

2022

raport **ESG**

Creating a better world through
our people-powered platform



Niniejszy Raport ESG zawiera pewne stwierdzenia dotyczące przyszłości w rozumieniu art. 21E amerykańskiej ustawy o obrocie papierami wartościowymi (Securities Exchange Act) z 1934, z późn. zm., oraz art. 27A ustawy o papierach wartościowych (Securities Act) z 1933, z późn. zm. Oświadczenia, które nie odnoszą się do faktów historycznych lub bieżącej sytuacji, są oparte na obecnych oczekiwaniach, szacunkach, prognozach, opiniach lub przekonaniach Clear Channel Outdoor Holdings (CCOH), jej podmiotów stowarzyszonych lub zależnych (zwanym łącznie „Spółką”) na dzień sporządzenia niniejszego Raportu ESG. Takie oświadczenia dotyczące przyszłości i wszelkich kwestii operacyjnych lub finansowych zwykle zawierają następujące sformułowania: „dążyć”, „starać się”, „przewidywać”, „szacować”, „może/mógłby”, „będzie/byłby”, „prognozować”, „wynosić w przybliżeniu”, „oczekiwać”, „zamierzać”, „planować”, „wierzyć” i inne o podobnym znaczeniu, w tym powyższe czasowniki w formie przeczącej.

Stwierdzenia dotyczące przyszłości zawarte w niniejszym Raporcie odnoszą się do znanych i nieznanych zagrożeń, założeń i braku pewności, m.in. co do podwyższonych poziomów inflacji i rosnących stóp procentowych; braków w łańcuchu dostaw; wydarzeń geopolitycznych, takich jak wojna na Ukrainie; nadal obserwowanego wpływu pandemii COVID-19; warunków pogodowych i klęsk żywiołowych; zmian międzynarodowych i lokalnych przepisów; sytuacji w branży; zmian technologicznych i innowacji; zmian demograficznych; zmian warunków zatrudnienia i zarządzania; wahań kursów i wartości walut; ciągłej kontroli i zmieniających się oczekiwań inwestorów, pożyczkodawców i innych zainteresowanych stron. Jeśli zmaterializują się powyższe lub jakiegokolwiek inne zagrożenia, których Spółka nie jest świadoma, lub jeśli którekolwiek z założeń Spółki okaże się błędne, rzeczywiste wyniki mogą się różnić znacznie od przewidywanych, tj. przedstawionych lub zasugerowanych w prognozach zawartych w niniejszym Raporcie ESG. Inwestorzy nie powinni zatem nadmiernie polegać na stwierdzeniach dotyczących przyszłości i prognoz wyników Spółki. Ta ostatnia oparła stwierdzenia dotyczące przyszłości na swoich oczekiwaniach i założeniach dotyczących przyszłych zdarzeń, uwzględniając wszystkie posiadane obecnie przez Spółkę informacje. Takie oczekiwania i założenia są z natury rzeczy niepewne i wrażliwe na zmiany o charakterze gospodarczym i regulacyjnym, zmiany w branży i w otoczeniu konkurencyjnym, oraz inne zmiany, których wiele trudno jest przewidzieć, i na które Spółka nie ma wpływu. Każde oświadczenie dotyczące przyszłości jest aktualne wyłącznie w dniu, w którym zostało sformułowane, a Spółka nie ma obowiązku prostowania ani aktualizacji każdego swojego oświadczenia dotyczącego przyszłości na podstawie nowych informacji, przyszłych zdarzeń itp., z wyjątkiem przypadków, w których wymagają tego obowiązujące przepisy prawa.

Za istotne w niniejszym dokumencie uznaje się kwestie związane ze strategiami dotyczącymi środowiska, kwestii społecznych i ładu korporacyjnego (ESG), które z punktu widzenia interesariuszy uznajemy za bardzo lub dość ważne. Na potrzeby niniejszego dokumentu, „istotności” nie należy rozumieć w sposób, w jaki używa się tego słowa w przepisach dotyczących obrotu papierami wartościowymi ani w żadnych innych przepisach obowiązujących w Stanach Zjednoczonych ani w jakiegokolwiek innej jurysdykcji, ani też w dokumentach, które Spółka składa co pewien czas Komisji ds. Papierów Wartościowych i Giełdy (Securities and Exchange Commission, SEC). Żadna część niniejszego Raportu ESG nie stanowi zaproszenia lub zachęty do zainwestowania w Spółkę.

Ponadto pojęcia takie jak „ESG”, „wpływ” czy „zrównoważony rozwój” mogą być postrzegane subiektywnie i nie ma gwarancji, że pojęcia te będą odzwierciedlać przekonania, zasady, założenia czy preferowane praktyki konkretnego inwestora lub jakiegokolwiek strony trzeciej, lub że odzwierciedlają trendy rynkowe. Wszelkie cele w zakresie ESG, klimatu lub wpływu, zobowiązania, zachęty i inicjatywy przedstawione w niniejszym Raporcie ESG, o ile wyraźnie nie stwierdzono inaczej, zostały przyjęte całkowicie dobrowolnie, są niewiążące dla naszej działalności i/lub kierownictwa i nie stanowią gwarancji, obietnicy ani zobowiązania dotyczącego rzeczywistych lub potencjalnych pozytywnych skutków lub wyników. Dane statystyczne i wartości odnoszące się do kwestii związanych z ESG mają charakter szacunkowy i mogą opierać się na założeniach lub opracowywanych standardach. Cele zrównoważonego rozwoju ONZ odzwierciedlają jedynie nasze aspiracje. Analiza służąca ustaleniu czy i w jaki sposób określone inicjatywy mogą przyczynić się do realizacji celów zrównoważonego rozwoju, jest z natury subiektywna i zależna od wielu czynników. Nie ma pewności, że rozsądne strony będą zgodne co do tego, czy określone projekty lub inwestycje przyczynią się do osiągnięcia określonego celu zrównoważonego rozwoju. W związku z tym inwestorzy nie powinni nadmiernie polegać na przyjęciu przez Spółkę celów zrównoważonego rozwoju, ponieważ może ona w dowolnym momencie i według własnego uznania zmienić swoje podejście w tym zakresie.

O ile wyraźnie nie zaznaczono inaczej, okresem sprawozdawczym dla niniejszego Raportu ESG jest głównie rok obrotowy 2022. Wszystkie odniesienia do roku w Raporcie ESG odnoszą się do roku obrotowego CCOH, chyba że mowa jest o „roku kalendarzowym”. Niniejszy Raport ESG został opublikowany dnia 8 listopada 2022 r. i jest on aktualny wyłącznie w odniesieniu do tej daty. Spółka nie zobowiązuje się do aktualizacji informacji zawartych w niniejszym dokumencie.

