważonej, przyjaznej środowisku infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych, która wspiera rozwój miast i przyczynia się do poprawy jakości powietrza.

Naszą misję realizujemy dzięki posiadaniu innowacyjnej sieci ładowarek elektrycznych dla samochodów osobowych, która jednocześnie pełni funkcję nośników cyfrowej reklamy zewnętrznej (Digital Out-Of-Home, DOOH). Ta unikalna infrastruktura i model biznesowy umożliwiają reklamodawcom promowanie swoich marek na naszych ekranach w kontekście transformacji energetycznej, ekologii oraz zapobiegania zmianom klimatycznym. Dodatkowo, nasi partnerzy – właściciele lokalizacji elektrostacji – mogą czerpać zyski z przychodów ze sprzedaży czasu reklamowego w sieci Pure City.

Wizja

Naszą wizją jest ekologiczne podejście do transportu i cyfrowej reklamy, gdzie zrównoważony rozwój, nowoczesna technologia i ekologiczne podejście do transportu tworzą harmonię, która korzystnie wpływa na jakość życia mieszkańców. Chcemy być ważnym graczem w dziedzinie miejskiej infrastruktury do ładowania samochodów elektrycznych i cyfrowej reklamy zewnętrznej, łącząc nowoczesne rozwiązania ładowania pojazdów elektrycznych z innowacyjnymi formami reklamy cyfrowej.

Kluczowe elementy wizji Pure City:

I. Energetycznie Zrównoważona Komunikacja Marketingowa

- Reklamodawcy mogą promować swoje marki w sposób energetycznie zrównoważony, wyświetlając promocje na naszych ekranach w kontekście transformacji energetycznej.
- Reklama bezodpadowa: dzięki zastosowaniu cyfrowej reklamy zewnętrznej nasze kampanie reklamowe nie generują odpadów, niezależnie od długości trwania kampanii.

II. Zrównoważony Rozwój Miejski

- Zeroemisyjny transport: dążymy do tego, aby każdy pojazd miejski był elektryczny, co przyczyni się do znaczącej redukcji emisji CO₂ oraz poprawy jakości powietrza w miastach.
- Ekologiczna infrastruktura: inwestujemy w nowoczesne i ekologiczne technologie, które wspierają zrównoważony rozwój oraz minimalizują nasz wpływ na środowisko.

III. Integracja Technologii i Ekologii

- Innowacyjne rozwiązania: wprowadzamy zaawansowane technologie ładowania pojazdów elektrycznych oraz cyfrowej reklamy zewnętrznej, które harmonijnie współpracują, tworząc spójne i efektywne rozwiązania miejskie wkomponowane w miejski krajobraz.

- Cyfrowa reklama zewnętrzna (DOOH): nasze ekrany DOOH wspierają finansowo rozwój infrastruktury ładowania oraz promują marki, które są ekologiczne i społecznie odpowiedzialne.

IV. Zaangażowanie Społeczne i Edukacja

- Kampanie edukacyjne: kontynuujemy i rozwijamy działania podnoszące świadomość ekologiczną społeczeństwa, promujące korzyści wynikające z użytkowania pojazdów elektrycznych oraz zachęcające do proekologicznych działań. Przykładem jest kampania „Zielona energia – czyste miasta”.
- Współpraca z lokalnymi przedsiębiorcami: wspieramy lokalne firmy i angażujemy się w projekty promujące ich ofertę w sposób zrównoważony.

V. Globalne inspiracje, lokalne działania:

- Skalowalność i adaptacja: nasze rozwiązania są skalowalne i mogą być dostosowane do różnych warunków miejskich na całym świecie. Wiedza zdobyta na temat zachowań konsumentów wspiera dostosowywanie ofert handlowych lokalnych przedsiębiorców.
- Transformacja w inteligentne miasta: pragniemy być wzorem dla innych miast i firm, demonstrując, jak skutecznie łączyć technologię, zrównoważony rozwój i korzyści ekonomiczne, nie szkodząc jednocześnie miejskiemu krajobrazowi.

Wizja Pure City zakłada przyszłość, w której miasta są nie tylko bardziej ekologiczne i przyjazne środowisku, ale także bardziej innowacyjne i efektywne w zarządzaniu zasobami. Dążymy do tego, aby nasze działania przyczyniły się do globalnej transformacji energetycznej, wpływając na poprawę jakości życia obecnych i przyszłych pokoleń. Wierzymy, że poprzez integrację nowoczesnych technologii z ekologicznymi rozwiązaniami możemy tworzyć zrównoważone miejskie ekosystemy, które będą wzorem dla innych miast na całym świecie. Naszym celem jest inspirowanie i wspieranie społeczności w budowaniu lepszej, bardziej zrównoważonej przyszłości dla wszystkich.

