



**OŚWIADCZENIE ZARZĄDU  
RAINBOW TOURS SPÓŁKI AKCYJNEJ  
NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH  
ZA ROK 2017  
W UJĘCIU JEDNOSTKOWYM  
(ART. 49B USTAWY O RACHUNKOWOŚCI)**

**Spis treści**

1.	MODEL BIZNESOWY RAINBOW TOURS S.A. ....	2
1.1.	Działalność oraz otoczenie biznesowe.....	2
1.1.1.	Podstawowa działalność .....	2
1.1.2.	Organizacja i struktura .....	2
1.1.3.	Opis produktów i usług .....	3
1.1.4.	Opis branży i rynków, na których działa Spółka .....	4
1.1.5.	Główne tendencje i czynniki mające wpływ na rozwój branży i Spółki.....	7
1.2.	Główne cele strategiczne, misja i wartości.....	7
1.3.	Łańcuch wartości.....	8
1.4.	Pozostałe informacje .....	10
2.	OPIS POSZCZEGÓLNYCH POLITYK, PROCEDUR NALEŻYTEJ STARANNOŚCI ORAZ REZULTATÓW ICH STOSOWANIA .....	10
2.1.	Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju.....	10
2.2.	Niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością Rainbow Tours S.A. ....	12
2.3.	Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania .....	12
2.3.1.	Zagadnienia społeczne .....	12
2.3.2.	Zagadnienia pracownicze.....	15
2.3.3.	Poszanowanie praw człowieka.....	18
2.3.4.	Różnorodność .....	21
2.3.5.	Środowisko naturalne .....	22
2.3.6.	Przeciwdziałanie korupcji .....	25
3.	ZARZĄDZANIE RODZAJAMI RYZYKA ZWIĄZANYMI Z DZIAŁALNOŚCIĄ SPÓŁKI, MAJĄCYMI WPŁYW NA ZAGADNIENIA NIEFINANSOWE .....	29
3.1.	Opis zarządzania istotnymi rodzajami ryzyka związanymi z działalnością Spółki, mającymi wpływ na zagadnienia niefinansowe .....	29
3.2.	Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy.....	33
4.	ZASADY, NA PODSTAWIE KTÓRYCH SPORZĄDZONO SKONSOLIDOWANE OŚWIADCZENIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH.....	34

Łódź, dnia 29 kwietnia 2018 roku

## 1. MODEL BIZNESOWY RAINBOW TOURS S.A.

### 1.1. Działalność oraz otoczenie biznesowe

#### 1.1.1. Podstawowa działalność

Rainbow Tours S.A. koncentruje się przede wszystkim na organizacji i sprzedaży własnych usług turystycznych. Zajmuje się także sprzedażą biletów lotniczych, autokarowych oraz promowych. W jej ofercie istotną rolę odgrywają zwykle ponadprzeciętnie dochodowe wycieczki objazdowe, egzotyczne i egzotyczno-objazdowe.

Obecnie Rainbow Tours S.A., tj. spółka dominująca w Grupie Kapitałowej Rainbow Tours, jest trzecim, co do wielkości pod względem wartości przychodów ze sprzedaży imprez turystycznych operatorem turystycznym w Polsce<sup>1</sup>. W 2017 r. z jej oferty skorzystało ponad 412,3 tys. klientów, podczas gdy rok wcześniej było to 330,3 tys. Portfolio produktowe Spółki obejmuje wyjazdy do ponad 90 krajów świata z wylotami do ponad 150 destynacji. W 2016 r. Rainbow Tours S.A. umocnił pozycję wicelidera w branży turystyki wyjazdowej, kontynuując znacznie szybszy wzrost niż cała branża (15,7%) i zwiększając w niej udział z 16 do 18%.

Rainbow Tours S.A. dysponuje jedną z najwyższych w Polsce kwot ubezpieczeniowych spośród operatorów turystycznych. Gwarancja ubezpieczeniowa dla Spółki jako organizatora turystyki i pośrednika turystycznego, której beneficjentem jest Marszałek Województwa Łódzkiego, wynosi aktualnie 165 mln zł. Grupa posiada drugi co do wielkości kapitał własny wśród touroperatorów działających na rynku polskim<sup>2</sup>. W ostatnim rankingu dziennika „Rzeczpospolita” Rainbow Tours S.A. otrzymał rating AA ze stabilną perspektywą.

Stabilności finansowej Spółki sprzyja duże zróżnicowanie kierunków i około 50-procentowy udział sprzedaży przez własne kanały dystrybucji. Zróżnicowany portfel produktowy powoduje, że Rainbow Tours S.A. jest stosunkowo odporny na konkurencję tanich linii lotniczych, a ryzyko biznesowe dla jego dalszego rozwoju jest relatywnie niewielkie. Spółka dysponuje także znacznymi środkami finansowymi, co umożliwia zakup i budowę hoteli w Grecji. Według ostatnich trendów zaczyna to być uważane za istotny element „kompletnego organizatora” przyszłości<sup>3</sup>.

#### 1.1.2. Organizacja i struktura

Początki Rainbow Tours S.A. z siedzibą w Łodzi sięgają 1990 r. W 2007 r. akcje Rainbow Tours S.A. zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Pod koniec 2017 r. w Rainbow Tours S.A. pracowało na umowę o pracę 579 osób, rok wcześniej, tj. na koniec 2016 roku, liczba zatrudnionych na umowę o pracę wynosiła 611 osób. Uwzględniając również zatrudnionych na podstawie umowy zlecenia liczby te wynoszą odpowiednio: na koniec 2017 roku 624 osoby, zaś na koniec 2016 roku 642 osoby.

Rainbow Tours S.A. jest podmiotem dominującym w Grupie Kapitałowej Rainbow Tours:



Jako podmiot dominujący Rainbow Tours S.A. odpowiada zarówno za opracowanie strategii działania Grupy oraz monitorowanie jej wykonania, jak i za zapewnienie finansowania zewnętrznego dla spółek zależnych.

<sup>1</sup> Źródło: Największe biura podróży 2017 roku – Itaka, TUI, Rainbow, turystyka.rp.pl, kwiecień 2018 r.

<sup>2</sup> Tamże

<sup>3</sup> Źródło: „Rankingi 2017- Liderzy zwiększają przewagę”, TravelDATA, 12 października 2017

Oprócz działalności w Polsce Spółka prowadzi także sprzedaż swojej oferty za pośrednictwem partnerów lokalnych w Czechach, na Słowacji, Litwie, Białorusi i Ukrainie.

Rainbow Tours S.A. jest członkiem Polskiej Izby Turystyki oraz jednym z założycieli Polskiego Związku Organizatorów Turystyki.

### 1.1.3. Opis produktów i usług

Klienci Spółki w 2017 r. wybierali głównie takie kierunki, jak: Grecja, Hiszpania, Bałkany, Portugalia i Włochy. Zasadnicza grupa tych kierunków jest stała i nie ulega corocznym zmianom.

Oferta produktowa Rainbow Tours S.A. jest uniwersalna i dostosowana do różnorodnych potrzeb klientów, takich jak:

- preferowany sposób spędzania wolnego czasu – w portfolio Spółki znajdują się wyjazdy wypoczynkowe, wycieczki objazdowe oraz wycieczki objazdowe z wypoczynkiem. W 2017 r. zaproponowano klientom m.in. 396 programów wycieczek objazdowych; wobec 380 zaoferowanych w 2016 r. Oferta obejmuje m.in. wersję 7+7 (zwiedzanie z wypoczynkiem). W ofercie Spółki znajdują się m.in. wycieczki objazdowe na wszystkie kontynenty, praktycznie w każdy rejon świata. Znacząca część z nich realizowana jest poprzez bezpośredni przelot samolotem PLL LOT (dreamlinerem);
- poszukiwanie egzotyki – w 2017 r. wprowadzono nowości w postaci wycieczek m.in. do Brazylii, Panamy i Jamajki. Rainbow Tours S.A. proponuje bezpośrednie loty do części z tych krajów samolotem Dreamliner PLL LOT. Entuzjastom egzotycznych rejsów proponowane są wycieczki m.in. na Karaiby;
- zróżnicowanie cenowe – Spółka proponuje zarówno tańsze imprezy w hotelach trzygwiazdkowych, jak i programy luksusowe, takie jak zwiedzanie de luxe, czyli egzotykę w luksusowej wersji – wyjazdy na Kubę, do Indonezji i Chin. Klienci oferty de luxe mogą podróżować w kameralnych grupach do 20 osób i nocować w hotelach o wysokim standardzie w danym regionie;
- preferowana ilość czasu przeznaczanego na wypoczynek – obok typowych 7-dniowych albo 14-dniowych wyjazdów w ofercie znajdują się programy pobytu w niestandardowej długości. Na 3 lub 4 dni można polecieć do najpopularniejszych kurortów w Bułgarii, Grecji, Hiszpanii i Portugalii, a na 10 albo 11 dni – do Włoch lub Czarnogóry;
- chęć podróżowania całą rodziną – rodzinom z dziećmi oferowane są m.in. pobyty w hotelach, w których funkcjonują wakacyjne kluby – Figlokluby. W Figloklubach przez 6 dni w tygodniu polscy animatorzy prowadzą m.in. zabawy i zajęcia sportowe zarówno dla dzieci, jak i dla dorosłych. Hotele z Figloklubami charakteryzuje wysoki standard oraz infrastruktura przystosowana do potrzeb rodzin z dziećmi;
- chęć spędzania czasu w towarzystwie rodaków – z myślą o niej przygotowano unikalną ofertę o nazwie: Polska Strefa. W 2017 r. Polskie Strefy uruchomiono w sześciu popularnych wśród turystów destynacjach: hotelach na Krecie, Rodos i Korfu oraz apartamentowych wioskach wakacyjnych: Kokkino Nero i Velika na Riwierze Olimpijskiej oraz Slatina w Chorwacji, w okolicach Trogiru. W każdym z tych miejsc w Polskiej Strefie codziennie odbywają się animacje, gry, zabawy i różnorodne programy wieczorne dostosowane do gustu polskiego odbiorcy;
- wybór środka transportu – oferta obejmuje zarówno wycieczki autokarowe, jak i samolotowe. W 2017 r. samoloty odlatywały z 9 lotnisk w: Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie, Warszawie oraz we Wrocławiu. Dla miłośników podróży autokarowych przygotowane są także wycieczki po Europie, m.in. do Czech, krajów Beneluxu, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Francji, Skandynawii, Włoch, Rumunii, Rosji, na Słowację i Bałkany;
- możliwość wyjazdu w różnych porach roku – oferta zawiera wyjazdy letnie, na narty oraz sylwestrowe. Większość wyjazdów odbywa się w okresie wakacyjnym do ciepłych rejonów świata.

W ofercie Rainbow Tours S.A. znajdują się także wyjazdy dla osób odwiedzających Polskę oraz sąsiednie kraje. Są to na ogół 7-10 dniowe objazdowe imprezy turystyczne.

Ponadto Rainbow Tours S.A. pośredniczy w sprzedaży biletów lotniczych oraz – w niewielkim stopniu – imprez turystycznych innych biur podróży.

Rainbow Tours S.A. oferuje klientom następujące promocje:

- przedsprzedaż – oferta na kolejny sezon letni jest przedstawiana klientom w przedsprzedaży jesienią każdego roku. Podobna oferta dotyczy wyjazdów w sezonie zimowym. Wycieczki w przedsprzedaży są oferowane na korzystnych warunkach, takich jak:
  - rabat w wysokości do 40% od ceny wycieczki z dodatkowym rabatem dla rodzin i par – w pierwszym przypadku każde dziecko może liczyć na dodatkowy specjalny rabat do 40%, co w praktyce może

oznaczając, że koszt jego wyjazdu będzie wyjątkowo niski, w drugim przypadku osoba towarzysząca może zyskać dodatkowo do 20% zniżki. Rabaty dotyczą wszystkich hoteli i terminów;

- gwarancja niezmiennego ceny – cena imprezy turystycznej zakupionej w przedsprzedaży pozostaje stała, nawet jeśli zmieniają się kursy walut lub wzrośnie cena paliwa lotniczego;
  - gwarancja najniższej ceny – jeśli klient znajdzie tańszą ofertę, zostanie mu zwrócona różnica w cenie;
  - bezpłatna zmiana rezerwacji – nawet do 30 dni przed wylotem;
  - bezpłatna możliwość rezerwowania miejsc w samolocie na wybranych rejsach;
  - korzystna wysokość zaliczki – w pierwszym okresie przedsprzedaży wynosi często 15% ceny wycieczki;
- Last minute – oferta dla turystów, którym zależy na wypoczynku, ale nie mają sprecyzowanych wymagań co do kierunku i decyzję o wyjeździe mogą podjąć z dnia na dzień;
  - Super Środa – promocja, w której co tydzień od wtorku od godziny 16.00 do wyczerpania miejsc prezentowane są wybrane oferty w korzystnych cenach. Promocja dotyczy tylko rezerwacji indywidualnych, nie dotyczy zamówień grupowych powyżej 10 osób. Liczba miejsc jest ograniczona;
  - Happy Hours – tańsza rezerwacja wycieczek on-line w szczęśliwych godzinach (od poniedziałku do piątku od 13.00 do 15.00);
  - Końcóweczka – ostatnie miejsca na wyjazdy w wyjątkowo korzystnych cenach.

Tak szeroki i uniwersalny zakres usług nie tylko może trafić w gust każdego konsumenta usług turystycznych, lecz jest także odporny na wszelkiego rodzaju wahania rynku. Dzięki różnorodnej ofercie Grupa jest w stanie sprawnie dostosowywać podaż usług do bieżących preferencji klientów i aktualnej sytuacji na świecie.

### Klienci i destynacje

W 2017 r. klientami Rainbow Tours S.A. było 412,3 tys. osób (330,3 tys. rok wcześniej). Głównym motorem wzrostu liczby uczestników wyjazdów w 2017 r. było rozszerzenie oferty zoptymalizowanej cenowo, a także stworzenie w wybranych destynacjach Polskich Stref.

Tabela 1. Liczba uczestników imprez turystycznych Rainbow Tours S.A.

	2017	2016	Zmiana w %
Wycieczki i wczasy lotnicze	381 074	298 192	27,79%
Wycieczki i wczasy z dojazdem własnym	31 230	32 151	-2,86%
Pośrednictwo w sprzedaży biletów i imprez turystycznych	149 083	175 432	-15,02%
Pozostałe	18 531	25 438	-27,15%
Razem	579 918	531 213	9,17%

Najważniejszy dla Rainbow Tours S.A. jest sezon letni. W sezonie Lato 2017 w wyjazdach zorganizowanych przez firmę wzięło udział ponad 260,6 tys. uczestników, co w porównaniu z analogicznym okresem w poprzednim roku stanowi wzrost o około 8,6%. Jednak wzrost liczby klientów był widoczny zwłaszcza w sezonach Zima 2016/2017 oraz Zima 2017/2018.

#### 1.1.4. Opis branży i rynków, na których działa Spółka

Polacy nie tylko kupują coraz więcej wycieczek zagranicznych, ale i kupują je coraz wcześniej. Prawie 8% klientów jest gotowych do rezerwacji letniego urlopu z wielomiesięcznym wyprzedzeniem (tj. w październiku, listopadzie albo w grudniu). Uważa się, że wzrost przedsprzedaży jest oznaką dojrzałości rynku.

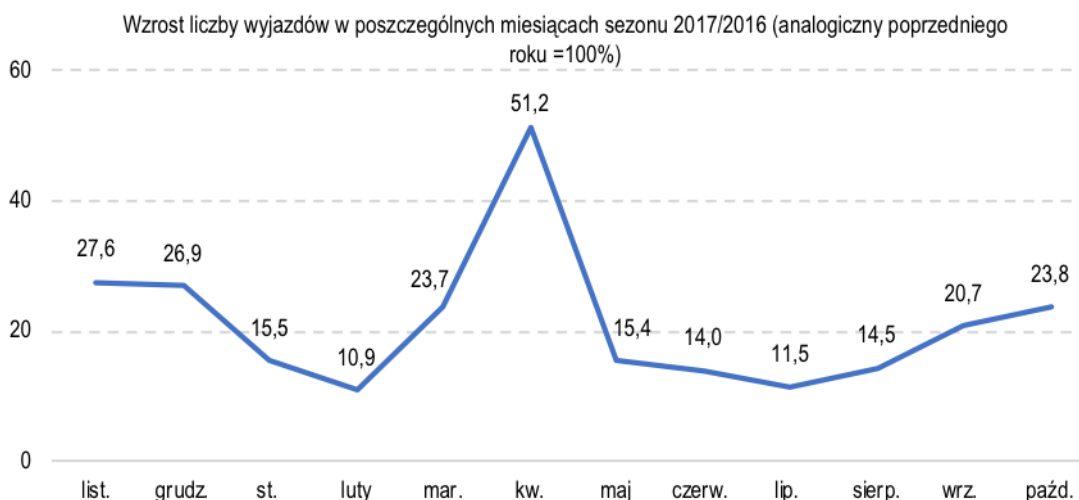
Ponadto klienci przekonali się w ubiegłych latach, że gdy kupują na ostatnią chwilę, mają znacznie mniejszy wybór ofert. Nadal największym zainteresowaniem cieszą się oferty last minute, ale w ciągu ostatnich lat sprzedaż rozkładała się coraz bardziej równomiernie. Dla branży turystycznej jest to korzystne, ponieważ sprzedaż przenosi się poza szczyt sezonu.

Do umocnienia tej tendencji przyczyniły się także zmiany prawne i powstanie w 2016 r. Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, który gwarantuje turystom 100% zwrotu wpłat wniesionych za wyjazd, jeśli ten nie dojdzie do skutku z przyczyn zależnych od organizatora lub pośrednika.

W ostatnich latach Polacy woleli jeździć częściej, ale na krócej. Urlopy dwutygodniowe w szczycie sezonu planuje mniej niż co piąta rodzina. Coraz większego znaczenia nabierają wyjazdy 3-, 4-dniowe, tzw. city breaks, czyli przedłużone weekendy.

Wyjazdy dwutygodniowe dominują w lipcu i sierpniu, zainteresowane są nimi głównie rodziny z dziećmi. Poza sezonem wakacji szkolnych dominują wyjazdy jednodniowe dwóch osób dorosłych.

Wstępne szacunki Polskiego Związku Operatorów Turystyki wskazują, że 2017 r. był rekordowy zarówno dla organizatorów, jak i agentów turystycznych. W każdym z miesięcy sezonu turystycznego 2017/2016 liczba wyjazdów była przynajmniej o 10% wyższa niż rok wcześniej<sup>4</sup>.



Także 2018 r. zapowiada się bardzo dobrze. Na początku 2018 r. skumulowana liczba wyjazdów sprzedanych na sezon od 1 listopada 2017 r. do 31 października 2018 r. wzrosła o 30% w porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku turystycznego. Odnotowano także wzrost liczby wyjazdów lotniczych o 33,3%<sup>5</sup>.

W tym okresie największym powodzeniem wśród Polaków cieszyły się wyjazdy do:

- Grecji (21,0%<sup>6</sup>),
- Turcji (13,9%),
- Hiszpanii (11,6%),
- Egiptu (9,0%),
- Włoch (5,8%),
- Bułgarii (5,7%).

Jednocześnie zmieniły się kierunki turystycznych podróży Polaków. W ogólnej liczbie wyjazdów spadła liczba wycieczek do Hiszpanii (-18,6%) i Portugalii (-23,4%). Wzrosło natomiast zainteresowanie takimi kierunkami, jak: Egipt (+117,4%), Włochy (+8,4%) i Bułgaria (+26,0%). Warte odnotowania jest także rosnąca popularność Albanii (+60,3%).

Zdaniem analityków Instytutu TravelData na dynamiczny wzrost sprzedaży, jak i na zmianę w kierunkach podróżowania wpływ mają m.in. programy społeczne powodujące przepływy pieniężne do obszarów tzw. Polski B oraz generalne przyspieszenie rozwoju kraju skutkujące szybkim wzrostem niższych wynagrodzeń i spadkiem stopy bezrobocia. Czynniki te spowodowały ponadprzeciętny wzrost popytu, w szczególności na towary i usługi z nieco wyższej półki, w tym na dostępne cenowo propozycje biur podróży (np. do Egiptu). Informacje pochodzące z PZOT wskazują, że ceny wycieczek sprzedawanych na sezon 2018 r. w niektórych kierunkach nieco spadły, na co wpływ miały niewątpliwie umocnienie się polskiej waluty oraz spadek cen biletów lotniczych. Ponadto konkurencyjność cenowa wycieczek do niektórych krajów znacznie wzrosła z uwagi na dewaluację ich waluty. Tak było np. w przypadku Egiptu i Turcji. Z drugiej strony rosnący popyt hamował obniżki cen wycieczek.

Udział poszczególnych środków transportu w zorganizowanych imprezach turystycznych przedstawiał się następująco:

- podróże lotnicze – 83,2%,
- podróże własnym transportem – 10,6%,
- wycieczki autobusowe – 6,2%.

Coraz większa dominacja w sprzedaży wycieczek samolotowych wynika nie tylko ze wzrostu znaczenia wygody jako czynnika decydującego o wyborze oferty, lecz także ze wzrostu konkurencji wśród przewoźników lotniczych. Na polskim rynku pojawili

<sup>4</sup> Źródło: Polski Związek Operatorów Turystyki, Weekly Report 39/2017 i 40/2017

<sup>5</sup> Źródło: Polski Związek Operatorów Turystyki, Weekly Report 1/2018

<sup>6</sup> Procent liczby klientów, którzy wykupili wycieczki w danym kierunku w całkowitej liczbie sprzedanych wycieczek

się nowi przewoźnicy czarterowi. Ponadto na rynku ścierają się tanie linie lotnicze oraz przewoźnicy regularni. Przekłada się to na więcej dostępnych połączeń i niższe ceny przelotów.

#### Otoczenie konkurencyjne

W 2016 r. pięć największych biur podróży w Polsce (Itaka, Rainbow Tours S.A., TUI, Grecos Holiday i Coral Travel Wezyr Holidays)<sup>7</sup> miało wspólnie ponad 70% udziału w rynku zorganizowanej zagranicznej turystyki wyjazdowej<sup>8</sup>.