Spis treści

4	Od dyrektora generalnego: Słowo wstępne
5	Informacje ogólne
5	Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. a ESG
6	Obszary zainteresowania ESG
7	Nasze wartości
8	Zarządzanie ESG w Clear Channel Outdoor Holdings, Inc.
9	Nasz zrównoważony model biznesowy
9	Oceny istotności
10	Wpływ naszych produktów i usług
15	Co robimy, by stać się lepszymi
16	Nasze priorytety ESG w praktyce: środowisko
16	Nasz program ochrony środowiska
16	Ku zerowym emisjom dwutlenku węgla netto
17	Ustalanie celów i sprawozdawczość w zakresie zerowych emisji dwutlenku węgla netto
17	Zarządzanie programem ochrony środowiska
18	Zaangażowanie pracowników w strategię klimatyczną
19	Związane z klimatem zagrożenia dla naszej branży
21	Przykład strategii klimatycznej jednostki organizacyjnej: Clear Channel Wielka Brytania
22	Kluczowe aspekty naszego programu ochrony środowiska
30	Nasze priorytety ESG w praktyce: kwestie społeczne
30	Siła reklamy cyfrowej poza domem (DOOH)
30	Pomoc w odpowiedzi na konflikt na Ukrainie i pandemię COVID-19
32	Wspieranie sztuki i edukacji
33	Ochrona naszych ludzi
37	Różnorodność i włączanie w Clear Channel
39	Szkolenia z obszaru różnorodności i włączania oraz zaangażowanie
39	Różnorodność personelu – dane statystyczne
40	Wspieranie lokalnych społeczności
41	Wspieranie różnorodności i włączania w lokalnych społecznościach
46	Wspieranie zdrowia publicznego i dobrego samopoczucia w naszej społeczności
47	Nasze priorytety ESG w praktyce: zarządzanie
47	Ład korporacyjny
47	Wytyczne w zakresie ładu korporacyjnego
49	Nasze wewnętrzne zasady zarządzania
50	Nasze wewnętrzny praktyki zarządzania
57	Nasze przyszłe cele ESG

Od dyrektora generalnego: słowo wstępne



Spółka Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (CCOH) działa w oparciu o swoje bieżące priorytety w zakresie zwiększania przychodów, poprawy wyników bilansowych, generowania wolnych przepływów pieniężnych oraz inwestycji w rentowny wzrost.

Jesteśmy dumni ze swojej pozycji zaufanego partnera wielu miast i reklamodawców, których wartości i podejście do odpowiedzialności społecznej są podobne do naszych.

Zdajemy sobie sprawę, że nasze działania mogą mieć tak pozytywny, jak i negatywny wpływ na środowisko w wymiarze lokalnym, krajowym i globalnym. Jesteśmy firmą zaangażowaną. Zmiany, jakie wprowadziliśmy w naszym portfolio produktów pozwalają nam

na innowacyjność w dążeniu do (a) zaspokajania potrzeb miast i obywateli, (b) dostarczania użytecznych i odpowiedzialnych społecznie rozwiązań w zakresie mobilności, (c) wspierania społeczności dzięki

strategicznym partnerstwom oraz (d) zachęcania naszych partnerów biznesowych i klientów do zmniejszenia ich własnego wpływu na klimat

i realizacji własnych celów, m.in. w obszarze ochrony środowiska i redukcji emisji dwutlenku węgla.

W 2022 r. CCOH kontynuowała starania na rzecz publicznego uznania jej dokonań w zakresie ochrony środowiska, kwestii społecznych i ładu korporacyjnego (ESG) w ramach idei Tworzenia lepszego świata dzięki naszej platformie opartej na ludziach (Creating a Better World through Our People-Powered Platform):

- Institutional Shareholder Services Inc. (ISS) przyznał nam ocenę „Prime” w zakresie ESG;
- Opublikowaliśmy naszą globalną Politykę środowiskową (Environmental Policy), w której zobowiązaliśmy się do osiągnięcia zerowych emisji dwutlenku węgla najpóźniej do 2050 r., przy czym niektóre kluczowe jednostki biznesowe mają duże szanse na osiągnięcie tego celu w zakresie 1. i 2. do 2030 r.;
- Usprawniliśmy pomiary zużycia energii i emisji dwutlenku węgla w całym CCOH;
- Zwiększyliśmy zakres świadczeń dla naszych pracowników na całym świecie, zachęcając do odpowiedzialnego podejścia do samopoczucia i równowagi między życiem zawodowym a prywatnym;
- Wyjaśniliśmy znaczenie programu zgodności z przepisami w nadrzędnych wytycznych dotyczących wynagrodzeń; oraz
- Odnowiliśmy zobowiązanie jako sygnatariusz inicjatywy United Nations Global Compact, do której przystąpiliśmy w 2021 r. Założenia tej inicjatywy znalazły odzwierciedlenie w naszym Kodeksie postępowania i etyki w biznesie, Kodeksie postępowania dla dostawców oraz w podstawowych politykach spółki, oraz w naszym zobowiązaniu do Tworzenia lepszego świata dzięki naszej platformie opartej na ludziach (Creating a Better World through Our People-Powered Platform), zgodnym z celami zrównoważonego rozwoju ONZ.

Nasze rynki i jednostki biznesowe na całym świecie reprezentują różne poziomy dojrzałości w zakresie ESG, a lokalnie podejmowane działania i priorytety mogą się różnić w zależności od wymogów prawnych i potrzeb każdej społeczności. Jednak wspólnie dążymy do jednego celu — Tworzenia lepszego świata dzięki naszej platformie opartej na ludziach (Creating a Better World through Our People-Powered Platform) — aby nasze innowacje, poświęcenie i dobre zarządzanie przełożyły się na lepszą jakość życia w społecznościach, w których działamy.

Jesteśmy dumni z postępów, jakie poczyniliśmy — nawet w obszarach, w których nadal wiele pozostaje do zrobienia. Cieszymy się, że możemy podzielić się inicjatywami przedstawionymi w niniejszym Raporcie ESG ze wszystkimi zainteresowanymi, monitorować i czuć się odpowiedzialni za działalność, która jest dobra dla ludzi i planety, a także naszych wyników finansowych.

Scott Wells

Prezes, dyrektor generalny Clear Channel Outdoor Holdings, Inc.

Informacje ogólne



Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. a ESG

Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (CCOH) (NYSE: CCO) jest innowatorem w branży reklamy zewnętrznej. Nasza dynamiczna platforma rozszerza pulę reklamodawców korzystających z naszego medium poprzez rozbudowę systemu cyfrowych billboardów i wyświetlaczy, integrację analizy danych i możliwości programistycznych. Powstają kampanie, które łatwiej kupić i które przynoszą wymierne wyniki. Wykorzystując skalę, zasięg i elastyczność naszej zróżnicowanej gamy zasobów, co miesiąc łączymy reklamodawców z milionami konsumentów dzięki ponad 500 tys. drukowanych i cyfrowych wyświetlaczy w 24 krajach (stan na październik 2022 r.).

CCOH działa w trzech regionach: Clear Channel Outdoor Americas (CCOA) (w Stanach Zjednoczonych i na Karaibach), Clear Channel Europe (rynk w Europie i Azji) oraz Clear Channel Latin America (Ameryka Łacińska). CCOH zatrudnia ponad 4,2 tys. osób na całym świecie (stan na sierpień 2022 r.).

Jako ważny podmiot z branży reklamy poza domem (Out-of-Home, OOH) działający globalnie, odgrywamy istotną rolę, pomagając społecznościom mierzącym się z małymi i dużymi wyzwaniami, które wpływają na ich codzienne życie. Nasz program „Tworzenie lepszego świata dzięki naszej platformie opartej na ludziach” (“Creating a Better World through Our People-Powered Platform”) powstawał przez lata, począwszy od 2020 r., kiedy opublikowaliśmy naszą Politykę dotyczącą praw

człowieka i wprowadziliśmy w życie nasz Globalny program ochrony środowiska; w 2021 r. przystąpiliśmy do UN Global Compact i zakończyliśmy oceny cyklu życia kilku kluczowych produktów; natomiast w 2022 r., pośród innych inicjatyw wyszczególnionych w niniejszym Raporcie ESG, opublikowaliśmy Politykę środowiskową obowiązującą w całej grupie, zgłosiliśmy swoje emisje dwutlenku węgla w Wielkiej Brytanii za pośrednictwem Carbon Disclosure Project (CDP), rozszerzyliśmy naszą Employee Value Proposition oraz uwzględniliśmy kluczowe kwestie ESG w naszych nadrzędnych wytycznych dotyczących wynagrodzeń.