3. Model Biznesowy oraz Model Tworzenia Wartości

Charakterystyka modelu biznesowego organizacji

Model biznesowy Pure City opiera się na czterech podstawowych aktywnościach:

1. **Zrównoważone działania marketingowe i komunikacyjne:** realizowane za pośrednictwem sieci ekranów reklamowych zasilanych energią z odnawialnych źródeł, nasze działania promują ekologiczne i społecznie odpowiedzialne marki.
2. **Sprzedaż energii elektrycznej:** oferujemy energię elektryczną poprzez nasze stacje ładowania samochodów elektrycznych, nieustannie rozwijając i modernizując posiadaną infrastrukturę, aby sprostać rosnącym wymaganiom rynku.
3. **Wsparcie w redukcji śladu węglowego:** pomagamy firmom w zmniejszaniu ich śladu węglowego, oferując innowacyjne rozwiązania i konsultacje w zakresie zrównoważonego rozwoju.
4. **Rozwój aplikacji Pure City:** nasza aplikacja działa jako zaawansowana platforma marketingowa, generująca wysoko wartościowe leady sprzedażowe, oraz jako platforma komunikacyjna z klientami, zbierająca dane o ich potrzebach, zachowaniach i preferencjach, umożliwiając tym samym precyzyjne dostosowanie oferty do oczekiwań użytkowników.

Wartości Pure City

Fundamentem naszego modelu biznesowego są kluczowe wartości, które kierują naszymi działaniami i decyzjami:

- **Troska o ludzi i środowisko:** priorytetem jest dla nas dobro zarówno ludzi, jak i środowiska. Dążymy do tworzenia zrównoważonych rozwiązań, które pozytywnie wpływają na jakość życia oraz ochronę środowiska naturalnego.
- **Ciągłe doskonalenie i innowacyjność:** stawiamy na nieustanny rozwój i wprowadzanie innowacyjnych technologii, aby oferować naszym klientom najlepsze i najbardziej efektywne rozwiązania.
- **Edukacja i pozytywny wpływ na środowisko:** angażujemy się w edukację ekologiczną i promowanie działań proekologicznych, mając na celu zwiększenie świadomości społecznej i pozytywny wpływ na środowisko.
- **Elastyczność i klientocentryzm:** wykorzystujemy elastyczność naszych rozwiązań, aby dostarczać klientom najbardziej dopasowane i satysfakcjonujące produkty oraz usługi.
- **Etyczność i transparentność:** działamy zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi, transparentnie i w pełnej zgodności z obowiązującym prawem, budując zaufanie i wiarygodność wśród naszych interesariuszy.

Dodatkowo, nasza strategia obejmuje proaktywne podejście do współpracy z partnerami biznesowymi oraz lokalnymi społecznościami, wspólnie pracując nad budowaniem zrównoważonej przyszłości.

4. Cele Strategii Oparte na Fundamentach ESG

Nasza firma przewodzi ewolucji w kierunku zrównoważonej gospodarki, kładąc szczególny nacisk na wsparcie transformacji w stronę czystej energii i transportu bezemisyjnego. Nasza misja jest jasna: wspierać rozwój zielonej energetyki oraz poprawę jakości powietrza w polskich miastach poprzez konkretne i mierzalne działania. W ramach szeroko zakrojonej kampanii społecznej „Zielona energia – czyste miasta”, zwiększamy świadomość społeczną oraz dążymy do realnej redukcji emisji CO₂, przyczyniając się do długoterminowej poprawy czystości miejskiego powietrza.

Nasza wiodąca działalność biznesowa obejmuje tworzenie miejskich sieci elektrostacji, które pełnią rolę zarówno stacji ładowania pojazdów elektrycznych, jak i nośników cyfrowej reklamy zewnętrznej (DOOH). Wszystkie stacje są w pełni zasilane energią elektryczną pochodzącą z odnawialnych źródeł, co wspiera producentów zielonej energii i czyni nas aktywnymi uczestnikami rozwoju sektora OZE. Kierowcom samochodów elektrycznych oferujemy ładowanie energią pochodzącą z odnawialnych źródeł, umożliwiając im aktywny udział w transformacji energetycznej i dbanie o jakość powietrza w ich miejscach zamieszkania.

Reklamodawcom oferujemy unikalną infrastrukturę, która umożliwia promowanie ich marek na naszych ekranach w kontekście transformacji energetycznej, ekologii oraz zapobiegania zmianom klimatycznym. Cyfrowa reklama zewnętrzna (DOOH) pozwala na tworzenie kampanii reklamowych w dowolnym wymiarze, bez generowania odpadów po zakończeniu kampanii. Nasze innowacyjne podejście pozwala na elastyczne dostosowanie kampanii do potrzeb klienta, co przekłada się na lepsze wyniki i większy zasięg.

Dążymy również do budowania trwałych relacji z partnerami biznesowymi i lokalnymi społecznościami, współpracując w celu tworzenia wartościowych, zrównoważonych rozwiązań.

Wierzmy, że poprzez współdziałanie możemy osiągnąć znacznie więcej, przyczyniając się do globalnej transformacji energetycznej i tworzenia bardziej zrównoważonej przyszłości dla wszystkich.

Nasze zaangażowanie w zrównoważony rozwój jest nie tylko naszą misją, ale także naszą pasją. Każde działanie, które podejmujemy, ma na celu pozostawienie pozytywnego śladu dla przyszłych pokoleń, tworząc lepszy, zdrowszy świat dla wszystkich.

Nasza strategia wspiera Cele Zrównoważonego Rozwoju UN w trzech zakresach:

1. PLANETA

Wierzmy, że stan środowiska, w którym żyjemy, wpływa na ludzi i społeczności. Poprzez ograniczenie emisji gazów cieplarnianych chcemy przyczynić się do stabilnego klimatu i poprawy zdrowia planety.



Cel: zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie.



Cel: do 2030 roku zapewnić zrównoważone zarządzanie i efektywne zużycie zasobów naturalnych.