Organizatorów wyjazdów działających na polskim rynku można podzielić na dwie grupy –zapewniających pełną i zróżnicowaną ofertę (np. Itaka, Rainbow Tours, TUI Poland) oraz skoncentrowanych tylko na wybranych destynacjach (np. Grecos Holiday czy Coral Travel Wezyr Holidays).

W ostatnich latach pozycję największego organizatora turystyki wyjazdowej w Polsce utrzymuje Biuro Podróży Itaka. W 2016 r. przychody Itaki wyniosły 1 779,7 mln zł i były o 9,8% wyższe niż w poprzednim roku. Szacuje się, że jej udział w przychodach ze sprzedaży imprez turystycznych całej branży wyniósł ponad 30%. Biuro oferuje szeroką i zróżnicowaną pod każdym względem paletę produktów w konkurencyjnych cenach. Pod koniec 2016 r. Itaka posiadała 171 placówek własnych biur i działy call center. Współpracowała z 1224 agentami. W 2016 r. zatrudniała średnio 385 pracowników<sup>9</sup>. W 2016 r. touroperator kupił znane czeskie biuro podróży Cedok.

TUI Poland Sp. z o.o. jest częścią największego europejskiego koncernu turystycznego TUI Group. W 2016 r. TUI osiągnęło w Polsce przychody na poziomie 879,1 mln zł (wzrost o 12,1% w relacji do 2015 r.). W 2013 r. skupiło się na sprzedaży przez internet i call center oraz stworzeniu własnej sieci sklepów, a liczbę współpracujących agentów ograniczyło o dwie trzecie. Biuro kładzie duży nacisk na rozwój rentownej oferty wyjazdów egzotycznych, a także częściowo dostosowuje swoje produkty i kanały dystrybucji do nowych klientów z mniejszych miast i miejscowości (tańsze hotele trzygwiazdkowe, częściowy powrót do współpracy z biurami agencyjnymi). Pod koniec 2016 r. TUI posiadało 103 oddziały własne i franczyzowe oraz 450 biur agencyjnych. Średnie zatrudnienie w spółce dystrybucyjnej kształtowało się na poziomie 84 pracowników<sup>10</sup>.

Grecos Holiday Sp. z o.o. specjalizuje się w obsłudze wyjazdów do Grecji i zajmuje w tym zakresie pozycję wicelidera (2. miejsce po Itace). W 2016 r. przychody biura z działalności turystycznej wyniosły 409,1 mln zł i wzrosły o 17,5% względem poprzedniego roku – biuro to skorzystało na zmianie kierunków podróżowania Polaków i wzroście zainteresowania Grecją. Spółka stopniowo poszerza ofertę produktów o nowe wyspy oraz zwiększa katalog imprez objazdowych. Grecos Holiday opiera działalność na systemie agencyjnym – ma 1 oddział własny i 1950 biur agencyjnych. Ponieważ Grecos Holiday specjalizuje się w organizacji imprez turystycznych do Grecji, nie jest zbyt narażone na konkurencję tanich linii (a nawet może być dla nich przez jakiś czas atrakcyjnym partnerem), co sprawia, że również jego długoterminowe ryzyko niestabilności jest niewielkie. Choć z drugiej strony spółka ta może być narażona na ryzyko związane z niespodziewanymi wydarzeniami, które znacznie ograniczą zainteresowanie klientów tym krajem. Na koniec 2016 r. Grecos Holiday zatrudniało 74 pracowników<sup>11</sup>.

Coral Travel Wezyr Holidays należy do dużej tureckiej grupy turystycznej OTI Holding z siedzibą w Stambule, dla której kluczowym rynkiem jest Rosja. W poprzednich latach touroperator koncentrował ofertę na organizacji wyjazdów do Turcji, a także do Egiptu. Wydarzenia sezonu turystycznego w 2015 r. spowodowały duży spadek liczby turystów na tych kierunkach, który w 2016 r. jeszcze się pogłębił. W 2016 r. przychody Coral Travel Wezyr Holidays ze sprzedaży imprez turystycznych wyniosły 273,5 mln zł (spadek o 34,7% w porównaniu z 2015 r.). W ostatnich sezonach touroperator wprowadzał do oferty nowe kierunki. W sprzedaży bazuje głównie na sieci agentów, ale rozwija również sieć firmowych salonów sprzedaży, choć czyni to w ograniczonym zakresie. Potencjalnie niestabilna sytuacja w północnej Afryce i Turcji wiąże się dla touroperatora z ryzykiem biznesowym<sup>12</sup>.

Tabela 2. Ranking liderów turystyki wyjazdowej w Polsce<sup>13</sup>

L.p.	Biuro podróży	Przychody z imprez turystycznych (w mln zł)	
		2017	2016
1.	Itaka	2 151,30	1 779,70
2.	TUI Poland	1 376,90	879,07
3.	Rainbow Tours	1 275,00	1 044,94
4.	Grecos Holiday	494,50	409,13

<sup>7</sup> Zgodnie z danymi z KRS nazwa spółki to Coral Travel Poland Sp. z o.o. jednak nazwa używana przez tę firmę w celach marketingowych to Coral Travel Wezyr Holidays.

<sup>8</sup> Źródło: 32 liderów turystyki wyjazdowej – ratingi i ranking, „Rzeczpospolita”, 24 kwietnia 2017 r.

<sup>9</sup> Tamże.

<sup>10</sup> Tamże.

<sup>11</sup> Tamże.

<sup>12</sup> Tamże.

<sup>13</sup> Źródło: Największe biura podróży 2017 roku – Itaka, TUI, Rainbow, turystyka.rp.pl, kwiecień 2018 r.

L.p.	Biuro podróży	Przychody z imprez turystycznych (w mln zł)	
		2017	2016
5.	Wezyr Holidays	395,70	273,48
6.	Neckermann	245,00	242,55
7.	Net Holiday	133,40	100,99
8.	EXIM Tours	126,50	84,41
9.	Grupa Almatour	65,00	60,12
10.	Logos Tour	60,20	55,07

### 1.1.5. Główne tendencje i czynniki mające wpływ na rozwój branży i Spółki

Potencjał rozwoju rynku turystyki wyjazdowej w Polsce jest znaczny, co wynika przede wszystkim z:

- dobrych perspektyw rozwojowych polskiej gospodarki. Narodowy Bank Polski prognozuje, że w 2018 r. PKB wzrośnie w Polsce o 3,6%, a w kolejnym roku – o 3,3%<sup>14</sup>. Głównym motorem wzrostu pozostanie indywidualne spożycie dóbr stymulowane przez korzystną sytuację na rynku pracy (dalszy spadek bezrobocia i wzrost płac minimalnych oraz optymistyczne nastroje konsumentów).
- Przewidywanego umocnienia się polskiej waluty, zwłaszcza w relacji do dolara amerykańskiego.
- Ustabilizowania się cen ropy naftowej na dotychczasowym poziomie, co będzie efektem równoważenia umiarkowanego wzrostu globalnego popytu i oczekiwanego zwiększenia wydobycia ropy w Stanach Zjednoczonych.
- Niskiego udziału osób uczestniczących w imprezach turystycznych w ogóle ludności. W Polsce w zorganizowanych imprezach turystycznych uczestniczy 4% ogółu społeczeństwa, podczas gdy np. w Niemczech wskaźnik ten wynosi 16-19%, a w Czechach sięga ponad 8%.

Długotrwały trend wzrostowy może zostać zakłócony przez następujące zdarzenia:

- zmianę sytuacji geopolitycznej i ewentualne zamachy terrorystyczne w różnych częściach świata, które wpłyną na decyzje wyjazdowe Polaków i kierunki ich podróży, szczególnie w okresie następującym bezpośrednio po wydarzeniu;
- niekorzystne warunki pogodowe, które nie zostały przewidziane z wyprzedzeniem i oddziałują na decyzję o wyjeździe w perspektywie kilku tygodni;
- wydarzenia sportowe o dużym znaczeniu (np. mistrzostwa w piłce nożnej) – doświadczenia lat poprzednich wskazują, że mają one negatywny wpływ na liczbę wyjazdów turystycznych.

### 1.2. Główne cele strategiczne, misja i wartości

Misją Rainbow Tours S.A. jest wspólne i ciągłe poznawanie zmieniających się wakacyjnych marzeń klientów i spełnianie ich w stu procentach.

Głównym celem Spółki jest stworzenie najlepszego biura podróży w Polsce, którego renomę uznają wszyscy Polacy. Nazwa Rainbow Tours ma być synonimem jakości, rzetelności i doświadczenia pracowników. Oprócz tego powinna się kojarzyć ze stuprocentową satysfakcją z wakacji i poznawania prawdziwego oblicza odwiedzonych miejsc.

Strategia Rainbow Tours S.A. na 2018r. i kolejne lata zakłada konsekwentną budowę silnej i rozpoznawalnej marki „Rainbow” na rynku masowym oraz silnej Spółki, której działanie obejmie wszystkie aspekty rynku turystycznego.

Główne instrumenty realizacji tej strategii to:

- Zróżnicowana oferta wyjazdów turystycznych skierowana przede wszystkim do masowego klienta. Będzie ona uzupełniana o nowe destynacje w zależności od panujących trendów. Jednocześnie rozwijany będzie segment organizacji wyjazdów służbowych, integracyjnych oraz na kongresy.
- Wielokanałowy własny system sprzedaży. Obok sieci salonów firmowych na znaczeniu ma zyskać sprzedaż w call center i internecie. Wzrost udziału kanałów własnych w strukturze sprzedaży pozwoli bowiem relatywnie obniżyć jej koszty i zachować pełną kontrolę nad jej jakością i formą.
- Rozwój nowych technologii, w tym własnego systemu rezerwacyjnego.

<sup>14</sup> Źródło: Raport o inflacji, NBP, listopad 2017.

- Budowa sieci hotelowej w Grecji. Drugi hotel Grupy Kapitałowej Rainbow Tours na wyspie Zakynthos ma zostać oddany do użytku w 2019 r. Spółka analizuje także możliwości wdzierzawienia hoteli na potrzeby swej działalności. Rozwój sieci hotelowej pozwoli na wygenerowanie wyższej marży.
- Wejście z ofertą turystyczną na rynki sąsiednich krajów. W ramach oferty Lato 2018 przygotowano specjalną propozycję dla mieszkańców Litwy, obejmującą cotygodniowe loty czarterowe z Wilna do Salonik oraz opiekę rezydenta mówiącego po litewsku.
- Optymalizacja zatrudnienia i kosztów, m.in. przez koncentrację działalności w siedzibie spółki dominującej.
- Konsolidacja rynku czarterów (przez spółkę zależną Bee & Free Sp. z o.o.), tak by z zyskiem odsprzedawać bilety mniejszym touroperatorom.
- Wypełnienie miejsc w czarterowanych samolotach, gdyż ich sprzedaż w znaczącej mierze determinuje rentowność całej imprezy turystycznej.
- Efektywna polityka walutowa mająca wpływ na finansowanie rozwoju.

Pewnym zagrożeniem dla rozwoju Spółki może być ograniczenie handlu w niedziele od marca 2018 r. Po zmianach w ostatnich latach znaczna część placówek własnych Rainbow Tours jest zlokalizowana w dużych centrach handlowych. W momencie publikacji oświadczenia firmie jest w stanie precyzyjnie określić, jak istotne jest to ryzyko, m.in. wobec braku możliwości oszacowania ewentualnej zmiany zachowań klientów.

### 1.3. Łańcuch wartości

Łańcuch wartości Rainbow Tours S.A.:



Na łańcuch wartości Rainbow Tours S.A. składają się następujące główne procesy:

#### Przygotowanie oferty na kolejny sezon turystyczny

Spółka dba o stworzenie oferty, która przekona klientów do wybrania się na wakacje z Rainbow Tours S.A. Za przygotowanie oferty na kolejny sezon odpowiada Dział Produktu. W trakcie tych prac wykorzystywane są: wyniki sprzedaży poprzedniej oferty, informacje o zmianach preferencji klientów w zakresie kierunków podróży (w tym wynikające ze zdarzeń geopolitycznych), analiza reklamacji, dane o atrakcjach turystycznych oferowanych na danym rynku, wyniki podróży studyjnych oraz wiadomości o działaniach konkurencyjnych biur podróży.

W przypadku wprowadzenia do oferty nowego produktu brana jest pod uwagę atrakcyjność danego miejsca na innych rynkach oraz dla polskiego rynku. Szczegółowe sprawdzenie wybranej destynacji zleca się Destination Management Company (dalej DMC). DMC to termin oznaczający biuro obsługujące touroperatorów w danym miejscu. Zajmuje się m.in. organizacją wycieczek oraz planowaniem i prowadzeniem imprez towarzyszących. DMC pomaga w znalezieniu hotelu, wynajęciu restauracji, organizacji transportu, wycieczek, imprez tematycznych itp. DMC dobrze zna lokalny rynek i miejscowe zasoby, dzięki czemu jest w stanie zapewnić preferencyjne stawki. Umowy z hotelami podpisane są bezpośrednio przez Spółkę, DMC odpowiada natomiast za transport i wycieczki w danej destynacji. Zaangażowanie DMC w przygotowanie nowego produktu może sięgnąć około 95%. Z czasem rola Spółki na lokalnym rynku rośnie, co w znacznym stopniu zmniejsza zakres współpracy z DMC. Rainbow Tours S.A. zawsze weryfikuje licencje turystyczne DMC.



Przygotowując szczegółowy plan imprezy, zwraca się uwagę na logistyczne rozplanowanie poszczególnych punktów programu. Powinny być ułożone w odpowiedniej kolejności, aby uczestnicy się nie zmęczeni i mogli jak najpełniej skorzystać z wycieczki. Dąży się także do zoptymalizowania tras przejazdowych. Ustalając cenę nowej wycieczki, porównuje się ją z ceną zbliżonych ofert (w zakresie kategorii hoteli i zakresu programu).

## **Marketing**

Spółka przygotowuje co roku kilka katalogów ze swoją ofertą. W 2017 r. przygotowano m.in. następujące katalogi: Lato 2018 Zwiedzanie (2 katalogi), Lato 2018 Wypoczynek (3 katalogi), Egzotyka 2017/2018, Zwiedzanie i Wypoczynek (2 katalogi) oraz Narty i Sylwester 2017/2018 (1 katalog). Są one dostępne dla klientów w formie papierowej w biurach sprzedaży oraz na stronie internetowej firmy. Informacje o ofercie na kolejny sezon oraz o zawartych w niej nowościach podawane są w komunikatach dla mediów. Firma uczestniczy także w targach turystycznych. W 2017 r. brała udział m.in. w 25. edycji Międzynarodowych Targów Turystycznych TT Warsaw.

## **Sprzedaż**

Sprzedaż oferowanych wyjazdów odbywa się w salonach własnych, za pośrednictwem sieci agencyjnej, przez własny call center i stronę internetową.

Spółka dba o wysokie standardy obsługi klienta w oddziałach Rainbow Tours. Dotyczą one wyglądu biura i witryny, prezencji pracowników, przebiegu obsługi klienta oraz kontaktu posprzedażowego z klientem. Obecnie trwają prace nad budową systemu zarządzania relacjami z klientami (Customer Relationship Management – CRM). Będzie to ważny element budowy lojalności klientów wobec Rainbow Tours S.A., która z kolei wpłynie na wzrost sprzedaży imprez turystycznych dotychczasowym klientom.

31 grudnia 2017 r. sieć sprzedaży Rainbow Tours S.A. składała się z:

- 149 biur, w tym 48 biur franczyzowych,
- 1300 punktów agencyjnych,
- call center i własnej strony internetowej,
- wycieczkowych portali internetowych.

W Czechach, na Słowacji i na Litwie Rainbow Tours S.A. oferuje swoje produkty poprzez generalnych przedstawicieli, którzy tworzą sieć biur subagencyjnych. Generalny przedstawiciel ponosi pełną odpowiedzialność za swoich subagentów.

## **Realizacja oferty**

Proces realizacji usługi zależy od rodzaju wybranej oferty, która może się składać z wycieczki objazdowej lub stałego pobytu. Na realizację oferty składają się:

- Dojazd – zaczyna się od momentu spotkania na lotnisku lub parkingu z przedstawicielem biura. Firma trzyma się szczegółowych procedur określających przebieg tych spotkań. Przeloty odbywają się wyczerowanymi samolotami, w tym dreamlinerem PLL LOT-u, albo samolotami rejsowymi.

Rainbow Tours S.A. oferuje swoim klientom także wycieczki objazdowe. Programy wycieczek zaplanowane są tak, by punkty programu dawały możliwość zwiedzenia jak najwięcej, nie męcząc przy tym uczestników. Dąży się także do zoptymalizowania tras przejazdowych.

- Zakwaterowanie – obiekty hotelowe, w których zostają zakwaterowani uczestnicy imprez turystycznych, są dokładnie sprawdzone, gdyż często to hotel istotnie wpływa na decyzję klientów o dokonaniu rezerwacji. Na klientów wyjazdów wypoczynkowych czekają rezydenci odpowiedzialni za opiekę podczas pobytu. W części hoteli pracują także z ramienia Rainbow Tours S.A. animatorzy czasu wolnego.
- Opieka personelu – w trakcie imprezy klienci są objęci opieką ze strony rezydenta/pilota. Każdy z rezydentów/pilotów jest zaopatrzonego w Elektroniczną Teczke Pilota zawierającą niezbędne informacje, takie jak: kontakt do pracowników odpowiedzialnych za dany wyjazd; spis dokumentów, którymi powinien dysponować uczestnik wycieczki; wiadomości o sposobie odpraw on-line i tradycyjnych; warunki umów; dane o posiadanym ubezpieczeniu; opis postępowania w przypadku zagubienia lub zniszczenia bagażu oraz zgłaszania reklamacji przez klienta. Ważnym elementem każdej imprezy jest przekazanie wyczerpującej i ciekawej wiedzy na temat zwiedzanego miejsca.

Rainbow Tours S.A. przykładą dużą wagę do pozyskania pilotów wycieczek, którzy są pasjonatami podróży i pracy w turystyce, mają odpowiednią wiedzę oraz są zaangażowani w to, co robią. W celu ułatwienia zwiedzenia klienci otrzymują załączniki zawierające informacje na temat kultury i norm obowiązujących w danym kraju oraz bezprzewodowe słuchawki zapewniające słuchanie przewodnika/pilota (Tour Gate System – TGS). Za organizację transportu i wycieczek fakultatywnych odpowiadają DMC, przy czym w niektórych przypadkach biuro może przejąć podwykonawców od DMC i bezpośrednio zlecać

im określone usługi. W trakcie objazdów brane są pod uwagę także nadzwyczajne prośby klientów i – jeśli to możliwe – koryguje się plany wycieczek, tak aby klient mógł dotrzeć do miejsca, które bardzo chciał odwiedzić.

### **Obsługa posprzedażowa**

Na zakończenie każdej imprezy turystycznej uczestnicy otrzymują do wypełnienia ankietę, w której oceniają swój pobyt, hotel, transport, pracę rezydenta i pilota. Rainbow Tours S.A. posiada Dział Kontroli Jakości i Obsługi Reklamacji. Wszystkie reklamacje powinny być rozpoznane do 30 dni od dnia wpłynięcia do Biura, a w razie złożenia reklamacji na ręce pilota lub rezydenta w trakcie imprezy turystycznej – w ciągu 30 dni od zakończenia wyjazdu. Brak terminowej odpowiedzi na reklamację oznacza automatyczne uznanie jej za uzasadnioną.

#### **1.4. Pozostałe informacje**

Opis modelu biznesowego Rainbow Tours S.A. został opracowany na podstawie dokumentów wewnętrznych, w tym dokumentów i procedur obowiązujących w Spółce.

W 2017 r. nie zaszyły istotne zmiany w modelu biznesowym Spółki. Warto jednak wskazać, że począwszy od stycznia 2017 r. sprzedaż wyjazdów typu incentive została wyłączona do spółki celowej i obecnie jest realizowana przez spółkę Rainbow Incentive & Incoming Sp. z o.o.

19 marca 2018 r. Walne Zgromadzenie Rainbow Tours S.A. oraz Zgromadzenie Wspólników „Rainbow Tours – Biuro Podróży” Sp. z o.o. wyraziły zgodę na plan połączenia i połączenie spółki Rainbow Tours S.A. jako spółki przejmującej ze spółką „Rainbow Tours – Biuro Podróży” Sp. z o.o. jako spółką przejmowaną. Plan połączenia został uzgodniony przez Zarządy Spółki Przejmującej i Spółki Przejmowanej 15 lutego 2018 r. Na dzień sporządzenia niniejszego oświadczenia trwa postępowanie w sprawie rejestracji połączenia w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego.

Na mocy uchwały z dnia 4 kwietnia 2018 r. Zarząd Spółki postanowił o realizacji procesu połączenia spółek zależnych wchodzących w skład Grupy Kapitałowej Rainbow Tours S.A., tj. spółek zależnych prawa greckiego, tj.: (i) spółki prawa greckiego pod firmą White Olive A.E. z siedzibą w Atenach (Grecja) – jako spółki przejmującej oraz (ii) spółki prawa greckiego pod firmą Rainbow Hotels A.E. z siedzibą w Atenach (Grecja) – jako spółki przejmowanej. Na dzień sporządzenia niniejszego oświadczenia trwa postępowanie w przedmiocie realizacji przedmiotowego procesu połączenia.

## **2. OPIS POSZCZEGÓLNYCH POLITYK, PROCEDUR NALEŻYTEJ STARANNOŚCI ORAZ REZULTATÓW ICH STOSOWANIA**

### **2.1. Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju**

Rainbow Tours S.A. realizuje swoją misję, którą jest zabieranie polskich turystów w najpiękniejsze i najciekawsze zakątki świata w duchu zrównoważonego rozwoju. Od momentu powstania firmy kluczowym założeniem jest budowanie nowoczesnej, prężnie działającej organizacji, zdolnej skutecznie działać zarówno lokalnie, jak i globalnie, zrzeszającej ludzi podzielających wspólne wartości, by tworzyć produkty wysokiej jakości, przynoszące klientom nie tylko chwilą przyjemność płynącą z podróży, ale również wspomnienia i wrażenia, które pozostaną w nich na zawsze. Działając w taki sposób Spółka dąży do minimalizacji negatywnego wpływu na otoczenie, to najbliższe, ale również to dalekie, które znajduje się w sferze oddziaływania Spółki jako konsekwencja obecności jej klientów.