Obszary zainteresowania:

Ochrona środowiska

Ochrona przyrody

- Zmiany klimatu i łagodzenie ich skutków
- Cele zerowej emisji dwutlenku węgla
- Oceny istotności
- Kompetencje zarządu w zakresie zrównoważonego rozwoju
- Walka z zanieczyszczeniem powietrza i wody
- Różnorodność biologiczna
- Ochrona lasów
- Efektywność energetyczna
- Gospodarka odpadami
- Ochrona wody



Kwestie społeczne

Dbamy o ludzi i relacje

- Wsparcie podczas i po pandemii COVID-19
- Zdrowie i bezpieczeństwo/dobre samopoczucie
- Różnorodność i włączanie
- Zaangażowanie pracowników
- Relacje społeczne
- Prywatność i bezpieczeństwo informacji
- Standardy pracy, w tym wpajanie znaczenia praw człowieka naszym pracownikom i uwzględnienie ich w naszym łańcuchu dostaw



Ład korporacyjny

Standardy prowadzenia firmy

- Skład zarządu
- Struktura Komisji ds. Audytu
- Lobbying
- Datki na cele polityczne
- Informowanie o nieprawidłowościach
- Przeciwdziałanie przekupstwu i korupcji
- Sprawozdawczość finansowa i zgodność z ustawą Sarbanes-Oxley
- Standardy reklamy
- Ład korporacyjny w naszych relacjach z podmiotami trzecimi
- Nadzór nad kapitałem ludzkim





Nasze wartości

Niniejszy Raport ESG odzwierciedla nasze wartości: Uczciwość/Integry (w CCOA) i Fairness (w CC Europe i CC LatAm), (i) których fundamentem jest etyka i (ii) które wymagają od naszych pracowników odpowiedzialności za wyzwania i dążenia do etycznych rozwiązań.

Niniejszy Raport ESG został również opracowany w odniesieniu do zobowiązań, które podjęliśmy jako sygnatariusz UN Global Compact, do naszego Kodeksu postępowania i etyki w biznesie, naszych wewnętrznych zasad i procedur, Kodeksu postępowania dla dostawców oraz naszych międzynarodowych, krajowych i lokalnych obowiązków prawnych.



Cele zrównoważonego rozwoju



Wspieramy cele zrównoważonego rozwoju

W niniejszym Raporcie ESG wskazano konkretne cele zrównoważonego rozwoju (SDG) spójne ze strategią ESG CCOH i rozwiązaniami, które dostarczamy naszym klientom. Cele zrównoważonego rozwoju, ustanowione w 2015 r. przez Zgromadzenie Ogólne ONZ, są zbiorem wzajemnie powiązanych globalnych celów stanowiących „wspólny plan na rzecz pokoju i dobrobytu dla ludzi i planety, teraz i w przyszłości”.



Zarządzanie ESG w Clear Channel Outdoor Holdings, Inc.

Członkowie Zarządu CCOH posiadają fachową wiedzę i/lub kompetencje w zakresie zrównoważonego rozwoju i zarządzania bezpieczeństwem cybernetycznym. Noty biograficzne członków naszego Zarządu zawarte są w informacji dla akcjonariuszy. Komisja ds. nominacji i ładu korporacyjnego Zarządu, zgodnie ze swoim Statutem, jest odpowiedzialna za inicjatywy ESG CCOH i sprawuje nad nimi nadzór.

Zagrożenia, w tym ryzyko związane z klimatem (patrz str. 18) nadzoruje Komisja rewizyjna Zarządu. Inicjatywy z zakresu zarządzania kapitałem ludzkim nadzoruje Komisja ds. wynagrodzeń Zarządu.

Nadzór wykonawczy nad naszymi regionalnymi programami ESG sprawuje Globalne Biuro ds. zgodności z przepisami (Global Compliance Office) (compliance@clearchannel.com).

W zakresie inicjatyw ESG i zgodności z przepisami radca prawny CCOH oraz osoby odpowiedzialne za zgodność z przepisami i ochronę prywatności podlegają bezpośrednio Komisji ds. nominacji i ładu korporacyjnego oraz Komisji rewizyjnej Zarządu, zgodnie z Kartą zgodności z przepisami CCOH.

Zespoły ds. zgodności z przepisami, prywatności i cyberbezpieczeństwa składają co kwartał Komisji ds. nominacji i ładu korporacyjnego oraz Komisji rewizyjnej wyczerpujące sprawozdania dotyczące dochodzeń w sprawie niewłaściwego postępowania, raportów z infolinii, kwestii niepoddanych kontroli, inicjatyw szkoleniowych, analizy danych, trendów w branży oraz identyfikacji zagrożeń w obszarze ESG w oparciu o informacje przekazane przez interesariuszy z działów Strategii, Komunikacji i Marketingu, Rozwoju, Produktów, Zamówień, HR, Audytu wewnętrznego, Prawnego, Finansowego i Operacyjnego.

Liderzy wyższego szczebla w oddziałowych komisjach ds. ładu korporacyjnego nadzorują lokalne programy ESG, zapewniając ich koordynację z programami całej grupy. Nowi członkowie kierownictwa zapraszani są na sesje wprowadzające dotyczące etyki, zgodności z przepisami i kwestii związanych z ich funkcją.



Nasz zrównoważony model biznesowy

Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. (CCOH) to więcej niż właściciel mediów. Jesteśmy partnerem miast, marek, lotnisk i przedsiębiorstw transportowych. Dookonalimy usługi świadczone naszym partnerom, obywatelom, gminom i reklamodawcom.

Chociaż wiele łączy nasze oddziały w Stanach Zjednoczonych, Europie i Ameryce Łacińskiej jeśli chodzi o zrównoważony rozwój, społeczności, w których działamy, mają różne priorytety, wymagania i zaplecze.

[We wszystkich tych regionach ESG jest wpisane w nasze DNA:](#)

misją CCOH jest łączenie marek i konsumentów poprzez dostarczanie innowacyjnych rozwiązań reklamowych i współpraca z korzyścią dla społeczności. Podobnie, misją Clear Channel Europe i Clear Channel Latin America jest tworzenie przyszłości mediów poprzez cyfrowe innowacje i opartą na danych infrastrukturę, tworzone ze świadomością potrzeb środowiska i społeczeństwa, jako platforma dla marek i platforma dla tego, co dobre.

Pomimo globalnych kryzysów sanitarnych, geopolitycznych i społeczno-ekonomicznych, z jakimi borykał się świat w latach 2020-2022, pragniemy służyć naszym interesariuszom, miastom i obywatelom na całym świecie, czyniąc z ESG fundament naszego modelu biznesowego i dając wyraz naszemu przekonaniu, że dzięki przygotowaniu i zaangażowaniu, możliwe jest skuteczne połączenie transformacji cyfrowej, wzrostu gospodarczego oraz zrównoważonego, etycznego biznesu.

Oceny istotności

Jesteśmy w trakcie opracowywania ocen istotności zgodnie ze standardami Global Reporting Initiative (GRI), oceniając kluczowe kwestie, reprezentujące możliwości, zagrożenia i priorytety ESG.

