



Sprawozdanie jednostkowe na temat informacji niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018

Data sporządzenia: 29 marca 2019 roku
Data publikacji: 30 kwietnia 2019 roku



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	3
1.1.3.	Opis produktów i usług	4
1.1.4.	Opis branży i rynków, na których działa Spółka	6
1.1.5.	Główne tendencje i czynniki mające wpływ na rozwój branży i Spółki	11
1.2.	Główne cele strategiczne, misja i wartości	12
1.3.	Łańcuch wartości	14
1.4.	Pozostałe informacje	16
2.	OPIS POSZCZEGÓLNYCH POLITYK, PROCEDUR NALEŻYTEJ STARANNOŚCI ORAZ REZULTATÓW ICH STOSOWANIA	17
2.1.	Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju	17
2.2.	Niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością Rainbow Tours S.A.	19
2.3.	Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania	19
2.3.1.	Zagadnienia społeczne	19
2.3.2.	Zagadnienia pracownicze	24
2.3.3.	Poszanowanie praw człowieka	30
2.3.4.	Różnorodność	32
2.3.5.	Środowisko naturalne	33
2.3.6.	Przeciwdziałanie korupcji	36
3.	ZARZĄDZANIE RODZAJAMI RYZYKA ZWIĄZANYMI Z DZIAŁALNOŚCIĄ SPÓŁKI, MAJĄCYMI WPŁYW NA ZAGADNIENIA NIEFINANSOWE	41
3.1.	Opis zarządzania istotnymi rodzajami ryzyka związanymi z działalnością Spółki, mającymi wpływ na zagadnienia niefinansowe	41
3.2.	Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy	45
4.	ZASADY, NA PODSTAWIE KTÓRYCH SPORZĄDZONO JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH	45

Niniejsze Sprawozdanie zostało sporządzone na podstawie art. 49b ust. 1 i nast. ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (tj. Dz.U. z 2019 roku, poz. 351). Spółka, na podstawie art. 49b ust. 9 ustawy o rachunkowości, sporządziła – w miejsce sporządzenia i zamieszczania oświadczenia jednostkowego na temat danych niefinansowych, jako wyodrębnionej części sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej Rainbow Tours w roku obrotowym 2018 – niniejsze, odrębne Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych w ujęciu jednostkowym („Sprawozdanie jednostkowe na temat informacji niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018”).

Na potrzeby opracowania niniejszego Sprawozdania Spółka 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 Sprawozdania 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 Sprawozdanie nie może być traktowane jako opracowane zgodnie („in accordance”) z Global Reporting Initiative (GRI) wersja GRI Standards.

W dniu publikacji rocznego raportu okresowego (Raport Roczny R 2018) oraz rocznego skonsolidowanego raportu okresowego (Raport Roczny RS 2018), tj. w dniu 30 kwietnia 2019 roku, Spółka zamieszcza niniejsze Sprawozdanie („Sprawozdanie jednostkowe na temat informacji niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018”) na stronie internetowej relacji inwestorskich Spółki pod adresem <https://ir.r.pl> w zakładce CSR/Dokumenty CSR.

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 ofercie Spółki istotną rolę odgrywają też ponadprzeciętne 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 Polsce¹. W 2018 r. z jej oferty skorzystało ponad 501,3 tys. klientów, podczas gdy w roku 2017 było to 412,3 tys. Portfolio produktowe Spółki obejmuje wyjazdy do ponad 90 krajów świata z wylotami do ponad 150 destynacji. W 2016 r. Rainbow Tours S.A. zajmowała pozycję wicelidera w branży turystyki wyjazdowej, realizując znacznie szybszy wzrost niż cała branża (15,7%) i zwiększając w niej udział z 16% do 18%, jednakże w 2017 roku Rainbow Tours S.A. straciła pozycję wicelidera w branży turystyki wyjazdowej na rzecz TUI Poland Sp. z o.o. (należącej do największego europejskiego koncernu turystycznego TUI Group), która w efekcie prowadzonej polityki sprzedażowej i agresywnej polityki cenowej osiągnęła w 2017 rok ponadprzeciętny wzrost przychodów oraz wzrost liczby klientów o prawie 50% (476 tysięcy).²

Rainbow Tours S.A. dysponuje jedną z najwyższych w Polsce kwot ubezpieczeniowych spośród operatorów turystycznych³. Gwarancja ubezpieczeniowa dla Spółki jako organizatora turystyki i pośrednika turystycznego, której beneficjentem jest Marszałek Województwa Łódzkiego, wynosi aktualnie 190 mln zł. Na koniec 2017 roku Spółka posiadała drugi co do wielkości kapitał własny wśród touroperatorów działających na rynku polskim⁴. W ostatnim opublikowanym rankingu dziennika „Rzeczpospolita”, przygotowanym przez Instytut Badań Rynku Turystycznego TravelData, Rainbow Tours S.A. otrzymała rating AA (wiarygodność bardzo wysoka) ze stabilną perspektywą⁵. Instytutu TravelData przyznał Rainbow Tours S.A. „Złoty Certyfikat Transparentności”, co oznacza, że Spółka jest firmą przejrzystą oraz w profesjonalny i powtarzalny sposób udostępnia środowisku turystycznemu swoje dane finansowo-biznesowe (co następuje przy zachowaniu wymogów obowiązujących spółki publiczna, których akcje są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, głównie poprzez publikację raportów okresowych i bieżących).

Stabilności finansowej Spółki sprzyja duże zróżnicowanie kierunków i około 50-procentowy udział sprzedaży przez własne kanały dystrybucji.

Tabela 1. Przychody Spółki ze sprzedaży imprez turystycznych w podziale na kanał dystrybucji

	2018 [PLN'000]	Struktura [%]	2017 [PLN'000]	Struktura [%]	Dynamika [%]
Sprzedaż w kanale agencyjnym	642 121	43,7%	606 484	47,7%	5,9%
Sprzedaż w kanale biur własnych i Call Center	741 511	50,6%	605 134	47,5%	22,5%
Pozostałe	84 089	5,7%	61 168	4,8%	37,5%
Razem	1 467 721	100,0%	1 272 786	100,0%	15,3%

Zróżnicowany portfel produktowy powoduje, że Rainbow Tours S.A. jest stosunkowo odporna na konkurencję tanich linii lotniczych, a ryzyko biznesowe dla jego dalszego rozwoju jest relatywnie niewielkie. Spółka dysponuje także znacznymi środkami finansowymi (w tym uzyskanym w 2018 roku kredytem z Banku Gospodarstwa Krajowego w wysokości 15,5 mln euro), co umożliwia zakup i budowę hoteli w Grecji, także we współpracy z pasywnym partnerem zewnętrznym (pozyskanie przez Rainbow Tours S.A. w lutym 2019 roku pasywnego inwestora dla realizacji inwestycji związanych z rozwojem działalności w hotelach własnych lub zarządzanych na zasadzie wynajmu długoterminowego, tj. Fundusz Ekspansji Zagranicznej Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych, zarządzany przez PFR TFI będącego częścią Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju). Według ostatnich trendów zaczyna to być uważane za istotny element „kompletnego organizatora” przyszłości⁶ i jest pozytywnie odbierane przez analityków rynku usług turystycznych⁷.

¹ Źródło: Największe biura podróży 2017 roku – Itaka, TUI, Rainbow, turystyka.rp.pl, 16 kwietnia 2018 r.; „Ratingi biur podróży 2018: Dziewięć ocen w górę, trzy w dół”, turystyka.rp.pl, 15 kwietnia 2018 r.

² Tamże

³ Źródło: <http://www.traveldata.pl/gwarancja-ubezpieczeniowa-11.html>

⁴ Źródło: Największe biura podróży 2017 roku – Itaka, TUI, Rainbow, turystyka.rp.pl, 16 kwietnia 2018 r.; „Ratingi biur podróży 2018: Dziewięć ocen w górę, trzy w dół”, turystyka.rp.pl, 15 kwietnia 2018 r.

⁵ Tamże

⁶ Źródło: „Ratingi 2017- Liderzy zwiększają przewagę”, TravelDATA, 12 października 2017;

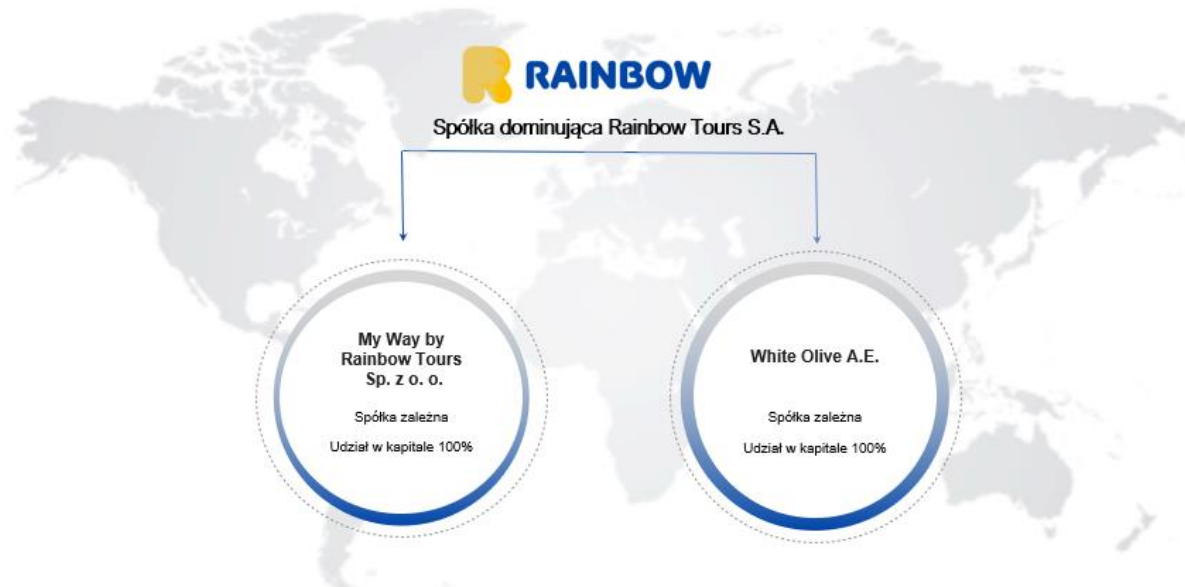
⁷ Źródło: <http://wczasopedia.pl/analiza-cen-lato-cz.2.html>, 20 lutego 2019 r.

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 2018 r. w Rainbow Tours S.A. pracowały na umowę o pracę 624 osoby, rok wcześniej, tj. na koniec 2017 roku, liczba zatrudnionych na umowę o pracę wynosiła 579 osób. Uwzględniając również zatrudnionych na podstawie umowy zlecenia liczby te wynoszą odpowiednio: na koniec 2018 roku 660 osób, zaś na koniec 2017 roku 624 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.

W 2018 roku w ramach Grupy Kapitałowej Rainbow Tours przeprowadzono procesy połączenia podmiotu dominującego (Rainbow Tours S.A. – jako spółka przejmująca) z jednostkami zależnymi („Rainbow Tours – Biuro Podróży” Sp. z o.o., „Bee & Free” Sp. z o.o. oraz Rainbow Incentive & Incoming Sp. z o.o. – jako spółki przejmowane).

Aktualnie w skład Grupy Kapitałowej Rainbow Tours wchodzi dwie spółki zależne:

- „My Way by Rainbow Tours” Sp. z o.o. – obecnie działalność „My Way by Rainbow Tours” Sp. z o.o. skoncentrowana jest na organizowaniu i prowadzeniu szkoleń dla pilotów, animatorów i rezydentów w ramach projektu „Akademii Rainbow” [strona internetowa: <http://akademiarainbow.pl/>],
- White Olive A.E. (spółka akcyjna prawa greckiego) – White Olive A.E. jest właścicielem nieruchomości hotelowych w Grecji, na wyspie Zakynthos i zajmuje się świadczeniem usług hotelowych dla Rainbow Tours S.A. oraz innych touroperatorów; w planach dotyczących działalności White Olive A.E. jest dalszy rozwój działalności w segmencie hoteli własnych, w związku z którą Spółka w 2018 roku zabezpieczyła środki na realizację tych planów strategicznych poprzez zawarcie umowy kredytowej w wysokości 15,5 mln euro z Bankiem Gospodarstwa Krajowego z przeznaczeniem na finansowanie budowy i rozbudowy obiektów hotelowych oraz pozyskała w lutym 2019 roku pasywnego inwestora, tj. Fundusz Ekspansji Zagranicznej Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych, zarządzany przez PFR TFI będącego częścią Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), z którym zawarto umowę w przedmiocie inwestycji związanych z rozwojem na udziale kapitałowym Funduszu, wspólnie z Rainbow Tours S.A., w spółce White Olive A.E., celem świadczenia usług turystycznych w hotelach stanowiących własność White Olive A.E. lub zarządzanych na zasadzie wynajmu długoterminowego.

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 2018 r. wybierali głównie takie kierunki (rezerwacje zakupione w 2018 roku), jak: Grecja, Hiszpania, Turcja, Bałkany, Włochy i Egipt. Zasadnicza grupa tych kierunków jest stała i nie ulega znaczącym, 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 2018 r. zrealizowano m.in. 435 programów wycieczek objazdowych; wobec 396 zaoferowanych w 2017 r. Oferta obejmuje m.in. wersję 7+7 (zwiedzanie z wypoczynkiem). W ofercie Spółki znajdują się m.in. wycieczki objazdowe na niemal wszystkie kontynenty, praktycznie w każdy rejon świata. Znacząca część z nich realizowana jest poprzez bezpośredni przelot samolotem PLL LOT (dreamlinerem);
- poszukiwanie egzotyki – w 2018 r. wprowadzono nowości w postaci m.in. wypoczynku na Dominikanie. Rainbow Tours S.A. proponuje bezpośrednie loty do części egzotycznych destynacji samolotem Dreamliner PLL LOT (Tajlandia, Wietnam, Kuba, Meksyk, Dominikana). 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 Sri Lankę, do Wietnamu, Tajlandii, Meksyku, 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 na Korfu lub Zakynthos, a na 10 albo 11 dni – np. do Grecji, Turcji, Bułgarii, Egiptu, Hiszpanii.
- 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;
- wybór środka transportu – oferta obejmuje zarówno wycieczki autokarowe, jak i samolotowe. W 2018 r. samoloty odlatywały z 10 lotnisk w Polsce (w 2017 roku z 9 lotnisk), tj.: w Bydgoszczy, Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Łodzi, Modlinie, Poznaniu, Rzeszowie, Warszawie oraz we Wrocławiu, a także z Wilna na Litwie. Dla miłośników podróży autokarowych przygotowane są także wycieczki po Europie, m.in. do Czech, krajów Beneluksu, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Francji, Skandynawii, Włoch, Rumunii, Rosji, na Słowację i Bałkany;
- możliwość wyjazdu w różnych porach roku – oferta zawiera wyjazdy letnie i zimowe, w tym 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, autokarowych 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 500 zł, co w praktyce może oznaczać, że koszt jego wyjazdu będzie wyjątkowo niski, w drugim przypadku osoba towarzysząca może zyskać dodatkowo do 400 zł 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;
 - „Najtaniej pod Słońcem” – czyli 100% pewności najniższej ceny (dotyczy pierwszego etapu przedsprzedaży) – jeśli w okresie od momentu zakupu imprezy, aż do jednego dnia roboczego przed wyjazdem cena spadnie, zwrot różnicy;
 - bezpłatna zmiana rezerwacji – nawet do 30 dni przed wylotem;
 - możliwość rezerwowania miejsc w samolocie na wybranych rejsach już od 1 zł/osobę;

- korzystna wysokość zaliczki – w pierwszym okresie przedsprzedaży wynosi 20% ceny wycieczki;
- Second Minute – promocja rozpoczynająca się po zakończeniu okresu przedsprzedaży. W Second Minute Spółka oferuje Klientom rabat do 40%, dodatkowy rabat do 400 zł dla dzieci lub do 300 zł dla drugiej osoby w przypadku par, a także daje możliwość wyboru dodatkowych dwóch benefitów w atrakcyjnych cenach, np.:
 - parking przy lotnisku za 1 zł;
 - gwarancja bezpłatnej zmiany rezerwacji „Komfort” za 1 zł;
 - wybór miejsca w samolocie „Standard” i „Premium” za 50% ceny;
 - dojazdy „antenowe” dla wycieczek autokarowych za 1 zł.
- 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 Spółka jest w stanie sprawnie dostosowywać podaż usług do bieżących preferencji klientów i aktualnej sytuacji na świecie.