Spółka w swoich działaniach odnosi się m.in. do Celów Zrównoważonego Rozwoju (ang. Sustainable Development Goals – SDGs), które zostały ogłoszone w 2015 r. podczas szczytu Agendy Zrównoważonego Rozwoju 2030 Organizacji Narodów Zjednoczonych w Nowym Jorku. Podmioty, takie jak Rainbow Tours S.A., działające na niemal wszystkich kontynentach mają możliwość wyznaczania szczegółowych celów z zakresu niemal wszystkich wyzwań globalnych. Szczególnie istotne w zakresie działalności Spółki, w kontekście posiadanych polityk, są poniższe Cele Zrównoważonego Rozwoju:



- **Cel 8.:** Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywnie zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi.



- **Cel 10.:** Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami.
- **Cel 12.:** Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji.
- **Cel 14.:** Ochrona oceanów, mórz i zasobów morskich oraz wykorzystywanie ich w sposób zrównoważony.
- **Cel 15.:** Ochrona, przywrócenie oraz promowanie zrównoważonego użytkowania ekosystemów lądowych, zrównoważonego gospodarowania lasami, zwalczanie pustynnienia, powstrzymanie i odwracanie procesu degradacji gleby oraz powstrzymanie utraty różnorodności biologicznej.

Opisy roli Spółki w kontekście poszczególnych celów zawarte są w kolejnych punktach poświęconych poszczególnym obszarom polityk. Spółka posiada spisane polityki działań w kluczowych obszarach aspektów niefinansowych, tzn. w zakresie:

- zagadnień społecznych,
- zagadnień pracowniczych,
- poszanowania praw człowieka,
- różnorodności,
- środowiska naturalnego,
- przeciwdziałania korupcji.

Szczegółowy opis każdej z polityk, przedstawiony na kolejnych stronach, zawiera cele Spółki dotyczące poszczególnych tematów w ujęciu lokalnym i tam, gdzie jest to możliwe, również globalnym; a także opis procedur należytej staranności, działań i rezultatów tych działań. Realizacji celów zdefiniowanych w poszczególnych politykach, przyświeca chęć Spółki do kierowania się w tym procesie założeniami świadomej i odpowiedzialnej turystyki.

Istotnym aspektem odpowiedzialności Rainbow Tours S.A. za otoczenie jest aktywny udział w debacie branżowej, wyrażany poprzez członkostwo w kluczowych podmiotach i stowarzyszeniach:

- Polskiej Izbie Turystyki (PIT), tj. największej ogólnopolskiej organizacji samorządu gospodarczego przemysłu turystycznego w Polsce. Do najważniejszych zadań Izby należy wypełnianie jej obowiązków statutowych, lobbing na rzecz rozwoju przemysłu turystycznego w Polsce, ochrona interesów branży turystycznej oraz reprezentowanie interesów gospodarczych podmiotów zrzeszonych w PIT, dbanie o rozwój polskiego przemysłu turystycznego, jego konkurencyjność na rynkach zagranicznych, upowszechnianie nowoczesnych technologii znajdujących zastosowanie w turystyce oraz zasad etyki w działalności biznesowej. Członkami Polskiej Izby Turystyki są najważniejsze i największe: biura podróży, agencje turystyczne, towarzystwa ubezpieczeniowe, wyższe szkoły

turystyczne, znani przewoźnicy, gestorzy bazy noclegowej, atrakcji turystycznych i kulturalnych, korporacje targowe, a także inni przedstawiciele szerokiej reprezentacji branży turystycznej.

- Polskim Związku Organizatorów Turystyki (PZOT), tj. organizacji pracodawców, której podstawowym celem i zadaniem jest ochrona, obrona praw, dóbr osobistych i reprezentowanie interesów, w tym gospodarczych, organizatorów turystyki i pośredników turystycznych wobec organów władzy i administracji rządowej, organów samorządu terytorialnego, gospodarczego, zawodowego, związków zawodowych lub innych organizacji, w tym społecznych, gospodarczych lub zawodowych. Pan Grzegorz Baszczyński – Prezes Zarządu Rainbow Tours S.A. pełni funkcję Członka Zarządu PZOT. Rainbow Tours S.A. jest członkiem założycielem Związku.

W ramach rozwoju odpowiedzialnej turystyki i zarządzania CSR i zrównoważonym rozwojem Spółka planuje rozszerzyć działania edukacyjne skierowane do własnych klientów – jako, iż jest to kluczowy aspekt wpływu Spółki na otoczenie. W 2018 roku planowane jest uruchomienie nowej zakładki na stronie internetowej r.pl zawierającej przykłady i zasady odpowiednich i odpowiedzialnych zachowań turystów zarówno w podróży, jak i podczas korzystania z bazy hotelowej, bądź atrakcji lokalnych na destynacjach. Dodatkowo Spółka planuje opracować i sukcesywnie wprowadzać – zwłaszcza dla programów wycieczek objazdowych – krótkie poradniki odpowiedzialnego zachowania, dedykowane poszczególnym destynacjom, wzbogacone o informacje i ciekawostki o odwiedzanych miejscach. Planowane jest również stworzenie zestawu zagadnień, na które piloci i rezydenci powinni zwracać uwagę w kontekście odpowiedzialnej turystyki.

## **2.2. Niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością Rainbow Tours S.A.**

Rainbow Tours S.A. w ramach prac nad Oświadczeniem na temat danych niefinansowych dokonała analizy i wyboru kluczowych niefinansowych wskaźników efektywności w poszczególnych obszarach polityk. W punkcie 4 Zasady, na podstawie których sporządzono skonsolidowane oświadczenie na temat informacji niefinansowych Spółka prezentuje kluczowe wybrane wskaźniki niefinansowe, których wybór został dokonany z wykorzystaniem międzynarodowych Wytycznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju – Global Reporting Initiative, wersja Standards, wraz z informacją, w którym miejscu Oświadczenia dany wskaźnik został opisany oraz czy został zaraportowany w całości czy częściowo.

Jednym z kluczowych obszarów wskaźników niefinansowych, wynikającym ze specyfiki modelu biznesowego Spółki, jest obszar zarządzania kapitałem ludzkim. Wśród kluczowych wskaźników zdefiniowanych w tym zakresie należy wymienić dane liczbowe i statystyczne nt. całkowitej liczby pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć, w tym również na pracowników nadzorowanych, a także całkowitą liczbą pracowników oddziałów sprzedaży zatrudnionych w podziale na regiony. Równie istotne dla Spółki są dane nt. różnorodności, satysfakcji i rozwoju pracowników mierzone m.in. poprzez wskaźniki takie jak:

- liczba osób zatrudnionych w wyniku rekomendacji pracowniczych,
- procent pracowników podlegających ocenie „180 stopni”,
- zniżki pracownicze na wyjazdy wakacyjne oraz punkty lojalnościowe umożliwiające takie zniżki,
- poziom dostępności szkoleń w systemie e-learning (liczba dostępnych modułów szkoleniowych),
- ewentualne zgłoszenia przypadków dyskryminacji i sposób postępowania z nimi
- korzystanie z pracowników z urlopów macierzyńskich, rodzicielskich i wychowawczych
- funkcjonowanie zapisów i regulacji antykorupcyjnych

W zakresie ochrony środowiska Spółka systematycznie wprowadza rozwiązania mające na celu poprawę efektywności energetycznej w zakresie administracji budynkami, aczkolwiek w odniesieniu do budynków w Polsce dysponuje wyłącznie danymi za 2016 rok na podstawie zrealizowanego audytu energetycznego.

Zaangażowanie społeczne w wydaniu Spółki oznacza zarówno uczestnictwo w lokalnych działaniach społecznych, gdzie lokalny oznacza zarówno Łódź, jak i poszczególne destynacje, jak również udział w rozwoju kompetencji pracowników branży turystycznej. Kluczowe wskaźniki niefinansowe w tym zakresie odnoszą się do działań Akademii Rainbow zarządzanej przez osobną Spółkę Grupy Rainbow Tours i zostały opisane w Oświadczeniu nt. danych niefinansowych Grupy..

Wszystkie wskaźniki zostały szczegółowo opisane w punkcie 2.3. poniżej, w ramach opisów poszczególnych obszarów polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania.

## **2.3. Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania**

### **2.3.1. Zagadnienia społeczne**

Zaangażowanie społeczne Rainbow Tours S.A. ma na celu budowę silnej, stabilnej i pozytywnie odbieranej organizacji, chętnie wykorzystującej kreatywność i innowacyjność swoich pracowników. Świadcząc usługi turystyczne na całym świecie, Spółka chce być obecna w świadomości członków lokalnych społeczności, na których ma wpływ jej działalność. Korzystając z jej zasobów naturalnych i kapitału ludzkiego, Spółka chce robić to w sposób świadomy i odpowiedzialny. Spółka pragnie również

wykorzystywać szanse, jakie daje jej obecność na niemal wszystkich kontynentach świata, aby przyczynić się do poprawy warunków życia odwiedzanych społeczności.

Spółka uznaje również za istotne wpisywanie się poprzez swoje działania z zakresu zaangażowania społecznego w następujące Cele Zrównoważonego Rozwoju:

- Cel 8.: Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi.
- Cel 10.: Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami.
- Cel 12.: Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji.

### **Obszary zaangażowania społecznego**

Rainbow Tours S.A. poprzez swoją działalność chce kreować pozytywne zmiany zarówno lokalnie, jak i globalnie. Prowadząc swoją działalność, na co dzień Spółka musi uwzględniać warunki prawne, środowiskowe, a także społeczne. Chcąc działać odpowiedzialnie, ze szczególną uwagą Spółka podchodzi do tematów zaangażowania społecznego, upatrując w tym również ważny czynnik budowy spójnej i stabilnej kultury organizacyjnej.

Będąc podmiotem z siedzibą w Łodzi Rainbow Tours S.A. dąży do wzmocnienia obecności na mapie społecznego zaangażowania w swoim najbliższym otoczeniu. Spółka chce realnie działać i pomagać, wspierać istniejące już inicjatywy, ale również inicjować lokalne projekty, korzystając z chęci angażowania się jej pracowników. Spółka chce wykorzystywać ich potencjał i kreatywność, by stawać się realnym i pomocnym partnerem w działaniach społecznych, które podejmują. Dotyczy to działań prowadzonych nie tylko w Polsce, ale również za granicą. Spółka pozostaje więc otwarta na sugestie i pomysły pracowników, pilotów, animatorów, rezydentów, którzy pracując w różnych miejscach na świecie i dobrze znają realia, możliwości oraz potrzeby lokalnych społeczności.

Dążąc do podnoszenia kwalifikacji przyszłych pracowników i odpowiadając na potrzeby rynku, Rainbow Tours S.A. dąży również do ciągłego zwiększania liczby młodzieży i dorosłych, którzy mają odpowiednie umiejętności, w tym umiejętności techniczne i zawodowe, pozwalające na znalezienie zatrudnienia w turystyce bądź podjęcie własnej działalności gospodarczej. Postrzegając edukację jako klucz do sukcesu, Spółka stawia sobie za cel podnoszenie jakości kształcenia przyszłych i obecnych kadr.

Z uwagi na skalę działalności Spółki podzielono politykę zaangażowania społecznego na trzy obszary będące bezpośrednio odzwierciedleniem geograficznej bliskości i stopnia zaangażowania:

- **Dobre sąsiedztwo:** zaangażowanie w regionie Łodzi – to tutaj Spółka ma swoją siedzibę, tu chce pomagać i zmieniać rzeczywistość.
- **Dobry pracodawca:** kształcenie kadr branży turystycznej – stojąc w obliczu wyzwania, jakim jest pozyskanie i utrzymanie wartościowych pracowników, Spółka stworzyła unikalny projekt szkoleniowo-rekrutacyjny zarządzany przez osobną Spółkę Grupy Rainbow Tours – Akademię Rainbow, dzięki czemu Spółka aktywnie uczestniczy również w kształceniu i edukacji kadr dla branży oraz wspiera szkolnictwo zawodowe.
- **Lepszy świat:** wsparcie społeczności lokalnych – na co dzień klienci Spółki mają kontakt z setkami społeczności lokalnych na całym świecie, korzystając z zakwaterowania i atrakcji. Spółka chce zwiększać swój pozytywny wpływ w destynacjach, zarówno inicjując działania i projekty lokalne, jak też edukując klientów w zakresie świadomej i odpowiedzialnej turystyki.

### **Dobre sąsiedztwo: zaangażowanie w regionie Łodzi**

Jako firma zlokalizowana w Łodzi, a zarazem największy pracodawca branży turystycznej w regionie Rainbow Tours S.A. chce być postrzegana jako dobry sąsiad. Spółka dąży do stałej współpracy z wybranymi lokalnymi organizacjami pozarządowymi na zasadach partnerskich. Działania te opierają się na wsparciu finansowym, realizacji konkretnych potrzeb wytypowanych podmiotów, a także na zaangażowaniu na zasadach wolontariatu pracowników, aby wykorzystując swoje umiejętności, mogli spożytkować je w słusznym, wybranym przez siebie celu. Spółka chce tym samym stworzyć trwałe relacje z partnerami społecznymi i budować programy oparte na kompetencjach swoich pracowników. Równocześnie Spółka jest otwarta na oddolne działania i inicjatywy pracowników, wspiera ich i umożliwia zaangażowanie pozostałych osób z firmy w akcje, takie jak: prezenty gwiazdkowe czy na Dzień Dziecka, wsparcie potrzebujących i zwierząt. Ze względu na specyfikę i oddolny charakter tych projektów są one każdorazowo indywidualnie rozpatrywane.

Wiele z projektów inicjowanych jest oddolnie przez pracowników Spółki. Przykładem może tu być „PAKA DLA FUTRZAKA - Zbiórka dla futrzastych przyjaciół”, czyli projekt zbiórki karmy dla kotów będących pod opieką Fundacji KOTYLION. Fundacja pomaga również kotom bezdomnym, dla których nie ma miejsca w kociarni i zimą spędzają na ulicy czy w piwnicach. Dzięki wsparciu pracowników Spółki udało się w 2017 roku zebrać / zakupić: karmę (60,5 kg suchej karmy

(w tym 32 kg karmy weterynaryjnej, wysokiej jakości) oraz 36,3 kg mokrej karmy); 57,6 litrów żwirku oraz koce, poduszki i inne akcesoria (łącznie kilkadziesiąt sztuk).

Projektem podlegającym wsparciu lokalnemu jest też „Plaża w Manufakturze”. Spółka wspiera projekt już od 4 lat, będąc sponsorem głównym plaży. We współpracy z Centrum Handlowym Manufaktura Spółka finansuje zbudowanie i przygotowanie plaży na cały sezon; umieszczając reklamy marki Rainbow na terenie oraz zapewniając: leżaki dla odwiedzających, animatorów do zabaw dla dzieci oraz sprzęt sportowy do wypożyczenia. Spółka planuje rozszerzyć swoje zaangażowanie społeczne w rejonie Łodzi i okolic w 2018 roku i w tym zakresie podjęła już stosowne działania.

### **Dobry pracodawca: kształcenie kadr branży turystycznej**

Istotnym elementem zaangażowania społecznego Grupy, w której Spółką dominującą jest Rainbow Tours S.A. jest wspieranie szkolnictwa zawodowego w Polsce w branży turystycznej, podnoszenie jakości kształcenia poprzez tworzenie klas patronackich w szkołach średnich, a także wspieranie uczniów w kierunkach zgodnych z potrzebami pracodawców. Działania w tym obszarze są zarządzane przez osobną Spółkę Grupy i zostały opisane w Oświadczeniu nt. danych niefinansowych Grupy.

### **Lepszy świat: wsparcie społeczności lokalnych**

Branża turystyczna ma realne szanse oddziaływania w bardzo wielu obszarach. Dlatego realizując Cele Zrównoważonego Rozwoju, Rainbow Tours S.A. chce się angażować w działania na terenie destynacji, które odwiedzają jej turyści, starając się wpływać na pozytywne zmiany społeczne i środowiskowe. Spółka pragnie, aby działania te realnie przekładały się na podnoszenie poziomu życia lokalnych mieszkańców, zwiększanie szans dyskryminowanych społeczności lub ich członkom, ale również przyczyniały się do ochrony środowiska i zachowania piękna świata dla przyszłych pokoleń. Działania te Spółka stara się prowadzić we współpracy ze znajomymi lokalne realia i potrzeby organizacjami, wykorzystując również wiedzę i doświadczenie rezydentów, pilotów i animatorów.

Spółka dąży do tego, aby proponowane atrakcje pozwalały minimalizować negatywny wpływ na środowisko naturalne. Tworząc bądź wybierając atrakcje, w których główną rolę odgrywają zwierzęta lub lokalne społeczności (ludność rdzenna), Spółka stara się, aby ich realizacja wiązała się z zachowaniem należytego szacunku do ludzi, zwierząt i tradycji. W miarę możliwości Spółka dąży również do tego, aby tworzyć źródła dochodów dla lokalnych społeczności, nowe dziedziny usługowe, co może się przyczynić do wzrostu poziomu życia lokalnych mieszkańców oraz przysporzyć funduszy lokalnym władzom na cele związane z ochroną przyrody i promocją regionu.

Wpływ firmy na społeczności lokalne w dużej mierze wynika z zachowania turystów – klientów Spółki, stąd też Spółka chce zwiększać ich świadomość w zakresie odpowiedzialnej turystyki poprzez dostarczanie im rzetelnych, sprawdzonych informacji, praktycznych wskazówek i licznych przykładów dobrych praktyk, których wcielanie w życie daje szansę na zachowanie piękna naszej planety i trwania kultur odwiedzanych społeczności dla przyszłych pokoleń. Mając na uwadze to, że zachowania klientów są pochodną informacji i zachowania pracowników w destynacjach – kładziony jest również szczególny nacisk na odpowiednie kształcenie i uwrażliwianie pilotów i rezydentów, którzy stają się ambasadorami Spółki w pracy z klientami.

W ramach zaangażowania społecznego Spółka od 2012 roku nieustannie wspiera ekspedycje archeologiczne w Gruzji realizowane przez Instytut Archeologii Uniwersytetu Warszawskiego. W Gonio, na południe od Batumi, zespół badaczy odkrył łaźnie zbudowane i użytkowane przez rzymskie wojsko ok. 2 tysiące lat temu. Badania prowadzone są wewnątrz starożytnego fortu Apsaros wzniesionego przez Rzymian w 2. połowie I wieku n.e.

Wsparcie ze strony Rainbow Tours S.A. obejmowało w 2017 roku (podobnie, jak w latach ubiegłych):

- organizację na preferencyjnych warunkach 40 przelotów na trasie Warszawa - Batumi - Warszawa dla członków ekspedycji,
- ufundowanie tablicy z aktualnymi rezultatami badań i logami instytucji organizujących badania,
- sfinansowanie 45 koszulek polo dla uczestników prac archeologicznych z logami organizatorów i RAINBOW TOURS.

W minionych sezonach ekspedycja współpracowała z Spółką również m.in. poprzez oprowadzanie turystów biura po forcie Apsaros, gdzie prowadzone są badania. W 2018 roku planowana jest kontynuacja wsparcia ze strony Spółki.

Projektem wychodzącym poza powyżej zdefiniowane obszary zaangażowania społecznego Spółki jest „Rainbow pomaga spełniać dziecięce marzenia!” We współpracy z Fundacją Mam Marzenie organizowane są, sponsorowane przez Spółkę, wycieczki Marzycieli, którzy sami decydują dokąd by chcieli pojechać. Taki wyjazd to wspaniała okazja dla dzieci, aby mogły oderwać myśli od codzienności, którą jest zmaganie się z ciężką, często nieuleczalną chorobą. Najbardziej popularnym celem jest Disneyland oraz inne parki rozrywki. Mali Marzyciele mogą przeżywać niezapomniane chwile w prawdziwie bajkowym świecie. Poza Francją Marzyciele lubią wyjeżdżać do ciepłych krajów – Hiszpanii, Grecji lub w inne miejsca, aby móc poleżeć sobie na pięknych piaszczystych plażach, kąpać się w krystalicznie czystych morskich wodach lub popływać z delfinami. Współpraca z Fundacją trwa od 2008 roku (w 2017 roku minęło 9 lat współpracy). Dzięki tej współpracy spełniło się już 89 dziecięcych marzeń.

## 2.3.2. Zagadnienia pracownicze

### PODSTAWY POLITYKI PRACOWNICZEJ

Rainbow Tours S.A. buduje swoją pozycję renomowanego i stabilnego touroperatora w oparciu o skutecznie i profesjonalnie zarządzany oraz zmotywowany zespół. Pracownicy są podstawą sukcesów firmy, gwarantem jej dalszego rozwoju, a przede wszystkim zadowolenia klientów. Spółka posiada spisaną politykę pracowniczą, która stanowi sformalizowanie wartości i idei, które legły u podstaw jej powstania. Jest wyrazem filozofii i zasad, którymi Spółka chce się kierować w kształtowaniu relacji z własnymi pracownikami. Służy skutecznemu zarządzaniu i dobrej komunikacji w Spółce, a składają się na nią m.in. regulaminy, wytyczne, instrukcje i komunikaty.

Na koniec 2017 r. w Rainbow Tours S.A. zatrudnionych na podstawie umowy o pracę było 579 osób, na podstawie umowy zlecenia – 44 osoby.

### Całkowita liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć

	Kobiety	Mężczyźni	Suma
<b>Umowa o pracę</b>	<b>477</b>	<b>102</b>	<b>579</b>
Oddziały	315	49	364
Centrala	125	44	169
Piloci	37	5	42
Zarząd	0	4	4
<b>Umowa zlecenie</b>	<b>29</b>	<b>15</b>	<b>44</b>
Oddziały	4	1	5
Centrala	17	5	22
Piloci	7	3	10
Zarząd	1	6	7

### Całkowita liczba zatrudnionych w podziale na płeć oraz na pracowników i pracowników nadzorowanych na 31.12.2016 i 31.12.2017 r.