Na przykład spółka Clear Channel Szwajcaria zidentyfikowała istotne potrzeby i wymagania interesariuszy, w tym właścicieli, ustawodawców, reklamodawców, pracowników i konsumentów, mające wpływ na Clear Channel i znaczenie dla interesariuszy. Szwajcarski zespół kierowniczy przeprowadził także ocenę dojrzałości poszczególnych programów.





Wpływ naszych produktów i usług

„Tworzenie lepszego świata dzięki naszej platformie opartej na ludziach” (Creating a Better World through our People- Powered Platform) łączy misję naszej firmy i opiera się na przekonaniu, że w każdym miejscu na świecie możemy współpracować, poszukując nowych, skutecznych sposobów uczynienia z reklamy zewnętrznej platformy dla tego, co dobre.

Baczenie obserwujemy wpływ naszych usług na społeczeństwo i środowisko, tworząc w sposób strategiczny coraz lepsze portfolio produktów.

1. Tworzenie lokalnej infrastruktury

Na poziomie globalnym, krajowym i lokalnym proaktywnie uczestniczymy w tworzeniu lepszych miejsc do życia. Inwestujemy w infrastrukturę i małą architekturę i projektujemy je tak, by służyły przez lata dzięki konserwacji i naprawom, by mogły zostać poddane recyklingowi, a także stanowiły źródło dochodów dla lokalnej gospodarki. Nasza mała architektura ma pomóc ośrodkom miejskim stać się bardziej odpornymi na zmiany klimatu, wspierać strategię władz lokalnych i ułatwiać im spełnianie przyszłych wymogów prawnych.

Nasze produkty są solidne, odporne na ekstremalne zjawiska pogodowe i wyposażone w funkcje, które mogą pomóc miastom w pewnych sytuacjach związanych ze zmianą klimatu, np. część naszej infrastruktury i małej architektury może pochłaniać wodę podczas ulewnych deszczy i łagodzić dotkliwość powodzi, zapewnia naturalne chłodzenie i sprzyja walce z „miejskimi wyspami ciepła”. Pomaga rządowi ostrzegać obywateli o takich nieuchronnych zagrożeniach jak trzęsienia ziemi, wyświetlając komunikaty alarmowe.

Przykłady naszych rozwiązań:

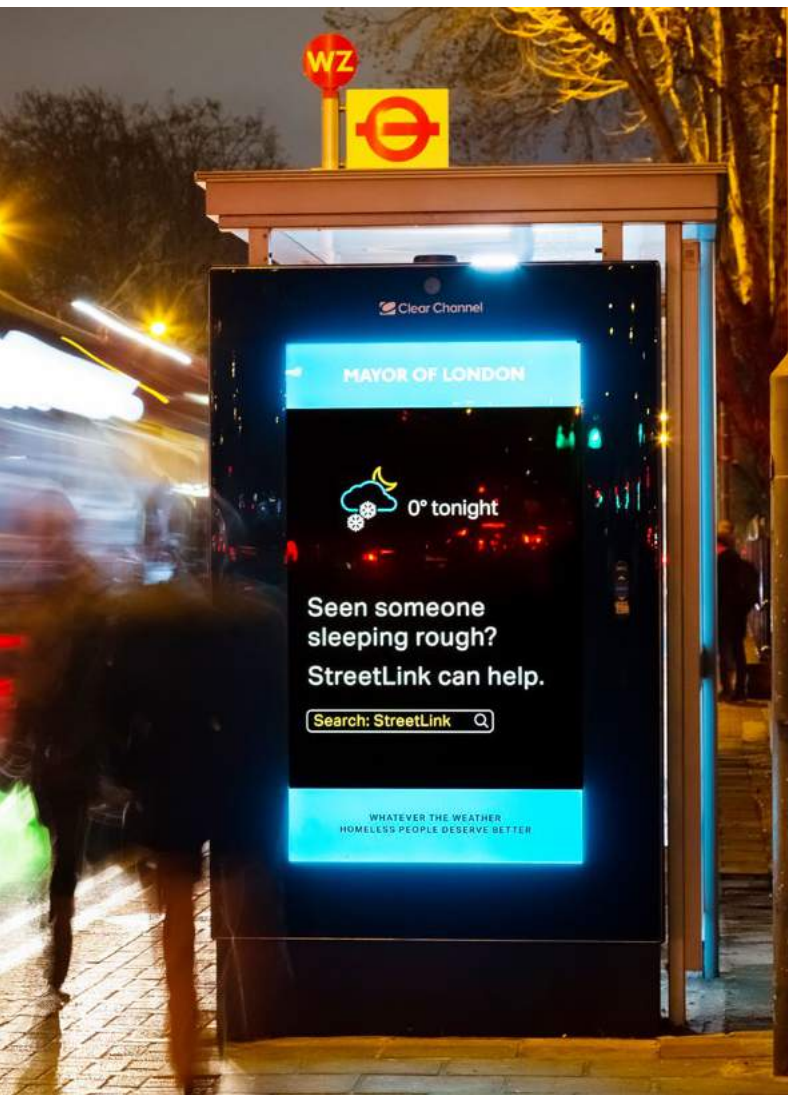
W 2021 i 2022 r. wprowadziliśmy wiaty przystankowe z zielonymi dachami w Wielkiej Brytanii, Szwecji, Danii i Holandii. Dzięki naszym wiatom przystankowym, punktom informacyjnym, zegarom oraz międzynarodowym systemom rowerów publicznych, wspieramy zrównoważony transport publiczny i lokalne usługi informacyjne.

- Nasze panele sprzyjają mobilności obywateli, dostarczając aktualnych informacji o ruchu drogowym i o tym, jak dotrzeć w wybrane miejsce.
- Byliśmy pionierami w obszarze finansowanych przez reklamodawców systemów rowerów publicznych. Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu ESG, nasze systemy obejmowały ponad 20 tys. rowerów w 10 miastach na świecie.
- Opracowujemy nowe produkty sprzyjające zrównoważonemu rozwojowi miast i regionów, w tym stacje ładowania samochodów elektrycznych, przechowalnie rowerów, zautomatyzowane paczkomaty, pionowe łaki, żywe dachy/„przystanki dla pszczół”, panele słoneczne i czujniki jakości powietrza.
- Instalując nowe ekrany, m.in. w Londynie i Paryżu, często proponujemy sadzenie drzew. W ramach inicjatywy Trees for Cities zasadziliśmy setki drzew w miastach całej Wielkiej Brytanii.

2. Finansowanie usług publicznych

CCOH jest zarówno dostawcą usług użyteczności publicznej, jak i przedsiębiorstwem medialnym. Obsługujemy małą architekturę, w tym wiaty przystankowe na całym świecie na zlecenie władz lokalnych i przedsiębiorstw transportu publicznego – a to oznacza miliony przejazdów autobusowych każdego roku. Przede wszystkim zapewniamy lokalnym społecznościom wiaty przystankowe, które są czyste i odpowiednio oświetlone, a przez to bezpieczne. Przychody z reklam pozwalają nam tworzyć tę infrastrukturę i stanowią cenne źródło dochodów dla naszych lokalnych partnerów.

Z dochodów z reklam finansowane jest sprzątanie i naprawa wiat, a część środków powraca do gmin w ramach umów o podziale dochodów, czynszów i innych opłat.