Klienci i destynacje

W 2018 r. klientami Rainbow Tours S.A. było 501,3 tys. osób (412,3 tys. rok wcześniej). Głównym motorem wzrostu liczby uczestników wyjazdów w 2018 r. było rozszerzenie oferty zoptymalizowanej cenowo, w tym np. rozwój oferty kierunków egzotycznych oraz rozwój oferty kierunków zyskujących na popularności i będących w czołówce wybieranych przez klientów destynacji.

Tabela 2. Liczba uczestników imprez turystycznych Rainbow Tours S.A.

	2018	2017	Zmiana w %
Wycieczki i wczasy lotnicze	469 076	381 074	23,1%
Wycieczki i wczasy z dojazdem własnym	32 234	31 230	3,2%
Pośrednictwo w sprzedaży biletów i imprez turystycznych	174 427	149 083	17,0%
Pozostałe	20 940	18 531	13,0%
Razem	696 677	579 918	20,1%

Najważniejszy dla Rainbow Tours S.A. jest sezon letni. W sezonie Lato 2018 w wyjazdach zorganizowanych przez firmę wzięło udział ponad 412 tys. uczestników, co w porównaniu z analogicznym okresem w poprzednim roku (sezon Lato 2017) stanowi wzrost o około 25,0%. Wzrost liczby klientów był widoczny także w sezonach Zima 2017/2018 oraz Zima 2018/2019.

Tabela 3. Liczba uczestników imprez turystycznych Rainbow Tours S.A. w podziale na sezony

	2018	2017	Dynamika 2018/2017
Oferta Zima - I kwartał	54 543	48 483	12,5%
Oferta Lato	412 344	329 946	25,0%
Oferta Zima - IV kwartał	34 423	33 849	1,7%
Razem	501 310	412 278	21,6%

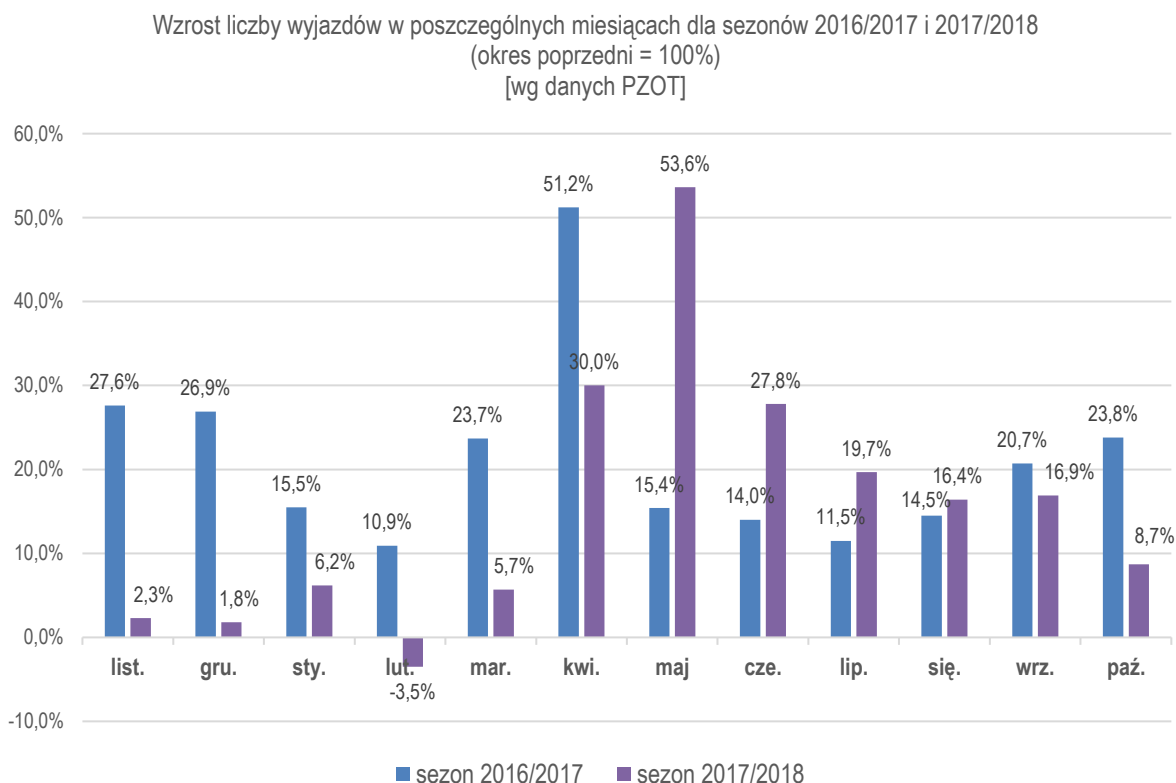
1.1.4. Opis branży i rynków, na których działa Spółka

Niezależnie od źródła informacji i analiz dostępnych na rynku oraz stosowanej metodologii analitycznej (dane PZOT, tj. Polskiego Związku Organizatorów Turystyki, bazującego na danych z serwisu rezerwacyjnego MerlinX, dane Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, dane indywidualne poszczególnych uczestników rynku turystycznego, np. travelplanet.pl⁸, dane Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData), rok 2018 (ewentualnie, w zależności od czasokresu prowadzonych analiz, sezon 2017/2018) był kolejnym rokiem (okresem) wzrostu liczby klientów kupujących wycieczki zagraniczne. W zależności od stosowanej metodologii i zakresu posiadanych danych wzrost liczby Polaków uczestniczących w zorganizowanych wyjazdach turystycznych osiągnął wzrosty od około 20% do około 35% w stosunku do poprzednich okresów porównywalnych (rok 2018 vs rok 2017; okres od listopada 2017 roku do października 2018 roku vs okres od listopada 2016 roku do października 2017 roku).

Według przedstawionych przez Polski Związek Organizatorów Turystyki danych podsumowujących rok turystyczny od listopada 2017 roku do października 2018 roku, w biurach podróży przybyło w stosunku do poprzedniego roku turystycznego (tj. wg metodologii stosowanej przez PZOT za okres od listopada 2016 roku do października 2017 roku) blisko 20% klientów (dokładnie 19,7%)⁹. Tak wynika z danych na jakich się opiera PZOT zaczerpniętych z popularnego systemu rezerwacyjnego MerlinX. Komentatorzy i analitycy rynku turystycznego wskazują jednakże na fakt, iż raporty bazujące wyłącznie na danych z systemu MerlinX nie odzwierciedlają rzeczywistej sytuacji branży, co związane jest z tym, że nie wszystkie biura turystyczne korzystają z tego systemu (w tym touroperatorzy zajmujący czołowe lokaty w rankingach biur podróży) i w tym m.in. niedoszacowanie wyników osiągniętych przez TUI Poland, które wskutek prowadzonej ekspansji znacznie zwiększyło poziom przychodów i liczby klientów.

Według szacunków Polskiego Związku Operatorów Turystyki, sezon 2017/2018 był kolejnym rokiem, w którym w każdym z miesięcy sezonu turystycznego 2017/2018 (za wyjątkiem miesiąca lutego 2018 r.) liczba wyjazdów była wyższa, niż w analogicznym miesiącu roku poprzedniego. Warto dodać, że w każdym z miesięcy sezonu turystycznego 2016/2017 liczba wyjazdów była przynajmniej o 10% wyższa niż rok wcześniej¹⁰, co może wskazywać na nieznaczne spowolnienie wzrostów w tej statystyce.

Wykres 1. Dynamika liczby wyjazdów w poszczególnych miesiącach sezonu turystycznego



⁸ Źródło: „Raport podróżnika 2019. Travelplanet.pl”; <https://www.travelplanet.pl/blog/raport-podroznika-2019/>

⁹ Źródło: „Polish Tourism 2017/18 from the perspective of Polish Tour Operators Association & MerlinX”;

¹⁰ „PZOT: Sezon zakończony 20-procentowym wzrostem”, rp.pl/Biura podróży, 07.11.2018 r.

¹⁰ Źródło: Polski Związek Operatorów Turystyki, Weekly Report 39/2017 i 40/2017

W związku z tym, jak się wydaje, bardziej miarodajne wyniki dotyczące wzrostu liczby klientów korzystających z oferty touroperatorów na kierunkach czarterowych, mogą pochodzić z danych publikowanych przez Turystyczny Fundusz Gwarancyjny lub poszczególnych uczestników rynku (np. travelplanet.pl). Zgodnie z powołanym wyżej „Raportem podróżnika 2019. Travelplanet.pl”, przyrost klientów w biurach podróży wyniósł 35%, co jest konsekwencją zarówno rosnącego przekonania, że impreza turystyczna najczęściej wychodzi taniej niż samodzielne przygotowanie wakacji ale i poważniejszego zjawiska: wzrostu płac, trzykrotnie szybszego niż wzrost średniej wartości rezerwacji powodującego, że tak naprawdę wakacje relatywnie tanieją od wielu lat. Podobny wskaźnik wzrostu liczby klientów za rok 2018 (35%) przedstawiają analitycy z Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData¹¹, zwracając przy tym uwagę właśnie na niemiarodajność danych pochodzących wyłącznie z systemu rezerwacyjnego MerlinX (dane PZOT) i niedoszacowanie w związku z tym m.in. wyników TUI Poland. Natomiast z innych dostępnych danych, tj. przedstawionych przez Turystyczny Fundusz Gwarancyjny, w sezonie 2018 liczba klientów biur podróży, korzystających z wycieczek czarterowych zwiększyła się o 32%¹².

Zgodnie z ukształtowaną już tendencją, Polacy nie tylko kupują coraz więcej wycieczek zagranicznych, ale i kupują je coraz wcześniej. Już dwucyfrowy procent klientów jest gotowych do rezerwacji letniego urlopu z wielomiesięcznym wyprzedzeniem (tj. w październiku, listopadzie albo w grudniu). 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. Zgodnie z powołanym raportem PZOT „Polish Tourism 2017/2018 from the perspective of Polish Tour Operators Association & MerlinX” z listopada 2018 r. udział rezerwacji typu last minute (rezerwacje poniżej 30 dni przed datą wylotu) w łącznej liczbie rezerwacji sukcesywnie spada i osiągnął w ostatnich trzech sezonach turystycznych odpowiednio: 55,4% (2016 r.), 50,4% (2017 r.) i 48,4% (2018 r.). Dla branży turystycznej jest to korzystne, ponieważ sprzedaż przenosi się poza szczyt sezonu.

Do umocnienia powyższej 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 utrwaliła się również tendencja do korzystania przez Polaków z wyjazdów krótszych niż 14-dniowe. Zgodnie z powołanym raportem PZOT „Polish Tourism 2017/2018 from the perspective of Polish Tour Operators Association & MerlinX” z listopada 2018 r. średnia długość pobytu turystycznego w dniach sukcesywnie maleje i w ostatnich latach wynosiła odpowiednio: 8,32 dni (2016 r.), 8,18 dni (2017 r.) i 7,77 dni (2018 r.). Dominujący typ długości wyjazdu wakacyjnego to wyjazdy na tydzień, przy czym można zaobserwować również wzrost wyjazdów na okresy inne, niż 7-dniowe lub 14-dniowe, wśród których zaobserwować można wzrost liczby wyjazdów 8-13-dniowych¹³. Popularnością charakteryzują się w dalszym ciągu wyjazdy 3-4-dniowe, tzw. city breaks, czyli przedłużone weekendy. Wyjazdy dwutygodniowe dominują w lipcu i sierpniu, zainteresowane są nimi głównie rodziny z dziećmi.

Według danych zawartych w w/w podsumowaniu wyników sezonu turystycznego 2017/2018 dokonany przez PZOT, do najbardziej popularnych destynacji wybieranych jako kierunki wypoczynku zorganizowanego należały:

- | | |
|--|---|
| • Grecja – udział 31,5% (wzrost o 17,8%) | • Bułgaria – udział 8,0% (wzrost o 4,2%) |
| • Turcja – udział 14,1% (wzrost o 110,2%) | • Włochy – udział 5,2% (spadek o -3,3%) |
| • Hiszpania – udział 10,8% (spadek o -22,3%) | • Albania – udział 3,7% (wzrost o 68,7%) |
| • Egipt – udział 8,2% (wzrost o 49,9%) | • Tunezja – udział 2,0% (wzrost o 247,8%) |

W odniesieniu do poprzedniego sezonu turystycznego pozycję lidera wyjazdów w dalszym ciągu zajmuje Grecja, jednakże szczególną uwagę należy zwrócić na ponadprzeciętne wzrosty kierunków: Turcja (wzrost o 110,2%) i Egipt (wzrost o 49,9%), jak również Tunezja (wzrost o 247,8%), które po niekorzystnych zawirowaniach geopolitycznych spowodowanych sytuacją polityczną i dotychczasowym zagrożeniem terrorystycznym zdecydowanie zyskały na popularności.

Ponadto, według danych zawartych w podsumowaniu wyników sezonu turystycznego 2017/2018 dokonany przez PZOT udział poszczególnych środków transportu w zorganizowanych imprezach turystycznych przedstawiał się następująco:

- podróże lotnicze – 88,8% (wzrost o około 22,65% w stosunku do sezonu 2016/2017),
- podróże własnym transportem – 5,7% (spadek o około -0,5% w stosunku do sezonu 2016/2017),
- wycieczki autobusowe – 5,4% (wzrost o około 2,4% w stosunku do sezonu 2016/2017).

¹¹ Źródło: TravelData; <http://www.traveldata.pl/190130analiza-cen-lato-cz.2.html>;

“Btelej: Mylące dane wyprowadziły touroperatorów na manowce”, [rp.pl/Biura podróży](http://rp.pl/Biura%20podrozy), 30.01.2019 r.

¹² Źródło: “3,2 miliona turystów czarterowych w 2018 roku”, [rp.pl/Biura podróży](http://rp.pl/Biura%20podrozy), 29.01.2019 r.