2017	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Kadra kierownicza	124	24	148
Pozostali	353	78	431
2016	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Kadra kierownicza	120	27	147
Pozostali	368	96	464

### Całkowita liczba pracowników oddziałów sprzedaży zatrudnionych w podziale na regiony



## CELE POLITYKI PERSONALNEJ

Rainbow Tours S.A. postrzega swoich pracowników jako niezwykle ważny kapitał, kluczowy w kształtowaniu silnej pozycji marki. Realizacja kompleksowej polityki pracowniczej umożliwi budowę wizerunku konkurencyjnego i rzetelnego pracodawcy, przyciąga wysoko wykwalifikowany personel, stwarza możliwości długotrwałego i stałego rozwoju, ale również tworzy atmosferę pracy, w której dążenie do osiągnięcia celów jest wspólną wartością wszystkich, zarówno członków zarządu, kadry menedżerskiej, jak i wszystkich pracowników, bez względu na okres zatrudnienia czy jego formę.

Jako główne cele polityki personalnej Rainbow Tours S.A. postrzega:

- tworzenie przejrzystej struktury zatrudnienia, z jasno określonymi zasadami rekrutacji,
- dbanie o różnorodność i sprzyjanie rozwojowi każdego pracownika poprzez delegowanie go na stanowisko odpowiednie do jego możliwości, chęci i kwalifikacji,
- wyznaczanie jasnych celów i przejrzystych form ich ewaluacji,
- kreowanie atrakcyjnych miejsc pracy dla wykwalifikowanych, pracujących z pasją ludzi,
- wspomaganie kariery poprzez tworzenie systemu szkoleń i możliwości poszerzania wiedzy,
- zapewnienie bezpieczeństwa i higieny pracy,
- oferowanie atrakcyjnych wynagrodzeń adekwatnych do kwalifikacji i wykonywanej pracy.

## OBSZARY POLITYKI PRACOWNICZEJ

Polityka pracownicza Rainbow Tours S.A. stanowi wizję funkcjonowania firmy, zasady, jakimi firma się kieruje w poszczególnych obszarach, z których najważniejsze to: rekrutacja, adaptacja, motywacja i komunikacja, bezpieczeństwo i higiena pracy, szkolenia i rozwój. Polityka ta służy również zebraniu i przedstawieniu w zwięzłej formie kluczowych zapisów wielu dokumentów, procedur należytej staranności, które tworzą schematy codziennych działań firmy w sferze personalnej. Te dokumenty to: Regulamin Pracy wraz z załącznikami mówiącymi o równym traktowaniu i zakazie mobbingu, Vademecum Nowego Pracownika, polityki różnorodności i praw człowieka.

### Rekrutacja i adaptacja

Rainbow Tours S.A. przeprowadza rekrutację w podziale na dwie główne grupy: pracownicy centrali oraz pracownicy oddziałów. Pracownicy centrali to pracownicy biurowi, zarząd oraz pracownicy destynacji. Pracownicy oddziałów to głównie pracownicy biurowi. Pracownicy centrali i oddziałów rekrutowani są przez Dział Monitoringu i Szkoleń, natomiast całość działań w zakresie pozyskiwania pracowników destynacji leży w kompetencjach Akademii Rainbow.

Rekrutacja nowych pracowników odbywa się poprzez zamieszczanie ogłoszeń w portalach pracowniczych, prowadzona jest również rekrutacja na podstawie polecenia pracowników. Przeprowadzana jest ona w sposób jawny, bez formułowania ogłoszeń w sposób mogący stwarzać ryzyko dyskryminacji, a kandydaci oceniani są wyłącznie na podstawie swoich kompetencji i kwalifikacji potrzebnych do podjęcia pracy.

Rekrutacja pracowników do sieci sprzedaży składa się z trzech etapów: rozmowa telefoniczna z jednym z rekruterów, spotkanie w oddziale, do którego prowadzona jest rekrutacja, oraz zadanie praktyczne. Rekrutacja do centrali firmy polega na przeprowadzeniu rozmów rekrutacyjnych z kandydatami. W zależności od potencjału kandydata decyzja o zatrudnieniu podejmowana jest po pierwszej lub drugiej rozmowie. Podczas rozmowy obecni są: trener wewnętrzny zatrudniony w Spółce oraz dyrektor lub kierownik działu, do którego prowadzona jest rekrutacja.

Nowy program rekrutacyjny uruchomiony został 1 czerwca 2017 r. Od tego czasu na portalu pracowniczym opublikowane zostały 34 ogłoszenia, zweryfikowano 5171 aplikacji, do pierwszego etapu zaproszono 343 osoby, do drugiego etapu 158 osób. Finalnie zatrudnione zostały 64 osoby, w tym 55 osób do oddziałów oraz 9 do centrali firmy.

Od 1 czerwca 2017 r. działa również system oparty na rekomendacjach pracowniczych. Każdy pracownik firmy, wyłączając dyrektorów, kierowników działów i pracowników działu szkoleń, może polecić swojego kandydata. Jeśli kandydat pomyślnie przejdzie proces rekrutacji oraz przedłużona zostanie z nim umowa po okresie próbnym, pracownik rekomendujący otrzymuje gratyfikację finansową. Na 31 grudnia 2017 r. liczba osób zatrudnionych w ten sposób wyniosła 9.

Nowi pracownicy otrzymują wiele narzędzi służących ich adaptacji i pomocy w pierwszych dniach pełnienia nowych obowiązków. Mają również szanse poznać miejsce swojej pracy, zapoznać się ze wszystkimi procedurami, instrukcjami i regulaminami. Potwierdzają to, podpisując stosowne deklaracje.

Najważniejszym dokumentem, poza Regulaminem Pracy, na tym etapie jest Vademecum Nowego Pracownika, które w jasny i klarowny sposób pozwala nowej osobie poznać nie tylko firmę, ale również pokonać pierwsze trudności, jak podłączenie do systemów technicznych. Każdy nowy pracownik zapoznaje się ze Standardami Obsługi Klienta, systemami szkoleń, bonusów, uzyskuje również informacje dotyczące tego, gdzie szukać pomocy w przypadku ewentualnych problemów.



Poza Vademecum każdy nowy pracownik otrzymuje również drogą e-mailową Instrukcję Księgową (pracownicy oddziałów), Nowe Standardy Obsługi Klienta oraz instrukcję obsługi systemu rezerwacyjnego Travella 2.0.

Dla wszystkich nowych pracowników organizowany jest również tzw. Welcome Day – szkolenie dla nowo zatrudnionych. Do 31 grudnia 2017 r. szkolenie zostało przeprowadzone dla 65 osób. Pracownicy call center otrzymują również dokument Welcome on Board, w którym opisany jest proces wdrożenia i oceny pracowników linii telefonicznej. Wszystko to służy płynnemu wdrożeniu się świeżych pracowników w ich nowe obowiązki.

Kluczowe znaczenie przy rekrutacji pracowników destynacyjnych ma Akademia Rainbow, która zajmuje się również organizacją kursów zawodowych dla pilotów, rezydentów i animatorów czasu wolnego. Akademia prowadzi również współpracę z uczelniami wyższymi oraz zajmuje się tworzeniem klas patronackich, które poza kreowaniem dla młodych ludzi oferty zdobycia konkretnych i pożądaných na rynku pracy umiejętności są również sposobem na pozyskanie nowych pracowników dla Rainbow Tours S.A..

Rekrutacja pracowników destynacyjnych prowadzona przez Akademię Rainbow składa się z kilku etapów: zamieszczenie ogłoszeń, ocena przysłanych CV, spotkanie stacjonarne, które składa się z dwóch części (wycieczka piesza i zadanie rozwiązywane przed komisją). Każdy zaproszony kandydat otrzymuje informację zwrotną. Wybrany kandydatom przedstawiana jest oferta pracy oraz dalsze szkolenia.

Specyfika branży, w której Spółka funkcjonuje, ma duży wpływ na politykę zatrudnienia. Ze względu na sezonowość największy ruch w zatrudnieniu obserwowany jest wśród pracowników destynacji. Najwięcej pracowników w tej grupie zatrudnionych jest w sezonie letnim. Sezon ten rozpoczyna się w maju i trwa aż do końca października. Grupa ta składa się z pilotów, rezydentów i animatorów.

- Pilot – osoba, która w imieniu organizatora imprezy turystycznej opiekuje się grupą klientów i dba o właściwy przebieg programu wycieczki. Głównym jego zadaniem jest dopilnowanie, aby uczestnicy wycieczki bezpiecznie i w komfortowych warunkach odbyli podróż do miejsca docelowego, na miejscu zaś dba o właściwe zakwaterowanie, wyżywienie oraz realizację wszystkich punktów programu wycieczki.
- Rezydent – osoba, która w imieniu organizatora imprezy turystycznej opiekuje się grupą klientów podczas pobytu w miejscu docelowym usługi turystycznej.
- Animator – osoba, która zajmuje się organizacją czasu wolnego klientów przebywających w ośrodkach wczasowych.

Polityka firmy zakłada zatrudnianie każdej grupy na innych warunkach (dane za 2017):

- Piloci – umowa o współpracy lub umowa zlecenie;
- Rezydenci – umowa o pracę lub umowa zlecenie;
- Animatorzy – umowa zlecenie.

Część pilotów i rezydentów jest zatrudniona przez cały rok w firmie, natomiast animatorzy są zatrudnieni tylko i wyłącznie w czasie trwania najwyższego sezonu.

### **Wynagrodzenie, motywacja, satysfakcja, komunikacja**

W Rainbow Tours S.A. przestrzegana jest zasada równości wynagrodzenia w przypadku wykonywania pracy o tej samej wartości. Pracami o jednakowej wartości są prace, których wykonanie wymaga od pracowników porównywalnych kwalifikacji zawodowych potwierdzonych dokumentami przewidzianymi w odrębnych przepisach lub praktyką i doświadczeniem zawodowym, a także porównywalnej odpowiedzialności i wysiłku.

Całkowita liczba zatrudnionych pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć na dzień 31 grudnia 2017 r.

	Na okres próbny	Na czas określony	Na czas nieokreślony	Suma
<b>Umowa o pracę</b>	<b>47</b>	<b>364</b>	<b>168</b>	<b>579</b>
Oddziały	32	247	85	364
Centrala	15	76	78	169
Piloci	0	41	1	42
Zarząd	0	0	4	4

Rainbow Tours S.A. chce tworzyć przyjazne środowisko pracy, w którym pracownicy mają świadomość jasnych oczekiwań i przejrzystego systemu oceny. W firmie funkcjonuje system oceny „180 stopni”, której dokonują kierownicy biur. Pracownicy oceniani są pod względem kompetencji, realizacji celów i zadań oraz posiadanej wiedzy i kwalifikacji. Ocena przeprowadzana jest regularnie z miesięcznym wyprzedzeniem. Od sierpnia 2017 r. do 31 grudnia 2017 r. system objął ok. 7% pracowników.

W Rainbow Tours S.A. duży nacisk kładzie się na jasną i otwartą komunikację. W ramach platformy HRsys wszyscy pracownicy mają możliwość komunikacji wewnętrznej za pomocą komunikatora HR Wall, gdzie powstają również multimedialne grupy dyskusyjne.

Pracownicy Rainbow Tours S.A. mają prawo do zrzeszania się w wybranych przez siebie organizacjach oraz do reprezentacji zbiorowej, która pozwala chronić ich interesy w przypadku konfliktu z pracodawcą. Jak dotąd pracownicy nie wyrażali woli stowarzyszania się i w firmie nie funkcjonują związki zawodowe. Pracownicy Spółki informowani są o obowiązującej w firmie polityce zakazującej mobbingu i wszelkich form nękania, molestowania seksualnego czy naruszania innych praw pracownika.

Chcąc funkcjonować jako atrakcyjny i pożądaný pracodawca, z którym wykwalifikowani pracownicy zechcą się związać na lata, Rainbow Tours S.A. oferuje wiele czynników motywujących oraz świadczeń dodatkowych. Dostępne dla pracowników świadczenia dodatkowe to: zorganizowane przez pracodawcę ubezpieczenie PZU Zdrowie oraz ubezpieczenie grupowe WARTA, które pracownicy muszą opłacać sami. Poza tym pracownicy pełnoetatowi za niewielką opłatą miesięczną mogą korzystać z karty Multisport umożliwiającej dostęp do szerokiej bazy obiektów sportowych.

Pracownicy Rainbow Tours S.A. mogą również korzystać z bogatej oferty wyjazdów wakacyjnych, które objęte są dofinansowaniem. Pracownikom przysługują bardzo atrakcyjne zniżki (w 2017 r. do 50%) na wyjazdy katalogowe. Mogą też korzystać z licznej oferty wyjazdów tzw. study tour. Pracownicy dzięki takim wyjazdom mogą w lepszy sposób zrozumieć specyfikę danego regionu, poznać lokalną kulturę i bazę hotelową, co przekłada się później na lepsze przedstawienie wybranej oferty klientom. Ponadto Spółka oferuje swoim pracownikom atrakcyjne zniżki na bilety lotnicze i parkingi przy lotniskach. Pracownicy mogą również brać udział w konkursach, w tym w konkursie fotograficznym, w którym nagrodą są bony zniżkowe.

Rainbow Tours S.A. w pełni respektuje plany rodzinne pracowników, umożliwiając im korzystanie z prawnie gwarantowanych urlopów oraz wspierając przy powrocie do pracy. Stan na 31 grudnia 2017 r. to 8 osób na urlopie macierzyńskim, 20 osób na urlopie rodzicielskim. Rok wcześniej z kolei, 31 grudnia 2016 r., na urlopie macierzyńskim przebywało 10 osób. Wszystkie nadal pracowały w Spółce 31 grudnia 2017 r. Na urlopie rodzicielskim przebywały na dzień 31 grudnia 2016 r. 22 osoby, z czego 31 grudnia 2017 r. pracowało nadal w Spółce 17 z nich. Osoby te po urlopie macierzyńskim/rodzicielskim przebywają głównie na urlopach wychowawczych.

### **Bezpieczeństwo i higiena pracy**

W Rainbow Tours S.A. duży nacisk kładziony jest na bezpieczeństwo i higienę pracy. Zasady BHP oparte są na polskim prawodawstwie. Wszyscy nowi pracownicy zapoznają się z zasadami bezpieczeństwa i higieny, potwierdzając każdorazowo podpisem odbycie stosownych szkoleń. Nadrzędnym celem w tym zakresie jest likwidacja możliwych zagrożeń i stałe dążenie do zniwelowania do zera liczby wypadków przy pracy. Dotyczy to również pilotów wycieczek, rezydentów i animatorów, którym przez koordynatorów udzielane jest całodobowe wsparcie.

### **Szkolenia i rozwój**

W Rainbow Tours S.A. istnieje duża świadomość korzyści wynikających ze stwarzania pracownikom możliwości ciągłego rozwoju oraz przeprowadzania szkoleń, które przekładają się na zwiększenie komfortu, efektywności i jakości pracy.

Poza szkoleniami z zakresu obsługi klienta i systemu rezerwacyjnego Travella 2.0., dostępnymi dla każdego nowego pracownika, osoby zatrudnione w Spółce mogą korzystać z szerokiej bazy szkoleń dostępnych w systemie e-learning. Dotyczą one przede wszystkim oferowanych produktów i związanych z nimi usług dodatkowych. Prezentowane są w ten sposób również techniki podnoszące kompetencje sprzedażowe pracowników. Na 31 grudnia 2017 r. w systemie e-learning dostępnych było 21 modułów szkoleniowych dla pracowników. Rainbow Tours S.A. rozwija również projekt webinarów. Są to szkolenia on-line prowadzone zarówno dla własnej sieci sprzedażowej, jak i oddziałów agencyjnych. Są to szkolenia cykliczne, organizowane co tydzień. Bardzo przydatna dla pracowników jest również możliwość zapoznania się z relacjami ze study tour przygotowanymi przez ich kolegów i koleżanki. Relacje te dostępne są na platformie HRsys.

Kluczowe znaczenie przy szkoleniu pracowników destynacyjnych ma również Akademia Rainbow, która przygotowuje moduły szkoleniowe dla kandydatów na pilotów, rezydentów i animatorów czasu wolnego.

Dostępny w Spółce system szkoleń pozwala pracownikom nie tylko stale rozwijać swoje umiejętności, podnosić kompetencje niezbędne na określonym stanowisku, ale przede wszystkim dzielić się wiedzą między sobą, co jest nieocenioną możliwością w turystyce, gdzie oferując wyjazdy, oferuje się klientom przede wszystkim wiele przeżyć i wspomnień.

#### **2.3.3. Poszanowanie praw człowieka**

Rainbow Tours S.A. ma spisana politykę poszanowania praw człowieka. Jej cel to określenie wytycznych, jakimi Spółka chce się kierować we współpracy z pracownikami zarówno w Polsce, jak i poza jej granicami, pracownikami w całym łańcuchu dostaw, klientami, a także w relacjach ze społecznościami lokalnymi. Polityka określa praktykę i prezentuje dążenia Spółki do podnoszenia standardów przestrzegania praw człowieka w każdym miejscu, w którym jest obecna. Podstawę polityki stanowią:

- zapisy krajowych dokumentów, w tym przede wszystkim Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, Kodeks pracy i Kodeks cywilny;

- międzynarodowe wytyczne i zalecenia spisane w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, Międzynarodowym Pakcie Praw Obywatelskich i Politycznych, Międzynarodowym Pakcie Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych, Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczące fundamentalnych zasad i praw w pracy;
- wytyczne branżowe, w tym Globalny Kodeks Etyki w Turystyce i Kodeks postępowania na rzecz ochrony dzieci przed wykorzystaniem w turystyce.

Przy współpracy z partnerami biznesowymi i dostawcami Rainbow Tours S.A. chce zarówno inspirować i dawać dobry przykład, jak również stopniowo wdrażać bardziej sformalizowane rozwiązania. Spółka rozważa wprowadzenie zapisów kontraktowych w zakresie poszanowania praw człowieka po dokonaniu szczegółowego przeglądu umów, audycie naszych kontraktów i destynacji. Spółka planuje wdrożenie opracowanych „Wytycznych dla dostawców”, których zapisy mają być dołączane do umów z podmiotami zewnętrznymi.

## Pracownicy

Pracownicy Rainbow Tours S.A. są największą wartością firmy. Spółka stara się prowadzić z nimi stały dialog, aktywnie włączając ich w procesy decyzyjne o kierunku, w którym Spółka podąża lub zamierza podążać. W Spółce poza polityką praw człowieka funkcjonują również spisane „Zasady równego traktowania w zatrudnieniu” będące załącznikiem do Regulaminu Pracy. Działając w duchu poszanowania praw człowieka, szczegółowe wytyczne dotyczą następujących zagadnień:

- Przejrzyste warunki pracy i procesu rekrutacji – każdy pracownik ma prawo do jasnej i pełnej informacji o warunkach zatrudnienia; zakres prac jest wyczerpująco opisany i uregulowany. Pracownik ma pełen wgląd w swoje prawa i obowiązki, a z pracownikami prowadzony jest aktywny dialog oparty na zaufaniu. Pracownicy podpisują umowy zgodnie z faktycznym stanem zatrudnienia. Proces rekrutacji jest jasno określony i wolny od dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne. Jedynym kryterium wyboru pracownika są przesłanki merytoryczne i jego przygotowanie do pełnienia obowiązków.
- Dobrowolność pracy i praca nieletnich – zabrania się pracy przymusowej i zatrudniania osób małoletnich poniżej 16. roku życia. Dla osób poniżej 16. roku życia dostępne są jednak staże i praktyki.
- Wynagrodzenie i czas pracy – pracownicy otrzymują wynagrodzenie adekwatne do zajmowanego stanowiska i zakresu zadań. Prawem każdego pracownika jest odpowiednia liczba dni wolnych od pracy, z których korzysta w wybranym przez siebie i zaakceptowanym przez pracodawcę czasie. W Rainbow Tours S.A. obowiązuje zasada równości wynagrodzenia w przypadku wykonywania pracy o tej samej wartości, przy czym pracami o jednakowej wartości są te, których wykonanie wymaga od pracowników porównywalnych kwalifikacji zawodowych potwierdzonych dokumentami przewidzianymi w odrębnych przepisach lub praktyką i doświadczeniem zawodowym, a także porównywalnej odpowiedzialności i wysiłku.
- Wolność zrzeszania się, prawo do reprezentacji zbiorowej i prawo do swobodnego komunikowania się – pracownicy mają prawo do zrzeszania się w wybranych przez siebie organizacjach oraz do reprezentacji zbiorowej, która pozwala chronić ich interesy w przypadku konfliktu z pracodawcą. Wszelkie zapisy krajowego ustawodawstwa są przestrzegane. Pracownicy mogą również swobodnie wypowiadać się na terenie przedsiębiorstwa w zakresie warunków zatrudnienia i pełnienia przez siebie obowiązków. Jak dotąd w Rainbow Tours S.A. pracownicy nie wyrażali woli stowarzyszania się i nie funkcjonują związki zawodowe.
- Różnorodność i zakaz dyskryminacji – Spółka ma oddzielnie spisaną politykę różnorodności, której główne założenia stanowi zakaz wszelkiej dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne.
- Zakaz stosowania przemocy – wszelka przemoc wobec pracowników jest zabroniona i karana z całą surowością.
- Walka z wszelkim rodzajem nękania, w tym z molestowaniem seksualnym i naruszaniem innych praw pracownika – Rainbow Tours S.A. szanuje godność i wszelkie inne prawa pracownika. Żadna forma nękania, molestowania seksualnego czy naruszania innych praw pracownika nie będzie akceptowana. W latach 2016-2017 Spółka nie odnotowała przypadków zgłoszeń dyskryminacji ani innych nadużyć względem pracowników.
- Ochrona zdrowia, bezpieczeństwo i higiena pracy – Rainbow Tours S.A. dokłada wszelkich starań, aby zapewnić pracownikom bezpieczne i higieniczne warunki pracy oraz zredukować liczbę wypadków w pracy. Przestrzega przy tym wszelkich regulacji prawnych w tym zakresie.

- Równowaga między pracą zawodową a życiem prywatnym – Spółka dba o komfort psychospołeczny pracowników, pamiętając, że dobre samopoczucie pracowników przekłada się na jakość ich pracy i życia. Respektuje znaczące wydarzenia w życiu pracowników, umożliwiając im bez przeszkód korzystanie ze wszystkich praw przysługujących w takich sytuacjach.
- Szkolenia i wsparcie w kształceniu – Spółka dba o szkolenia i ciągle podnoszenie kwalifikacji pracowników oraz wspiera ich w woli dalszego kształcenia.