3. Wspieranie władz, reklamodawców i naszych partnerów z sektora non-profit w zakresie reklamy społecznej i informacji publicznych

Oferujemy partnerom możliwość korzystania z naszych wyświetlaczy cyfrowych i banerów drukowanych w celu przekazywania informacji i wspierania ich w działaniach na rzecz zwiększania świadomości ekologicznej. Nasze wyświetlacze służyły do przekazywania informacji na temat zdrowia i bezpieczeństwa, trudnych warunków pogodowych (m.in. w postaci nagradzanych komunikatów zawierających szczegółowe informacje o schroniskach dla bezdomnych w okresach bardzo niskich temperatur), ruchu ulicznego, COVID-19 i kończących się zapasach krwi w szpitalach (wskazując, gdzie potrzebna jest krew i jakiej grupy).

Pomagamy władzom, reklamodawcom i naszym partnerom non-profit komunikować się z obywatelami w skali lokalnej i globalnej, wykorzystując unikalny, masowy zasięg naszego medium, aby dotrzeć do jak największej liczby zainteresowanych, m.in. podczas katastrof.

Co roku oferujemy miejsce na reklamę o wartości milionów dolarów podmiotom typu non-profit, organizacjom charytatywnym działającym na rzecz zrównoważonego rozwoju i organizacjom rządowym, na potrzeby informowania i ostrzegania o zagrożeniach w zakresie bezpieczeństwa i środowiska.



Dzięki współpracy z Ad Council i Project Yellow Light, CCOA umieściło ogłoszenia o usługach publicznych na setkach drukowanych billboardów i ponad 1200 billboardach cyfrowych. Dzięki naszym ogłoszeniom udało się zdobyć informacje o zaginionych osobach, co w ciągu ostatnich dwóch lat doprowadziło do bezpiecznego powrotu do domu czwórki zaginionych dzieci.

Przykłady naszych inicjatyw:

- Clear Channel Włochy uczciła Międzynarodowy Dzień Eliminacji Przemocy wobec Kobiet własną, niezwykle kreatywną kampanią DOOH. Miała ona na celu zwiększenie świadomości społecznej, gdyż liczba przestępstw związanych z przemocą wobec kobiet wzrosła we Włoszech w latach 2021-2022.
- Clear Channel Belgia wsparła ogólnokrajową kampanią DOOH walkę z rakiem piersi i Różowy Marsz w 2022 r.
- W 2022 r. Clear Channel Irlandia już po raz 19. wsparła organizatorów paraolimpiad.
- Clear Channel Łotwa wspiera ruch na rzecz związków partnerskich, którego celem jest zapewnienie poparcia społecznego, a także (po raz pierwszy na Łotwie) przyjęcie ustawy o związkach partnerskich popieranej przez łotewski rząd.
- Clear Channel Wielka Brytania stara się zwrócić uwagę na problem publicznego molestowania seksualnego, wspierając Plan International i Our Streets Now w wysiłkach na rzecz uznania tego rodzaju molestowania za przestępstwo w Wielkiej Brytanii.
- W 2022 r. Clear Channel Singapur przeprowadziła ukierunkowaną kampanię wraz z OutSmart Connect dotyczącą zagrożeń związanych z zapaleniem płuc, drugą najpowszechniejszą pod względem liczby infekcji chorobą w Singapurze, oraz zachęcić obywateli, w tym pracowników opieki zdrowotnej, do szczepień (we współpracy z Pfizer).
- W 2022 r. firma Clear Channel Singapur zapewniła całodobowy dostęp do naszych wyświetlaczy cyfrowych w promieniu 1 km od szpitali i klinik, aby pomóc w odnalezieniu ich osobom potrzebującym opieki zdrowotnej i odwiedzającym. Łącznie wyświetlono 1,12 miliona komunikatów.

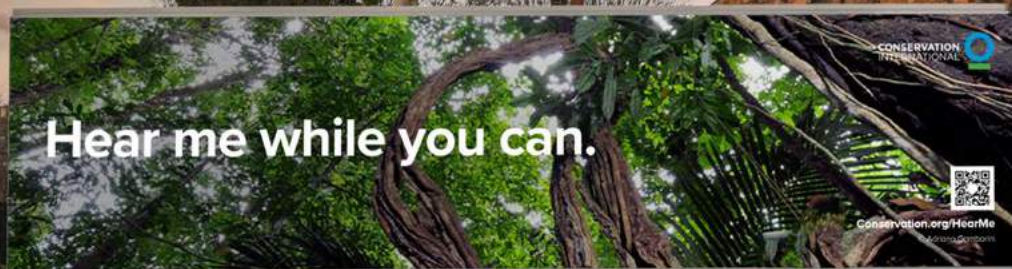
- W całej naszej sieci CCOH upamiętnia legendy, znakomitości, światowych liderów, artystów, sportowców i inne osoby za wybitne dokonania w swoich dziedzinach i za to, że swoim talentem i działalnością współtworzą lepszy świat. W 2022 r., korzystając z rozwiązań DOOH, CCOA złożyło hołd m.in. byłemu kongresmenowi/Sekretarzowi Departamentu Transportu Normanowi Minicie, aktorowi/aktywiście Sidneyowi Poitier i aktorce Betty White. Clear Channel Wielka Brytania, we współpracy z JC Decaux, złożyła hołd Królowej Elżbiecie II.

4. Innowacyjna technologia na rzecz etycznej i zrównoważonej przyszłości

Jesteśmy dumni z tego, że od lat tworzymy wiodące innowacje na rzecz bardziej etycznej i zrównoważonej przyszłości. Koncentrujemy się na dwóch kluczowych obszarach: po pierwsze, ulepszaniu naszej infrastruktury, aby była bardziej ekologiczna i lepiej służyła lokalnym społecznościom; po drugie, na doskonaleniu technologii paneli cyfrowych z myślą o coraz większej skuteczności naszego medium, aby każda kampania docierała ze swoim przekazem do odbiorców. Przykłady naszych planów:

Przystanki przyjazne dla pszczoł

Clear Channel Wielka Brytania ogłosiła niedawno rozpoczęcie nowej, pięcioletniej współpracy z The Wildlife Trust, aby „Przystanki autobusowe pszczoł” stały w nowych miejscach w całej Wielkiej Brytanii; do końca 2022 r. ma ich być 150.



W 2021 r. nawiązaliśmy współpracę z Conservation International, aby „pomóc naturze zabrać głos” podczas COP26. Przekaz kampanii „Hear Me While You Can” na naszych cyfrowych ekranach w Europie, Ameryce Płn. i Płd. oraz Azji trafił do milionów odbiorców.

Zielone dachy

Zielone dachy Clear Channel zostały poddane ocenie przez Royal Society of Wildlife Trusts (RSWT), które doradziło nam w sprawie gatunków, oraz Middlemarch, rekomendowaną przez RSWT firmę konsultingową, która przeprowadziła ocenę ekologiczną zielonych dachów. Oceniono je pozytywnie pod względem różnorodności biologicznej netto i uznano za mające „istotne znaczenie strategiczne”.¹

Zielone dachy, które pojawiły się w Europie w 2019 r. w kilku miastach w Wielkiej Brytanii, Szwecji, Danii i Holandii, zaprojektowano z myślą o różnorodności biologicznej i miejskiej zieleni, mającej pozytywny wpływ na samopoczucie mieszkańców. Ogrody nad ziemią, kwiaty i soczyste kolory czynią miasta bardziej zielonymi i przynoszą szereg korzyści z punktu widzenia różnorodności biologicznej (rozchodniki, gatunki kwitnące dla pszczół/zapylaczy), a przy tym stanowią źródło pożywienia dla owadów i małych ptaków na ubogich pod tym względem obszarach miejskich.