¹³ Źródło: „Raport podróżnika 2019. Travelplanet.pl”; <https://www.travelplanet.pl/blog/raport-podroznika-2019/>

Analitycy Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData w jednym ze swoich komentarzy¹⁴ wskazują na szczególny charakter minionego sezonu turystycznego (2017/2018), w którym po bardzo dobrych wynikach przedsprzedaży wycieczek w pierwszej części sezonu, duzi touroperatorzy mieli pełne prawo przypuszczać, że w warunkach kolejnej fali wzrostu dochodów gospodarstw domowych oraz poprawienia się wskaźników optymizmu konsumenckiego na wiosnę, a zwłaszcza w kwietniu (i później czerwcu) do rekordowych poziomów – powstała przestrzeń na dodatkowe powiększenie programów czarterowych o 10, a może nawet kilkanaście procent. Jednakże z uwagi na kilka skumulowanych czynników – tj. przede wszystkim zawirowania związane z oceną potencjału rynku wskutek niedoszacowania wzrostów sprzedaży jednego z uczestników rynku, który według opinii uczestników rynku stosował agresywną politykę cenową (co miało swój negatywny wpływ na uzyskiwane marże), związana z tym znaczna nadpodaż oferty na rynku turystycznym, jak również utrzymująca się od kwietnia do września 2018 roku bardzo dobra pogoda w Polsce (rekordowo ciepłe lato) oraz Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej, które odbywały się w Rosji w dniach od 14 czerwca do 15 lipca 2018 roku (które zwyczajowo przyciągają klientów przed telewizory przez ponad miesiąc wysokiego sezonu i jednocześnie bardzo istotnego okresu sprzedażowego) – wzrost liczby klientów w minionym sezonie turystycznym nie przełożył się na zwiększenie sprzedaży u wielu uczestników rynku. Taka sytuacja wymusiła również zmianę i obniżenie cen wycieczek. Zgodnie z raportem PZOT „Polish Tourism 2017/2018 from the perspective of Polish Tour Operators Association & MerlinX” z listopada 2018 r. średnia cena rezerwacji pakietu wyjazdowego zmniejszyła się o -3,9% z kwoty 6.209 zł w 2017 roku do 5.967 zł w 2018 roku, a średnia cena na klienta o -4,98%, z kwoty 2.532 zł do kwoty 2.406 zł. Również dane jednego z uczestników rynku, tj. travelplanet.pl (w podsumowaniu „Raport podróżnika 2019. Travelplanet.pl”), wskazują na mającą miejsce w 2018 roku (mimo wcześniejszych wzrostów w latach poprzednich) obniżkę średniej wartości rezerwacji, która według tego opracowania wyniosła w 2018 roku 5.626 zł wobec 5.870 zł w roku poprzednim.

W obliczu w/w czynników, które wystąpiły na rynku turystycznym w 2018 roku, zdaniem Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData¹⁵, poziomy sprzedaży sezonu 2018/2019 (a w tym w szczególności sezonu Lato 2019) pozostają (według danych na luty 2019 r.) wyraźnie poniżej wartości osiągniętych w analogicznym okresie roku poprzedniego (kiedy to na początku sezonu sprzedaż osiągała rekordowe wzrosty).

Powody do optymizmu na polu przyszłej koniunktury w turystyce wyjazdowej mogą się wiązać, zdaniem Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData¹⁶, z nowymi gospodarczymi propozycjami programowymi przedstawionymi w lutym 2019 r. na konwencji partii rządzącej, będącymi zestawem istotnych zmian i nowych inicjatyw (tzw. „piątka Kaczyńskiego”), z których najistotniejszą jest rozszerzenie dotychczasowego programu 500+ również na pierwsze dziecko, niezależnie od dochodu rodziny, które często są określane jako antycykliczna fiskalna stymulacja gospodarki mająca (obok celów wyborczych) przeciwdziałać negatywnemu wpływowi globalnego, a zwłaszcza europejskiego spowolnienia gospodarczego, na ekonomię krajową w Polsce.

Zgodnie z oceną Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData, wpływ dotychczasowego programu 500+ na popyt konsumpcyjny, a zwłaszcza w turystyce był bardzo silny. Pieniądze popłynęły bowiem w kierunku uboższych rodzin licznych w tzw. Polsce B i wywołały tam szczególnie duży efekt konsumpcyjny również z powodu niskiej bazy odniesienia dotychczasowych dochodów gospodarstw domowych. W wielu rejonach zwiększyły się one w ciągu roku o kilkanaście, nawet blisko 20 procent. Ponieważ charakteryzowały się one niską procentowo liczbą wyjeżdżających na zagraniczne wakacje to dynamika wzrostu stała się szczególnie wysoka. W rezultacie Polska B odnotowała w latach 2017-18 około 100-procentowy wzrost liczby klientów, podczas gdy w branży jako całości wyniósł on około 70%. W ocenie Instytutu nowy pakiet stymulacyjny może wygenerować dodatkowy popyt w lotniczej turystyce wyjazdowej w granicach 7-8% (może 9% z odpowiednim produktem dla emerytów), czyli w granicach 320–370 (410) tys. osób do podziału pomiędzy organizatorów i tanich przewoźników. Byłaby to nawet nieco większa skala niż szacowany ubytek liczby klientów spowodowany ekstraordynaryjnie zaniżonymi poziomami nastrojów konsumenckich, które niestety szczególnie silnie przenoszą się na skłonność do zakupów zagranicznych wycieczek.

Potwierdzeniem aktualnych, niezadowalających tendencji w zakresie poziomu sprzedaży imprez turystycznych na sezon Lato 2019 (analizą objęty jest okres pierwszego pełnego tygodnia sierpnia 2019 roku, czyli 5-11 sierpnia 2019 roku), są kolejne raporty i podsumowania publikowane przez Instytut Badań Rynku Turystycznego TravelData od początku roku 2019, z których wynika¹⁷, że rezultaty bieżącej sprzedaży wycieczek, jak również ich sprzedaży skumulowanej, czyli liczonej całościowo od jej początku - mniej więcej od połowy września 2018 roku (lub wcześniej), pokazują duży kontrast zwłaszcza w porównaniu z bardzo dynamicznym pod tym względem poprzednim sezonem Lato 2018, w którym na początku marca roczna dynamika wzrostu sprzedaży wynosiła około +45%. Objawów marazmu w zorganizowanej turystyce wyjazdowej doświadczamy w warunkach przyspieszenia dynamiki wzrostu realnych dochodów gospodarstw domowych, w tym jej głównego składnika, czyli

¹⁴ Źródło: TravelData; „30.01.2019 – „Analiza informacji mających wpływ na branżę turystyczną - Warto dysponować prawidłowymi danymi w turystyce...”

¹⁵ Źródło: TravelData; „13.02.2019 - Analiza informacji mających wpływ na branżę turystyczną - Nastroje konsumenckie mocno psują biznes organizatorom i agentom...”

¹⁶ Źródło: TravelData; „28.02.2019 - Analiza informacji mających wpływ na branżę turystyczną - Co może dać turystyce wyjazdowej nowy pakiet stymulacji fiskalnej?”

¹⁷ Źródło: TravelData; „11.03.2019 - Analiza Cen Imprez Turystycznych - LATO 2019 - Sprzedaż wycieczek idzie opornie, ale i tak znacznie lepiej niż u sąsiadów...”

realnych wynagrodzeń. Przy takiej sytuacji popyt na wycieczki powinien wzrastać, tymczasem nadwyżka sprzedaży ponad jej poziomem ubiegłorocznym systematycznie maleje i wynosi obecnie (na początku marca 2019 roku) prawdopodobnie jedynie około 6%. W drugiej i trzeciej dekadzie stycznia 2019 r. sprzedaż kluczowych dla branży imprez lotniczych uległa pewnej poprawie, ale później roczna dynamika ich sprzedaży ponownie osłabła i w lutym 2019 r. (miesięczna) znalazła się o ponad 3% poniżej poziomu sprzed roku. Duże znaczenie może mieć w tym wypadku odsuwanie przez klientów momentu zakupu wycieczek w czasie, które jest najprawdopodobniej konsekwencją sporej nadpodaży i nienaturalnie niskich cen wycieczek w przededniu i podczas ostatnich letnich wakacji. Możliwe też, że współgrać z takim nastawieniem może zjawisko dekonsumpcji asekuracyjnej, które zwykle w największym stopniu dotyczy stosunkowo dużych wydatków nie będących towarami lub usługami pierwszej potrzeby.

Zgodnie z jednym z cyklicznych raportów publikowanych przez PZOT (dane oparte o system rezerwacyjny MerlinX)¹⁸, liczba rezerwacji dotyczących sezonu 2018-2019, dokonanych w dziewiątym tygodniu 2019 r., spadła o -13,0% w porównaniu do danych zanotowanych w dziewiątym tygodniu 2018 r. Odpowiednio, liczba klientów w analizowanym okresie spadła o -13,6%. Do najpopularniejszych kierunków wyjazdów wakacyjnych w nowym sezonie 2018-2019 należały (wzrost/spadek – w porównaniu do analogicznego okresu sezonu 2017/2018):

- Turcja – udział 19,8% (wzrost o 21,6%)
- Włochy – udział 4,6% (spadek o -20,6%)
- Grecja – udział 18,5% (spadek o -23,2%)
- Bułgaria – udział 4,4% (spadek o -40,5%)
- Egipt – udział 15,6% (wzrost o 47,2%)
- Tunezja – udział 2,2% (wzrost o 48,0%)
- Hiszpania – udział 9,2% (spadek o -23,1%)
- Albania – udział 2,1% (spadek o -36,9%)

Otoczenie konkurencyjne

Zgodnie z podsumowaniem przedstawiającym największe biura podróży roku 2017¹⁹ (ocena dokonana na bazie danych za rok 2017; na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania nie były dostępne bardziej aktualne kompleksowe dane i kompleksowe podsumowania nt. działalności touroperatorów) rok 2017 był jednym z najlepszych w zorganizowanej turystyce wyjazdowej, a pod względem wartości bezwzględnych najlepszym w historii tej branży. Przychody 30 największych touroperatorów sięgnęły prawie 6,7 mld zł, czyli o 27,7% więcej niż rok wcześniej. Nieco mniej, bo o 24,8%, wzrosła w tym czasie liczba klientów – w sumie z biurami podróży wyjechało 2,57 mln klientów. Zysk netto największych touroperatorów osiągnął wartość prawie 136 mln zł, co oznacza spadek rok do roku o 3,9%. Zarazem fundusze własne – ważny czynnik ekonomiczny, świadczący o stabilności branży i jej poszczególnych przedstawicieli - wzrosły nieproporcjonalnie wysoko, bo aż o 42%, i wyniosły 710,6 mln zł.

Zgodnie z przygotowanym przez Instytut TravelData na zlecenie dziennika Rzeczpospolita podsumowaniem²⁰, od lat postępuje koncentracja na rynku, która w 2017 roku osiągnęła kolejny rekord - udział czterech największych graczy, Itaki, TUI Poland, Rainbow Tours i Grecos Holiday, stanowi już 71,3% wszystkich przychodów ze zorganizowanych zagranicznych wyjazdów Polaków. W roku 2016 udział ten wynosił 70,3%. Według Instytutu TravelData, dzięki wskazanym czterem podmiotom, które są również największymi płatnikami składek na rzecz Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego, biznes turystyczny w Polsce opiera się na solidnych podstawach. Ich rywalizacja zapewnia klientom tanie i dobrej jakości usługi. Podmioty te są zdolne konkurować z tanimi liniami lotniczymi, które w ostatnich latach prowadzą ekspansję na trasach łączących Polskę z popularnymi kierunkami turystycznymi.

Organizatorów wyjazdów działających na polskim rynku można podzielić na dwie grupy –zapewniających pełną i zróżnicowaną ofertę (np. Itaka, TUI Poland, Rainbow Tours) oraz skoncentrowanych na wybranych destynacjach (np. Grecos Holiday czy Coral Travel Wezyr Holidays²¹). Opis otoczenia konkurencyjnego Rainbow Tours, tj. czterech, poza Rainbow Tours, liderów rankingów biur podróży^{22 23} został przedstawiony poniżej.

W ostatnich latach pozycję największego organizatora turystyki wyjazdowej w Polsce utrzymuje Biuro Podróży Itaka (działające pod firmą Nowa Itala Sp. z o.o.), która przewodzi rynkowi turystyki wyjazdowej od roku 2009 i również w roku 2017 znalazła się na pierwszym miejscu pod względem przychodów ze sprzedaży usług turystycznych. Zgodnie z danymi publikowanymi przez Instytut TravelData obroty Itaki wyniosły w okresie 2017 r. 2,151 mld zł (rok wcześniej – 1,780 mld zł). Wzrost zanotowany przez Itakę za 2017 rok w porównaniu do 2016 roku wyniósł zatem 20,9%, tj. poniżej średniej dla całego rynku wyliczonej

¹⁸ Źródło: Polski Związek Organizatorów Turystyki, Weekly Report 9/2019 z 05.03.2019 r.

¹⁹ Źródło: „Największe biura podróży 2017 roku: Itaka, TUI, Rainbow”, rp.pl/Biura podróży, 16.04.2018 r.

TravelData – R.A.T.I.N.G. krajowych biur podróży (dostępny 12.03.2019 r.): <http://www.traveldata.pl/ratingi-krajowych-biur-podro-y.html>

²⁰ Tamże

²¹ 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.

²² Źródło: TravelData – R.A.T.I.N.G. krajowych biur podróży (dostępny 12.03.2019 r.): <http://www.traveldata.pl/ratingi-krajowych-biur-podro-y.html> oraz „Największe biura podróży 2017 roku: Itaka, TUI, Rainbow”, rp.pl/Biura podróży, 16.04.2018 r.

²³ Źródło: „Raport: Touroperatorzy. Turystyka wyjazdowa. Ranking 2018”, wyd. Wiadomości Turystyczne, czerwiec 2018

przez analityków Instytutu TravelData na 27,7%. Biuro oferuje szeroką i zróżnicowaną pod każdym względem paletę produktów w konkurencyjnych cenach. Pod koniec 2017 r. Itaka posiadała 180 placówek własnych (w roku poprzednim – 171) oraz współpracowała z 1238 agentami (rok wcześniej - z 1224 agentami. W 2017 r. zatrudniała średniorocznie 401 pracowników (rok wcześniej – 385 pracowników). Za rok 2017 Itaka osiągnęła trzeci pod względem wielkości, po Rainbow Tours i Ecco Holiday, zysk netto w wysokości 20,89 mln zł. Również pod względem liczby klientów, podobnie jak pod względem wartości przychodów rocznych, dominuje Itaka, która w 2017 r. obsłużyła 765 tys. turystów.

TUI Poland Sp. z o.o. jest częścią największego europejskiego koncernu turystycznego TUI Group. W związku z zastosowaną, nową polityką obniżania cen i dostosowaniem swojej oferty do nowych klientów z mniejszych miast i miejscowości (tańsze hotele trzygwiazdkowe, częściowy powrót do współpracy z biurami agencyjnymi po wcześniejszym ograniczeniu współpracy z agentami), TUI Poland zanotowała dynamiczny wzrost przychodów „rok do roku”, o ponad 56% w skali roku, tj. z kwoty 879,1 mln zł za rok 2016 do kwoty 1,377 mld zł za rok 2017. Pozwoliło to temu touroperatorowi na awans na drugą pozycję w zestawieniu największych biur podróży w Polsce pod względem przychodów. Pod koniec 2017 r. TUI posiadało 115 oddziałów własnych i franczyzowych (rok wcześniej – 103 oddziały) oraz współpracowało z 530 biurami agencyjnymi (rok wcześniej – z 450 biurami agencyjnymi). Średnioroczne zatrudnienie w spółce dystrybucyjnej kształtowało się na poziomie 550 pracowników (rok wcześniej zaledwie 84 pracowników). Za rok 2017 TUI Poland osiągnęła zysk netto w wysokości 11,75 mln zł. W roku 2017 TUI Poland obsłużyła 476 tys. klientów.