Cel: podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianie klimatu i jej skutkom.

2. LUDZIE

Wierzmy, że promując innowacyjne rozwiązania redukujące ślad węglowy, dbamy wraz z lokalną społecznością o lepsze powietrze, a dzięki temu o zdrowie ludzi. Poprzez kampanię "Zielona energia – czyste miasta" zwiększamy świadomość o powiązaniach między zieloną energią, czystym powietrzem a zdrowiem ludzi.



Cel: zapewnić ludziom zdrowe życie i dobrobyt.



Cel - rozwijać niezawodną, zrównoważoną i odporną infrastrukturę dobrej jakości, w tym infrastrukturę regionalną i transgraniczną, wspierającą rozwój gospodarczy i dobrobyt ludzi.

3. PARTNERSTWA

Wierzymy, że nie jesteśmy sami w naszych działaniach redukcji śladu węglowego i aktywnie nawiązujemy partnerstwa, dzięki którym możemy wywierać jeszcze większy wpływ i realizować naszą misję na większą skalę. Jesteśmy partnerem UN Global Compact Network Poland, aktywnie wspierając 10 zasad Global Compact.



Cel: wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Z dumą przedstawiamy nasze konkretne cele biznesowe oraz cele ESG wraz z rezultatami za rok 2023 w powyższych trzech obszarach:

PLANETA (może tutaj wygenerować jakąś małą ikonkę dla planety, później do ludzi etc.)

1. Rozbudowa Sieci Ładowarek Wspierająca Transformację Energetyczną

- **Cel:** zwiększenie liczby stacji ładowania pojazdów elektrycznych do 500 stacji do końca 2026.
- **Działania:** inwestowanie w budowę nowych punktów ładowania oraz modernizacja istniejących.
- **Rezultat za 2023:** 15 stacji na koniec 2023

2. Zasilanie Zieloną Energią

- **Cel:** wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii (OZE) do zasilania stacji ładowania w 100%.
- **Działania:** Partnerstwo z dostawcami zielonej energii i instalacja systemów fotowoltaicznych na stacjach ładowania.
- **Rezultat za 2023:** 100% energii z OZE na koniec 2023.

3. Ekologiczne Zasilanie Ekranów Reklamowych

- **Cel:** minimalizacja śladu węglowego związanego z działalnością reklamową poprzez korzystanie w 100% z energii z OZE.
- **Działania:** Zasilanie ekranów reklamowych wyłącznie zieloną energią, co dodatkowo podkreśla zaangażowanie w zrównoważony rozwój.
- **Rezultat za 2023:** 100% energii z OZE.

4. Rozwój Infrastruktury Energetycznej i Marketingowej

- **Cel:** Wzbogacenie miejskiej infrastruktury o nowoczesne rozwiązania technologiczne.
- **Działania:** Inwestowanie w ekologiczne technologie ładowania pojazdów oraz cyfrowej reklamy zewnętrznej.
- **Rezultat za 2023:** 15 nowoczesnych elektrostacji z wbudowanymi ekranami reklamowymi przy centrach i parkach handlowych.

LUDZIE

1. Społeczność Użytkowników EV (Electric Vehicles)

- **Cel:** stworzenie aktywnej społeczności użytkowników 100 000 samochodów elektrycznych do końca 2026.
- **Działania:** rozwój aplikacji Pure City, która pozwala na obliczanie i monitorowanie indywidualnego śladu węglowego, a także oferuje porady dotyczące jego redukcji.
- **Rezultat za 2023:** 600 osób na koniec 2023 roku.

2. Kampania Społeczna „Mała Zmiana - Wielki Efekt”

- **Cel:** zwiększenie świadomości ekologicznej i promowanie proekologicznych zachowań w 100% elektrostacji.
- **Działania:** prowadzenie kampanii edukacyjnych na temat wpływu drobnych zmian w codziennym życiu na klimat.
- **Rezultat za 2023:** kampania była wyświetlana na wszystkich ekranach Pure City oraz ekranach partnera Clear Channel i dotarła do ponad 25 milionów widzów w okresie emisji.

3. Kampania Społeczna „Zielona energia – czyste miasta”

- **Cel:** edukacja i zaangażowanie społeczeństwa w działania proekologiczne oraz promowanie korzyści płynących z użytkowania pojazdów elektrycznych- min.7 kampanii w 2023.
- **Działania:** regularne i prowadzone w trybie ciągłym dystrybuowanie treści dydaktycznych na ekranach PureCity.
- **Rezultat za 2023:** 10 spotów reklamowych opracowanych i zrealizowanych przy wsparciu partnerów (UNGC, Carlsberg, Leroy Merlin)

4. Promowanie Korzyści z Użytkowania Pojazdów Elektrycznych

- **Cel:** zachęcanie konsumentów do przejścia na pojazdy elektryczne wspierając cele ekologiczne i zapobiegając zmianom klimatycznym.
- **Działania:** organizowanie warsztatów, webinarów oraz kampanii informacyjnych dotyczących korzyści ekonomicznych i środowiskowych płynących z użytkowania pojazdów elektrycznych.
- **Rezultat za 2023:** (brak danych).