### **Prawa dzieci**

Rainbow Tours S.A. stoi na stanowisku, że dzieci powinny być w turystyce szczególnie chronione, czemu służą zapisy Kodeksu postępowania na rzecz ochrony dzieci przed wykorzystywaniem w turystyce, który jest drogowskazem dla Spółki w tym zakresie. Spółka nie toleruje żadnej formy wykorzystywania dzieci, traktowania ich w sposób pozbawiający godności i podstawowych praw, w szczególności prostytucji, sutenerstwa, handlu dziećmi, pedofilii, pornografii dziecięcej czy nadużywania zależności nieletnich. Dotyczy to w szczególności realizacji oferty Rainbow Tours S.A.. Spółka zamierza prowadzić w tym zakresie aktywną edukację pracowników, w szczególności pilotów, przewodników i rezydentów pracujących w destynacjach. W procesie kontraktowania Spółka dąży do unikania atrakcji, gdzie występuje ryzyko w tym zakresie. W procesie organizowania produktu (usługi turystycznej) i związanej z tym relacji kontraktowej Spółka dąży do weryfikacji atrakcji pod tym kątem tam, gdzie jest to możliwe.

### **Prawa społeczności lokalnych**

W przypadku aktywności polegających na kontakcie z ludnością plemienną, zwłaszcza w krajach mniej rozwiniętych, niedemokratycznych i tych o mniej utrwalonej kulturze prawnej, Rainbow Tours S.A. dokłada wszelkich starań, aby kontakty te odbywały się z zachowaniem najwyższych standardów etycznych, z poszanowaniem prywatności, godności, na zasadzie dobrowolności, równości i wzajemnych korzyści. Zamiarem Spółki jest stworzenie odpowiedniej zakładki na stronie internetowej r.pl dotyczącej „odpowiedzialnej turystyki”, na której będą opisane przykłady i zasady odpowiednich zachowań i etycznych postaw w zakresie dbania o interesy i brak nadmiernej ingerencji w społeczności lokalne, które Spółka odwiedza, w odniesieniu do możliwie szerokiego spektrum destynacji i atrakcji. Spółka chce także opracować – zwłaszcza dla programów wycieczek objazdowych – krótkie poradniki odpowiedzialnego zachowania, które będą wzbogacone o informacje i ciekawostki o odwiedzanych miejscach dla konkretnej wycieczki. Program pilotażowy jest już w przygotowaniu (na razie dla wybranych wycieczek) i jest wola, żeby w kolejnych sezonach turystycznych rozszerzać ten pomysł na kolejne wycieczki. Spółka rozważa też opracowanie zestawu zagadnień, na które piloci i rezydenci powinni zwracać uwagę w kontekście odpowiedzialnej turystyki.

### **Prawa klientów**

Dbając o najwyższą jakość, Rainbow Tours S.A. zapewnia klientom rzetelną usługę i zgodność oferty z jej realizacją. Spółka stale monitoruje i analizuje sytuację oraz poziom bezpieczeństwa w miastach i krajach odwiedzanych przez klientów, aby zapewnić im bezpieczną podróż i pobyt. Spółka dostarcza im również aktualnych informacji o tej sytuacji i aktualizuje wewnętrzne procedury na wypadek niespodziewanych zdarzeń i sytuacji. Dane klientów Spółki przetwarzane są z zachowaniem najwyższych standardów i w zgodzie z przepisami prawa krajowego i unijnego. We współpracy z wyspecjalizowaną kancelarią prawną Spółka realizuje proces wdrażania rozwiązań z zakresu ochrony danych osobowych przewidzianych przez tzw. RODO [tj. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)], którego obowiązywanie przewidziane jest na 25 maja 2018 r. Niezależnie od powyższego w Spółce obowiązuje pakiet wewnętrznych regulacji przewidzianych przez polską Ustawę o ochronie danych osobowych. Spółka stara się zapewnić równy dostęp do usług, stale zwiększając ich zakres grupom mniej uprzywilejowanym, w tym osobom niepełnosprawnym. Procedury reklamacyjne i zasady odstąpienia od umowy są klientom jasno i w sposób przejrzysty komunikowane.

### **Działania wdrażające politykę praw człowieka**

Rainbow Tours S.A. zobowiązuje się do wypełniania obowiązku poszanowania praw człowieka między innymi poprzez:

- Oczekiwanie (wyrażone aktywną komunikacją) wobec personelu, partnerów biznesowych i innych podmiotów bezpośrednio związanych z działalnością, produktami czy usługami, aby przestrzegali praw człowieka podczas współpracy z Spółką.
- Otwartą komunikację z interesariuszami dążącą do zapobiegania wszelkim naruszeniom praw człowieka; m.in. dążenie do otwartego, bezpośredniego dialogu ze społecznościami lokalnymi oraz rzetelnego, zaspokajającego ich potrzeby informacyjne komunikowania zaangażowania biznesowego i społecznego na ich obszarze.
- Wdrożenie rozwiązań systemowych w postaci m.in. zobowiązania dostawców do przestrzegania praw człowieka (w szczególności w destynacjach), m.in. poprzez stosowne zapisy w kontraktach z dostawcami. Rainbow Tours

S.A. planuje podjęcie stosownych działań w tym zakresie, począwszy od audytu kontraktów, po stopniowe wprowadzanie klauzul i regulacji.

- Podanie do publicznej wiadomości zobowiązań Rainbow Tours S.A. w zakresie przestrzegania praw człowieka, a także zakomunikowanie przyjęcia polityki praw człowieka wszystkim pracownikom, partnerom biznesowym i innym interesariuszom przede wszystkim poprzez raportowanie danych niefinansowych.

#### **2.3.4. Różnorodność**

Rainbow Tours S.A. chce tworzyć bezpieczne i przyjazne miejsce pracy, dlatego mając na uwadze poszanowanie różnorodnego, wielokulturowego społeczeństwa, kładzie szczególny nacisk na politykę równego traktowania ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne.

Postrzegając różnorodność jako wartość nie tylko w skali lokalnej, ale również globalnej, Spółka rozumie politykę różnorodności jako działania obejmujące trzy obszary: pracowników lokalnych w Polsce i pracowników destynacji, pracowników w łańcuchu dostaw, klientów i gości. W swojej polityce Spółka kieruje się przepisami prawa krajowego oraz międzynarodowego, a także wymaganiami odnoszącymi się do spółek giełdowych określonych między innymi w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW”. Spółka stara się również nawiązywać do zapisów i wytycznych zawartych w Karcie Różnorodności.

#### **Pracownicy lokalni w Polsce i pracownicy destynacji**

Politykę różnorodności Rainbow Tours S.A. chce realizować poprzez:

- Tworzenie przyjaznej atmosfery pracy i kultury organizacji wolnej od wszelkich przejawów dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne.
- Jasne zasady powoływania członków organów Spółki (co leży w zakresie kompetencji Walnego Zgromadzenia zarówno w przypadku wyboru członków Rady Nadzorczej, jak i członków Zarządu Rainbow Tours S.A.), jak również wyboru kluczowych menedżerów, co realizowane jest na podstawie kryteriów merytorycznych i predyspozycji danej osoby do sprawowania powierzanej jej funkcji. W szczególności obejmuje to kwalifikacje i doświadczenie zawodowe odpowiadające profilowi stanowiska.
- Upowszechnianie zasad równego traktowania w zatrudnieniu oraz wiedzy na temat mobbingu i określenie trybu postępowania w przypadku takiego zdarzenia w dokumencie, który stanowi załącznik do regulaminu pracy, jest podpisany przez pracodawcę oraz przedstawiciela załogi. Równocześnie Spółka opracowała kompleksową politykę praw człowieka opisującą podejście Spółki do tej tematyki.

#### **Pracownicy w łańcuchu dostaw**

Realizacja usług Rainbow Tours S.A. możliwa jest w dużej mierze dzięki dziesiątkom osób, z którymi klienci Spółki mają kontakt podczas realizacji swoich podróży. Spółka dokłada wszelkich starań, aby promować politykę różnorodności również wśród jej kontrahentów, zdając sobie sprawę, że dobrze realizowana przyniesie wymierne korzyści materialne i niematerialne również Spółce. Jest to szczególnie istotne w miejscach o odmiennych standardach w podejściu do równego traktowania i braku dyskryminacji. W tym obszarze Spółka chce podejmować działania zmierzające do:

- Zwiększenia w zatrudnieniu udziału grup mogących podlegać dyskryminacji, w tym głównie z uwagi na płeć, wiek czy pochodzenie etniczne.
- Podnoszenia standardów dotyczących równego traktowania, w szczególności w miejscach, gdzie wciąż są one dużo niższe niż w Polsce.
- Upowszechniania wiedzy na temat wagi różnorodności wśród klientów i gości.

#### **Klienci i goście**

Różnorodność pracowników i kontrahentów Rainbow Tours S.A. odzwierciedla różnorodność jej klientów oraz gości, dlatego Spółka szanuje ją i uwzględnia, dostosowując do niej swoje produkty. Spółka stara się zapewnić równy dostęp do swoich usług osobom będącym na określonej diecie bądź mającym wymagania zdrowotne oraz grupom mniej uprzywilejowanym, w tym osobom niepełnosprawnym. W indywidualnych przypadkach naszym klientom oferujemy personalnie dobrane propozycje wyjazdów po wcześniejszej weryfikacji możliwości w tym zakresie.

### 2.3.5. Środowisko naturalne

Podstawą działalności Rainbow Tours S.A. jest odpowiedzialne użytkowanie zasobami naturalnych, zgodnie z wymaganiami prawnymi obowiązującymi w Polsce. Jeśli chodzi o dbałość o środowisko, Spółka za istotne uznaje również zapisy kluczowych dokumentów na ten temat, takich jak:

- Decyzja Komisji (UE) 2016/611 z 15 kwietnia 2016 r. w sprawie dokumentu referencyjnego dotyczącego najlepszych praktyk zarządzania środowiskowego, sektorowych wskaźników efektywności środowiskowej oraz kryteriów doskonałości dla sektora turystyki na podstawie rozporządzenia (WE) nr 1221/2009 w sprawie dobrowolnego udziału organizacji w systemie ekzarządzania i audytu we Wspólnocie (EMAS).
- Rozporządzenie Rady (WE) Nr 338/97 z 9 grudnia 1996 r. w sprawie ochrony gatunków dzikiej fauny i flory w drodze regulacji handlu nimi.
- Konwencja o międzynarodowym handlu dzikimi zwierzętami i roślinami gatunków zagrożonych wyginięciem (CITES).

Rainbow Tours S.A. chce nie tylko chronić środowisko, niwelować szkodliwe skutki powodowane przez działalność Spółki i jej klientów, wdrażać rozwiązania pozwalające optymalizować zagrożenia dla środowiska, ale również promować założenia odpowiedzialnej turystyki zarówno poprzez swoje działania, jak i poprzez przekazywanie wiedzy na ten temat naszym klientom i współpracownikom.

Spółka uznaje również za istotne wpisywanie się poprzez swoje działania środowiskowe w Cele Zrównoważonego Rozwoju (ang. Sustainable Development Goals – SDGs), które zostały ogłoszone w 2015 r. podczas szczytu Agendy Zrównoważonego Rozwoju 2030 Organizacji Narodów Zjednoczonych w Nowym Jorku. Podmioty, takie jak Rainbow Tours S.A., działające na niemal wszystkich kontynentach mają możliwość wyznaczania szczegółowych celów z zakresu niemal wszystkich wyzwań globalnych. Szczególnie istotne w zakresie aspektów środowiskowych, bezpieczeństwa oraz jakości działalności Spółki są zatem następujące Cele Zrównoważonego Rozwoju:

- Cel 8.: Promować stabilny, zrównoważony i inkluzyjny wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi.
- Cel 12.: Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji.
- Cel 14: Ochrona oceanów, mórz i zasobów morskich oraz wykorzystywanie ich w sposób zrównoważony.
- Cel 15: Ochrona, przywrócenie oraz promowanie zrównoważonego użytkowania ekosystemów lądowych, zrównoważonego gospodarowania lasami, zwalczanie pustynnienia, powstrzymanie i odwracanie procesu degradacji gleby oraz powstrzymanie utraty różnorodności biologicznej.

Za kluczowe Rainbow Tours S.A. uznaje opracowanie i wdrożenie narzędzi do monitorowania efektów zrównoważonego rozwoju dla zrównoważonej turystyki, dzięki której powstają miejsca pracy i promowane są lokalna kultura i produkty. Równocześnie Spółka skupia się na edukacji klientów, minimalizując ich oddziaływanie na środowisko.

Swoje cele Spółka chce realizować poprzez politykę środowiskową podzieloną na 4 obszary:

- Administracja – administrując siedzibą w Łodzi i salonami sprzedaży w całej Polsce, Spółka dąży do zapewnienia pracownikom bezpiecznych warunków pracy, dbając równocześnie o środowisko naturalne poprzez ekologiczne rozwiązania minimalizujące zużycie zasobów oraz poprzez kształcenie i szkolenia pracowników w zakresie wartości środowiskowych.
- Transport – realizując wyjazdy turystyczne dla klientów na terenie całego świata, Spółka korzysta z licznych środków transportu, w tym głównie połączeń lotniczych na długich trasach podczas podróży transkontynentalnych i szerokiej gamy środków transportu kołowego (autokary, dżipy, mikrobusy, minivany, samochody osobowe) w miejscach docelowych. Spółka dąży do zapewnienia klientom bezpiecznych, ale i możliwie jak najmniej szkodliwych dla środowiska rozwiązań transportowych.
- Zakwaterowanie – wybierając i kontraktując miejsca zakwaterowania dla klientów, Spółka dąży do sukcesywnego zwiększania liczby miejsc mogących poszczycić się certyfikacją środowiskową i prowadzących aktywną politykę w zakresie ochrony środowiska, a także działających zgodnie ze strategią odpowiedzialnego biznesu.
- Atrakcje – Spółka dąży do tego, aby proponowane atrakcje pozwalały minimalizować negatywny wpływ na środowisko, a atrakcje, w których główną rolę odgrywają zwierzęta, nie łączyły się w żadnym stopniu z niewłaściwym ich traktowaniem, a ponadto pozwalały upowszechniać wiedzę o możliwościach dbania i ochrony poszczególnych gatunków.

## Szczegółowe zobowiązania

### Administracja

Polityka środowiskowa jest realizowana zarówno w centrali Rainbow Tours S.A. w Łodzi, jak i w oddziałach w całej Polsce.

Kluczowe zobowiązania w odniesieniu do biura i salonów:

- Dążenie do zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko poprzez stopniowe wdrażanie systemów oszczędzających wodę i energię (w szczególności zmienianie oświetlenia na światła LED) w lokalizacjach, w których Spółka odpowiada za stosowne instalacje.
- Minimalizacja zużycia zasobów, zwłaszcza papieru i tuszu, do celów reklamowych i w pracy biurowej.
- Zapewnienie możliwości segregacji odpadów, wprowadzenie jasnej procedury ich segregacji oraz zakontraktowanie odpowiednich usług recyklingu w lokalizacjach, w których Spółka odpowiada za zarządzanie odpadami.

Spółka systematycznie wprowadza rozwiązania mające na celu poprawę efektywności energetycznej, a co za tym idzie redukcję kosztów prowadzonej działalności. Do takich przedsięwzięć zaliczyć można:

- Wymiana oświetlenia na LED w biurze centralnym oraz w oddziałach terenowych.
- Wymiana oświetlenia w banerach reklamowych na LED w oddziałach terenowych - jak wynika z inwentaryzacji oświetlenia zrealizowanej na potrzeby audytu energetycznego w oddziałach terenowych zainstalowanych jest ok. 160 banerów oraz reklam.
- Stopniowa wymiana stolarki okiennej w biurze centralnym
- Wyłączanie urządzeń klimatyzacyjnych w biurach na czas przerw w pracy. Odbywa się to ręcznie i jest realizowane przez samych pracowników.

Dodatkowo realizowane są następujące działania proekologiczne:

- Efektywne wykorzystywanie floty samochodowej.
- Szkolenie i uświadamianie pracowników na zagadnienia związane z ochroną środowiska.
- Cykliczne szkolenia „Witaj w Rainbow” obejmujące elementy uświadamiania w zakresie ochrony środowiska.

W zakresie zużycia mediów Rainbow Tours S.A. dysponuje danymi za 2016 rok na podstawie zrealizowanego audytu energetycznego wykonanego we wrześniu 2017 roku. W związku z brakiem biznesowego uzasadnienia Spółka nie posiada informacji o poziomie zużycia w 2017 roku Kolejny pomiar, w ramach audytu energetycznego jest planowany w 2021 roku.

Zużycie energii elektrycznej w 2016 roku przez Rainbow Tours S.A. w biurze centralnym wyniosło: 200 601 kWh. Opłaty za ogrzewanie i ciepłą wodę są naliczane przez administratora obiektu proporcjonalnie do zajmowanej powierzchni. Udział zajmowanej powierzchni przez Rainbow Tours S.A. w biurowcu wynosi 12%. Na podstawie danych zebranych od administratora obiektu zużycie ciepła w 2016 roku na cele grzewcze oraz ciepłej wody użytkowej wyniosło: 229 627 kWh.

Dla 91 oddziałów znane są koszty zużycia energii elektrycznej. W oparciu o uśrednioną stawkę za kWh obliczono zużycie energii. Zużycie energii obliczone w oparciu przeprowadzoną inwentaryzację urządzeń porównano ze rzeczywistym zużyciem energii określonym na podstawie faktur. Dla 5 oddziałów zużycie energii elektrycznej wliczone jest w cenę wynajmu powierzchni. Dla tych oddziałów gdzie koszty zużycia energii elektrycznej są wliczane do ogólnej kwoty za najem i nie ma danych dotyczących faktycznego zużycia, obliczono zużycie teoretyczne na podstawie inwentaryzacji urządzeń elektrycznych. Dane te następnie porównano i skorelowano z danymi dla pozostałych biur. Zatem bilans energii elektrycznej został wykonany dla 96 biur terenowych.

### Podział zużycia energii ze względu na procesy (biuro centralne oraz oddziały)

Instalacja	Zużycie energii [kWh]	Udział [%]
Ogrzewanie	1.118.902	47,66%
Oświetlenie	422.633	18,00%
Transport - pojazdy osobowe	329.708	14,04%
Biuro	308.188	13,13%
Inne	84.746	3,61%
Klimatyzacja	57.924	2,47%
CWU	25.694	1,09%
<b>RAZEM</b>	<b>2.347.794</b>	<b>100%</b>

## Podział zużycia energii ze względu na miejsce zużycia (biuro centralne oraz oddziały)

Miejsce zużycia	Zużycie energii [kWh]	Udział [%]
Oddziały terenowe	1.506.364	64,16%
Centrala	426.977	18,19%
Transport - pojazdy osobowe	329.708	14,04%
Inne	84.746	3,61%
<b>RAZEM</b>	<b>2.347.794</b>	<b>100%</b>

W ramach gospodarki odpadami Spółka posiada umowy na odbiór i recykling odpadów biurowych takich jak zużyte tonery, papier i makulatura, elektroodpady, w tym baterie.

### Transport

Rainbow Tours S.A. zwraca uwagę na wykorzystywaną flotę autokarową i inne kołowe środki transportu, które są wykorzystywane do transportu klientów. Spółka dba o to, aby autokary były nie tylko wygodne dla klientów, ale również spełniały najwyższe standardy zalecane przez przepisy dotyczące ochrony środowiska przed szkodliwym wpływem spalin. Dzięki temu wszystkie autokary Spółki mogą bez przeszkód wjeżdżać do centrów wielu miast europejskich, w których obowiązują restrykcje dotyczące ruchu samochodowego ze względu na emisję szkodliwych spalin. Jeśli chodzi o transport autokarowy flota, z której Spółka korzysta do przewozu turystów, spełnia najwyższe wymogi w zakresie emisji spalin – ponad 80% autokarów posiada normy emisji spalin EURO 6 i EURO 5. Są to najwyższe normy określające limity emisji tlenków azotu (NOx), węglowodorów (HC), tlenków węgla (CO) i cząstek stałych dla silnika.

W tej dziedzinie Spółka realizuje również proekologiczne planowanie podróży i wycieczek, co w szczególności oznacza zarządzanie lotami w celu uniknięcia lotów zbędnych (np. tych, które można z powodzeniem zastąpić transportem lądowym lub wodnym) oraz dobór usług transportowych o wysokiej efektywności energetycznej i optymalizację tras przejazdu.

### Zakwaterowanie

Podczas wyboru i kontraktowania hoteli Spółka zwraca uwagę na ich politykę w zakresie ochrony środowiska, a także zachęca lokalnych partnerów do wdrażania programów ochrony i utrzymania dobrego stanu środowiska naturalnego. Spółka zobowiązuje się również do uwzględniania w warunkach kontraktów zawieranych z dostawcami usług, w tym z kontraktowanymi hotelami, ogólnie przyjętych standardów i norm minimalizujących negatywne oddziaływanie na środowisko.

Rainbow Tours S.A. dąży również do edukowania klientów i promocji wśród nich zachowań pozwalających chronić środowisko, takich jak wyłączanie świateł w pokojach hotelowych po ich opuszczeniu, oszczędne używanie wody czy powtórne używanie pościeli i ręczników, jeśli nie ma potrzeby ich wymiany każdego dnia.

W procesie wyboru miejsc wypoczynku i budowania oferty produktowej dążymy do poszukiwania hoteli oferujących także dania przeznaczone dla osób zainteresowanych kuchnią wegetariańską i wegańską. W indywidualnych przypadkach naszych klientów – np. w momencie określonej diety (np. bezglutenowej) oferujemy personalnie dobrane propozycje wyjazdów po wcześniejszej weryfikacji możliwości w tym zakresie.