Grecos Holiday Sp. z o.o. specjalizuje się w obsłudze wyjazdów do Grecji i według dostępnych danych zajmuje w tym zakresie pozycję wicelidera (2. miejsce po Itace). W 2017 r. przychody biura z działalności turystycznej wyniosły 494,54 mln zł (rok wcześniej – 409,1 mln zł) i wzrosły o 20,9% 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 od kilku lat opiera swoją działalność na systemie agencyjnym i niezmiennie od kilku lat posiada 1 oddział własny, współpracując z rozbudowaną siecią biur agencyjnych; na koniec 2017 roku Grecos Holiday współpracowała z 1.920 biurami agencyjnymi (rok wcześniej – z 1.950 agentami). 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. Grecos Holiday zatrudniało w 2017 roku 84 pracowników (rok wcześniej – 74 pracowników). Za rok 2017 Grecos Holiday osiągnęła zysk netto w wysokości 20,87 mln zł, co oznacza wzrost o 54% w stosunku do poziomu zysku za 2016 rok (13,54 mln zł). W roku 2017 TUI Poland obsłużyła 188 tys. klientów.

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 2017 roku Coral Travel Wezyr Holidays nie zmienił pozycji w rankingu krajowych biur podróży, ale wyraźnie odzyskiwał udział w rynku, po tym jak jego interesy ucierpiały w związku z próbą przewrotu politycznego w Turcji w 2016 roku. W 2017 r. przychody Coral Travel Wezyr Holidays ze sprzedaży imprez turystycznych wyniosły 395,69 mln zł i w stosunku do wartości przychodów za 2016 rok (które wyniosły za ten okres 273,48 mln zł) oznacza dynamikę wzrostu przychodów o 44,69%. 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. Za rok 2017 Coral Travel Wezyr Holidays osiągnęła zysk netto w wysokości 4,7 mln zł. W roku 2017 Coral Travel Wezyr Holidays obsłużył 196,8 tys. klientów, co oznacza w stosunku do roku poprzedniego ponadprzeciętną dynamikę wzrostu w wysokości 50,3%.

Wartym zaznaczenia jest fakt, iż na początku 2019 roku na rynku doszło do upadku dwóch biur podróży, tj. Net Holiday oraz Biura Podróży Olimp - Centrum Promocji i Last Minute (zgodnie z informacją medialną: z uwagi na pogarszającą się sytuację finansową, spadające obroty i coraz mniejszą sprzedaż wyjazdów). W ocenie komentatorów i analityków rynku turystycznego, upadek w/w biur podróży może być konsekwencją trudnego dla branży turystycznej roku 2018 i dać naturalny impuls do konsolidacji rynku usług turystycznych.²⁴

Tabela 4. Ranking liderów turystyki wyjazdowej w Polsce²⁵

L.p.	Biuro podróży	Przychody z imprez turystycznych (w mln zł)	
		2017	2016
1.	Itaka	2 151,25	1 779,70
2.	TUI Poland	1 376,88	879,07

²⁴ Źródło: „Upadek Net Holiday i co dalej?”, rp.pl/Biura podróży, 19.02.2019 r.

²⁵ Źródło: TravelData – R.A.T.I.N.G. krajowych biur podróży (dostępny 12.03.2019 r.): <http://www.traveldata.pl/ratingi-krajowych-biur-podro-y.html> oraz “Największe biura podróży 2017 roku: Itaka, TUI, Rainbow”, rp.pl/Biura podróży, 16.04.2018 r.

L.p.	Biuro podróży	Przychody z imprez turystycznych (w mln zł)	
		2017	2016
3.	Rainbow Tours	1 284,69	1 044,94
4.	Grecos Holiday	494,54	409,13
5.	Wezyr Holidays	395,69	273,48
6.	Neckermann	244,97	242,55
7.	Net Holiday	133,38	100,99
8.	EXIM Tours	126,47	84,41
9.	Grupa Almatu	65,03	60,12
10.	Logos Tour	60,23	55,07

Na zakończonych na początku lutego 2019 roku targach Tour Salon, w konkursie Touroperator Roku 2018, któremu patronuje Izba Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej, Itaka zdobyła pierwsze miejsce; drugie miejsce zajął Rainbow Tours, a trzecie Coral Travel Wezyr Holidays²⁶.

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

Po bardzo dobrym w zorganizowanej turystyce wyjazdowej początku 2018 roku (po bardzo dobrych wynikach przedsprzedaży wycieczek w pierwszej części sezonu, duzi organizatorzy mieli pełne prawo przypuszczać, że w warunkach kolejnej fali wzrostu dochodów gospodarstw domowych i poprawienia się wskaźników optymizmu konsumenckiego na wiosnę popyt wzrośnie do rekordowego poziomu - może nawet o kilkanaście procent²⁷), dalsza część sezonu charakteryzowała się zawirowaniami związanymi z niepełną informacją o danych sprzedażowych i w tym kontekście z niedoinformowaniem uczestników rynku o ponadprzeciętnych wzrostach jednego z konkurentów, którego dane nie są powszechnie dostępne, a który realizował agresywną politykę cenową i notował ekstrema dynamicznej dynamikę wzrostu sprzedaży. Spowodowało to, iż błędnie oceniono potencjał dalszego wzrostu sprzedaży, a tym samym, w tych okolicznościach mylna ocena sytuacji doprowadziła do dużej przewagi podaży nad popytem, a w konsekwencji do „słabo kontrolowanej spirali spadków” cen wycieczek, co z kolei prowadziło do słabych wyników finansowych touroperatorów, a także niekorzystnej sytuacji agentów turystycznych²⁸.

W kontekście powyższych doświadczeń należy również oceniać potencjał rozwoju rynku turystyki wyjazdowej w Polsce na sezon roku 2019, który zdaniem analityków Instytutu Badań Rynku Turystycznego TravelData, można szacować (na bazie danych dostępnych na początku 2019 r.) w odniesieniu do bieżącego skumulowanego wzrostu dynamiki sprzedaży w przedziale 15-20%²⁹.

Do kluczowych czynników mających znaczne przełożenie na popyt w turystyce w roku 2019 będą miały:

- kształtowanie się (poziom i dynamika) realnych dochodów gospodarstw domowych, a zwłaszcza zasadniczego ich czynnika, którym są realne wynagrodzenia,
- poziom nastrojów konsumenckich, które są szczególnie istotne dla popytu na towary i usługi dalszej potrzeby, co będzie miało w sezonie roku 2019 istotne znaczenie, zwłaszcza wśród konsumentów z obszarów tzw. Polski B (gdzie relatywnie bardziej odczuwalny jest wpływ wzrostu świadczeń społecznych)³⁰,
- poziom obaw przed wystąpieniem na rynkach docelowych niebezpiecznych wydarzeń, zwłaszcza terrorystycznych,
- poziom i dynamika zmian cen imprez turystycznych,
- pogoda, ale jest ona relatywnie mało przewidywalna więc opieranie na niej strategicznych wizji programowych jest bardzo ryzykowne. Natomiast można przypuszczać, że w tym sezonie będzie to czynnik wsparcia koniunktury w turystyce wyjazdowej, gdyż kolejna aż tak korzystna aura dla wyjazdów krajowych jest mało prawdopodobna³¹.

Dodatkowo, pozytywny impuls mający wpływ na nastroje konsumenckie i wzrost dynamiki w zakresie rozwoju rynku turystyki wyjazdowej w Polsce na sezon roku 2019 - jak to już wyżej wskazano - może być związany, zdaniem Instytutu Badań Rynku

²⁶ Źródło: „Itaka tourooperatorem 2018 roku”, rp.pl/Biura podróży, 05.02.2019 r.

²⁷ Źródło: „Betlej: Mylące dane wyprowadziły touroperatorów na manowce”, rp.pl/Biura podróży, 30.01.2019 r.

²⁸ Tamże

²⁹ Źródło: TravelData; „9.01.2019 - Analiza informacji mających wpływ na branżę turystyczną; Branża rośnie na razie znacznie szybciej niż się na ogół sądzi...”

³⁰ Tamże

³¹ Źródło: TravelData; „13.02.2019 - Analiza informacji mających wpływ na branżę turystyczną - Nastroje konsumenckie mocno psują biznes organizatorom i agentom...”

Turystycznego TravelData³², z nowymi gospodarczymi propozycjami programowymi przedstawionymi w lutym 2019 r. na konwencji partii rządzącej, będącymi zestawem istotnych zmian i nowych inicjatyw (tzw. „piątka Kaczyńskiego”), z których najistotniejszą jest rozszerzenie dotychczasowego programu 500+ również na pierwsze dziecko, niezależnie od dochodu rodziny, które często są określane jako antycykliczna fiskalna stymulacja gospodarki mająca (obok celów wyborczych) przeciwdziałać negatywnemu wpływowi globalnego, a zwłaszcza europejskiego spowolnienia gospodarczego, na ekonomię krajową w Polsce.

Potencjał rozwoju rynku turystyki wyjazdowej w Polsce jest w dalszym ciągu wzrostowy, jednak wpływ na jego kształtowanie będą miały:

- stosunkowo dobre perspektywy rozwojowe polskiej gospodarki, związane z utrzymywaniem się korzystnej koniunktury gospodarczej, której sprzyja rosnący popyt konsumpcyjny, a w wielu gospodarkach również wzrost inwestycji; niemniej w ostatnim okresie zwiększyło się zróżnicowanie wzrostu PKB między poszczególnymi grupami gospodarek; choć koniunktura w największych gospodarkach rozwiniętych pozostała korzystna, w części gospodarek pojawiły się sygnały jej pogorszenia; w latach 2019-2020 dynamika krajowego PKB będzie się stopniowo obniżać; ważnym czynnikiem wzrostu popytu krajowego pozostanie spożycie gospodarstw domowych, do czego przyczyni się utrzymująca się poprawa sytuacji na rynku pracy pozytywnie oddziałująca na dochody do dyspozycji i nastroje konsumentów; nastąpi jednocześnie dalszy wzrost stopy inwestycji związany z odtworzeniem potencjału produkcyjnego polskiej gospodarki oraz rosnącą absorpcją funduszy strukturalnych UE z bieżącej perspektywy finansowej 2014-2020; korzystnie na popyt krajowy oddziaływać będzie niski poziom stóp procentowych i związane z nim niskie koszty kredytu; ograniczeniem dla wzrostu gospodarczego będzie natomiast prognozowany w latach 2019-2020 wzrost cen energii oraz obniżenie dynamiki PKB w strefie euro; przy założeniu braku zmian stóp procentowych NBP inflacja cen konsumenta w horyzoncie projekcji wzrośnie i ukształtuje się na poziomie 3,2% w 2019 r. oraz 2,9% w 2020 r.³³;
- kształtowanie się kursów polskiej waluty, zwłaszcza w relacji do dolara amerykańskiego i euro, a także kształtowanie się cen ropy naftowej, przy czym należy pamiętać, że wpływ zmian cen paliwa i walut na ceny wycieczek w zależności od touroperatora jest mniej lub więcej opóźniony (m.in. przez kontrakty zabezpieczające i politykę marż), a ich wpływ należy traktować raczej w uśrednionych kategoriach docelowych (asymptotycznych)³⁴;
- stosunkowo niski w dalszym ciągu udział osób uczestniczących w imprezach turystycznych w Polsce w ogóle ludności w porównaniu do tego wskaźnika np. w Niemczech lub w Czechach;
- zmiany sytuacji geopolitycznej i ewentualne zamachy terrorystyczne w różnych częściach świata, które wpływać mogą na decyzje wyjazdowe Polaków i kierunki ich podróży, szczególnie w okresie następującym bezpośrednio po wydarzeniu;
- 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 wartość

Misją Rainbow Tours S.A. jest wspólne i ciągle 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.

Podobnie, jak w latach poprzednich strategia Rainbow Tours S.A. na 2019 r. i kolejne lata zakłada konsekwentną budowę silnej i rozpoznawalnej marki „Rainbow” na rynku masowym oraz silnej Spółki, której działanie obejmie wszystkie aspekty rynku turystycznego.

³² Źródło: TravelData; „28.02.2019 - Analiza informacji mających wpływ na branżę turystyczną - Co może dać turystyce wyjazdowej nowy pakiet stymulacji fiskalnej?”

³³ Źródło: Raport o inflacji, NBP, listopad 2018.

³⁴ Źródło: TravelData; „11.03.2019 - Analiza Cen Imprez Turystycznych - LATO 2019; Sprzedaż wycieczek idzie opornie, ale i tak znacznie lepiej niż u sąsiadów...”

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.
- Budowa sieci hotelowej w Grecji. Rozwój sieci hotelowej pozwoli na wygenerowanie wyższej marży. Aktualnie do sieci hoteli własnych pod marką White Olive należą trzy hotele położone na greckiej wyspie Zakynthos, w tym dwa działające już obiekty 4* i budowany właśnie obiekt o standardzie 5*. Inauguracja tego ostatniego będzie miała miejsce w lipcu 2019 r. Wszystkie hotele działają w formule All Inclusive, przy czym w hotelach o standardzie 4* dostępnych jest obecnie w sumie 270 pokoi, natomiast hotel o standardzie 5* będzie dysponował 200 pokojami. Obiekty White Olive na Zakynthos mają świetną lokalizację, wysoki standard pokoi i starannie dopracowaną ofertę restauracyjną.

Ponadto, dzięki pozyskanym w ramach umowy podpisanej w lutym 2019 r. z Funduszem Ekspansji Zagranicznej FIZ AN (który jest częścią Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju) środkom finansowym, w ramach pierwszej transzy 9 mln EUR, spółka zależna Rainbow Tours, tj. White Olive A.E. chce powiększyć portfolio swoich hoteli o dwa obiekty, jeden na własność, a drugi w ramach długoterminowego najmu. Nowo pozyskane hotele będą podobnej wielkości, między 120 do 150 pokoi każdy. W planach jest kolejna runda dokapitalizowana kwotą ok. 7 mln EUR (z czego połowa pochodzić będzie od Funduszu) co pozwoli rozbudować sieć hotelową o kolejne dwa obiekty, tak więc na koniec 2020 roku spółka zarządzałaby siecią 7 hoteli o łącznej ilości ok. 1100 pokoi i prawie 3000 łóżek. Spółka planuje nadal rozwijać się w Grecji, która m.in. dzięki swojemu położeniu, klimatowi, historii i ofercie gastronomicznej, jest jedną z ulubionych destynacji wakacyjnych dla turystów z całego świata. Nowe obiekty będą zlokalizowane na wyspach Morza Egejskiego tj. na Krecie, Rodos i na Kos bowiem ich wyjątkowo korzystne warunki klimatyczne pozwalają na wydłużanie sezonu operacyjnego. Inwestowanie w rozwój sieci własnych hoteli WOH jest elementem strategii Rainbow na kolejne lata. Posiadanie własnej bazy hotelowej nie tylko stwarza szersze możliwości kreowania i zarządzania produktem ale pozwala również na wypracowanie większego i stabilnego wyniku finansowego.