5. Wsparcie Lokalnych społeczności

- **Cel:** współpraca z lokalnymi partnerami i właścicielami lokalizacji w celu stworzenia wartościowych źródeł dochodu z reklam DOOH, co przyczynia się do lokalnego rozwoju ekonomicznego.
- **Działania:** przygotowanie oferty i dystrybucja informacji o niej wśród lokalnych przedsiębiorców w lokalizacjach Pure City. Przygotowanie narzędzi do automatyzacji sprzedaży reklamy (kalkulator oferty i formularz na stronie).
- **Rezultat za 2023:** pierwsze 3 kampanie zrealizowane lokalnie i w małym formacie dla mikroprzedsiębiorców, publikacja formularza do sprzedaży reklamy na stronie WWW.

6. Promowanie Wartości ESG

- **Cel:** zrównoważony energetycznie marketing w Pure City ma na celu promowanie wartości związanych z ESG (środowisko, społeczeństwo, zarządzanie) poprzez treści reklamowe wyświetlane na naszych ekranach.
- **Działania:** reklamodawcy, którzy współpracują z Pure City, są zachęceni do tworzenia kampanii, które wspierają i podkreślają ich zaangażowanie w zrównoważony rozwój.
- **Rezultat za 2023:** udział United Nation Global Compact, Carlsberg Polska i Leroy Merlin w kampanii społecznej

PARTNERSTWA

1. Demokracja Cyfrowych Kampanii Marketingowych

- **Cel:** umożliwienie lokalnym przedsiębiorcom prowadzenia kampanii marketingowych na ekranach Pure City.
- **Działania:** opracowanie dedykowanych narzędzi i oferty, które pozwalają na realizację kampanii w mniejszym wymiarze do połowy 2025.
- **Rezultat za 2023:** przygotowanie koncepcji rozwiązania, które pozwoli samodzielnie zamówić kampanie na wybranych ekranach w danym przedziale czasowym i ją opłacić. Automatyzacja ma pozwolić prowadzenie opłacalnych kampanii reklamowych w małym formacie przez mikroprzedsiębiorców. Cel to pozyskanie minimum 3 partnerów do końca 2025 roku.

2. Transparentna Komunikacja z Otoczeniem

- **Cel:** budowanie pozytywnych relacji z otoczeniem i klientami poprzez transparentność działań i wydanie pierwszego raportu z działalności ESG za rok 2023.
- **Działania:** Regularne raportowanie działań rynkowych oraz inicjatyw na rzecz ochrony klimatu, zapewnienie zgodności z regulacjami prawnymi i standardami ESG wg. VSME ESRS.
- **Rezultat za 2023:** raport za 2023 rok opublikowany w 2024 roku.

3. Partnerstwo i współpraca z otoczeniem biznesowym w celu wspólnego budowania zrównoważonej przyszłości

- **Cel:** budowanie trwałych relacji z partnerami biznesowymi i reklamodawcami, opartych na wspólnych wartościach i celach zrównoważonego rozwoju.
- **Działania:** opracowanie listy treści i marek, które mogą być promowane w sieci Pure City.
- **Rezultat za 2023:** rozpoczęcie komunikacji rynkowej dotyczącej strategii i wartości firmy.

Pure City integruje nowoczesną technologię z ekologią, tworząc zrównoważone rozwiązania wspierające rozwój miast oraz poprawę jakości życia mieszkańców. Poprzez rozwój infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych, cyfrowej reklamy zewnętrznej zasilanej zieloną energią oraz edukację konsumentów, Pure City realizuje swoją misję i cele ESG, przyczyniając się do transformacji energetycznej oraz zrównoważonego rozwoju miejskiego.

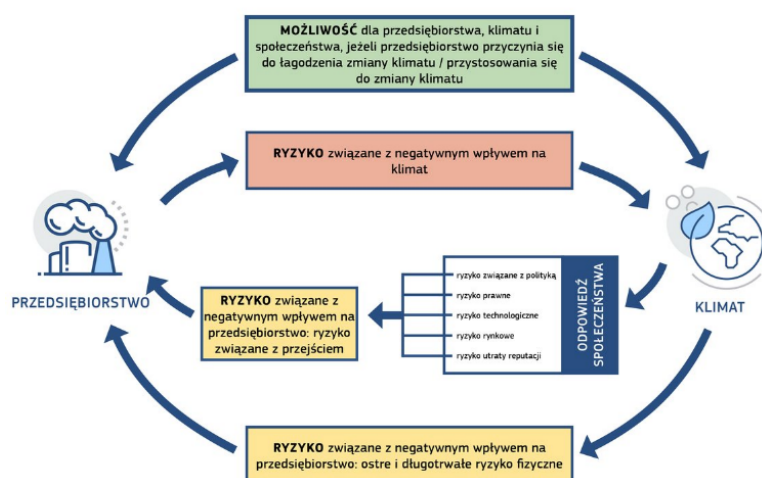
5. Ocena Ryzyka

Aby wzmocnić swoją strategię biznesową, przedsiębiorstwo Pure City przeprowadziło kompleksową ocenę ryzyka związanego z negatywnym wpływem zmian klimatu na swoje funkcjonowanie. W analizie

uwzględniono ryzyko związane z przejściem na bardziej zrównoważoną gospodarkę niskoemisyjną oraz ryzyko fizyczne wynikające z bezpośrednich i długoterminowych skutków zmian klimatu (zarówno nagłych, jak i stopniowych).