### Atrakcje

Rainbow Tours S.A. chce tworzyć programy pozwalające minimalizować negatywny wpływ na środowisko, włączać atrakcje i aktywności pozwalające chronić przyrodę i bioróżnorodność. Politykę ochrony środowiska i bioróżnorodności Spółka realizuje poprzez:

- Dążenie do włączania do programów atrakcji parków narodowych oraz aktywności wspomagających ochronę przyrody.
- Dążenie do eliminacji atrakcji, które mogłyby się wiązać z nadmiernym lub niepotrzebnym zanieczyszczeniem środowiska, wykluczanie tych najbardziej szkodliwych dla środowiska.
- Preferencje dla kontrahentów promujących ekologiczne rozwiązania i angażujących się w ochronę przyrody.
- Dążenie do uwzględniania tylko tych atrakcji, których organizatorzy działają w granicach lokalnego prawa, przestrzegają lokalnych standardów, posiadają wszelkie niezbędne pozwolenia, a także kadrę wykwalifikowaną do opieki nad zwierzętami. Spółka chce współpracować wyłącznie z podmiotami, które w kontakcie ze zwierzętami spełniają kryteria tzw. pięciu wolności i praw – tzn. zapewniają zwierzętom: dostęp do jedzenia i wody, warunki bytowe zbliżone do naturalnych, opiekę weterynaryjną, możliwość naturalnych zachowań oraz wolność od stresu i strachu. Spółka dąży do wypracowania metod weryfikacji partnerów w tym zakresie.
- Dążenie do włączania do oferty produktowej atrakcji (sanktuaria, sierocińce) instytucji czynnie zajmujących się ochroną zwierząt oraz atrakcji pozwalających bez niepokojenia obserwować zwierzęta w ich naturalnym środowisku. Spółka dąży do eliminacji miejsc, w których prowadzony jest rozród i handel dzikimi zwierzętami.



- Podejmowanie, m.in. poprzez zaangażowanie i udział pracowników destynacyjnych (pilotów, rezydentów), działań mających na celu zachowanie należytej staranności i odpowiedzialny dobór partnerów przy organizacji atrakcji bazujących na kontakcie ze zwierzętami w ich naturalnym środowisku, typu safari.
- Dążenie do wyłączenia atrakcji bazujących na wykonywaniu przez zwierzęta czynności niebędących ich naturalnym zachowaniem lub mogących zawierać elementy ich męczenia, nawet jeśli dopuszcza to lokalna tradycja.

Realizacja powyższych priorytetów jest możliwa dzięki zaangażowaniu zarówno na poziomie doboru atrakcji, jak i w trakcie współpracy. Rainbow Tours S.A. zamierza wdrożyć stały monitoring atrakcji bazujących na kontakcie ze zwierzętami pod kątem doniesień medialnych w celu weryfikacji warunków lokalnych. Dodatkowo w działania w zakresie ochrony zwierząt Spółka włącza pracowników pracujących w destynacjach, ze szczególnym naciskiem na pilotów i rezydentów. Powyższe priorytety możliwe są do weryfikacji zazwyczaj wyłącznie „w terenie”, zatem Spółka uczy i angażuje pracowników do takiej weryfikacji.

Osobnym obszarem pracy Spółki w zakresie ochrony środowiska jest edukacja klientów na temat zachowań pozwalających chronić środowisko i bioróżnorodność odwiedzanych przez nich miejsc. W szczególności obejmuje to:

- Informowanie klientów o odpowiedzialnym kupowaniu pamiątek wykluczającym te pochodzące ze zwierząt objętych ochroną. Informowanie o możliwych konsekwencjach prawnych na terenie RP.
- Promowanie odpowiedzialnego kontaktu ze zwierzętami poprzez informowanie klientów o właściwym zachowaniu, m.in. podczas nurkowania.
- Spółka planuje wdrożyć rozwiązania mające na celu zachęcanie klientów do czynnego włączania się w monitorowanie dobrostanu zwierząt podczas realizacji wycieczek, głównie poprzez uświadamianie w formie materiałów informacyjnych.

Ważnym aspektem środowiskowym w kontekście zwiedzania atrakcji jest wykorzystanie przez klientów Spółki tzw. Tour Guide System (TGS), czyli radiowych systemów do oprowadzania grup, a w szczególności kwestia zużytych baterii. Po każdej wycieczce następuje badanie żywotności baterii dokonywane specjalistycznym miernikiem. Po badaniu, w przypadku utraty sprawności i żywotności baterii (poniżej naładowania w wysokości 1,29V – wyjściowo 1,5V) bateria przeznaczana jest do utylizacji, którą w ramach kompleksowej usługi na rzecz Spółki zajmuje się specjalistyczna firma. W przypadkach kiedy poziom naładowania osiąga poziom 1,35V bateria przeznaczana jest do użycia w innych, mniej energochłonnych urządzeniach.

### **2.3.6. Przeciwdziałanie korupcji**

W rozumieniu postanowień obowiązującej w Rainbow Tours S.A. polityki antykorupcyjnej działania korupcyjne to wszelkie działania wyczerpujące definicję zawartą w art. 229, 230 oraz 230a kodeksu karnego, a więc przede wszystkim: (1) obiecywanie, proponowanie, nakłanianie, wręczanie jakichkolwiek korzyści majątkowych lub osobistych lub (2) przyjmowanie korzyści majątkowych od kontrahentów Spółki, jak również nieuzasadnione preferowanie wybranych kontrahentów. Łapownictwo pojmowane jest jako dawanie lub przyjmowanie przez dowolną osobę jakiegokolwiek korzyści majątkowej lub osobistej (zwykle w formie środków pieniężnych, prezentu, pożyczki, rekompensaty, przysługi, prowizji lub rozrywki) w charakterze niewłaściwej zachęty lub rekompensaty z tytułu uzyskania zlecenia lub innego świadczenia. Łapownictwo może mieć miejsce w sektorze publicznym (np. wręczenie łapówki funkcjonariuszowi publicznemu) lub prywatnym (np. wręczenie łapówki pracownikowi kontrahenta).

Aby mieć pewność, że nie dochodzi do podejmowania działań mogących mieć znamiona korupcji, pracownicy oraz współpracownicy Spółki muszą wykonywać swe obowiązki w sposób transparentny. Jedyne korzyści, które nie spełniają wyżej przytoczonych definicji, to wręczenie i przyjmowanie zwyczajowych upominków (np. świątecznych) i materiałów promocyjnych. Uzasadnione upominki oraz posiłki służbowe, których koszty pokrywane są przez Rainbow Tours S.A., a ich beneficjentem jest partner biznesowy, powinny być zgłoszone (np. podczas planowania lub rozliczania wydatku) i powinny mieć również charakter jawny. Takie działania nie może skutkować negatywnymi konsekwencjami dla Spółki. W Spółce nie są akceptowane również płatności przyspieszające tok sprawy, tj. płatności dokonane dla organizacji rządowej lub funkcjonariusza publicznego mające na celu przyspieszenie lub zabezpieczenie wykonania nie uznaniowych, rutynowych czynności urzędowych (np. wydawania wiz, faktur celných lub innych rządowych dokumentów).

Wszyscy pracownicy i współpracownicy Rainbow Tours S.A. muszą mieć świadomość, że każdy prezent, wręczony lub otrzymany, który ma formę pieniężną, jest łapówką, niezależnie od kwoty lub intencji. Każde zobowiązanie do płatności wystawione z tytułu zakupu przez Rainbow Tours S.A. produktów lub usług wymaga przed realizacją przelewu potwierdzenia podpisem przez właściwego członka Zarządu odpowiedzialnego za dany obszar działalności Spółki, a w przypadku płatności realizowanych na podstawie umowy – akceptacji przez osobę odpowiedzialną bezpośrednio za realizację umowy lub jej zawarcie.

Rainbow Tours S.A. nie akceptuje przywłaszczenia mienia jakiegokolwiek osoby lub podmiotu współpracującego, klientów ani samej Spółki. Ewentualne ryzyko w tym zakresie eliminowane jest poprzez ewidencję środków trwałych i procedury spisów z natury.

Do zdefiniowanych obszarów zagrożeń wraz z opisem procedur należytej staranności należą:

### **Proces zakupów**

Rainbow Tours S.A. wprowadziła i w dalszym ciągu udoskonala wiele zasad i procedur wewnętrznych, które mają za zadanie uniemożliwić zaistnienie postępowania nieetycznego lub noszącego znamiona przestępstwa. Spółka prowadzi proces zakupów w sposób jasny i transparentny.

W Spółce istnieją procedury należytej staranności – niepisane zasady wymagane przez Zarząd Spółki. Dla każdego nowego rodzaju zamówienia pracownik prowadzący proces zakupu zobowiązany jest uzyskać co najmniej dwie niezależne oferty, w szczególności w procesach zakupu usług. Wymóg ten nie musi być przestrzegany w każdym procesie zakupu, niemniej jego nieprzestrzeganie również wymaga zgody Zarządu.

Zakupy standardowe i cykliczne wymagają przeprowadzenia wyboru dostawcy zgodnie z powyższą procedurą jedynie w przypadku, gdy jest to pierwszy proces wyboru – np. zakupy materiałów biurowych realizowane są u wybranych już dostawców i każde kolejne zamówienie nie wymaga wszczęcia szczegółowego procesu wyboru oferenta. Podobną praktykę Spółka stosuje w przypadku zakupów podlegających wcześniejszemu budżetowaniu – co wymaga stosownych uzasadnień na etapie przygotowywania budżetu.

Niezależnie od stosowanej procedury każdy wydatek musi być zaplanowany, uzasadniony, a każda faktura zweryfikowana merytorycznie, formalnie i księgowo oraz zaakceptowana przez Zarząd lub kierownika wyższego szczebla wskazanego przez Zarząd.

### **Kontraktowanie oraz zakupy w trakcie prowadzenia realizacji turystycznych**

- Kontraktowanie hoteli – proces wyboru kontrahenta musi mieć charakter szczegółowy, jednak musi również być transparentny i spełniać procedurę należytej staranności. Każde rozeznanie rynku powinno być połączone ze zbieraniem ofert od różnych podmiotów. Oferty te, podobnie jak przy innych zakupach, powinny być porównywalne, a hotele możliwie najdokładniej spełniające wystandaryzowane potrzeby klientów. Osobą odpowiedzialną za proces kontraktowania jest Dyrektor Działu Kontraktów Spółki.
- Czartery – rynek czarterów w Polsce jest stosunkowo mały z perspektywy rynku turystycznego, co jednak nie stanowi o możliwości potraktowania umów i płatności czarterowych z mniejszą dbałością o przestrzeganie zasad opisanych w polityce antykorupcyjnej. Umowy czarterowe dotyczą kontraktów na loty czarterowe (dzielone miejsca w samolotach) i co do zasady regulują proces odsprzedaży lub zakupu miejsc w samolotach czarterowych. Umowy te podpisywane są jako umowy dwustronne z opisem świadczeń wzajemnych. Z uwagi na wąski rynek lotniczych usług czarterowych działania te mają charakter standardowy i wynikają z umów podpisanych przez Spółkę lub dedykowaną tym procesom spółkę zależną z konkurencyjnymi podmiotami branżowymi.
- Wydatki pracowników destynacji – istotne są również wydatki zatrudnionych przez Spółkę rezydentów oraz pilotów wycieczek. Rezydenci mają możliwość pobrania zaliczki. Każdorazowo zaliczkę rozliczają poprzez przedstawienie odpowiednich dokumentów zakupowych (faktury, rachunki itp.), które są weryfikowane na miejscu przez koordynatorów, a następnie przekazywane do dalszej kontroli właściwej osobie z Działu Transportu i Pilotażu Spółki, która również bada zasadność merytoryczną i finansową poniesienia każdego z wydatków. Każdy z wydatków dokonanych przez rezydenta wymaga odpowiedniego udokumentowania. Sporadycznie uznaje się możliwość dokonania rozliczenia na podstawie oświadczenia, niemniej Spółka unika takich sytuacji i wszyscy jej pracownicy są informowani o konieczności unikania takich zachowań. Realizacja płatności podczas wycieczek następuje ze środków pochodzących z wpłat od klientów za realizację programów i podobnie jak w przypadku rezydentów na podstawie dokumentów wydatków zakupowych (faktury, rachunki itp.). Wobec tego zaliczki dla pilotów wycieczek nie są co do zasady stosowane. Spółka dąży do eliminowania licznych przekazów pieniężnych oraz obrotu dużą ilością gotówki. Stosowanym rozwiązaniem jest wpłacanie bezpośrednio do banku środków otrzymywanych przez rezydentów/pilotów za wycieczki fakultatywne na rachunki kontrahentów tytułem zapłaty kluczowych zobowiązań względem nich. Pomniejszenie zobowiązania wobec kontrahentów są regulowane na bieżąco na podstawie dokumentacji księgowej.

### **Polityka oferowania i przyjmowania upominków biznesowych oraz wydatki reprezentacyjne**

Rainbow Tours S.A. ma również opisane zasady przyjmowania i wręczania prezentów/upominków biznesowych. Z punktu widzenia działań antykorupcyjnych stanowi to jedno z największych pól do różnego rodzaju nadużyć.

- Polityka wewnętrzna – w Spółce jeden pracownik nie może drugiemu wręczyć prezentu (w żadnej formie), jeśli stanowiłby on, nazwane lub nie, zobowiązanie do nieetycznego zachowania. Żaden pracownik nie może wywierać wpływu na sposób realizacji zadań służbowych przez innego pracownika inaczej niż poprzez oficjalną komunikację. Pracownicy wyższego szczebla nie mogą wywierać niepożądanego (np. nieetycznego, niezgodnego z obowiązującymi przepisami, niezgodnego z zasadami w Spółce) wpływu na pracowników niższego szczebla poprzez obiecywanie jakichkolwiek korzyści osobistych lub służbowych.

- Polityka zewnętrzna – dopuszcza się przyjmowanie lub przekazywanie drobnych prezentów w relacjach służbowych z kontrahentami. Prezenty nie muszą być jednak zwyczajem w kulturze korporacyjnej każdego z krajów, z którego pochodzą osoby wręczająca i obdarowana. Wartość rynkowa takiego prezentu nie może jednak przekroczyć kwoty 500 zł lub równowartości tej kwoty w walucie obcej. Zasady te dotyczą również spotkań służbowych (np. wspólne posiłki) z partnerami biznesowymi Spółki, jeśli spotkania te mają na celu podtrzymanie lub zbudowanie odpowiedniej relacji biznesowej. Spotkania takie mogą jednak być organizowane wyłącznie w celach służbowych. Każdy prezent o wartość rynkową wyższą niż 500 zł, mający co do zasady mieć miejsce w sytuacjach wyjątkowych, powinien być zaakceptowany przez kierownika wyższego szczebla lub Zarząd. W innym przypadku nie należy go ani wręczać, ani przyjmować. Zabronione są wszelkie prezenty mające charakter pieniężny. Niezależnie od wysokości i intencji zawsze są one traktowane jako przyjęcie lub wręczenie łapówki i stanowią przestępstwo lub wykroczenie. Żaden z pracowników lub współpracowników Spółki nie może wręczać jakichkolwiek prezentów urzędnikom publicznym oraz osobom pełniącym funkcje publiczne. Pracownicy Spółki chcący uczestniczyć we wszelkich spotkaniach, szkoleniach itp. organizowanych i oferowanych bezpłatnie przez kontrahentów Spółki powinni każdorazowo uzyskać zgodę Zarządu lub kierownika wyższego szczebla. Wszystkie koszty związane z uczestnictwem w takich wydarzeniach powinny być określone szczegółowo i przejrzysto przed przedstawieniem ich Zarządowi. Pracownicy oraz kontrahenci korzystający z wszelkiego rodzaju podarunków (otrzymywanie) muszą zaznaczyć się z odpowiednimi przepisami podatkowymi obowiązującymi w Polsce i samodzielnie rozliczyć podatkowo otrzymany prezent.
- Wydatki reprezentacyjne – budżet reprezentacyjny w każdym podmiocie jest jednym z tych obszarów, w których najłatwiej może dochodzić do różnego rodzaju zdarzeń nieetycznych i korupcyjnych. Dlatego też Rainbow Tours S.A. nie ma odrębnego funduszu reprezentacyjnego, choć wydatki te prognozuje budżetowo w kwotach ogólnych. Wszystkie wydatki, które księgowo i merytorycznie kwalifikowane są jako wydatki reprezentacyjne, podlegają procesowi zatwierdzenia przed spotkaniem i po spotkaniu na podstawie stosowanej dokumentacji rozliczeniowej, przede wszystkim opracowanego wewnętrznie formularza rozliczenia wydatków ponoszonych w związku z organizacją spotkań z kontrahentami. Część wydatków z tytułu reprezentacji i spotkań biznesowych realizowana jest poprzez płatności kartą płatniczą, najczęściej przez Dział Kontraktów i Dział Produktu Spółki, które wydawane są waskiemu gronu pracowników Spółki przy których stosuje się ograniczenia kwotowe wydatków. Każda płatność kartą musi być dokładnie opisana.

### **Płatności**

Każda faktura opłacana przez Spółkę musi przejść kilkustopniowy proces opisu i akceptacji. Pracownik odpowiedzialny za realizację danego zakupu ma obowiązek uzasadnienia konieczności jego poniesienia oraz przypisania go do określonego projektu, wydarzenia lub grupy kosztowej. Taki dokument musi zostać zaakceptowany przez kierowników, księgowość, a przed dokonaniem płatności – również przez odpowiednią osobę z Zarządu. Taki proces pozwala na kilkakrotną weryfikację każdego dokumentu zakupowego, a więc pozwala uniknąć ewentualnych nadużyć.

### **Raportowanie finansowe**

Raportowanie finansowe jest jednym z kluczowych narzędzi w ocenie sytuacji przedsiębiorstw. Przedstawianie wyników jest ustawowym obowiązkiem dużych podmiotów. Na podstawie tych wyników podejmowane są decyzje zarówno przez klientów, jak i potencjalnych inwestorów i kooperantów. Przedstawianie danych fałszujących rzeczywiste wyniki może skutkować upadłością firmy, która nie będzie w stanie wywiązywać się ze swych zobowiązań. W branży, w której działa Spółka, pojawiają się co jakiś czas informacje o problemach lub upadłości touroperatorów. Dlatego Spółka dba o rzetelność wszelkiej sprawozdawczości, za którą stoją odpowiednie procedury sprzedażowe i zakupowe czy procesy badania rocznych sprawozdań finansowych lub przeglądu śródrocznych sprawozdań finansowych przez biegłych rewidentów.

Rainbow Tours S.A. jako spółka publiczna publikuje raporty finansowe w zakresie wynikającym z Rozporządzenia Ministra Finansów z 19.02.2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim. Raporty okresowe przygotowywane są przez jednostki organizacyjne: Dział Księgowości, Dyrektora Finansowego, Konsultanta ds. Relacji Inwestorskich i zatwierdzone przez Zarząd Spółki. Weryfikacja obowiązkowej sprawozdawczości finansowej (okresowej: raporty kwartalne, raport półroczny, raporty roczne) realizowana jest dodatkowo przez firmę audytorską (biegłego rewidenta) na etapie przeglądu sprawozdań półrocznych i badania sprawozdań rocznych, a także przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej Spółki. Sprawozdawczość dodatkowa (raporty o przedsprzedaży, raporty o przychodach ze sprzedaży) realizowana jest przy udziale Zarządu Spółki przez Dyrektora Finansowego. Wszystkie te procesy są wysoce sformalizowane i pozwalają na zachowanie obowiązku rzetelności dokumentów. Każda informacja w nich zawarta jest wielokrotnie weryfikowana i kontrolowana.

### **Informacje poufne**

Informacje poufne mogą być przedmiotem oferty korupcyjnej – podmioty konkurencyjne mogą chcieć pozyskać informacje, które stanowią tajemnicę Rainbow Tours S.A., by na ich podstawie rozwinąć swoją działalność, co jest działaniem szkodliwym

dla Spółki. W związku z tym Spółka wprowadziła wiele rozwiązań, które mają przeciwdziałać nadużyciom w zakresie informacji poufnych oraz informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa.

Każda osoba, która w Spółce ma dostęp do informacji poufnych w rozumieniu Rozporządzenia MAR pouczana jest w formie pisemnej o obowiązkach wynikających z przepisów ustawowych i wykonawczych oraz o sankcjach mających zastosowanie w razie wykorzystywania i bezprawnego ujawniania informacji poufnych. Ponadto Spółka prowadzi listę wszystkich osób mających dostęp do informacji poufnych – listę osób mających stały dostęp do informacji poufnych oraz listę osób mających dostęp do konkretnej informacji poufnej, co w przypadku zdiagnozowania naruszenia poufności informacji pozwoli na wszczęcie właściwego postępowania wyjaśniającego. Rainbow Tours S.A. jako spółka publiczna prowadzi również listę osób pełniących obowiązki zarządcze oraz osób blisko związanych z osobami pełniącymi obowiązki zarządcze. Spółka identyfikuje i raportuje (przekazuje do wiadomości publicznej) informacje poufne na podstawie przepisów Rozporządzenia MAR, a także stanowisk i wytycznych Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego.

Każdy z pracowników Spółki przed podjęciem pracy informowany jest o obowiązku zachowania tajemnicy przedsiębiorstwa w rozumieniu właściwych przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, czym jest i jakie zagadnienia w szczególności obejmuje tajemnica przedsiębiorstwa oraz jakie są konsekwencje naruszenia tajemnicy przedsiębiorstwa Spółki. Każdy pracownik zobowiązany jest złożyć stosowne oświadczenie o zobowiązaniu do zachowania w poufności tajemnicy przedsiębiorstwa, tj. do nieujawniania jej osobom postronnym oraz do niekorzystania z niej osobiście w celu innym niż do wykonania umowy o pracę łączącej pracownika ze Spółką. Naruszenie postanowień oświadczenia o poufności pociąga za sobą wszelkie konsekwencje przewidziane prawem, w tym przepisami powołanej wyżej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Dodatkowo w Spółce zatrudniony jest Administrator Bezpieczeństwa Informacji, który stoi na straży prawidłowości dostępu do wszelkich informacji mających charakter danych osobowych i przetwarzania danych osobowych, w tym również informacji poufnych.

Spółka stworzyła i wdrożyła również wiele dokumentów w zakresie ochrony i „zarządzania” danymi osobowymi przetwarzanymi w Spółce w związku z wykonywaniem działalności gospodarczej (jako swoistą kategorią informacji poufnych). W 2018 roku dokumentacja ta oraz procesy związane z ochroną danych osobowych zostaną dostosowane do przepisów wchodzącego w życie 25 maja 2018 r. Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), tj. tzw. Rozporządzenia RODO.

### **Sprzedaż**

Wszystkie działania sprzedażowe w Spółce muszą mieć akceptację osób odpowiedzialnych, przede wszystkim Zarządu oraz kierowników wyższego szczebla. Agenci ani oddziały nie posiadają możliwości indywidualnego dysponowaniem systemem zniżek dla klientów, nie ustalają również cen poszczególnych produktów. Wszystkie ceny ustalane są centralnie oraz zarządzane blokowo i nie mogą być wprowadzone do systemu bez odpowiedniego procesu akceptacji. Każda zmiana w zamówieniu/rezerwacji jest zapisywana w systemie bez możliwości jej usunięcia, co minimalizuje możliwość manipulowania treścią i warunkami zamówienia.