- Wejście z ofertą turystyczną na rynki sąsiednich krajów. Już 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 spółce dominującej (w 2018 roku przeprowadzono konsolidację w ramach spółek Grupy Kapitałowej Rainbow, w ramach której dokonano przejęcia spółek zależnych „Rainbow Tours – Biuro Podróży”, „Bee & Free” oraz Rainbow Incentive & Incoming oraz dokonano przejęcia przez spółkę zależną prawa greckiego White Olive A.E. spółki Rainbow Hotels A.E.).
- Konsolidacja rynku czarterów, 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.

Potencjalnym zagrożeniem dla rozwoju Spółki może być postępowanie procesu ograniczenia handlu w niedziele (rozpoczętego od marca 2018 r.), gdzie w 2018 roku dwie niedziele w miesiącu były „niedzielami handlowymi”, a od roku 2019 jedynie jedna niedziela w miesiącu jest „niedziela handlową”. Po zmianach w ostatnich latach znaczna część placówek własnych Rainbow jest zlokalizowana w dużych centrach handlowych. Doświadczenia roku 2018 nie wskazują na istotny wpływ tego czynnika na realizację sprzedaży przez Spółkę, jednakże długookresowo Spółka nie jest w stanie precyzyjnie określić, jak istotne jest to ryzyko w przyszłości, 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 podpiswane 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 2018 r. przygotowano m.in. następujące katalogi: Lato 2019 Zwiedzanie (2 katalogi), Lato 2019 Wypoczynek (3 katalogi), Egzotyka 2018/2019 Zwiedzanie i Wypoczynek (2 katalogi), Europa i Orient 2018/19 Zwiedzanie i Wypoczynek (1 katalog) oraz Narty – Wypoczynek 2018/19 (1 katalog) i Sylwester 2018/19 Zwiedzanie i Wypoczynek (1 katalog). Są one dostępne dla klientów w formie papierowej w biurach sprzedaży oraz na stronie internetowej pod adresem <https://r.pl/katalogi>. 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 marcu 2019 r. (podobnie, jak w roku poprzednim, 2018) brała udział m.in. w kolejnej edycji Międzynarodowych Targów Turystycznych ITB Berlin. W marcu 2019 roku Spółka wzięła udział w XXV edycji targów turystycznych „Na styku kultur” w Łodzi, pod patronatem m.in. National Geographic (Festiwal Podróżników National Geographic), gdzie Spółka m.in. promowała, wspólnie z Portem Lotniczym Łódź im. Władysława Reymonta, projekt „Lataj z Łodzi”.

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. W 2018 roku rozpoczęto prace nad budową systemu zarządzania relacjami z klientami (Customer Relationship Management – CRM), jako ważnym elementem budowy lojalności klientów wobec Rainbow Tours S.A. Obecnie system zarządzania relacjami z klientem (Customer Relationship Management – CRM) jest modyfikowany na potrzeby Spółki oraz użytkowników. Aktywnymi użytkownikami systemu są wszyscy sprzedawcy sieci własnej – Call Center i Oddziały. System automatyzuje zadania i uporządkowuje procesy sprzedażowe. Docelowo będzie służył do pozyskiwania, maksymalizacji i utrzymania relacji z klientami, a także pozwoli na wprowadzenie nowych standardów obsługi – sprzedaż proaktywna, co w konsekwencji wpłynie na wzrost sprzedaży imprez turystycznych.

31 grudnia 2018 r. sieć sprzedaży Rainbow Tours S.A. składała się z:

- 107 biur własnych oraz 49 biur franczyzowych,
- 1.300 punktów agencyjnych,
- call center i własnej strony internetowej,
- wycieczkowych portali internetowych.

Aktualna lista biur sprzedaży oferty Rainbow zamieszczona jest na stronie internetowej pod adresem <https://r.pl/biura>.

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.

Obecnie Spółka pracuje nad przygotowaniem i wdrożeniem, w planowanym termin przed rozpoczęciem sezonu Lato 2019, aplikacji na urządzenia mobilne (smartfony), dedykowanej klientom Rainbow i umożliwiającej dostęp do: (i) informacji związanych z wykupioną imprezą (w tym, m.in. data, godzina, miejsce wylotu, program imprezy itp.), (ii) informacji związanych z miejscem imprezy (pogoda, informacje krajoznawcze, blogi itp.), (iii) informacji istotnych w trakcie trwania imprezy (np. kontakt do rezydenta/pilota, informacja o spotkaniach informacyjnych, informacja o dyżurach hotelowych, kontakt do ubezpieczyciela itp.) oraz (iv) informacji o wycieczkach fakultatywnych i ich sprzedaży.

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 wycarterowanymi 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 zaopatrzony w Elektroniczną Teczkę 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 osób pełniących funkcję i zadania pilotów wycieczek, którzy są pasjonatami podróży i pracy w turystyce, mają odpowiednią wiedzę oraz są zaangażowani w to, co robią. W celu ułatwienia zwiedzania klienci otrzymują załączniki zawierające informacje na temat kultury i norm obowiązujących w danym kraju (co pilotażowo wprowadzono w roku 2018 na części kierunków dla klientów wycieczek objazdowych) oraz bezprzewodowe słuchawki zapewniające słuchanie przewodnika/pilota (Tour Gate System – TGS). W 2019 roku Spółka planuje wprowadzenie dedykowanej klientom aplikacji na elektroniczne urządzenia mobilne, ułatwiającej dostęp do informacji

związanych z realizowaną na rzecz klienta Rainbow imprezą turystyczną. Jednocześnie trwają zaawansowane prace związane z planami wprowadzenia na sezon Lato 2019 rozwiązań informatycznych wspierających pracę rezydentów oraz pilotów. Platforma rezydentów ma wspomóc rezydentów pracujących na kierunkach pobytowych w obsłudze sprzedaży imprez fakultatywnych dla klientów (agregowanie informacji o sprzedaży wycieczek fakultatywnych przed rozpoczęciem imprezy turystycznej, z informatyzowaniem sprzedaży wycieczek w trakcie imprezy). System SRP (system rozliczania pilotów) ma za zadanie wspomóc pilotów w procesach rozliczenia i raportowania imprezy objazdowej. 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 2018 r. nie zaszły istotne zmiany w modelu biznesowym Spółki. Niemniej warto zaznaczyć, iż w 2018 r. przeprowadzono procesy konsolidacji w ramach Grupy Kapitałowej Rainbow Tours, w której Spółka pełni rolę jednostki dominującej.

Dzięki przeprowadzonej w 2018 r. konsolidacji spółek Grupy Kapitałowej Rainbow (w ramach której dokonano, w dwóch odrębnych procesach, przejęcia przez spółkę dominującą Rainbow Tours S.A. spółek zależnych „Rainbow Tours – Biuro Podróży” Sp. z o.o., „Bee & Free” Sp. z o.o. oraz Rainbow Incentive & Incoming Sp. z o.o.) dokonano koncentracji działalności w Spółce, a w tym m.in. optymalizacji zatrudnienia i kosztów.

Wpis połączenia Rainbow Tours S.A. (jako spółki przejmującej) ze spółką zależną „Rainbow Tours – Biuro Podróży” Sp. z o.o. (jako spółką przejmowaną) w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego nastąpił w dniu 24 kwietnia 2018 roku. Natomiast wpis połączenia Rainbow Tours S.A. (jako spółki przejmującej) ze spółkami: „Bee & Free” Sp. z o.o. oraz Rainbow Incentive & Incoming Sp. z o.o. (jako spółkami przejmowanymi) w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego nastąpił w dniu 12 grudnia 2018 roku.

Przeprowadzone procesy połączenia miały na celu:

- dążenie do zwiększenia efektywności zarządzania podmiotami w Grupie Kapitałowej,
- dążenie do centralizacji funkcji gospodarczych w jednym podmiocie,
- obniżenie kosztów funkcjonowania Grupy Kapitałowej i spółek w Grupie, w szczególności: kosztów zarządzania, pracy oraz wydatków na dostawy materiałów i świadczenie usług,
- uproszczenie relacji i rozliczeń w ramach Grupy Kapitałowej Rainbow Tours.

W związku z powyższymi połączeniami do struktur operacyjnych Rainbow Tours S.A. przeniesiono działalność wykonywaną dotychczas w spółkach zależnych, tj. w „Rainbow Tours – Biuro Podróży” (działalność w zakresie pośrednictwa w sprzedaży materiałów i usług marketingowych), „Bee & Free” (działalność w zakresie sprzedaży bloków miejsc w samolotach czarterowych) oraz Rainbow Incentive & Incoming (działalność w zakresie sprzedaży wyjazdów typu incentive).

Ponadto, w 2018 r. przeprowadzono procesu połączenia spółek zależnych wchodzących w skład Grupy Kapitałowej Rainbow Tours, tj. spółek zależnych prawa greckiego: (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. Przedmiotowe połączenie miało na celu:

- dążenie do zwiększenia efektywności zarządzania podmiotami w Grupie Kapitałowej (usprawnienie organizacji administracyjnej spółek zależnych prawa greckiego),
- obniżenie kosztów funkcjonowania Grupy Kapitałowej i spółek w Grupie, w szczególności: kosztów zarządzania, pracy oraz wydatków na dostawy materiałów i świadczenie usług [osiągnięcie korzyści skali, ograniczenie części kosztów administracyjnych oraz bardziej efektywne wykorzystanie czynników wytwórczych przedsiębiorstw],
- uproszczenie relacji i rozliczeń w ramach Grupy Kapitałowej Rainbow Tours,

- uproszczenie w zakresie rozliczeń związanych z planowaną przebudową i rozbudową obiektów hotelowych pod marką White Olive, tj. inwestycji realizowanych przy udziale spółek z Grupy Kapitałowej Rainbow Tours, tj. White Olive A.E. oraz Rainbow Hotels A.E., a także uproszczeniem możliwości i form pozyskania finansowania na realizację tych inwestycji.

Wpis przedmiotowego połączenia spółek zależnych, 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 w w greckim Rejestrze Handlowym (G.E.MI.) nastąpił w dniu 23 listopada 2018 roku.

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 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.



- **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 i wprowadzone w 2017 roku do stosowania we wszystkich spółkach Grupy Kapitałowej Rainbow Tours, a w tym, w Rainbow Tours S.A., 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 (których pełna treść zamieszczona została w serwisie relacji inwestorskich Rainbow Tours, pod adresem <https://ir.r.pl>, w zakładce CSR / Dokumenty CSR) przedstawiony w kolejnych punktach, 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 w 2018 roku rozszerzyła działania edukacyjne skierowane do własnych klientów – jako, iż jest to kluczowy aspekt wpływu Spółki na otoczenie. W 2018 roku Spółka uruchomiła nową zakładkę na stronie internetowej r.pl pod adresem <https://r.pl/csr>, zawierającą 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 w 2018 roku rozpoczęła pilotażowe wprowadzanie – dla programów

wycieczek objazdowych – krótkie poradniki odpowiedzialnego zachowania, dedykowane poszczególnym destynacjom, wzbogacone o informacje i ciekawostki o odwiedzanych miejscach. W ramach tych działań działamy w celu stworzenia 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 Sprawozdaniem na temat danych niefinansowych dokonała analizy i wyboru kluczowych niefinansowych wskaźników efektywności w poszczególnych obszarach polityk. W punkcie 4, „Zasady, na podstawie których sporządzono jednostkowe sprawozdanie na temat informacji niefinansowych”, Spółka prezentuje kluczowe wybrane wskaźniki niefinansowe, których wybór został dokonany z wykorzystaniem międzynarodowych Wytucznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju – Global Reporting Initiative, wersja Standards, wraz z informacją, w którym miejscu Sprawozdania 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 całkowita liczba 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 z Grupy Rainbow Tours i zostały opisane w Sprawozdaniu 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 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.

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, wspiera 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 pracują 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 Kapitałowej 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 służyć im 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.

Jednym z projektów podlegających wsparciu lokalnemu jest też „Plaża w Manufakturze”. Spółka wspiera projekt już od 5 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. W 2018 roku Rainbow Tours S.A. wyasygnowała na ten projekt kwotę około 59.000 zł.

W 2018 roku Spółka realizowała plany rozszerzenia swojego zaangażowania społecznego w rejonie Łodzi i okolic i w tym zakresie podjęła następujące działania:

- Fundacja Gajusz z siedzibą w Łodzi

W 2018 roku Spółka rozpoczęła współpracę z łódzką Fundacją Gajusz, która od 1998 roku pomaga dzieciom z oddziałów onkologii Uniwersyteckiego Szpitala Klinicznego nr 4 im. Marii Konopnickiej w Łodzi, a także prowadzi trzy hospicja dla dzieci: domowe – aby chore dzieci mogły pozostać w domu z rodziną, zamiast w szpitalu, stacjonarne – mieszkają w nim chore dzieci, które z różnych powodów nie mogą być pod opieką rodziców oraz perinatalne – dla najmłodszych, nienarodzonych jeszcze dzieci, które powstało po to, żeby przygotować rodzinę na pojawienie się w domu chorego dziecka. Od 2013 roku Fundacja Gajusz pomaga również zdrowemu rodzeństwu dzieci chorych (projekt pod nazwą „Projekt Rodzeństwa”) i ma na celu wspieranie rozwoju dzieci i młodzieży żyjących w cieniu swojego brata lub siostry. I właśnie w ten ostatni projekt w 2018 roku, rozpoczynając współpracę z Fundacją Gajusz, zaangażowała się Rainbow Tours S.A., dofinansowując kwotą prawie 44.000 zł pobyt wakacyjny (wraz z dojazdem) dla dzieci z „Projektu Rodzeństwa”, jak i ich opiekunów (łącznie 53 osoby), w ramach kolonii, które zostały zorganizowane w sierpniu 2018 roku w Ośrodku Wypoczynkowym „Zacisze Bis”, znajdującym

się nad Jeziorem Zdrowskim w miejscowości Łąck. Przedstawiciel Rainbow Tours S.A. odwiedził dzieci przebywające na koloniach, obdarowując je drobnymi prezentami.

Adres strony internetowej fundacji to: <https://gajusz.org.pl/>

- Fundacja Happy Kids z siedzibą w Łodzi

Rok 2018 to również rok rozpoczęcia współpracy z Łódzką Fundacją Happy Kids, która od 16 lat otacza opieką osierocone dzieci, które nie mogą się wychowywać w domach biologicznych rodziców. Tworzy dla nich Rodzinne Domy Dziecka – jest ich już 14 w całej Polsce, planowane jest otwarcie dwóch kolejnych. Fundacja pomaga także ubogim i chorym (w tym na nowotwory) dzieciom z terenów wiejskich. Podopiecznych fundacji jest już ponad 4.000. W 2018 roku Rainbow Tours S.A. wsparła wakacyjną akcję „Happy Bus” oraz ufundowała nagrodę główną (wyjazd dla czterech osób do Grecji) w konkursie „Z wirtuala do reala – grecka przygoda” (konkurs miał na celu promocję akcji społecznej, realizowanej przez Fundację Happy Kids na rzecz uświadamiania dzieci, młodzieży i rodziców o zagrożeniach, jakie niesie za sobą uzależnienie od telefonu i Internetu). W kolejnych latach planujemy całoroczne działania na rzecz fundacji. W 2018 roku Fundacja Happy Kids została jednym z trzech pełnoprawnych przedstawicieli Eurochild na Polskę – organizacji, która w 34 krajach zajmuje się prawami dzieci i młodzieży, dla której społeczeństwo, w którym dzieci i młodzież dorastają szczęśliwi, zdrowi, pewni siebie i szanowani jako jednostki same w sobie, jest główną misją i motorem działań.