Zielone dachy, poddane ocenie cyklu życia zgodnie z ISO14064 przez Carbon Trust chronią miasta przed powodzią. W przeprowadzonych na zlecenie testach wykazano, że w zależności od nasycenia, ilość wody deszczowej można zmniejszyć o 40 do 98%², łagodząc spływ podczas ulewnych deszczów i zmniejszając ryzyko powodziowe. Zielony dach w najpopularniejszym rozmiarze jest w stanie wchłonąć do 280 litrów wody.

Mogą one także w naturalny sposób pochłaniać ciepło i poprawiać jakość powietrza.

By zapewnić zdrowy rozwój korzeni/długowieczność, rośliny hoduje się na głębokim podłożu; mają także wbudowany system odwadniania. Rośliny sadzi się w specjalnym, zintegrowanym układzie dachu/tacy, wykonanym w 100% z materiałów pochodzących z recyklingu. Tace wykonane są z wyprodukowanego w Wielkiej Brytanii plastiku pochodzącego z recyklingu i nadającego się do recyklingu; włókno z łupin orzecha kokosowego ulega biodegradacji, podobnie jak podłoże glebowe z miejscowych odpadów zielonych; żwir wyprodukowano z poddanych recyklingowi i bogatych w węgiel odpadów pumeksowych z brytyjskich elektrowni; drewniana rama (nadająca się do recyklingu) wykonana jest z drewna poddanego obróbce bez toksycznych substancji i pomalowana bejcą do drewna na bazie wody, zgodnie z wymogami certyfikatu Forest Stewardship Council® (FSC®).

Niewymagające konserwacji, trwałe zielone dachy zaprojektowano, aby miały pozytywny wpływ na lokalne ekosystemy i społeczności. Nasze produkty poddajemy ocenie we współpracy z Carbon Trust.

1. Middlemarch Environmental Report, listopad 2021 r.
2. Źródło: The Carbon Trust 2021



Oo 2021 r. tworzymy „pionowe łąki”, czyli nowy system zielonych ścian Clear Channel Europa, opracowany we współpracy z ekologami i London Wildlife Trust. Te porośnięte dzikimi kwiatami ściany upiększają miasta.

Pionowe łąki mają pozytywny wpływ na miejscową różnorodność biologiczną, jako przestrzeń roślin i dzikich kwiatów, które przyciągając pszczoły, motyle i inne owady zapylających, a także małe ptaki. Łąki jednorocznych i wieloletnich dzikich kwiatów i traw zmieniają się przez cały rok, tworząc efekt dzikiego ogrodu o różnym zagęszczeniu, a przez to zróżnicowane warunki środowiskowe.

Torby z billboardów

W 2022 r. CCOA podjęło współpracę z HiRoad Insurance, reklamując program „insurance-for-good experience”. Inicjatywa, zrealizowana razem z Rareform, polegała na upcyklingu winylu z billboardów i wykorzystaniu go do stworzenia wyjątkowych torb podróżnych dla pracowników i klientów HiRoad. We współpracy z Homeward Bound Arizona (organizacją charytatywną, która pomaga bezdomnym rodzinom), przekazaliśmy też potrzebującym torby wypełnione niezbędnymi artykułami, takimi jak pieluchy, przybory toaletowe, przybory szkolne, zabawki i plecaki o łącznej wartości 10 tys. dolarów.



#ChangetheGame – mecz piłki nożnej na żywo

W ramach inicjatywy #ChangeTheGame w 2022 r., Clear Channel Szwajcaria transmitowała dynamiczne wizualizacje HTML5 podczas Pucharu Europy Kobiet Unii Europejskich Związków Piłkarskich (UEFA) we współpracy z Credit Suisse, głównym partnerem Szwajcarskiego Związku Piłki Nożnej. Wyniki meczów wyświetlano w czasie rzeczywistym, na aktualizowanym na żywo pasku na ekranach Clear Channel. Kampania Credit Suisse jest przykładem tego, jak różnorodne możliwości oferuje DOOH. Można rezerwować różne warianty: w oparciu o program, automatycznie i bezpośrednio.

Dang Nguyen, dyrektor ds. globalnej strategii, marki i reklamy w Credit Suisse: „Inicjatywę #ChangeTheGame daliśmy wyraz naszemu wspólnemu zaangażowaniu w ideę równych szans i pokazaliśmy ją światu. Poza wyrównaniem płac szwajcarskich reprezentacji kobiecych w piłce nożnej, chodziło o okazanie wsparcia na boisku i poza nim”.

Plastic bag counter

Clear Channel Meksyk wraz z Farmacias Similares przeprowadziły kampanię na temat zagrożenia, jakie stanowią plastikowe odpady dla gatunków morskich. Na naszych ekranach umieszczono liczniki mierzące ilość plastikowych toreb, którą udało się zaoszczędzić dzięki zaprzestaniu ich produkcji w zakładach Farmacias Similares.

5. Nasza rola w oszczędzaniu energii podczas kryzysu energetycznego

OOH odpowiada za niewielki procent całkowitego lokalnego zużycia energii. Jesteśmy medium publicznym typu „jeden-do-wielu”, skutecznie docierającym do milionów ludzi przy stosunkowo niewielkiej liczbie ekranów. Zużycie energii przez całą brytyjską branżę OOH stanowi około 1/50 energii zużywanej przez urządzenia gospodarstwa domowego w trybie czuwania¹ we wszystkich brytyjskich gospodarstwach domowych i mniej niż 0,04% całkowitego zużycia energii w Wielkiej Brytanii.² Cyfrowe wyświetlacze OOH reprezentują zaledwie 0,03% wszystkich 100 mln ekranów cyfrowych w Wielkiej Brytanii.³

Zdajemy sobie jednak sprawę z roli, jaką możemy odegrać w redukcji zużycia energii. W ramach dążenia do osiągnięcia zerowego poziomu emisji dwutlenku węgla w przyszłości, podejmujemy działania i inwestujemy w technologie, które zmniejszają nasze zużycie energii.

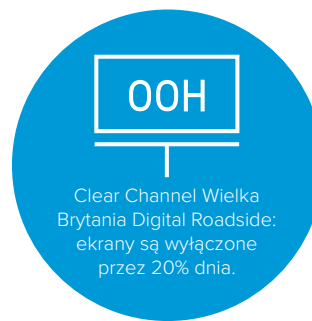
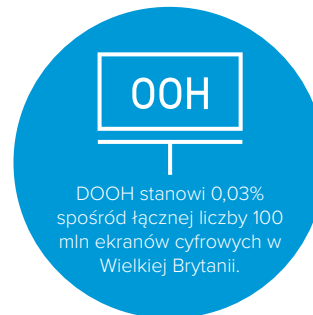
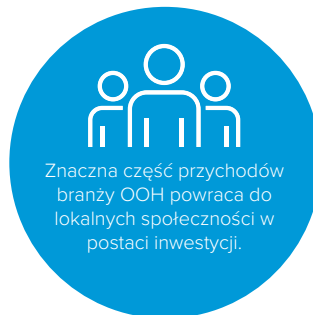
Clear Channel Wielka Brytania zastępuje oświetlenie fluorescencyjne dostosowanym do potrzeb, alternatywnym oświetleniem LED, skraca czas wyświetlania reklam cyfrowych, instaluje panele słoneczne na wiatkach przystankowych i bardziej energooszczędne wyświetlacze cyfrowe.

Co robimy, by stać się lepszymi?