Ocenie poddano również ryzyka rynkowe, technologiczne i reputacyjne, aby uzyskać pełny obraz potencjalnych zagrożeń i możliwości. Tak szerokie podejście pozwala na bardziej precyzyjne dostosowanie strategii do dynamicznie zmieniającego się otoczenia biznesowego, zapewniając długoterminową stabilność i zrównoważony rozwój naszej firmy.

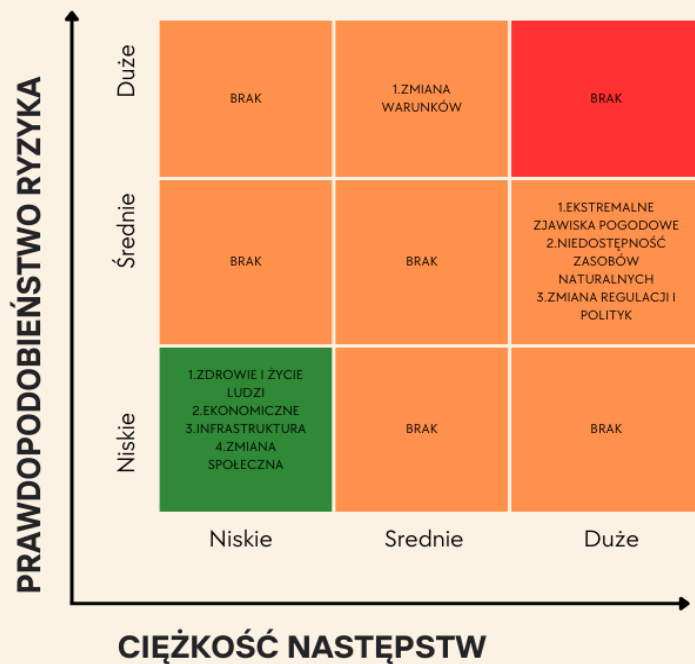
Podjęcie tych działań jest kluczowe dla utrzymania konkurencyjności oraz ochrony interesów naszych interesariuszy, umożliwiając Pure City skuteczne zarządzanie ryzykiem i wykorzystywaniem szans związanych z transformacją energetyczną.



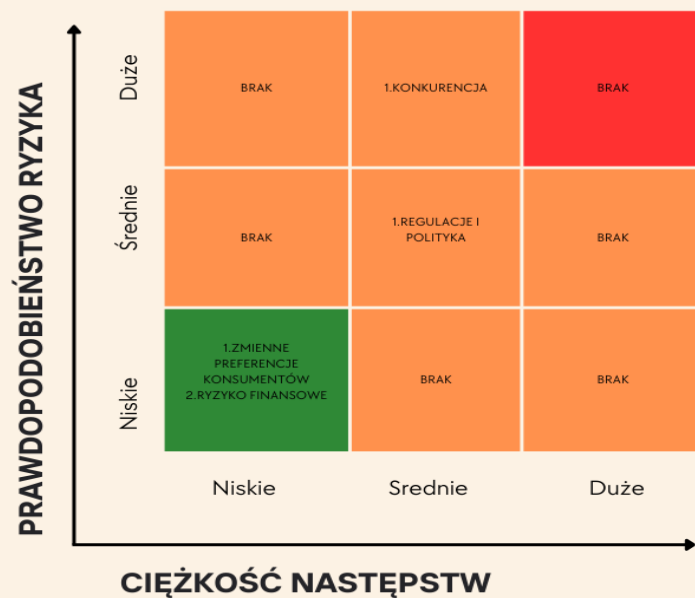
Źródło: Komunikat Komisji Europejskiej. Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych: Suplement dotyczący zgłaszania informacji związanych z klimatem z 20.06.2019 [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019XC0620\(01\)&from=PL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019XC0620(01)&from=PL).

Wyniki oceny zostały przedstawione poniżej:

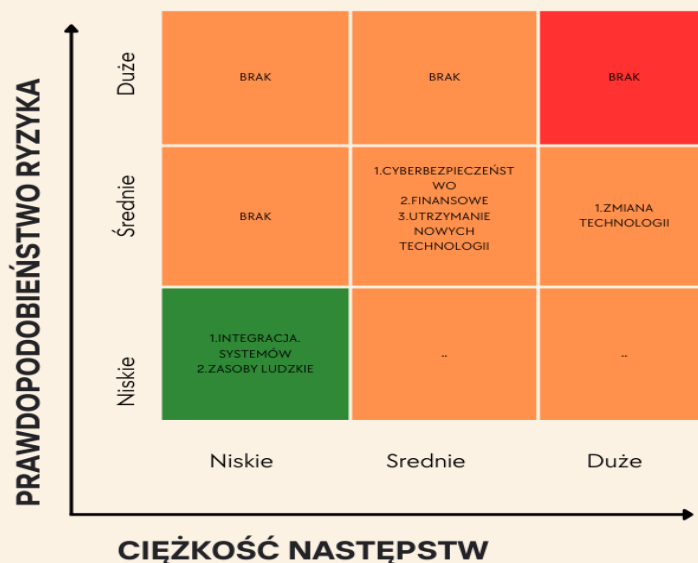
OCENA RYZYKA FIZYCZNEGO WYNIKAJĄCYCH ZE ZMIAN KLIMATU



OCENA RYZYKA RYZYKA RYNKOWE



OCENA RYZYKA RYZYKA TECHNOLOGICZNE



OCENA RYZYKA RYZYKA REPUTACYJNE



6. Zrozumienie i Zarządzanie Ryzykiem

Przedsiębiorstwo Pure City doskonale rozumie istniejące ryzyka związane z działalnością oraz ich potencjalne skutki dla środowiska, społeczności i zarządzania. Dlatego systematycznie monitorujemy te zagrożenia i dostosowujemy naszą strategię działania, aby skutecznie nimi zarządzać.