### **Współpraca z podmiotami zewnętrznymi, w tym publicznymi**

- Sponsoring i darowizny – w każdym przypadku udzielenie wsparcia charytatywnego bądź sponsoringowego następuje na podstawie decyzji Zarządu lub wytypowanego członka Zarządu. Wsparcie charytatywne realizowane jest w ramach posiadanej polityki działań społecznych przez osoby wyznaczone przez Zarząd Spółki.
- Przekazywanie środków na rzecz organizacji politycznych – zakazane są wszelkie formy przekazywania środków z funduszy Rainbow Tours S.A. (bądź darowizn rzeczowych) na rzecz partii politycznej, działacza partii lub komitetu politycznego czy na rzecz kandydata na urząd państwowy, regionalny, lokalny lub inny.
- Reprezentacja Spółki przed organami administracji publicznej – osoba reprezentująca Spółkę przed organami administracji publicznej, ze szczególnym uwzględnieniem relacji z urzędami podatkowymi i ZUS, zobowiązana jest posiadać każdorazowo szczególne upoważnienie ze strony Zarządu zgodnie z zasadami reprezentacji. Kancelaria prawna działająca w imieniu Spółki działa na podstawie pełnomocnictw udzielanych w ramach danej sprawy lub pełnomocnictwa ogólnego (np. procesowego).

### **KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I ZEWNĘTRZNA**

Wszelka komunikacja prowadzona w imieniu Spółki, w kluczowych obszarach działalności biznesowej, w szczególności w zakresie zaciągania zobowiązań, musi być prowadzona transparentnie i w sposób umożliwiający jej prześledzenie. Ustalenia takie powinny mieć odzwierciedlenie np. w formie spisanego podsumowania, notatki, zbioru ofert etc. Pozwoli to w przypadku jakichkolwiek wątpliwości potwierdzić bądź odrzucić zarzuty dotyczące działań o znamionach korupcji.

Rainbow Tours S.A. stosuje zasady mówiące o tym, że wszelkie kontakty z kontrahentami oraz klientami są dozwolone wyłącznie w celach biznesowych. Dodatkowo kontakt w większości przypadków powinien się odbywać poprzez

korespondencję e-mailową (wyłącznie z firmowych adresów), faksową, pocztową, telefony służbowe oraz bezpośrednie spotkania w siedzibie Spółki lub siedzibie kontrahenta. Wszelkie działania i kontakty handlowe oraz marketingowe powinny być konsultowane i zatwierdzone przez Zarząd lub osoby przezeń wskazane.

## ZOBOWIĄZANIA

Rainbow Tours S.A. zobowiązuje się szkolić w odpowiednim stopniu wszystkich pracowników i współpracowników, by zapewnić właściwe wdrożenie i przestrzeganie polityki antykorupcyjnej. Wszyscy nowi pracownicy przed rozpoczęciem pracy zostają zaznajomieni z zapisami polityki antykorupcyjnej. Żaden z pracowników nie zostanie pociągnięty do odpowiedzialności za zgłoszenie możliwego naruszenia przepisów prawa lub zapisów polityki antykorupcyjnej, a każde takie zgłoszenie zostanie potraktowane poważnie. O uzasadnionych podejrzeniach popełnienia przestępstwa Spółka informować będzie odpowiednie organy ścigania.

## PROCEDURA ZGŁASZANIA NADUŻYĆ („WHISTLEBLOWING“)

Każdemu z pracowników, który dokonuje zgłoszenia o wykrytym lub domniemanym działaniu korupcyjnym lub związanym z innymi nadużyciami gospodarczymi, Rainbow Tours S.A. zapewnia pełną anonimowość i gwarantuje, że nie może z tego powodu zostać zwolniony z pracy, zdegradowany, zawieszony czy w jakikolwiek inny sposób dyskryminowany.

Każdy pracownik, wobec którego postawione są zarzuty, ma prawo się do nich odnieść i wytłumaczyć każdą wątpliwą sytuację. Innymi słowy, pracownik taki będzie miał zapewnioną możliwość przedstawienia swojego stanowiska.

Informacje dotyczące potencjalnego lub realnego naruszenia prawa lub zasad postępowania kierowane są do bezpośrednich kierowników, a jeśli to nie jest możliwe, do kierowników kolejnych szczebli aż do Zarządu. Zarząd podejmuje decyzję o kolejnych działaniach związanych ze zgłoszeniem. Wyjaśnienia mają być prowadzone rzetelnie, z zachowaniem szczególnej ostrożności, w sposób uniemożliwiający wyciąganie konsekwencji na podstawie chybionych lub fałszywych oświadczeń. Prowadząc postępowanie, należy bezwzględnie unikać wzbudzania podejrzeń wobec osób, odnośnie do których wszczęte zostało postępowanie sprawdzające, unikając przy tym oświadczeń, które w negatywny sposób rzutować mogą na wizerunek Spółki lub osób z nią związanych. Wszyscy pracownicy, w tym również członkowie zespołu pracującego nad wyjaśnieniem sprawy, powinni pamiętać, że nie należy przekazywać informacji o postępowaniu sprawdzającym osobom, w stosunku do których zostało ono wszczęte.

## 3. ZARZĄDZANIE RODZAJAMI RYZYKA ZWIĄZANYMI Z DZIAŁALNOŚCIĄ SPÓŁKI, MAJĄCYMI WPŁYW NA ZAGADNIENIA NIEFINANSOWE

### 3.1. Opis zarządzania istotnymi rodzajami ryzyka związanymi z działalnością Spółki, mającymi wpływ na zagadnienia niefinansowe

RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
<b>OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE ORAZ ZDARZENIA LOSOWE</b>		
<b>Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży</b>	Specyfiką branży turystycznej jest sezonowość sprzedaży, z czego największy popyt przypada na drugi i trzeci kwartał roku kalendarzowego. Przy niższym popycie w pozostałych okresach rośnie ryzyko niezapełnienia samolotów, z czym mogą się wiązać potencjalne straty, jak również niesprzedanie zakontraktowanych miejsc hotelowych czy niemożność potwierdzenia grup z powodu braku minimalnej liczby uczestników.	Rainbow Tours S.A. co roku wprowadza do oferty nowe kierunki, a w obrębie danych kierunków również różne obszary w taki sposób, aby oferta była możliwie jak najbardziej zdywersyfikowana. Stale wzrasta również liczba atrakcyjnych ofert w tzw. niższym sezonie (I i IV kwartał), głównie na bazie bardzo popularnych lotów czarterowych. Firma niweluje ryzyko niezapełnienia samolotów również poprzez oferowanie miejsc w wyczarterowanych samolotach do sprzedaży przez inne podmioty czy poprzez oferowanie klientom samych biletów, bez powiązania z innymi usługami.
<b>Ryzyko związane z czynnikiem pogodowym, z występowaniem katastrof naturalnych i zagrożeń terrorystycznych</b>	Z uwagi na prowadzoną na skalę globalną działalność wpływ na nią mogą mieć nieprzewidziane czynniki pogodowe, katastrofy naturalne czy niedające się przewidzieć akty terroru. Stanowi to zagrożenie dla realizacji wyjazdów, a w najgorszym razie zagrożenie utraty życia lub zdrowia uczestników i pilotów.	Dywersyfikacja oferty pozwala niwelować ryzyko w przypadku lokalnego kryzysu czy lokalnej katastrofy naturalnej. W zależności od powagi sytuacji firma ogranicza lub zupełnie zawiesza wykonywanie lotów czarterowych, co wiąże się z poniesieniem kosztów ponadplanowego powrotu klientów z destynacji turystycznych do Polski. Aczkolwiek ze względu na bardzo szerokie portfolio produktowe stosunkowo łatwo jest zastąpić

RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
	<p>Zjawiska przyrodnicze można podzielić na dwie kategorie: takie o dużym ryzyku (np. erupcje wulkanów), jeśli w wyniku takiego zdarzenia nastąpi paraliż ruchu lotniczego nad określonym obszarem, oraz o małym ryzyku – zdarzenia pogodowe i przyrodnicze o ograniczonej skali oddziaływania (dany kraj czy nawet tylko dany region) – powodzie/požary/trzęsienia ziemi itp.</p> <p>Działania wojenne i akty terroru to sytuacje, w których zdarzenia militarne i polityczne ograniczają lub uniemożliwiają wyjazdy turystyczne.</p>	<p>ryzykowną destynacją inną w podobnej cenie. W takim przypadku nie jest odczuwany spadek przychodów, bowiem klienci z reguły wybierają zastępcze oferty z innych kierunków.</p> <p>Dodatkowo baczne śledzenie sytuacji międzynarodowej, a także ostrzeżeń wydawanych przez władze, w tym MSZ, pozwala zmniejszać ryzyko, a w przypadku zwiększenia ryzyka w porę wycofać dany kierunek w oferty.</p>
<p><b>Ryzyko związane ze wzrostem cen ropy naftowej</b></p>	<p>Rainbow Tours S.A. w dużej mierze realizuje wyjazdy w oparciu o przeloty samolotami i przejazdy autobusami. Nagły lokalny wzrost cen ropy naftowej może w znaczący sposób utrudnić rentowną realizację imprezy, a w perspektywie długofalowej, przy wzroście cen na rynkach światowych, może się przełożyć na wzrost cen wycieczek.</p>	<p>Odpowiednie zapisy w umowach pozwalają niwelować koszty wycieczek w przypadku nagłego podniesienia cen na rynku lokalnym.</p> <p>Spółka tylko w niewielkim stopniu narażona jest na wahania cen paliwa. Standardowa umowa czarterowa sformułowana jest tak, że linia lotnicza, wystawiając faktury za bieżące rejsy, stosuje średnią cenę paliwa sprzed dwóch miesięcy.</p> <p>Istnieje także bufor kalkulacyjny – firma standardowo zakłada kurs paliwa wyższy o ok. 20% od ceny rynkowej obowiązującej w danym momencie.</p>
<p><b>Ryzyko związane z kursami walut</b></p>	<p>Spółka rozlicza koszty wyjazdów zagranicznych głównie w walucie obcej (euro lub dolar amerykański), sprzedaje je jednak polskim klientom w walucie krajowej. W przypadku niekorzystnych zmian kursowych rośnie ryzyko nierentowności wyjazdu.</p>	<p>Spółka prowadzi politykę zabezpieczenia przyszłych transakcji walutowych transakcjami typu forward oraz korytarzami opcyjnymi.</p>
<b>PRACOWNICY</b>		
<p><b>Ryzyko związane z brakiem wysoko wykwalifikowanego i wyspecjalizowanego personelu, w tym również w destynacjach</b></p>	<p>Niewielka liczba uczelni kształcących wysoko wykwalifikowany personel obsługi ruchu turystycznego w kraju rodzi ryzyko braku takowego personelu. Ryzyko to wzrosło po uwolnieniu zawodu pilota wycieczek i wycofaniu konieczności odbycia kursu i zdania państwowego egzaminu przewodnika i pilota wycieczek.</p> <p>Ryzyko wiąże się również z umiejscowieniem siedziby firmy w Łodzi, poza głównym rynkiem pracy, jakim w Polsce jest Warszawa.</p>	<p>Rainbow Tours S.A. poprzez Akademię Rainbow kształci przyszły personel branży turystycznej, przekazując absolwentom praktyczną wiedzę, mając od postaw wpływ na kształtowanie dobrych nawyków w przyszłej pracy. Akademia Rainbow prowadzi kursy zawodowe, w tym kursy pilotów, rezydentów i animatorów czasu wolnego. Zajmuje się również rekrutacją i szkoleniem personelu destynacyjnego. Dodatkowo jedna ze spółek Grupy angażuje się w projekt tzw. klas patronackich. Istnienie klas pozwala wspierać szkolnictwo zawodowe oraz kształcić potencjalne przyszłe kadry Spółki.</p>
<p><b>Ryzyko związane z utratą wykwalifikowanego personelu</b></p>	<p>Konkurencyjny rynek pracy nastawiony na pracownika powoduje zwiększone ryzyko utraty wysoko wykwalifikowanego personelu, co może rodzić dalsze problemy z zapewnieniem ciągłości wysokiej jakości pracy na danym stanowisku.</p>	<p>Rainbow Tours S.A. zapewnia pracownikom jasne zasady awansów, a także motywuje pracowników, stwarzając przyjazne i komfortowe warunki pracy oraz możliwości rozwoju.</p>

<b>RYZIKO</b>	<b>OPIS RYZYKA</b>	<b>SPOSÓB ZARZĄDZANIA</b>
<b>Ryzyko związane z różnicami kulturowymi</b>	Przy prowadzeniu działalności na skalę globalną duże ryzyko wiąże się z niewystarczającą znajomością miejscowej kultury przez pracowników lokalnych w Polsce, czy pilota lub rezydenta na miejscu.	Spółka zatrudnia wykwalifikowanych specjalistów, niejednokrotnie podróżników, którzy doświadczenie zdobywają, uczestnicząc w licznych wyjazdach i wewnętrznie organizowanych tzw. „study tourach”.
<b>Ryzyko utraty kontroli nad jakością obsługi i realizacją usług na miejscu</b>	Finalna realizacja wyjazdu uzależniona jest w dużej mierze od pracowników na miejscu, w tym przewodników, rezydentów, pilotów, kierowców, w końcu również kontrahentów. Przy znacznym oddaleniu geograficznym i braku ciągłego nadzoru i kontroli może wystąpić ryzyko różnicy między oferowaną klientowi przy zakupie usługą a realizacją jej na miejscu.	Spółka dba o to, aby piloci, przewodnicy, rezydenci reprezentowali wysoki standard pracy, nieustannie szkoli ich, podnosząc kwalifikacje, m.in. w Akademii Rainbow. Bardzo ostrożnie też wybiera kontrahentów, którzy odpowiadają za finalną realizację usługi. Prowadzi również regularny monitoring swoich usług.
<b>Ryzyko związane z dyskryminacją i ewentualnymi nadużyciami oraz z potencjalnym łamaniem praw pracowniczych i praw człowieka</b>	Ogłoszenia rekrutacyjne zawierające treści potencjalnie dyskryminujące określone grupy bądź takie praktyki podczas rekrutacji mogą rodzić ryzyko pozwów i skarg.	Zgodnie z zapisami obowiązującego w Spółce regulaminu pracy, a także załącznikami mówiącymi o równym traktowaniu i zakazie mobbingu. Spółka wdraża działania mające na celu eliminację wszelkich form dyskryminacji zarówno na etapie rekrutacji, jak i podczas pełnienia obowiązków przez pracowników.
<b>Ryzyko związane z niewłaściwą obsługą klienta, niedoinformowaniem klienta, ewentualnym wprowadzeniem go w błąd</b>	Spółka prowadzi sprzedaż poprzez sieć własnych salonów, jak również poprzez sieć salonów agencyjnych. Pracownicy agencji prowadzą sprzedaż ofert licznych touroperatorów, mogą więc niewystarczającą wiedzą wprowadzić klientów w błąd.	Spółka prowadzi regularne szkolenia pracowników dotyczące zasad obsługi klienta, jak również samej oferty, tak aby każdy pracownik, który ma bezpośredni kontakt z klientem, znał ofertę i zasady sprzedaży. Spółka prowadzi również szkolenia dla agentów, przekazuje im niezbędne materiały umożliwiające lepszą i efektywniejszą sprzedaż oferty.
<b>Ryzyko związane z awarią systemów rezerwacyjnych, włamaniem internetowym</b>	Spółka umożliwia klientom rezerwację wyjazdów przez internet, a sprzedawcom w salonach poprzez system rezerwacyjny. Stwarza to potencjalne ryzyko włamania do systemu, uszkodzenia go, co może skutkować utratą danych i brakiem możliwości prowadzenia sprzedaży.	Spółka stosuje odpowiednie systemy zabezpieczające, zatrudnia również personel odpowiedzialny za właściwe działanie systemów komputerowych, obsługi strony i systemów rezerwacyjnych.
<b>Ryzyko związane z nadużyciami ze strony agentów czy franczyzobiorców</b>	Poza siecią własnych salonów sprzedaż prowadzą również agenci. Istnieje możliwość nadużycia ze strony agenta, co może rodzić ryzyko strat nie tylko finansowych, ale również wizerunkowych.	Spółka prowadzi uważną weryfikację agentów, sprawdzając zasady ich działania i nadzorując sprzedaż.
<b>KLIENCI</b>		
<b>Ryzyko związane z sytuacjami awaryjnymi i czarnym PR w ich następstwie, z brakiem odpowiednio szybkiej reakcji na sytuację awaryjną</b>	Gdy klienci realizują podróże po całym świecie, istnieje ryzyko wystąpienia nieoczekiwanych problemów, takich jak odwołanie, spóźnienie samolotu, awaria środka transportu czy innych. W obecnych czasach klienci często zamiast z tourooperatorem kontaktują się z mediami, co w przypadku mediów społecznościowych może szybko	Rainbow Tours S.A. na bieżąco monitoruje przebieg swoich wycieczek, umożliwiając pilotom i rezydentom kontakt z osobami odpowiedzialnymi i mogącymi zaradzić w danej sytuacji 24 godziny na dobę. Piloci, przewodnicy i rezydenci znają również procedury działania w sytuacjach awaryjnych. Spółka zawsze stara się możliwie jak najszybciej zaradzić problemom w sytuacji awaryjnej, nie dopuszczając do rozszerzenia się kryzysu. Robi to

<b>RYZIKO</b>	<b>OPIS RYZYKA</b>	<b>SPOSÓB ZARZĄDZANIA</b>
	przerodzić się w kryzys, a w dalszej perspektywie wiązać się może ze stratą wizerunkową.	między innymi poprzez stały monitoring mediów społecznościowych.
<b>Ryzyko związane z brakiem zrozumienia oferty czy niewłaściwym wyborem oferty</b>	Istnieje ryzyko, że przy zbyt skomplikowanych zapisach umowy klient podejmie decyzję, nie rozumiejąc zapisów umowy. Istnieje również ryzyko, że przy nieodpowiedniej obsłudze klient wybierze ofertę niedostosowaną do swoich możliwości, np. ruchowych.	Spółka w jasny i zrozumiały sposób przedstawia swoją ofertę, umożliwiając klientom w pełni zapoznanie się z jej zapisami. Spółka nie stosuje w swoich umowach klauzul niedozwolonych.
<b>Ryzyko związane z różnicami kulturowymi i przestrzeganiem lokalnego prawa/zwyczajów, a także potencjalnymi zagrożeniami dla środowiska</b>	Istnieje ryzyko, że podczas realizacji wycieczek klienci nie będą stosować lokalnego prawa czy zwyczaju, stwarzając ryzyko nie tylko dla siebie, ale i dla Rainbow Tours S.A.. Świadomie lub w następstwie nieświadomego ryzyka mogą również działać na szkodę środowiska naturalnego.	Rainbow Tours S.A. dostarcza klientom informacji o zasadach postępowania i ważnych przepisach prawnych w danym kraju, dba również, aby takowe znali piloci, przewodnicy, rezydenci, którzy działają w imieniu firmy. Klienci są również informowani o zakazie przywożenia pamiątek pochodzących z roślin lub zwierząt będących pod ochroną (konwencja CITES).
<b>Ryzyko związane z wyciekami danych klientów i niewłaściwą polityką zarządzania danymi klientów</b>	Istnieje ryzyko wycieku danych, niewłaściwego sposobu zarządzania danymi klientów również po stronie lokalnych kontrahentów.	Firma przestrzega przepisów prawa dotyczących ochrony danych, przetwarza je zgodnie z prawem, uczula również swoich kontrahentów na zasady odpowiedzialnego przetwarzania danych.
<b>Ryzyko związane z utratą klienta w sytuacji, gdy ten składa reklamację</b>	W przypadku, gdy klient składa reklamację, może się zdarzyć, że nieodpowiednia reakcja na nią, utrudnianie złożenia reklamacji czy brak empatii przy jej rozpatrywaniu będą skutkować nie tylko eskalacją konfliktu, ale również utratą klienta, który niezadowolony zniechęci inne osoby do korzystania z usług firmy.	Spółka umożliwia klientom złożenie reklamacji na każdym etapie. Rozpatruje je możliwie jak najszybciej i jak najdokładniej analizuje okoliczności reklamowanych zdarzeń. Firma zawsze stara się znaleźć polubowne rozwiązanie.
<b>KORUPCJA I NADUŻYCIA</b>		
<b>Ryzyko związane z próbami wpłynięcia na wybór kontrahenta lub poszczególnych usług poprzez próbę przekupstwa</b>	Występowanie korupcji i nadużyć może doprowadzić do utraty zaufania pracowników, kontrahentów, ale też klientów.	Spółka zapewnia mechanizmy zapobiegające nadużyciom oraz korupcji, stosuje metodę zero tolerancji dla korupcji. Obszary zagrożeń są zdefiniowane i opisane w polityce antykorupcyjnej. Dotyczą one zakupów, kontraktowania hoteli, czarterów oraz wydatków pracowników destynacyjnych.
<b>OCHRONA ŚRODOWISKA I DZIAŁANIA SPOŁECZNE</b>		
<b>Ryzyko związane z wyborem niewłaściwego partnera działań społecznych</b>	W przypadku angażowania się poprzez działania społeczne czy darowizny w ryzykowne lub kontrowersyjne projekty istnieje ryzyko utraty wizerunku, podobnie w przypadku wyboru niewłaściwego partnera. Przy niewystarczająco dobrym przygotowaniu istnieje ryzyko pogorszenia sytuacji beneficjenta pomocy zamiast jej poprawy.	Kluczowym działaniem Rainbow Tours S.A. jest odpowiednie sprawdzenie partnerów pomocy, śledzenie dobrych praktyk przyjętych przez branżę, a także skupienie się na działaniach lokalnych, gdzie nadzór może być częstszy i bardziej szczegółowy, podobnie jak większa jest świadomość potrzeb beneficjentów pomocy.
<b>Ryzyko związane ze szkodliwym dla</b>	Brak wiedzy i wrażliwości na dobrostan zwierząt i sytuację środowiska naturalnego u pracowników może	Zatrudnianie wykwalifikowanych pracowników posiadających dużą świadomość w zakresie odpowiedzialnej turystyki, a także ciągłe