Clear Channel Wielka Brytania stara się, by ekrany były włączone tylko wtedy, gdy jest to konieczne. W miarę możliwości wprowadzamy ciemniejszy tryb nocny. Od listopada 2022 r. skróciliśmy czas wyświetlania ekranów Storm (duży format premium) w Wielkiej Brytanii. Sieć w centrach handlowych, supermarketach i sieciach socialite — które stanowią 34% naszych wyświetlaczy w Wielkiej Brytanii — działają tylko w godzinach otwarcia miejsc, w których je zainstalowano. Na początku 2022 r. przeprogramowaliśmy ekrany Adshel Live i Billboard Live tak, aby przechodziły w energooszczędny tryb czuwania codziennie od północy do 5 rano. Ta zmiana wydłużyła czas zmniejszonego poboru energii z dwóch do czterech godzin na dobę.⁴

1. Źródło: raport Cambridge Architectural Research, Loughborough University and Element Energy;
2. Źródło: BEIS Report 2020 (dane szacunkowe Clear Channel);
3. Źródło: The Drum (dane szacunkowe Clear Channel);
4. W zależności od tego, czy pozwalają na to lokalne przepisy.

Zużycie energii: oddział w Wielkiej Brytanii



3,800+
Liczba wyświetlaczy Clear Channel w Wielkiej Brytanii
=
zasięg 75%
(40,1 mln/2 tyg.)

ok. 27,200,000
gospodarstw domowych z telewizorem w Wielkiej Brytanii
=
zasięg 86%
(52,4 mln/1 tydz.
źródło: ThinkBox)



Nasze priorytety ESG w praktyce: Środowisko

Nasz program ochrony środowiska

Zespół ds. programu środowiskowego CCOH opracowuje inicjatywy mające na celu łagodzenie skutków zmian klimatu i wyzwań związanych ze środowiskiem, przed którymi stoją nasze społeczności i nasza branża. Inwestujemy w inicjatywy infrastrukturalne w lokalnych społecznościach, promujemy idee odpowiedzialności za środowisko w naszej firmie i w całej branży, a także zachęcamy do rozwoju i rozpowszechniania technologii przyjaznych środowisku i innowacyjnych eko-projektów, aby realizować nasze własne zobowiązanie redukcji emisji oraz zobowiązania naszych partnerów.

Jesteśmy przekonani o ważnej roli interesariuszy CCOH i naszych partnerów w łańcuchu dostaw w realizacji naszego globalnego programu ochrony środowiska.

W 2022 r. opublikowaliśmy naszą globalną Politykę środowiskową i ustanowiliśmy ramowy program oparty na normie ISO 14001, zakładający ciągłe doskonalenie i ocenę ryzyka dla środowiska. Dążenie do zerowych emisji netto jest kluczowym elementem strategii Clear Channel.

Egzekwujemy realizację założeń naszego Kodeksu postępowania dla dostawców i wynikające z umów zobowiązania w zakresie ochrony środowiska. Rozpoczęliśmy przeprowadzanie szczegółowych ocen oddziaływania na środowisko kluczowych podmiotów w naszym łańcuchu dostaw.

Ku zerowym emisjom dwutlenku węgla netto

Rozumiemy, jak ważne jest utrzymanie wzrostu średniej temperatury na świecie na poziomie poniżej 2 stopni Celsjusza w porównaniu z epoką przedindustrialną. Według najnowszych badań wymaga to osiągnięcia zerowego poziomu globalnych emisji gazów cieplarnianych netto w drugiej połowie tego wieku.¹ Uważamy, że porozumienie paryskie z 2016 r. stanowi odpowiednią, globalną odpowiedź polityczną na to wyzwanie.

CCOH zobowiązała się do osiągnięcia zerowego poziomu emisji dwutlenku węgla do 2050 r., zgodnie z porozumieniem paryskim z 2016 r.

Niektóre kluczowe jednostki biznesowe są na dobrej drodze do osiągnięcia zerowego poziomu bezpośrednich emisji dwutlenku węgla netto (zakres 1. i 2.) do 2030 r., oraz zerowego poziomu emisji netto ogólnie (zakres 1., 2. i 3.) do 2045 r.

1. <https://www.un.org/en/climatechange/net-zero-coalition>



Cele zrównoważonego rozwoju



Ustalanie celów i sprawozdania w zakresie zerowych emisji dwutlenku węgla netto

Jesteśmy dumni z naszych dotychczasowych dokonań w zakresie redukcji emisji, a zarazem świadomi, że nie są wystarczające.

Cała nasza grupa dąży do osiągnięcia zerowego poziomu emisji dwutlenku węgla najpóźniej do 2050 r. Wyznaczamy cele w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych i zużycia energii, wdrażając je w ramach lokalnych planów środowiskowych.

Część jednostek przyjmuje za cel zerowy poziom emisji dwutlenku węgla w zakresach 1. i 2. do 2030 r. a w zakresie 3. do 2045 r.

Aby zdefiniować te cele, zgromadziliśmy dane dotyczące emisji gazów cieplarnianych (w ramach modelu kontroli operacyjnej na podstawie Greenhouse Gas Protocol) w zakresie 1., 2. i 3. (patrz definicja na str. 21) we wszystkich jednostkach CCOH. Publikujemy dane dotyczące naszych emisji dwutlenku węgla w ramach procesu CDP; program pilotażowy realizowany jest już obecnie w Wielkiej Brytanii.

Zacząliśmy egzekwować od naszych głównych dostawców realizację zalecanych, a w niektórych przypadkach wymaganych umową celów środowiskowych i monitorujemy wpływ naszego portfolio produktów na środowisko.



Zarządzanie programem ochrony środowiska

Nasz program środowiskowy, podobnie jak wszystkie nasze inicjatywy ESG, nadzoruje Komisja ds. nominacji i ładu korporacyjnego Zarządu, która otrzymuje co kwartał aktualne informacje dotyczące strategii, zasad i praktyk w celu zarządzania ryzykiem, tworzenia fundamentów zrównoważonego wzrostu i informowania stron zainteresowanych o inicjatywach ESG. W skład Komisji wchodzi troje członków i członkiń zarządu, a przewodniczy jej członek Zarządu CCOH posiadający kompetencje w zakresie ESG.

Wśród przykładów decyzji dotyczących klimatu podjętych przez Komisję ds. nominacji i ładu korporacyjnego CCOH możemy wymienić zatwierdzenie Polityki środowiskowej dla całej grupy (styczeń 2022 r.), przystąpienie CCOH do UN Global Compact (w kwietniu 2021 r.) oraz gromadzenie danych dla danych dotyczących emisji z zakresu 1., 2. i 3. na skalę globalną (od czerwca 2020 r.). Ryzyko klimatyczne nadzoruje Komisja ds. Audytu CCOH w ramach naszego programu zarządzania ryzykiem korporacyjnym.

Zespoły ds. zgodności z przepisami i audytu wewnętrznego uczestniczą w realizacji programu środowiskowego, weryfikując dane, pełniąc funkcję doradczą oraz przeprowadzając audyty dostawców we wszystkich regionach.

W skład zespołu kierującego programem ochrony środowiska wchodzi kierownictwo wyższego szczebla, eksperci ds. środowiska, zamówień i produktów oraz inni interesariusze z organizacji. Cele w zakresie zrównoważonego rozwoju są uwzględnione w wynagrodzeniu członków zespołu kierowniczego ds. programu środowiskowego.