Pure City nieustannie analizuje zmieniające się warunki rynkowe, regulacje oraz trendy społeczne, aby zidentyfikować nowe wyzwania i dostosować podejście biznesowe. Działamy proaktywnie,

podejmując środki zapobiegawcze i korygujące, aby zminimalizować ryzyko negatywnego wpływu naszej działalności na otoczenie oraz społeczność, jak również wpływu otoczenia na naszą działalność biznesową.

Dążymy do ciągłego doskonalenia naszych praktyk biznesowych, aby być na bieżąco z najlepszymi praktykami w zakresie ESG (Środowisko, Społeczność, Zarządzanie) i zapewnić, że nasza firma aktywnie uczestniczy w rewolucji zrównoważonego rozwoju. Poprzez świadome monitorowanie i zarządzanie ryzykami, staramy się osiągnąć nasze cele biznesowe w sposób zgodny z naszymi wartościami, przyczyniając się jednocześnie do długoterminowego sukcesu zarówno naszej firmy, jak i społeczności, w której działamy.

Nasze zaangażowanie w zrównoważony rozwój jest nie tylko strategicznym priorytetem, ale także wyrazem naszej odpowiedzialności wobec przyszłych pokoleń. Wierzymy, że poprzez odpowiednie zarządzanie ryzykiem i ciągłe doskonalenie, możemy tworzyć wartość nie tylko dla naszych klientów i partnerów, ale także dla całego społeczeństwa.

7. Pure City – Ogólne Ujawnienia

Raport został przygotowany wyłącznie dla Spółki Pure City Sp. z o.o. w ujęciu jednostkowym, ponieważ spółka nie posiada zależnych jednostek, a informacje są przedstawione zgodnie z modułem podstawowym. Praktyki w zakresie przejścia na bardziej zrównoważoną gospodarkę zostały szeroko opisane w pierwszej części dokumentu i są integralnie powiązane z celami biznesowymi spółki.

Pure City Sp. z o.o. jest mikrojednostką, ponieważ nie przekracza przynajmniej dwóch z następujących progów:

- suma bilansowa: **350 000 EUR**,
- przychody netto ze sprzedaży: **700 000 EUR**,
- iii. liczba pracowników: **10**.

Pomimo naszego statusu mikrojednostki, Pure City stawia na najwyższe standardy w zakresie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej. Skupiamy się na wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań, które nie tylko wspierają naszą działalność, ale także przyczyniają się do globalnej transformacji energetycznej. Każde nasze działanie jest dokładnie przemyślane i zgodne z naszymi strategicznymi celami ESG, co pozwala nam na budowanie długoterminowej wartości dla naszych interesariuszy.

Nasze raporty i ujawnienia mają na celu nie tylko spełnienie wymogów regulacyjnych, ale także transparentne komunikowanie naszych działań i postępów w obszarze zrównoważonego rozwoju. Jesteśmy zobowiązani do regularnego monitorowania i raportowania naszych wyników, aby zapewnić ciągłe doskonalenie i osiągnięcie naszych ambitnych celów środowiskowych, społecznych i zarządczych.

8. Pure City a Środowisko - Podstawowe Wskaźniki wg VSME ESRS

Nasza firma konsekwentnie dąży do osiągnięcia zeroemisyjności w swojej działalności, kładąc szczególny nacisk na redukcję emisji gazów cieplarnianych. Jednym z kluczowych elementów naszej strategii jest promowanie korzystania ze stacji ładowania samochodów elektrycznych, które są zasilane wyłącznie energią pochodzącą z odnawialnych źródeł. Jako część naszej działalności reklamowej, te same stacje ładowania, będące jednocześnie nośnikami cyfrowej reklamy zewnętrznej, są również zasilane energią z OZE. Dzięki temu nasze reklamy nie tylko promują zrównoważony rozwój,

ale same w sobie są elementem tego procesu poprzez minimalizację negatywnego wpływu na środowisko. Dzięki temu nie tylko wspieramy rozwój zielonej energii, ale także ograniczamy emisję szkodliwych substancji do atmosfery.

W ten sposób nasza firma działa na rzecz ochrony środowiska poprzez redukcję emisji gazów cieplarnianych oraz promowanie korzystania z czystych źródeł energii i ekologicznych form transportu. Nasze wysiłki zmierzają do stworzenia środowiska biznesowego, które jest zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i aktywnie wspiera jego realizację.

Zużycie energii w podziale na źródła w roku bazowym 2023:

Zużycie energii w podziale na źródła	2023
Całkowite zużycie energii w MWh	34
W tym ze źródeł odnawialnych	34
W tym nie ze źródeł odnawialnych	0

Przedsiębiorstwo nie policzyło jeszcze śladu węglowego organizacji wg Protokołu GHG, aczkolwiek jest to rozważane na kolejne lata. W roku 2023 skala działalności była jeszcze zbyt mała i oparta w całości na energii z OZE.