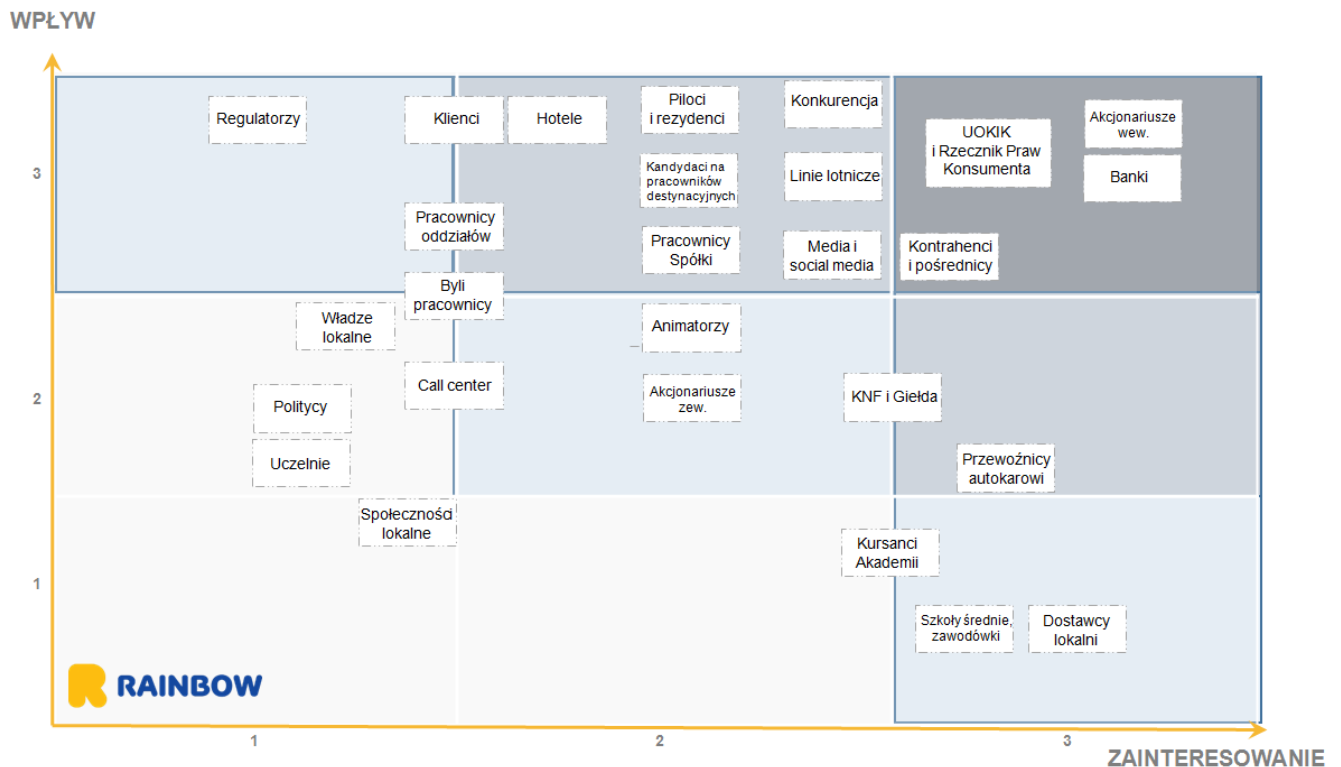
RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
środowiska działaniem turystów	skutkować oferowaniem jako atrakcji miejsc i aktywności zagrażających przyrodzie lub zwierzętom.	zwiększanie tej świadomości, również wśród turystów, np. poprzez informacje na stronie internetowej (w przygotowaniu jest dedykowana strona internetowa dotycząca odpowiedzialnej turystyki), pozwala niwelować to ryzyko.
Ryzyko związane z potencjalnym łamaniem praw człowieka czy nadużyciami w relacjach ze społecznościami lokalnymi	Podczas realizacji wycieczek istnieje ryzyko nadużyć w zakresie praw człowieka, np. poprzez zatrudnianie dzieci przez kontrahenta lub oferowanie atrakcji, przy których zatrudnia się dzieci. W krajach o nieugruntowanej tradycji poszanowania praw człowieka istnieje również ryzyko konfliktu ze społecznością lokalną, np. poprzez wykorzystywanie członków lokalnej społeczności przez władze w charakterze atrakcji turystycznej.	Poszczególne atrakcje są na bieżąco weryfikowane pod tym kątem przez pracowników, a kontrahenci informowani są o właściwych procedurach i oczekiwaniach Spółki, aby unikać sytuacji ryzykownych i nieustannie zwiększać zakres ochrony praw człowieka. Każdy ewentualny zgłoszony przypadek nadużyć w tym zakresie będzie poddany szczegółowej analizie.

### 3.2. Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy

Interesariusze to grupy lub jednostki, na które Rainbow Tours S.A. bezpośrednio lub pośrednio oddziałuje i które mają wpływ na jego działalność.

W swoich działaniach Rainbow Tours S.A. wchodzi w relacje z różnymi jednostkami, podmiotami i organizacjami. Analiza interesariuszy dokonana przez kadrę menedżerską z udziałem Zarządu podczas warsztatów strategicznych pozwoliła zidentyfikować grupy, osoby czy instytucje, na które Spółka wpływa, lub te, które na nią wpływają. Uwzględniono w niej zarówno kontekst wewnętrzny, jak i zewnętrzny – wzięto pod uwagę wszystkich, którzy są nawet w niebezpośredni sposób związani z Spółką lub też mogą być zainteresowani działaniami Spółki.

#### Mapa interesariuszy Rainbow Tours S.A.:



Relacje z grupami interesariuszy zdefiniowanymi w prawym górnym rogu są kluczowe dla działalności biznesowej Rainbow Tours S.A. oraz jej społecznej odpowiedzialności. Są to interesariusze o wysokim wpływie na biznes, jak i wysokim zainteresowaniu firmą. Zarazem odnoszą się oni do głównego obszaru działalności firmy i na nich skupione są jej działania. Relacjami z interesariuszami o wysokim poziomie wpływu (o wyniku 3) Spółka zarządza, dążąc do ich zaangażowania bądź śledzenia ich zachowań i oczekiwań, gdyż są oni niezbędni do rozwoju biznesu. Natomiast z interesariuszami, którzy wyrażają duże zainteresowanie, Spółka komunikuje się w zależności od aktualnych priorytetów i potrzeb.

#### 4. ZASADY, NA PODSTAWIE KTÓRYCH SPORZĄDZONO SKONSOLIDOWANE OŚWIADCZENIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH

Na potrzeby opracowania niniejszego „Oświadczenia na temat danych niefinansowych” Rainbow Tours S.A. dokonała analizy wewnętrznej realizowanych działań, posiadanych polityk i procedur należytej staranności. Analizy wewnętrzne zostały wykonane m.in. na podstawie międzynarodowego standardu Global Reporting Initiative (GRI) wersja G4. W rezultacie, zgodnie z art. 49b ust. 8 Ustawy o rachunkowości stosowanego również odpowiednio do oświadczenia na poziomie skonsolidowanym na podstawie art. 55 ust. 2b Ustawy o rachunkowości, dokonano wyboru własnych zasad bazujących na aspektach niefinansowych w zakresie, w jakim są one niezbędne do oceny rozwoju, wyników i sytuacji Spółki.

Równocześnie jednak, niniejsze oświadczenie nie może być traktowane jako opracowane zgodnie („in accordance”) z Global Reporting Initiative (GRI) wersja GRI Standards.

Poniżej Spółka prezentuje kluczowe, wybrane wskaźniki niefinansowe, wg. GRI, wraz z informacją, w którym miejscu Oświadczenia dany wskaźnik został opisany oraz czy został zaraportowany w całości czy częściowo.

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Oświadczeniu / komentarz
<b>Profil organizacyjny</b>			
102-1	Nazwa organizacji	W całości	Rainbow Tours S.A.
102-2	Działania, marki, produkty i usługi	Częściowo	Punkt 1.1.1. Podstawowa działalność oraz 1.1.3. Produkty i usługi
102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji	W całości	90-361 Łódź, ul. Piotrkowska 270
102-4	Rozmieszczenie krajów, w których działa organizacja	W całości	Punkt 1.1.1. Podstawowa działalność, 1.1.2. Organizacja i struktura oraz 1.1.3. Produkty i usługi
102-5	Charakter własności oraz forma prawna	Częściowo	Punkt 1.1.2. Organizacja i struktura
102-6	Rynki obsługiwane przez organizację	Częściowo	Punkt 1.1.1. Podstawowa działalność, 1.1.2. Organizacja i struktura oraz 1.1.3. Produkty i usługi
102-7	Skala organizacji	Częściowo	Punkt 1.1.1. Podstawowa działalność, 1.1.2. Organizacja i struktura oraz 1.1.3. Produkty i usługi i 1.1.4. Opis branży i rynków, na których działa Spółka
102-9	Opis łańcucha dostaw organizacji	W całości	Punkt 1.3. Łańcuch wartości
102-10	Istotne zmiany w organizacji i jej łańcuchu dostaw	W całości	Punkt 1.4 Pozostałe informacje
102-12	Zewnętrzne inicjatywy	Częściowo	Punkt 2.1 Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju
102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach	Częściowo	Punkt 2.1 Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju
<b>Strategia</b>			
102-15	Opis kluczowych wpływów, ryzyk i szans	Częściowo	Punkt 3. Zarządzanie rodzajami ryzyka związanymi z działalnością Spółki, mającymi wpływ na zagadnienia niefinansowe
102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania	Częściowo	Punkt 2.1 Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz Punkt 2.3. Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Oświadczeniu / komentarz
<b>Etyka i uczciwość</b>			
102-17	Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa	Częściowo	Punkt 2.3.3. Poszanowanie praw człowieka oraz Punkt 2.3.6. Przeciwdziałanie korupcji
418-1	Uzasadnione skargi dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów	W całości	W 2017 r. nie odnotowano takich przypadków. Polityka w tym zakresie opisana jest w punkcie 2.3.6. Przeciwdziałanie korupcji.
419-1	Istotne kary oraz sankcje pozafinansowe z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	W całości	W 2017 r. nie odnotowano takich przypadków.
<b>Ład organizacyjny</b>			
102-18	Struktura organu zarządzającego organizacji	Częściowo	Punkt 1.1.2. Organizacja i struktura
102-19	Proces delegowania władzy w zakresie kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych przez najwyższy organ zarządzający w ręce wyższej kadry zarządzającej i innych pracowników	W całości	Delegowanie władzy w zakresie kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych przez organ zarządzający w ręce wyższej kadry zarządzającej i innych pracowników nie jest sformalizowany i następuje w ramach bieżących (w normalnym toku działalności) czynności zarządczych członków Zarządu (delegowanie do podległych pracowników i/lub kierowników podległych jednostek organizacyjnych (w ramach podziału kompetencji członków Zarządu odpowiedzialnych za wyodrębnione obszary działalności)
102-20	Odpowiedzialność kierownictwa za kwestie ekonomiczne, środowiskowe i społeczne	Częściowo	Odpowiedzialność w zakresie kwestii ekonomicznych, społecznych, praw człowieka, pracowniczych, różnorodności, środowiska naturalnego oraz przeciwdziałania korupcji leży w gestii Zarządu Spółki, działającego jednakże przez dedykowane jednostki organizacyjne, przy czym: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) w Spółce wyodrębniono stanowisko "Dyrektora Finansowego" (stanowisko jednoosobowe; podległość wobec Zarządu Spółki), do kompetencji którego delegowano część zagadnień ekonomicznych;</li> <li>2) w odniesieniu do części spraw dotyczących kwestii pracowniczych dedykowano, w zakresie bieżącego zarządzania i obsługi, do wyodrębnionej jednostki organizacyjnej Spółki (Dział Kadr),</li> <li>3) każdorazowo, dla realizacji projektów związanych z zaangażowaniem społecznym Spółki, wyznaczana jest dedykowana osoba lub osoby odpowiedzialne, działający we współpracy z wytypowanymi osobami z adekwatnych jednostek organizacyjnych, np. Dyrektor Działu Marketingu</li> </ol>
102-23	Podać, czy przewodniczący najwyższego organu zarządzającego jest również dyrektorem zarządzającym (jeśli tak, jaka jest rola tej		Prezes Zarządu - niezależnie od obszarów działalności Spółki należących do bezpośredniej kompetencji wynikającej ze schematu organizacyjnego i przypisanych Prezesowi Zarządu -

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Oświadczeniu / komentarz
	osoby w zarządzaniu organizacją i przyczyny takiego doboru).		kuje pracami Zarządu, zwołuje posiedzenia Zarządu, przewodniczy posiedzeniom Zarządu
102-25	Opisać procesy stosowane przez najwyższy organ zarządzający w celu unikania konfliktu interesów i zarządzania nim.		W Spółce nie funkcjonuje odrębna procedura regulująca kompleksowo kryteria i okoliczności, w których może dojść w Spółce do konfliktu interesów, a także która kompleksowo określałaby zasady postępowania w obliczu konfliktu interesów lub możliwości jego zaistnienia, w tym sposoby zapobiegania, identyfikacji i rozwiązywania konfliktów interesów. W ocenie Spółki stosowne zapisy Regulaminu Zarządu i Regulaminu Rady Nadzorczej, regulujące m.in. powinności i obowiązki członków Zarządu i Rady Nadzorczej z zakresu konfliktu interesów [vide odpowiednio: Regulamin Zarządu - § 12 ust. 12, § 17 ust. 1 pkt 3-5, § 18 ust. 7 oraz Regulamin Rady Nadzorczej - § 3 ust. 5 pkt 12, § 7 ust. 1-4, § 21 ust. 2 pkt 5], w sposób wystarczający przyczyniają się do zapobiegania, identyfikacji i rozwiązywania konfliktów interesów w Spółce.
102-33	Opisać proces informowania najwyższego organu zarządzającego o krytycznych kwestiach.		Informowanie Zarządu Spółki o krytycznych kwestiach związanych z działalnością Spółki dokonywany jest na bieżąco i w zależności od okoliczności, w toku prowadzonej działalności gospodarczej, w tym poprzez bezpośredni kontakt członków Zarządu z kierownikami wewnętrznych jednostek organizacyjnych Spółki
102-35	Opisać politykę wynagrodzeń dla członków najwyższego organu zarządzającego i wyższej kadry zarządzającej		Polityka wynagrodzeń, w tym m.in.. Polityka wynagrodzeń dla członków organu zarządzającego, została opisana w treści niniejszego "Sprawozdania Zarządu Rainbow Tours S.A. z działalności Spółki za rok obrotowy 2017" - vide: pkt 20 tego sprawozdania
102-36	Opisać proces ustalania systemu wynagrodzeń. Podać, czy w procesie ustalania systemu wynagrodzenia biorą udział konsultanci ds. wynagrodzeń oraz czy są oni niezależni od zarządu. Podać wszelkie inne relacje, jakie łączą konsultantów ds. wynagrodzeń z organizacją.		W procesie ustalania systemu wynagrodzeń nie biorą udziału konsultanci ds. wynagrodzeń. W ramach Rady Nadzorczej (która uprawniona i zobowiązana jest do ustalania wynagrodzeń członków Zarządu Rainbow Tours S.A.) nie funkcjonuje Komitet ds. Wynagrodzeń
102-37	Opisać sposób, w jaki pozyskuje się opinię interesariuszy na temat wynagrodzeń, a następnie, czy się ją uwzględnia, m.in. wyniki głosowania nad polityką wynagrodzeń i propozycjami wynagrodzeń, jeśli dochodzi do takich głosowań.		W procesie ustalania systemu wynagrodzeń nie jest pozyskiwana opinia interesariuszy na temat wynagrodzeń
102-31	Przegląd kwestii ekonomicznych,		Przegląd wpływu ekonomicznego, środowiskowego, społecznego, ryzyk oraz szans Spółki nie jest dokonywany w sposób sformalizowany; przeglądy

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Oświadczeniu / komentarz
	środowiskowych i społecznych w organizacji		takie dokonywane są w sposób ciągły i na bieżąco, w toku prowadzonej działalności gospodarczej
<b>Zaangażowanie interesariuszy</b>			
102-40	Lista grup interesariuszy	W całości	Punkt 3.2. Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy
102-42	Identyfikacja i selekcja interesariuszy	Częściowo	Punkt 3.2. Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy
102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy	W całości	Punkt 3.2. Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy
<b>Sposób przygotowania raportu</b>			
102-45	Podmioty uwzględnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	W całości	Punkt 1.1.2. Organizacja i struktura
102-46	Proces definiowania treści raportu i granic aspektów	W całości	Zakres treści i granic aspektów w raporcie został sporządzony w wyniku warsztatu strategicznego z kluczowymi managerami oraz podczas pogłębionych wywiadów.
102-48	Ponowne przedstawienie informacji	Nie dotyczy	Jest to pierwsze w historii Rainbow Tours Oświadczenie na temat danych niefinansowych
102-49	Zmiany w sposobie przygotowania raportu	Nie dotyczy	j.w.
102-50	Okres objęty raportowaniem	W całości	Spółka raportuje dane niefinansowe za rok 2017, w wybranych przypadkach – posiadając dane za rok 2016 są one również przytaczane.
102-51	Data poprzedniego raportu	W całości	Jest to pierwsze w historii Rainbow Tours Oświadczenie na temat danych niefinansowych
102-52	Cykl raportowania	W całości	1-roczy
102-53	Osoba kontaktowa w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści	W całości	Paweł Walczak – Konsultant ds. Relacji Inwestorskich
102-54	Informacje zgłoszone zgodnie ze standardami GRI	W całości	Niniejsze Oświadczenie nt. danych niefinansowych przygotowano korzystając z Wytycznych GRI, jednak Spółka nie raportuje poziomu core ani comprehensive.
102-55	Indeks treści	W całości	Punkt 4. Zasady, na podstawie których sporządzono skonsolidowane oświadczenie na temat informacji niefinansowych
102-56	Weryfikacja zewnętrzna	W całości	Rainbow Tours S.A. nie dokonała weryfikacji Oświadczenia w rozumieniu Wytycznych GRI, natomiast Oświadczenie zostało przekazane audytorowi w ramach czynności audytorskich i badania sprawozdań finansowych Spółki i Grupy Kapitałowej, w tym Sprawozdania Zarządu z działalności Spółki.
<b>Podejście do zarządzania</b>			
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	Częściowo	Punkt 2.3. Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Oświadczeniu / komentarz
201-4	Pomoc finansowa uzyskana od państwa	W całości	Brak pomocy finansowej uzyskanej od państwa w raportowanym okresie.
415-1	Wsparcie partii politycznych	W całości	Zgodnie z polityką Spółki opisaną w punkcie 2.3.6. Przeciwdziałanie korupcji – Spółka nie wspiera partii politycznych
<b>Ochrona środowiska</b>			
201-2	Implikacje finansowe i inne ryzyka oraz szanse dla działań organizacji wynikające ze zmian klimatycznych	Częściowo	Punkt 3.1. Opis zarządzania istotnymi rodzajami ryzyka związanymi z działalnością Spółki, mającymi wpływ na zagadnienia niefinansowe
302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	Częściowo	Punkt 2.3.5. Środowisko naturalne
302-4	Zmniejszenie zużycia energii	Częściowo	Punkt 2.3.5. Środowisko naturalne
307-1	Przypadki nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska	W całości	Rainbow Tours S.A. nie odnotowała przypadków nieprzestrzegania prawa w tym zakresie
308-2	Znaczący rzeczywisty i potencjalnie negatywny wpływ na środowisko w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania	Częściowo	Spółka w punkcie 2.3.5. Środowisko naturalne opisuje m.in. podejście do ochrony środowiska w kontekście wycieczek objazdowych bądź realizacji atrakcji na destynacjach
<b>Kwestie pracownicze, prawa człowieka i różnorodność</b>			
102-8	Informacje o osobach zatrudnionych i innych pracownikach	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze
102-41	Zbiorowe układy pracy	W całości	W Spółce nie ma zbiorowych układów pracy.
401-3	Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze
402-1	Minimalne okresy wypowiedzenia w związku ze zmianami operacyjnymi, z uwzględnieniem informacji, czy są one określone w umowach zbiorowych	W całości	W Spółce obowiązują okresy wypowiedzenia zgodne z zapisami Kodeksu Pracy
403-3	Pracownicy często zapadający na choroby zawodowe lub szczególnie narażeni na choroby zawodowe	W całości	Brak chorób zawodowych
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze, Spółka nie prowadzi pełnych statystyk szkoleń, lecz raportuje dane na temat wybranych dostępnych szkoleń dedykowanych
404-2	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Oświadczeniu / komentarz
	oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej		
404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze – Spółka raportuje procent pracowników podlegających ocenie „180 stopni”.
405-1	Różnorodność w najwyższym organie zarządzającym i w kadrze pracowniczej	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze
406-1	Całkowita liczba przypadków incydentów o charakterze dyskryminacyjnym i podjęte środki naprawcze	W całości	Punkt 2.3.3. Poszanowanie praw człowieka – w 2017 r. nie odnotowano przypadków dyskryminacji
<b>Społeczności lokalne</b>			
411-1	Całkowita liczba przypadków naruszeń praw ludności rdzennej i podjęte działania	Częściowo	W 2017 r. nie odnotowano przypadków naruszenia praw ludności rdzennej. W punkcie 2.3.3. Poszanowanie praw człowieka Spółka opisuje m.in. swoją politykę w zakresie respektowania praw lokalnych społeczności w destynacjach, które odwiedzają klienci Spółki
413-1	Zakłady z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju	Częściowo	Punkt 2.3.1. Zagadnienia społeczne.
413-2	Zakłady i działania mające znaczący rzeczywisty i potencjalnie negatywny wpływ na społeczności lokalne	Częściowo	Spółka od 2017 r. dąży do systematycznej analizy oferty pod kątem wpływu na społeczności lokalne na poszczególnych destynacjach

#### Zarząd Rainbow Tours S.A.

Grzegorz Baszczyński – Prezes Zarządu

Remigiusz Talarek – Wiceprezes Zarządu

Tomasz Czapla – Wiceprezes Zarządu

Piotr Burwicz – Członek Zarządu

Łódź, dnia 29 kwietnia 2018 r.