Adres strony internetowej fundacji to: <http://www.happykids.org.pl/>

Niezależnie od powyższych projektów, w 2018 roku Rainbow Tours S.A. realizując się na polu zaangażowania społecznego wsparła finansowo następujące inicjatywy lokalne, tj. dedykowane społeczności łódzkiej:

- Społeczny Komitet Budowy Pomnika Kpt. Stefana Pogonowskiego, działający na rzecz budowy w Łodzi pomnika kpt. Stefana Pogonowskiego, łodzianina, jednego z bohaterów wojny 1920 roku – Rainbow tours S.A. wsparła komitet darowizną pieniężną w kwocie 10.000 zł;

Adres strony internetowej Komitetu: <http://www.kapitan-pogonowski.pl/>

- Rzymskokatolicka Parafia Św. Anny w Łodzi – Rainbow Tours S.A. wsparła darowizną pieniężną w kwocie 30.000 zł budowę żłobka parafialnego dla 50 dzieci, co wychodziło naprzeciw społecznym potrzebom w zakresie dostępności miejsc w żłobkach na terenie miasta Łodzi.

Ponadto, niezależnie od powyższych projektów, w 2018 roku Rainbow Tours S.A. realizując swoją misję społeczną wsparła (w mniejszym stopniu) i przekazała darowizny na cele związane z działalnością następujących organizacji o charakterze ogólnopolskim:

- Fundacja Serce dla Maluszka z siedzibą w Bielsku-Białej, zajmująca się m.in. wsparciem dla podopiecznych - chorych dzieci (opłacanie operacji i zabiegów, finansowanie rehabilitacji oraz leczenia, finansowanie zakupu sprzętu medycznego, rehabilitacyjnego oraz leków), a także pomocą ubogim i wielodzietnym rodzinom oraz wsparciem dzieci osieroconych – Rainbow Tours S.A. przekazała dwie darowizny dla podopiecznych Fundacji;

Adres strony internetowej fundacji to: <https://www.fundacjasercadlamaluszka.pl/>

- Fundacja Avalon – Bezpośrednia Pomoc Niepełnosprawnym z siedzibą w Warszawie, która od 2006 roku działa na rzecz osób z niepełnosprawnością i przewlekle chorych – Rainbow Tours S.A. przekazała darowiznę na rzecz Fundacji;

Adres strony internetowej fundacji to: <https://www.fundacjaavalon.pl/>

- Fundacja Dzieciom „Zdążyć z Pomocą” z siedzibą w Warszawie jest organizacją pożytku publicznego, działającą od 1998 roku, która zajmuje się pomocą podopiecznym – chorym dzieciom i ma już około 35.000 podopiecznych, dzieci z porażeniem mózgowym, wadami serca, autyzmem, zespołem Downa, dystrofią mięśniową, epilepsją, chorobami nowotworowymi, a fundusze przekazywane są na ich leczenie, rehabilitację, zakup lekarstw, sprzętu medycznego, pomocy edukacyjnych i inne specjalne potrzeby – Rainbow Tours S.A. przekazała darowiznę na rzecz Fundacji;

Adres strony internetowej Fundacji: <https://dzieciom.pl/>

Łączna kwota zaangażowania społecznego Rainbow Tours S.A. za rok 2018 w zakresie powyższych aktywności i inicjatyw przekroczyła 90.000 zł.

Wiele z projektów inicjowanych jest oddolnie przez pracowników Spółki.

W 2018 roku z okazji Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w Rosji zorganizowano konkurs w Centrali Rainbow Tours S.A. na wytypowanie drużyny, która zdobędzie Puchar Świata. Zwycięzcy konkursu przekazali swoje wygrane na wpłatę na rzecz Fundacji Happy Kids w Łodzi. Środki zebrane z inicjatywy jednego z pracowników ze sprzedaży używanych tabletek zostały przekazane na rzecz Fundacji Gajusz.

Przykładem oddolnego działania może być też inicjatywa pracowników Oddziału Rainbow Tours S.A. w Toruniu, którzy nawiązali współpracę z Fundacją Platon im. Kuby Rumińskiego w Toruniu i od roku 2011, corocznie angażują się charytatywnie w sprzedaż biletów na koncerty organizowane przez Fundację (sprzedając od 60 do 100 biletów). W 2018 roku koncert odbył się w dniu 26.07.2018 r. (występowali m.in. Maja Kleszcz i Mariusz Lubomski), a pracownicy, niezależnie od sprzedaży biletów, przygotowali ulotki dla uczestników koncertu z informacją o możliwości wsparcia Fundacji Platon 1% podatku oraz drobne upominki. Za udzielone wsparcie Rainbow Tours S.A. otrzymała od Fundacji „Złotego Anioła”.

Sukcesem zakończyła się również, przeprowadzona w grudniu 2018 roku oddolna akcja zbierania darów dla Domu Dziecka dla Małych Dzieci w Łodzi, przy ul. Drużynowej. Z inicjatywy i przy udziale pracowników Rainbow Tours S.A. udało się zebrać dla potrzebujących dzieci, także w drodze zorganizowanej w tym celu bożonarodzeniowej loterii fantowej w Centrali Rainbow Tours S.A., środki na zakup czterech monitorów oddechu, krzesła do karmienia, artykuły spożywcze i higieniczne oraz środki pieniężne.

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 Sprawozdaniu 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 2018 roku (podobnie, jak w latach ubiegłych):

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

W minionych sezonach ekspedycja współpracowała ze Spółką również m.in. poprzez oprowadzanie turystów biura po forcie Apsaros, gdzie prowadzone są badania. W 2019 roku planowana jest kontynuacja wsparcia ze strony Spółki.

Rok 2018, bogaty w wydarzenia na polu zaangażowania społecznego Rainbow Tours S.A., także w zakresie wsparcia społeczności lokalnych na obszarach leżących w destynacjach, na których działa Spółka, zaowocował rozpoczęciem w kwietniu 2018 roku długookresowego projektu realizowanego przez Rainbow Tours S.A. we współpracy z Fundacją imienia Pawła Huka „New Hope”, Afryka.

Fundacja imienia Pawła Huka „New Hope”, Afryka jest pozarządową organizacją non profit, walczącą z biedą panującą w Kenii. Jej główny projekt to Maili Tatu To Tu, wspierający szkołę podstawową w jednej z kenijskich wiosek. Fundacja zapewnia wyżywienie dzieciom, zbiera środki na pokrycie ich edukacji i opiekę medyczną.

Adres strony internetowej Fundacji i projektu Maili Tatu To Tu to: <https://mailitatumotu.com/pl/>

Wraz z Rainbow Tours S.A. Fundacja podjęła wspólną, obliczoną na kilka lat, inicjatywę budowy przedszkola i nowej szkoły w Kenii, w miejscowości Diani. Projekt dotyczy zakupu ziemi w Kenii, wioska Mbatu położonej w sąsiedztwie miejscowości Diani i budowy na niej szkoły wraz z zapleczem sanitarno-bytowym, a celem działań realizowanych w ramach projektu jest zapewnienie edukacji i wyżywienia dla dzieci z okolic Diani w Kenii. Całkowity koszt projektu na lata 2018-2026 wynosi łącznie 759.600 zł, przy czym w pierwszym roku (2018) Rainbow Tours S.A. wyasygnowała na rzecz Fundacji kwotę w wysokości 199.600 zł, z przeznaczeniem na realizację pierwszej, głównej fazy projektu, obejmującej m.in.: zakup działki pod budowę szkoły, budowę toalet i kuchni i pokoju nauczycielskiego, budowę trzech klas wraz z wykończeniem i wyposażeniem w ławki i krzesła, koszty administrowania szkoły. W kolejnych latach, począwszy od 2019 roku, Rainbow Tours S.A. zobowiązał się, w miarę postępu realizacji poprzednich etapów prac, do finansowania budowy kolejnych klas w szkole i kosztów administrowania szkoły.

Harmonogram i budżet projektu przewidywał w 2018 roku i przewiduje w latach kolejnych kwoty zaangażowania finansowego w przedmiotowy projekt ze strony Rainbow Tours S.A. wskazane w poniższej tabeli.

Tabela 5. Harmonogram i budżet projektu realizowanego we współpracy z Fundacją imienia Pawła Huka „New Hope”, Afryka

Rok	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Kwota zaplanowanego zaangażowania [w zł]	199.600 *	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
RAZEM CAŁKOWITY KOSZT PROJEKTU [W ZŁ]									759.600

* Zrealizowano w 2018 roku



Ponadto, rozpoczęcie współpracy z Fundacją imienia Pawła Huka „New Hope”, Afryka, zaowocowało oddolną inicjatywą ze strony pracowników Rainbow Tours S.A. zbiórki darów rzeczowych dla dzieci kenijskich i ich transportu (we współpracy z przewoźnikiem czarterowym, z którym współpracuje Spółka, tj. z Enter Air). W 2018 roku udało się zebrać i przetransportować do Keni ponad 200 kg darów (pomocze szkolne, zabawki i jedzenie o długim terminie przydatności do spożycia).

W roku 2018, z okazji Światowego Dnia Wody, który przypadał w dniu 22 marca 2018 roku, Rainbow Tours S.A. włączyła się w ogólnopolską akcję społeczną organizowaną w 2018 roku po raz drugi przez Polską Akcję Humanitarną pod hasłem #dajznakwodny. We wszystkich biurach Spółki, na witrynach pojawiły się informacje o akcji informujące o problemie i zachęcające do solidarności i pomocy. Akcja była również promowana w mediach społecznościowych Rainbow Tours S.A. Uczestnictwo w tej akcji jest dla nas bardzo ważne. Wysyłając rocznie tysiące Polaków za granicę Rainbow Tours S.A. stara się promować turystykę odpowiedzialną społecznie, która przebiega w zgodzie z miejscowymi zwyczajami i poszanowaniu odwiedzanych miejsc. Tym bardziej istotne dla Spółki jest promowanie pomocy regionom zagrożonym katastrofą humanitarną, do jakich niewątpliwie zalicza się Somalia (życie bez dostępu do czystej wody to rzeczywistość ponad 4 milionów Somalijczyków; ta sytuacja powoduje, że tysiące kobiet i dzieci rezygnuje z nauki i pracy i pokonuje dziennie wiele kilometrów aby zaopatrzyć swoje rodziny w wodę ze studni). Z tej okazji od 22 marca 2018 roku do końca miesiąca w witrynach biur

Rainbow pojawiły informujące o akcji, naklejki i plakaty. Pracownicy salonów firmowych Rainbow również zaangażowali się w akcję. Wielu z nich promowało akcję wśród swoich znajomych i informowało klientów, a także wpłacało pieniądze na konto PAH. Polska Akcja Humanitarna działa w Somalii od 2011 roku. W swoich działaniach skupia się przede wszystkim na zapewnieniu mieszkańcom dostępu do bezpiecznej wody i warunków sanitarnych. W ciągu ostatnich siedmiu lat PAH dotarła z pomocą do 500 tysięcy mieszkańców Somalii. W tym czasie wybudowała i wyremontowała niemal 80 studni i kiosków wodnych oraz ponad 500 latryn i sanitariatów.

Adres strony internetowej Polskiej Akcji Humanitarnej to: <https://www.pah.org.pl/>

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 spisana (wprowadzoną w 2017 roku) politykę pracowniczą, która stanowi sformalizowane wartości i idee, 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 2018 r. w Rainbow Tours S.A. zatrudnione na podstawie umowy o pracę były 624 osoby, na podstawie umowy zlecenia – 36 osób. Na koniec 2017 r. w Rainbow Tours S.A. zatrudnionych na podstawie umowy o pracę było 579 osób, na podstawie umowy zlecenia – 44 osoby.

Tabela 6. Całkowita liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć na koniec 2018 roku

	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Umowa o pracę	518	106	624
Oddziały	339	44	383
Centrala	150	55	205
Piloci	29	3	32
Zarząd	0	4	4
Umowa zlecenie	20	16	36
Oddziały	4	1	5
Centrala	7	4	11
Piloci	8	4	12
Zarząd	1	7	8

Tabela 7. Całkowita liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć na koniec 2017 roku

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

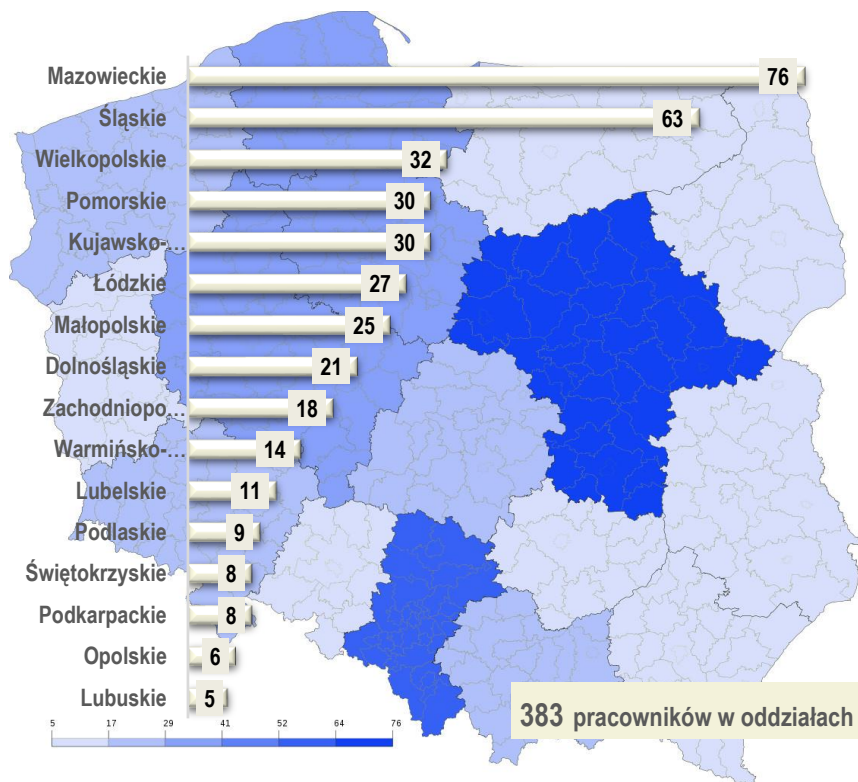
Tabela 8. Całkowita liczba zatrudnionych w podziale na płeć oraz na pracowników i pracowników nadzorowanych na 31.12.2018 r. i 31.12.2017 r.

2018	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Kadra kierownicza	140	22	162
Pozostali	378	84	462
2017	Kobiety	Mężczyźni	Suma
Kadra kierownicza	124	24	148
Pozostali	353	78	431

Tabela 9. Całkowita liczba pracowników oddziałów sprzedaży zatrudnionych w podziale na regiony na 31 grudnia 2018 r. i na 31 grudnia 2017 r.