Jednostka nie generuje zanieczyszczeń do powietrza, wody ani gleby w ramach swojej działalności, które na mocy prawa musiałyby zgłaszać właściwym organom. Zużycie wody występuje tylko na potrzeby pracowników i partnerów biznesowych w biurze, a nasza działalność nie obejmuje terenów ze znacznym deficytem wody. Dodatkowo, unikamy generowania odpadów przemysłowych, stosując zrównoważone metody produkcji i minimalizując ilość odpadów poprzez recykling i efektywne zarządzanie zasobami.

Niestety, nie posiadamy szczegółowych danych dotyczących zużycia wody za rok 2023, ponieważ właściciel budynku nie udostępnia takich informacji dla swoich najemców. Naszym celem będzie uzyskanie tych danych w kolejnych latach poprzez współpracę z właścicielem budynku i odpowiednią rejestrację.

Przedsiębiorstwo nie prowadzi działalności na obszarach wrażliwych pod względem bioróżnorodności.

Nasza firma jest zaangażowana w minimalizowanie swojego wpływu na środowisko i ciągłe doskonalenie praktyk zrównoważonego rozwoju, aby wspierać ochronę środowiska na każdym etapie naszej działalności.

9. Pure City a Kwestie Społeczne - Podstawowe Wskaźniki wg VSME ESRS

Na koniec roku 2023 przedsiębiorstwo Pure City zatrudniało jednego pracownika, kobietę, na umowę o pracę w pełnym wymiarze czasu pracy w Polsce. W ciągu roku 2023 nie zanotowano żadnych wypadków w pracy ani w drodze do pracy, a w przedsiębiorstwie stosowane są rygorystyczne zasady BHP.

Ze względu na zatrudnienie tylko jednej osoby, przedsiębiorstwo nie jest w stanie prezentować danych dotyczących równości wynagrodzeń i szkoleń wśród pracowników. Mimo to, Pure City ściśle współpracuje z partnerami biznesowymi, podkreślając kluczowe znaczenie zasad ESG (Environmental, Social, Governance) w naszej działalności. Kierujemy się 10 zasadami Global Compact, które stanowią

fundament naszych działań i wytyczne w zakresie etyki biznesowej, odpowiedzialności środowiskowej i społecznej.

W dążeniu do dalszego rozwoju naszej strategii ESG, rozważamy wprowadzenie specjalnego procesu oceny i wyboru dostawców oraz partnerów biznesowych. Będziemy kierować się przy tym nie tylko aspektami ekonomicznymi, ale również wartościami związanymi z ochroną środowiska, społeczną odpowiedzialnością oraz etycznym zarządzaniem. Naszym celem jest budowanie partnerstw opartych na zgodności wartości oraz dążenie do wspólnego osiągnięcia zrównoważonych rezultatów, zarówno ekonomicznych, jak i społecznych oraz środowiskowych. Poprzez konsekwentne stosowanie zasad ESG w naszej działalności i współpracy z partnerami biznesowymi, dążymy do tworzenia pozytywnego wpływu na otaczający nas świat oraz budowania długotrwałej wartości dla naszej firmy i społeczeństwa.

Działalność biznesowa naszego przedsiębiorstwa nie tylko generuje zyski, ale także ma pozytywny wpływ na lokalną społeczność oraz promuje proekologiczne działania wśród naszych klientów. Naszym celem jest nie tylko prowadzenie rentownego biznesu, ale również dbanie o dobro społeczności, w której działamy.

Jednym z głównych obszarów naszego zaangażowania jest promowanie wykorzystania energii z odnawialnych źródeł wśród kierowców samochodów elektrycznych oraz klientów z branży reklamowej. Poprzez zachęcanie do korzystania z ekologicznych rozwiązań, takich jak stacje ładowania zasilane energią odnawialną, wspieramy redukcję emisji szkodliwych substancji do atmosfery, co przekłada się na poprawę jakości powietrza w miastach oraz zdrowie mieszkańców.

Nasza firma angażuje się również w różnorodne inicjatywy społeczne, które mają na celu aktywne wsparcie lokalnej społeczności. Wierzymy, że nasze działania mogą mieć istotny wpływ na poprawę warunków życia w naszym otoczeniu oraz przyczynić się do budowy lepszego i bardziej zrównoważonego świata dla przyszłych pokoleń.

Wraz z Leroy Merlin i Carlsberg Polska pokazaliśmy, że odpowiednia izolacja domu i ponowne wykorzystanie szklanych butelek może znacząco zredukować zużycie energii. Dodatkowo, na naszych ekranach prezentowane są materiały dydaktyczne opracowane we współpracy z UNGC dotyczące zmniejszenia temperatury w domach oraz oszczędzania wody.

[Dom-ocieplenie.mp4](#)

[Butelka zwrotna.mp4](#)

[Pralka.mp4](#)

10. Pure City a Etyka Biznesowa - Podstawowe Wskaźniki wg VSME ESRS

W prowadzeniu naszej działalności gospodarczej kierujemy się 10 zasadami Global Compact, w tym zasadą przeciwdziałania korupcji we wszystkich jej formach, włącznie z łapówkarstwem i wymuszeniami. Ta fundamentalna zasada stanowi nieodłączną część naszej strategii ESG (Environmental, Social, Governance).