Województwo	Liczba pracowników oddziałów sprzedaży na 31.12.2018 r.	Liczba pracowników oddziałów sprzedaży na 31.12.2017 r.	Zmiana stanu zatrudnienia (rok do roku)
Lubuskie	5	5	
Opolskie	6	6	
Podkarpackie	8	10	-2
Świętokrzyskie	8	8	
Podlaskie	9	10	-1
Lubelskie	11	11	
Warmińsko-mazurskie	14	14	
Zachodniopomorskie	18	16	+2
Dolnośląskie	21	21	
Małopolskie	25	24	+1
Łódzkie	27	26	+1
Kujawsko-pomorskie	30	23	+7
Pomorskie	30	28	+2
Wielkopolskie	32	32	
Śląskie	63	54	+9
Mazowieckie	76	76	
Suma	383	364	+19

Wykres 2. Całkowita liczba pracowników oddziałów sprzedaży zatrudnionych w podziale na regiony na 31 grudnia 2018 r.



CELE POLITYKI PERSONALNEJ

Rainbow Tours S.A. postrzega swoich pracowników jako niezwykle ważny kapitał, kluczowy w kształtowaniu silnej pozycji marki. Realizacja kompleksowej polityki pracowniczej umożliwiła 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 rekrutacje 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 Szkoleń i Monitoringu, natomiast całość działań w zakresie pozyskiwania pracowników destynacji leży w kompetencjach Akademii Rainbow.

Rekrutacja nowych pracowników odbywa się poprzez zamieszczanie ogłoszeń w portalach pracowniczych. W 2018 roku w portalu pracuj.pl uruchomiono profil pracodawcy dedykowany Rainbow Tours oraz dedykowaną podstronę na stronie internetowej r.pl, pod adresem <https://r.pl/praca>.

Tabela 10. Podsumowanie wyników ogłoszeń pracowniczych w portalach pracowniczych

	2016/2017 (19 miesięcy)	2018
Liczba ogłoszeń opublikowanych w portalu pracowniczym	34	87
Liczba zweryfikowanych aplikacji w procesie selekcji	5 171	10 930
Kandydaci zaproszeni do I etapu rekrutacji	343	311
Kandydaci zaproszeni do II etapu rekrutacji	158	151

Rekrutacja prowadzona jest również na podstawie polecenia (rekomendacji) pracowników (wdrożony w 2017 roku System Poleceń Pracowniczych, projekt pn. „Rainbow – Poleć pracownika”). 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.

System oparty na rekomendacjach pracowniczych działa w Spółce od 1 czerwca 2017 r. 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 2018 r. liczba osób zatrudnionych w ten sposób wyniosła 22, co oznacza przyrost o 13 osób, licząc od dnia 31 grudnia 2017 roku, kiedy osób zatrudnionych z rekomendacji pracowniczych (od 1 czerwca 2017 roku) było 9.

Rekrutacja pracowników do sieci sprzedaży składa się z trzech etapów: rozmowa telefoniczna z jednym z rekrutów, 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.

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 na etapie zatrudnienia dokumentem, poza Regulaminem Pracy, 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. 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 nowych pracowników w ich obowiązki.

Proces szkoleniowy w Rainbow jest kilkuetapowy:

- 1) Szkolenie z zakresu „Standardów Obsługi Klienta” – jest to obligatoryjny program szkoleniowy dla każdego nowozatrudnionego pracownika sieci sprzedaży Rainbow; warsztaty te przyczyniają się m.in. do ujednoczenia oraz usprawnienia całego procesu obsługi klienta w biurach Rainbow. Do końca 2017 roku przeszkolono w ten sposób 153 osoby, w 2018 roku zaś – 87 osób.
- 2) Dla wszystkich nowych pracowników organizowany jest też tzw. „Welcome Day” – szkolenie stworzone w pełni przez trenerów Działu Szkoleń i Monitoringu Spółki pn. „Witaj w Rainbow”. Do 31 grudnia 2017 r. szkolenie zostało przeprowadzone dla 65 osób. W 2018 roku, w ramach projektu „Witaj w Rainbow” przeszkolono 73 osoby, co daje łączną liczbę 138 osób przeszkolonych w ramach tego programu w latach 2017-2018.
- 3) Kolejny etap szkoleń, pn. „Chcieć, to Móc”, dedykowany pracownikom, którzy odbyli już szkolenia ze „Standardów Obsługi Klienta” poświęcony jest technikom radzenia sobie z najczęstszymi pytaniami klientów. Szkolenie to ma na celu rozwijanie kompetencji sprzedażowych konsultantów, zwiększenie ich pewności siebie, budowanie pozytywnych relacji z klientami, co przekładać się powinno na wzrost zadowolenia klienta z obsługi w Oddziale. Do końca 2017 roku programem „Chcieć, to móc” objęte były 54 osoby; w 2018 roku – 95 osób.

Dwa nowe programy szkoleniowe wprowadzone w Rainbow w 2018 roku to:

- 4) Szkolenie pn. „Skuteczny kierownik Rainbow” – dwudniowy program szkoleniowy przygotowany specjalnie dla kierowników oddziałów własnych Rainbow Tours S.A., obejmujący warsztaty, których głównym założeniem jest teoretyczne przygotowanie kierowników do efektywnego zarządzania podległymi im zespołami pracowników. W pierwszym roku funkcjonowania programu przeszkolono w jego ramach 44 osoby.
- 5) Szkolenie „CRM i Hotele Kluczowe” – jest to szkolenie dedykowane Menadżerom Regionalnym i ma na celu ich przygotowanie do wizyt w oddziałach, w celu weryfikacji wdrożenia (w tym oceny wiedzy pracowników oddziałów) na temat programu CRM oraz sprzedaży tzw. hoteli kluczowych; dodatkowo podczas szkolenia omawiane są kluczowe z perspektywy Rainbow Tours S.A. tematy związane z dosprzedażą usług dodatkowych, zbieraniem zgód marketingowych itp. W pierwszym roku funkcjonowania programu przeszkolono w jego ramach 70 osób.

W okresie 19 miesięcy obejmujących lata 2016/2017 Dział Szkoleń i Monitoringu przeszkolił 286 osób. W roku 2018 liczba osób przeszkolonych przez Dział Szkoleń i Monitoringu wyniosła 369.

W 2018 roku rozpoczęto wdrażanie systemu szkoleniowego „Trening on the Job”, tj. procesu szkoleniowego dotyczącego zarówno sprzedawców Call Center, jak również pracowników salonów Rainbow, w ramach którego, przy zachowaniu indywidualnego podejścia do pracowników, poruszane są m.in. tematy związane ze zgodami marketingowymi, dosprzedażą usług dodatkowych, kluczowymi hotelami, aktualnie trwającymi promocjami oraz systemem CRM.

Nowym projektem, przygotowywanym przez Dział Szkoleń i Monitoringu do wdrożenia w Rainbow w 2019 roku, którego założeniem jest wyłonienie liderów zespołów sprzedażowych w Call Center, jest projekt „Lider Call Center”. Ma on na celu kształtowanie pozytywnych postaw pracowniczych, poprawę integracji zespołu oraz zwiększenie motywacji i zaangażowania pracowników oraz poczucia ich przynależności do organizacji.

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 destinacji. 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:

- 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.

Tabela 11. Całkowita liczba zatrudnionych pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć na dzień 31 grudnia 2018 r.

	Na okres próbny	Na czas określony	Na czas nieokreślony	Suma
Umowa o pracę	27	258	339	624
Oddziały	20	168	195	383
Centrala	7	66	132	205
Piloci	0	24	8	32
Zarząd	0	0	4	4

Tabela 12. 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
Umowa o pracę	47	364	168	579
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 Działu Sprzedaży 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 Działu Sprzedaży, zaś w 2018 roku – 18,5% pracowników Działu Sprzedaży (w stosunku do osób zatrudnionych w Dziale Sprzedaży w 2018 roku – 72,4% nowozatrudnionych).

W Rainbow Tours S.A. prowadzony jest też proces monitoringu rozmów wykonywanych w Call Center oraz w oddziałach wspierających. Proces polega na odsłuchaniu i ocenie losowo wybranych rozmów przeprowadzonych przez zatrudnionych w Spółce konsultantów w ciągu miesiąca (każdy sprzedawca objęty monitoringiem jest oceniany pięciokrotnie w ciągu miesiąca). Ocena rozmowy dokonywana jest na podstawie arkusza oceny monitoringu rozmów. Proces ten ma na celu m.in. poprawę jakości obsługi klientów w zakresie prowadzonych rozmów oraz bieżącą kontrolę rozmów i możliwość reagowania na

ewentualnie pojawiające się problemy. W okresie 19 miesięcy obejmujących lata 2016/2017 monitorowano 79 konsultantów, średnio 395 rozmów miesięcznie. W 2018 roku monitorowano 111 pracowników i średnio 550 rozmów miesięcznie.

Koordinowaniu, analizie i zaplanowaniu przyszłych działań szkoleniowych ma służyć funkcjonujący w Rainbow Tours S.A. proces badania pn. „Tajemniczy klient”, przeprowadzany dla sieci sprzedaży Rainbow.

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 stowarzyszenia 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.

Tabela 13. Udział pracowników Spółki w zorganizowanym ubezpieczeniu PZU Zdrowie oraz ubezpieczeniu grupowym WARTA w ogólnej liczbie pracowników

	Na dzień 31.12.2017 r.	Na dzień 31.12.2018 r.	r/r
Udział % pracowników w ubezpieczeniu PZU Zdrowie	33	41	+8
Udział % pracowników w ubezpieczeniu grupowym WARTA	251	261	+10

Tabela 14. Udział pracowników Spółki korzystających z karty Multisport w ogólnej liczbie pracowników

	Na dzień 31.12.2017 r.	Na dzień 31.12.2018 r.	r/r
Udział % pracowników korzystających z karty Multisport	235	285	+49

Pracownicy Rainbow Tours S.A. mogą również korzystać z bogatej oferty wyjazdów wakacyjnych, które objęte są dofinansowaniem. Pracownikom przysługują raz w roku kalendarzowym bardzo atrakcyjne zniżki na wyjazdy oferowane przez Spółkę (w 2017 r. - do 50%, od stycznia 2018 r. - do 60% katalogowej ceny wycieczki). 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 2018 r. to 10 osób na urlopie macierzyńskim, 17 osób na urlopie rodzicielskim. Rok wcześniej z kolei, tj. na dzień 31 grudnia 2017 r., na urlopie macierzyńskim przebywało 8 osób, przy czym na dzień 31 grudnia 2018 r. pracował 5 z nich. Na urlopie rodzicielskim przebywało na dzień 31 grudnia 2017 r. 20 osób, z czego na dzień 31 grudnia 2018 r. pracowało nadal w Spółce 15 z nich. Osoby te po urlopie macierzyńskim/rodzicielskim przebywają głównie na urlopowach 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 m.in. z zakresu obsługi klienta i systemu rezerwacyjnego Travella 2.0., dostępnymi dla każdego nowego pracownika (które zostały opisane powyżej, w części dotyczącej „Rekrutacji i adaptacji”), 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. W 2018 roku w ramach szkoleń e-learning przeprowadzono także m.in. szkolenie z

zakresu zmian w ustawie o usługach turystycznych. Prezentowane są w ten sposób również techniki podnoszące kompetencje sprzedażowe pracowników. Do dnia 31 grudnia 2018 r. na potrzeby funkcjonowania system e-learning przygotowano 22 materiały e-learningowe oraz 11 dokumentów/instrukcji. W 2018 r. Rainbow Tours S.A. rozwinęła również projekt webinarów, czyli szkoleń on-line prowadzonych zarówno dla własnej sieci sprzedażowej, jak i oddziałów agencyjnych, których celem jest zapoznanie pracowników sieci sprzedaży z najważniejszymi z punktu widzenia organizacji, kierunkami wyjazdów oraz hotelami. Są to szkolenia cykliczne, organizowane co tydzień. W 2018 r. zorganizowano 17 webinarów, prowadzonych przez 12 prowadzących i 3 prezenterów, w których udział wzięło 3.653 odbiorców (widzów). 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. wdrożył w 2017 roku i posiada 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 wykorzystywaniem 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. Obecnie Spółka jest na etapie ostatecznego szczegółowego przeglądu umów, audytu naszych kontraktów i destynacji i przygotowuje się do wprowadzenia zapisów kontraktowych w zakresie poszanowania praw człowieka do treści umów. 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” objęte treścią 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 spisana 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 2017-2018 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 redukować 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, сутенерства, 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. Spółka stworzyła zakładkę na stronie internetowej r.pl, pod adresem <https://r.pl/csr>, dotyczącą „odpowiedzialnej turystyki”, na której opisane są 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. W 2018 roku Spółka pilotażowo opracowała i wprowadziła – dla programów wycieczek objazdowych – krótkie poradniki odpowiedzialnego zachowania, które wzbogacone są o informacje i ciekawostki o odwiedzanych miejscach dla konkretnej wycieczki. Spółka opracowuje też zestaw 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 wdrożyła w 2018 roku rozwiązania 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)], obowiązujące od 25 maja 2018 r. 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. zobowiązywania dostawców do przestrzegania praw człowieka (w szczególności w destynacjach), m.in. poprzez stosowne zapisy w kontraktach z dostawcami. Rainbow Tours S.A. jest obecnie w trakcie przeglądu i audytu kontraktów w kontekście planowanego podjęcia stosownych działań w zakresie stopniowego wprowadzania stosownych 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 naturalnymi, 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 inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywnie 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 było ok. 160 banerów oraz reklam.
- Stopniowa wymiana stolarki okiennej w biurze centralnym; współfinansowanie i aktywność w zakresie prac związanych z modernizacją elewacji i ociepleniem budynku biurowego w Łodzi, przy ul. Piotrkowskiej 270, w którym mieści się centrala Rainbow Tours S.A. oraz w procesie wymiany wind w budynku biurowym.
- 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 uwrażliwianie 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 jedynie 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 i 2018 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 biurcu 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.

Tabela 15. 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%
RAZEM	2.347.794	100%

Tabela 16. 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%
RAZEM	2.347.794	100%

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 światła 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 uczula 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 (spisanej w jednolitym dokumencie wprowadzonym w 2017 roku) 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 działanie 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 celnych 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 destinacji – 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 do Działu Księgowości (sekcja rozliczeń pilotów i rezydentów – nowa komórka organizacyjna wprowadzona w 2018 roku) i ewentualnie właściwej osobie z Działu Obsługi Destinacji Rainbow Tours S.A., które również badają 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 (objęte treścią wprowadzonej w 2017 roku polityki antykorupcyjnej, mającej zastosowanie do Spółki i spółek Grupy Kapitałowej Rainbow Tours) 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 obowiązującymi 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 zaznajomić 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 wąskiemu 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, pracownika Działu Księgowości, 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 28.03.2018 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 zatwierdzane 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 Inspektor Ochrony Danych (powołany na podstawie obowiązujących od 25 maja 2018 r. przepisów Rozporządzenia RODO), 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, które zostały dostosowane do przepisów 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 zatwierdzane 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 wprowadzonej w 2017 roku, spisanej 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
OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE ORAZ ZDARZENIA LOSOWE		
Ryzyko związane z sezonowością sprzedaży	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 wycarterowanych samolotach do sprzedaży przez inne podmioty czy poprzez oferowanie klientom samych biletów, bez powiązania z innymi usługami.
Ryzyko związane z czynnikiem pogodowym, z występowaniem katastrof naturalnych i zagrożeń terrorystycznych	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. 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) – powódzie/požary/trzęsienia ziemi itp. Działania wojenne i akty terroru to sytuacje, w których zdarzenia militarne i polityczne ograniczają lub uniemożliwiają wyjazdy turystyczne.	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 ryzykowną destynację inną w podobnej cenie. W takim przypadku nie jest odczuwany spadek przychodów, bowiem klienci z reguły wybierają zastępcze oferty z innych kierunków. 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.
Ryzyko związane ze wzrostem cen ropy naftowej	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.	Odpowiednie zapisy w umowach pozwalają niwelować koszty wycieczek w przypadku nagłego podniesienia cen na rynku lokalnym. 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. Istnieje także bufor kalkulacyjny – firma standardowo zakłada kurs paliwa wyższy o ok. 20% od ceny rynkowej obowiązującej w danym momencie.

RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
Ryzyko związane z kursami walut	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.	Spółka prowadzi politykę zabezpieczenia przyszłych transakcji walutowych transakcjami typu forward oraz korytarzami opcyjnymi.
PRACOWNICY		
Ryzyko związane z brakiem wysoko wykwalifikowanego i wyspecjalizowanego personelu, w tym również w destynacjach	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. Ryzyko wiąże się również z umiejscowieniem siedziby firmy w Łodzi, poza głównym rynkiem pracy, jakim w Polsce jest Warszawa.	Rainbow Tours S.A. poprzez Akademię Rainbow kształci przyszły personel branży turystycznej, przekazując absolwentom praktyczną wiedzę, mając od podstaw 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 Akademia Rainbow angażuje się w projekt tzw. klas patronackich. Istnienie klas pozwala wspierać szkolnictwo zawodowe oraz kształcić potencjalne przyszłe kadry Spółki.
Ryzyko związane z utratą wykwalifikowanego personelu	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.	Rainbow Tours S.A. zapewnia pracownikom jasne zasady awansów, a także motywuje pracowników, stwarzając przyjazne i komfortowe warunki pracy oraz możliwości rozwoju.
Ryzyko związane z różnicami kulturowymi	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”.
Ryzyko utraty kontroli nad jakością obsługi i realizacją usług na miejscu	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.
Ryzyko związane z dyskryminacją i ewentualnymi nadużyciami oraz z potencjalnym łamaniem praw pracowniczych i praw człowieka	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.
Ryzyko związane z niewłaściwą obsługą klienta,	Spółka prowadzi sprzedaż poprzez sieć własnych salonów, jak również poprzez sieć salonów agencyjnych. Pracownicy	Spółka prowadzi regularne szkolenia pracowników dotyczące zasad obsługi klienta, jak również samej oferty, tak aby każdy pracownik, który ma

RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
niedoinformowaniem klienta, ewentualnym wprowadzeniem go w błąd	agencjni prowadzą sprzedaż ofert licznych touroperatorów, mogą więc niewystarczającą wiedzą wprowadzić klientów w błąd.	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.
Ryzyko związane z awarią systemów rezerwacyjnych, włamaniem internetowym	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.
Ryzyko związane z nadużyciami ze strony agentów czy franczyzobiorców	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.
KLIENCI		
Ryzyko związane z sytuacjami awaryjnymi i czarnym PR w ich następstwie, z brakiem odpowiednio szybkiej reakcji na sytuację awaryjną	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 przerodzić się w kryzys, a w dalszej perspektywie wiązać się może ze stratą wizerunkową.	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 między innymi poprzez stały monitoring mediów społecznościowych.
Ryzyko związane z brakiem zrozumienia oferty czy niewłaściwym wyborem oferty	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.
Ryzyko związane z różnicami kulturowymi i przestrzeganiem lokalnego prawa/zwyczajów, a także potencjalnymi zagrożeniami dla środowiska	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).
Ryzyko związane z wyciekami danych klientów i niewłaściwą polityką zarządzania danymi klientów	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, uczuła również swoich kontrahentów na zasady odpowiedzialnego przetwarzania danych.
Ryzyko związane z utratą klienta w	W przypadku, gdy klient składa reklamację, może się zdarzyć, że	Spółka umożliwia klientom złożenie reklamacji na każdym etapie. Rozpatruje je możliwie jak

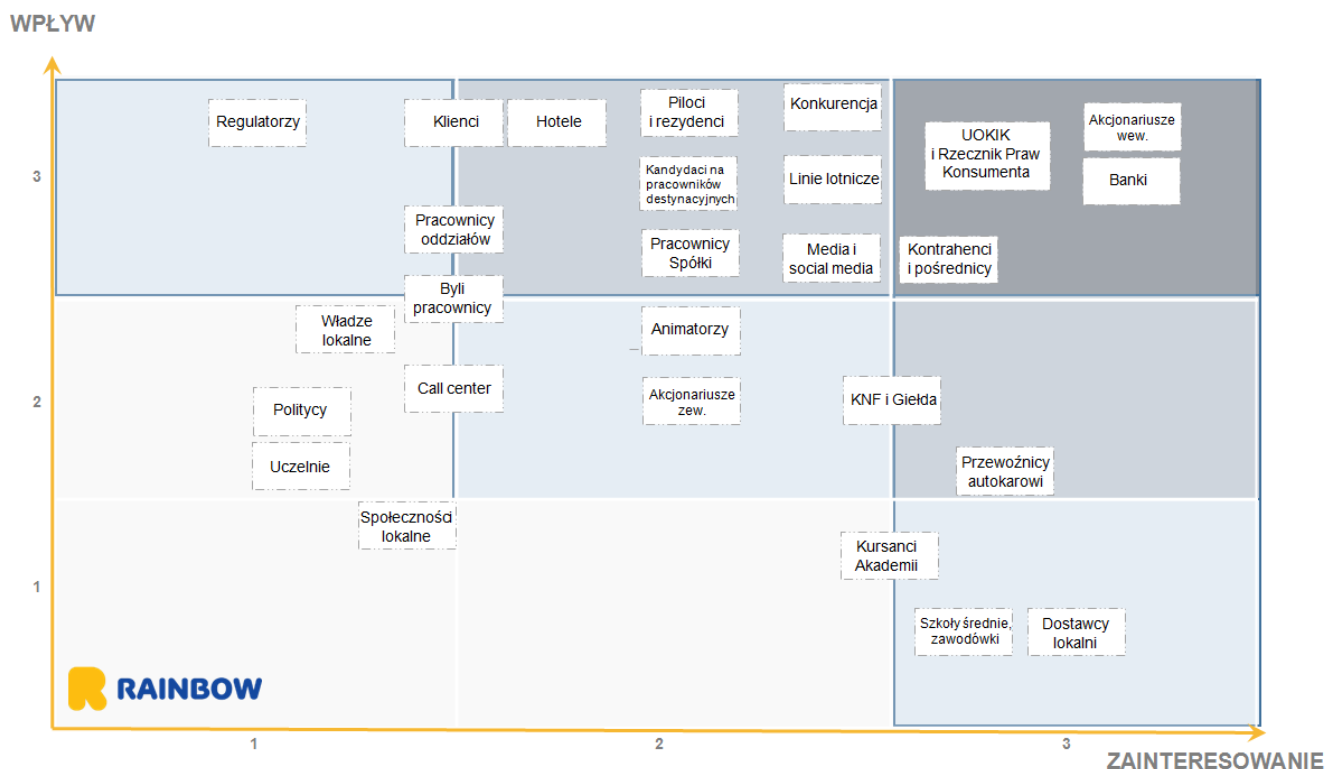
RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
sytuacji, gdy ten składa reklamację	nieodpowiednia reakcja na nią, utrudnianie złożenia reklamacji czy brak empatii przy jej rozpatrywaniu będą skutkować nie tylko eskalacją konfliktu, ale również utratą klienta, który niezadowolony zniechęci inne osoby do korzystania z usług firmy.	najszybciej i jak najdokładniej analizuje okoliczności reklamowanych zdarzeń. Firma zawsze stara się znaleźć polubowne rozwiązanie.
KORUPCJA I NADUŻYCIA		
Ryzyko związane z próbami wpłynięcia na wybór kontrahenta lub poszczególnych usług poprzez próbę przekupstwa	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.
OCHRONA ŚRODOWISKA I DZIAŁANIA SPOŁECZNE		
Ryzyko związane z wyborem niewłaściwego partnera działań społecznych	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. Przy długoletnich programach pomocowych realizowanych we współpracy z danym, jednym partnerem Spółka w umowach (darowizny) stosuje mechanizm (i stosowne zapisy kontraktowe) desygnowania kolejnych transz środków pomocowych dopiero po realizacji założeń przewidzianych dla wcześniejszego etapu projektu pomocowego.
Ryzyko związane ze szkodliwym dla środowiska działaniem turystów	Brak wiedzy i wrażliwości na dobrostan zwierząt i sytuację środowiska naturalnego u pracowników może skutkować oferowaniem jako atrakcji miejsc i aktywności zagrażających przyrodzie lub zwierzętom.	Zatrudnianie wykwalifikowanych pracowników posiadających dużą świadomość w zakresie odpowiedzialnej turystyki, a także ciągle 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 kadre 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 JEDNOSTKOWE SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH

Na potrzeby opracowania niniejszego „Sprawozdania jednostkowego na temat danych niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018” 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 Sprawozdania 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 Sprawozdanie 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 Sprawozdania dany wskaźnik został opisany oraz czy został zaraportowany w całości czy częściowo.

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Sprawozdaniu / komentarz
Profil organizacyjny			
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, Punkt 2.3.1. Zagadnienia społeczne
102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach	Częściowo	Punkt 2.1 Ogólne założenia działalności Spółki w obszarze zrównoważonego rozwoju
Strategia			
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
Etyka i uczciwość			
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 2018 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 2018 r. nie odnotowano takich przypadków.
Ład organizacyjny			
102-18	Struktura organu zarządzającego organizacją	Częściowo	Punkt 1.1.2. Organizacja i struktura

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Sprawozdaniu / komentarz
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"> 1) w Spółce wyodrębniono stanowisko „Dyrektora Finansowego” (stanowisko jednoosobowe; podległość wobec Zarządu Spółki), do kompetencji którego delegowano część zagadnień ekonomicznych; 2) w odniesieniu do części spraw dotyczących kwestii pracowniczych dedykowano, w zakresie bieżącego zarządzania i obsługi, do wyodrębnionej jednostki organizacyjnej Spółki (Dział Kadr), 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
102-23	Podać, czy przewodniczący najwyższego organu zarządzającego jest również dyrektorem zarządzającym (jeśli tak, jaka jest rola tej osoby w zarządzaniu organizacją i przyczyny takiego doboru).		Prezes Zarządu - niezależnie od obszarów działalności Spółki należących do bezpośredniej kompetencji wynikającej ze schematu organizacyjnego i przypisanych Prezesowi Zarządu - kieruje 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.

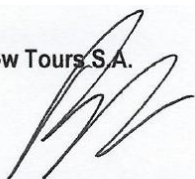
Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Sprawozdaniu / komentarz
			Regulamin Zarządu i Regulamin Rady Nadzorczej udostępnione zostały na stronie internetowej relacji inwestorskich pod adresem https://ir.r.pl , w zakładce Ład korporacyjny / Dokumenty spółki
102-33	Opisać proces 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 2018" - vide: pkt 22 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, środowiskowych i społecznych w organizacji		Przegląd wpływu ekonomicznego, środowiskowego, społecznego, ryzyk oraz szans Spółki nie jest dokonywany w sposób sformalizowany; przeglądy takie dokonywane są w sposób ciągły i na bieżąco, w toku prowadzonej działalności gospodarczej
Zaangażowanie interesariuszy			
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
Sposób przygotowania raportu			
102-45	Podmioty uwzględnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym	W całości	Punkt 1.1.2. Organizacja i struktura

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Sprawozdaniu / komentarz
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, co zostało przeprowadzone w I kwartale 2018 roku, na potrzeby sporządzenia Oświadczenia jednostkowego nt. danych niefinansowych za rok 2017
102-48	Ponowne przedstawienie informacji	W całości	Jest to drugie w historii Rainbow Tours S.A. Sprawozdanie na temat danych niefinansowych. W dniu 29 kwietnia 2018 roku Spółka opublikowała, jako wyodrębnioną część sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w 2017 roku, oświadczenie jednostkowe nt. danych niefinansowych. Część z danych przedstawionych w Oświadczeniu jednostkowym nt. danych niefinansowych za rok 2017 została ponownie przedstawiona, w niniejszym „Sprawozdaniu jednostkowym na temat informacji niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018”, tam, gdzie dane nie ulegały zmianom
102-49	Zmiany w sposobie przygotowania raportu	W całości	Na potrzeby przygotowania niniejszego „Sprawozdania jednostkowego na temat informacji niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018” wykorzystano z wyników warsztatu strategicznego z kluczowymi managerami oraz podczas pogłębionych wywiadów, realizowanych przy okazji sporządzenia Oświadczenia jednostkowego nt. danych niefinansowych za rok 2017; większość danych na potrzeby przygotowania niniejszego Sprawozdania uzyskano podczas bezpośrednich kontaktów z „właścicielami procesów”; na potrzeby opracowania niniejszego „Sprawozdania jednostkowego na temat informacji niefinansowych Rainbow Tours Spółki Akcyjnej za rok 2018” dokonano analizy wewnętrznej realizowanych działań, posiadanych polityk i procedur należytej staranności
102-50	Okres objęty raportowaniem	W całości	Spółka raportuje dane niefinansowe za rok 2018; w wybranych przypadkach – posiadając dane za rok 2017 i za rok 2016, są one również przytaczane.
102-51	Data poprzedniego raportu	W całości	Data publikacji: 29 kwietnia 2018 roku
102-52	Cykl raportowania	W całości	1-roczny
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 Sprawozdanie nt. danych niefinansowych przygotowano korzystając z Wytocznych GRI, jednak Spółka nie raportuje poziomu core ani comprehensive.
102-55	Indeks treści	W całości	Punkt 4. Zasady, na podstawie których sporządzono jednostkowe sprawozdanie na temat informacji niefinansowych
102-56	Weryfikacja zewnętrzna	W całości	Rainbow Tours S.A. nie dokonała weryfikacji Sprawozdania w rozumieniu Wytocznych GRI, natomiast niniejsze Sprawozdanie zostało przekazane audytorowi w ramach czynności audytorskich i badania sprawozdań finansowych Spółki i Grupy Kapitałowej Rainbow Tours, w tym Sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej Rainbow Tours

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Sprawozdaniu / komentarz
Podejście do zarządzania			
103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy	Częściowo	Punkt 2.3. Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania
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
Ochrona środowiska			
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
Kwestie pracownicze, prawa człowieka i różnorodność			
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,	Częściowo	Punkt 2.3.2. Zagadnienia pracownicze

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Zakres raportowania	Miejsce w Sprawozdaniu / komentarz
	które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników 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 2018 r. nie odnotowano przypadków dyskryminacji
Społeczności lokalne			
411-1	Całkowita liczba przypadków naruszeń praw ludności rdzennej i podjęte działania	Częściowo	W 2018 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



Tomasz Czapla – Wiceprezes Zarządu



Remigiusz Talarak – Wiceprezes Zarządu



Piotr Burwicz – Członek Zarządu

Łódź, dnia 29 marca 2019 r.

[data publikacji: 30 kwietnia 2019 r.]