Obszar	Zasada
Prawa Człowieka	Zasada 1: Wspieraj i szanuj prawa człowieka
Prawa Człowieka	Zasada 2: Unikaj współudziału w naruszaniu praw człowieka
Praca	Zasada 3: Przestrzegaj wolności zrzeszania się i prawa do negocjacji zbiorowych
Praca	Zasada 4: Eliminuj wszelkie formy pracy przymusowej i obowiązkowej
Praca	Zasada 5: Skutecznie likwiduj pracę dzieci
Praca	Zasada 6: Eliminuj dyskryminację w zatrudnieniu i zawodzie
Środowisko	Zasada 7: Wspieraj ostrożne podejście do wyzwań środowiskowych
Środowisko	Zasada 8: Podejmuj inicjatywy na rzecz większej odpowiedzialności ekologicznej
Środowisko	Zasada 9: Zachęcaj do rozwoju i rozpowszechniania przyjaznych dla środowiska technologii
Przeciwdziałanie Korupcji	Zasada 10: Pracuj przeciwko korupcji we wszystkich jej formach, w tym wymuszeń i łapówek

Dzięki naszym wysokim normom etycznym i uczciwym praktykom biznesowym, z dumą możemy ogłosić, że do tej pory nie odnotowano żadnych przypadków łapówkarstwa w naszej firmie. Jesteśmy zdecydowanie przeciwni wszelkim formom korupcji i podejmujemy wszelkie niezbędne kroki, aby zapobiegać im w naszej działalności.

Nasze zaangażowanie w walkę z korupcją zaowocowało brakiem wyroków skazujących czy grzywnien związanych z praktykami korupcyjnymi wobec naszego przedsiębiorstwa. Jesteśmy dumni z naszej nieposzlakowanej historii i zobowiązujemy się kontynuować nasze wysiłki na rzecz uczciwego i przejrzystego prowadzenia biznesu, zgodnie z zasadami ESG oraz globalnymi standardami etycznymi.

Ponadto, w ramach naszego zobowiązania do transparentności, regularnie przeglądamy i aktualizujemy nasze polityki antykorupcyjne oraz procedury zgłaszania nieprawidłowości, aby zapewnić, że pozostajemy w zgodzie z najlepszymi praktykami i regulacjami prawnymi. Dążymy do utrzymania najwyższych standardów etycznych w naszej działalności, co jest kluczowe dla budowania zaufania wśród naszych klientów, partnerów biznesowych oraz społeczności, w której działamy.

11. Interesariusze Pure City

Istotni interesariusze Pure City to ci, którzy mają znaczący wpływ na działalność firmy lub na których działalność firmy wywiera istotny wpływ. W wyniku analizy wyłoniono najważniejsze grupy interesariuszy.

Grupa interesariuszy	Sposób komunikowania	Cel komunikowania
Klienci - kierowcy aut elektrycznych	Aplikacja mobilna Newsletter, mailing,	Badanie satysfakcji w celu podnoszenia jakości usług, informowanie o jednostkowej i wspólnej redukcji śladu węglowego, kampania edukacyjna odnośnie zmian klimatu
Klienci-reklamodawcy	Ankieta Prezentacje ofertowe	Badanie satysfakcji w celu podnoszenia jakości usług
Organizacje pozarządowe i NGOs	Spotkania bezpośrednie z NGOs Wspólne projekty w ramach zrównoważonego rozwoju, zaangażowania społecznego (jak na przykład Indeks Zdrowych Miast) Konferencje branżowe Publikacje (np. przy współpracy z UNCG) Komunikacja w social mediach Informacje prasowe, wspólne przedsięwzięcia medialne	Przedsiębiorstwo podejmuje działania wspólnie z innymi organizacjami w celu wykorzystania synergii pomiędzy wspólnymi działaniami i wzmocnienie działalności i wpływu na cele środowiskowe
Administracja publiczna	Wspólna obecność Pure City i przedstawicieli administracji publicznej na ogólnopolskich i branżowych kongresach, gdzie mówimy o promowaniu energii z OZE, budowie zrównoważonej infrastruktury miejskiej w zakresie ładowania samochodów elektrycznych i dystrybucji treści reklamowych	Komunikacja w celu promowania wykorzystania energii z OZE, poprawy miejskiego krajobrazu, rozbudowy potrzebnej infrastruktury
Dostawcy	Weryfikacja zamawianych produktów i usług pod kątem wpływu na środowisko, czasu eksploatacji, warunków wytworzenia	Weryfikacja podczas procesu ofertowego i negocjacji handlowych
Klienci centrów handlowych w naszych lokalizacjach i lokalne społeczności	Edukacyjne kampanie społeczne na ekranach sieci Pure City i sieci partnerskich	Edukacja odnośnie zmian klimatu i możliwych działań mających pozytywny wpływ na klimat
Pracownicy i podwykonawcy	Weryfikacja wartości jakimi kieruje się kandydat, podwykonawca na etapie rekrutacji oraz rozwój postawy prośrodowiskowej przez cały okres trwania współpracy	Szkolenia, współdzielenie zasad i kultury organizacyjnej mającej na celu promowanie postaw prośrodowiskowych
Media	Artykuły edukacyjne i biznesowe pokazujące model biznesowy spółki, który ukazuje możliwość prowadzenia odpowiedzialnego biznesu i edukowanie o wpływie naszych działań na środowisko	Edukacja jak najszerszego grona osób o potrzebie działań w kwestii obrony klimatu przed negatywnymi zmianami klimatycznymi