Zespół ten proponuje, nadzoruje i pomaga wdrażać cele i strategię na podstawie analizy scenariuszy i strategii przyjętych przez globalne i lokalne komitety przywódcze, uwzględniając wytyczne przyjęte w oparciu o wyniki badań naukowych, ISO14001, Greenhouse Gas Protocol i wytyczne CDP, a także wszelkie nowe przepisy. Pod jego przewodnictwem:

- Zespoły ds. rozwoju produktów CCOA i Clear Channel Europa oceniają cykl życia produktu pod kątem odporności na zmiany klimatu, a także możliwości zmniejszania wpływu na środowisko i maksymalnego wydłużenia okresu użytkowania naszych produktów;
- Kontynuujemy analizę redukcji emisji dwutlenku węgla w naszych jednostkach, uwzględniając cele wyznaczone w oparciu o wyniki badań przyjęte przez oddziały na nadchodzące lata;
- Badamy i monitorujemy nasz obecny i przyszły wpływ na klimat (lokalnie), a także identyfikujemy przejściowe zagrożenia dla naszej działalności;
- Zespoły ds. zaopatrzenia negocjują z kluczowymi dostawcami nowe klauzule umowne na podstawie ocen oddziaływania na środowisko.

Zaangażowanie pracowników w strategię ochrony środowiska

Wierzmy, że każdy zespół odgrywa rolę w zmniejszaniu naszego wpływu na środowisko i dlatego:

- Nadrzędne wytyczne Clear Channel Europa uwzględniają związane z klimatem cele (na poziomie osobistym i biznesowym) w strategii wynagradzania kadry kierowniczej najwyższego szczebla w Europie.
- Clear Channel LatAm i Clear Channel Europa zaangażowały przyszłych liderów („Bright Sparks”) w zaprojektowanie wewnętrznych materiałów informacyjnych dotyczących naszego programu ochrony środowiska, aby zachęcić nasze zespoły do przyłączenia się do działań związanych z tym programem.
- Clear Channel Francja zachęca pracowników do mierzenia swojego indywidualnego śladu węglowego za pomocą internetowego symulatora „Nos Gestes Climat”, opartego na danych francuskiego Ministerstwa ds. Środowiska i Zarządzania Energią.



Przykład jednostki organizacyjnej: CCOA



- CCOA współpracuje na szczeblu krajowym z Waste Management w zakresie recyklingu i właściwej utylizacji wszelkich elementów nienadających się do recyklingu.
- Szacuje się, że nawet 98% elementów billboardów cyfrowych można poddać recyklingowi.
- PCV użyte do reklam - produkty konsumenckie i przemysłowe (ok. 900 ton wykorzystano ponownie).*
- PE użyte do reklam – poddane recyklingowi lub przekształcone na produkty konsumenckie (ok. 1800 ton wykorzystano ponownie).*
- Wyświetlacze cyfrowe – recykling 300 tablic cyfrowych.
- Konstrukcje i billboardy – stal poddano recyklingowi lokalnie.
- Nasze drewniane słupy są biodegradowalne.
- CCOA zrezygnowała ze stosowania sklejki na rzecz bardziej przyjaznego dla środowiska i nadającego się do recyklingu materiału Coroplast®.



- CCOA (tj. firmy poligraficzne z którymi współpracuje) stosuje mniej zanieczyszczające powietrze podłoże do reklam.
- CCOA zachęca klientów i agencje do wykorzystania tego produktu na potrzeby plakatów, ekranów cyfrowych i paneli reklamowych.



- CCOA wprowadziła niedawno system CLEAR Access, który umożliwia składanie ofert, zawieranie umów i przekazywanie dokumentacji zdjęciowej potwierdzającej wykonanie bez użycia papieru, aby jeszcze bardziej zredukować zużycie papieru.



- CCOA uruchomiła pilotażowy program w pełni elektrycznych pickupów na czterech dużych rynkach: Los Angeles, Filadelfii, San Francisco i Chicago (pojazdy pojawiają się w 2023 r.). CCOA zamierza w niedalekiej przyszłości rozszerzyć swoją flotę pojazdów elektrycznych/ hybrydowych o pojazdy typu pool i dodatkowe, lekkie ciężarówki.



- CCOA kontynuuje procesy konwersji na energię słoneczną; obecnie przekształca 75-100 wiat przystankowych rocznie w Waszyngtonie na zasilanie energią słoneczną.
- CCOA ocenia instalację paneli słonecznych we wszystkich budynkach biurowych należących do Clear Channel Outdoor.



- Postępy w rozwoju technologii LED przyczyniły się do gigantycznego spadku zużycia energii przez billboardy cyfrowe. W ciągu ostatnich pięciu lat zużycie energii zmniejszyło się aż o 61% w przypadku ekranów cyfrowych i o 40% w przypadku plakatów cyfrowych.
- Ponad 99% wszystkich opraw metalohalogenkowych i fluorescencyjnych zamieniono na energooszczędne diody LED*.

Przykłady partnerstw na całym świecie



- W 2022 r. lotewskie i estońskie zespoły Clear Channel połączyły siły jako partnerzy pierwszych w historii Baltic Sustainability Awards, których celem jest wyróżnienie lokalnych liderów w obszarze ekologicznych innowacji.
- W 2022 r. Clear Channel Litwa wzięła udział w kampanii społecznej promującej segregację śmieci w Wilnie. W całym mieście rozwieszono 150 plakatów przypominających mieszkańcom o ich ważnej roli w odpowiedzialnej utylizacji odpadów.

Zagrożenia związane z klimatem dla naszej branży

W ramach naszego globalnego programu ochrony środowiska opracowaliśmy proces zarządzania ryzykiem, aby identyfikować, oceniać i reagować na podstawowe zagrożenia związane z klimatem i przechodzeniem na mniej szkodliwe dla środowiska rozwiązania, dotyczące całej branży OOH oraz konkretnie Clear Channel.

Każda jednostka monitoruje zagrożenia, które są zgłaszane i analizowane przez dyrektorów wyższego szczebla i kierowników pionu w całej grupie, w ramach procesu zarządzania ryzykiem korporacyjnym. Te zagrożenia oraz wszelkie inne, a także działania na rzecz ograniczania ryzyka proponowane przez kierownictwo programu środowiskowego są następnie zgłaszane kierownictwu wykonawczemu, Komisji ds. Audytu i Zarządowi przez dyrektora ds. zgodności z przepisami i głównego audytora.

Ściśle współpracujemy z władzami lokalnymi/krajowymi, stanowymi i gminami na wszystkich naszych rynkach. Monitorujemy zmiany klimatyczne (w tym trendy pogodowe), geopolitykę, wymogi rynkowe, przepisy i regulacje, które mogą mieć na nas wpływ, w tym ryzyka przejściowe i wynikające z wpływu. Obecnie badamy m.in. prawdopodobny i znaczący wpływ:

- Ryzyka związanego z ekstremalnymi zjawiskami klimatycznymi i/lub klęskami żywiołowymi dla naszej działalności w kluczowych regionach geograficznych
- Ryzyka niezrealizowania lokalnego, oddziałowego lub grupowego planu strategii klimatycznej oraz przyjętych w nim celów

- Ryzyka związanego z wpływem zmian konsumpcji lub wzrostu liczby ludności w miastach na nasz program środowiskowy
- Ryzyka wpływu lokalnych lub federalnych przepisów na sposób, w jaki prowadzimy działalność i/lub nasz program środowiskowy
- Ryzyka, że łańcuch dostaw nie spełni naszych wymagań w zakresie ochrony środowiska w sposób, który umożliwi nam osiągnięcie celów redukcji emisji zakresu 3.

Chociaż przyjęliśmy nadrzędne ramy programu środowiskowego i cele, które obowiązują wszystkie jednostki biznesowe, potrzebujemy również lokalnego, elastycznego podejścia do ograniczania ryzyka. Obejmuje ono:

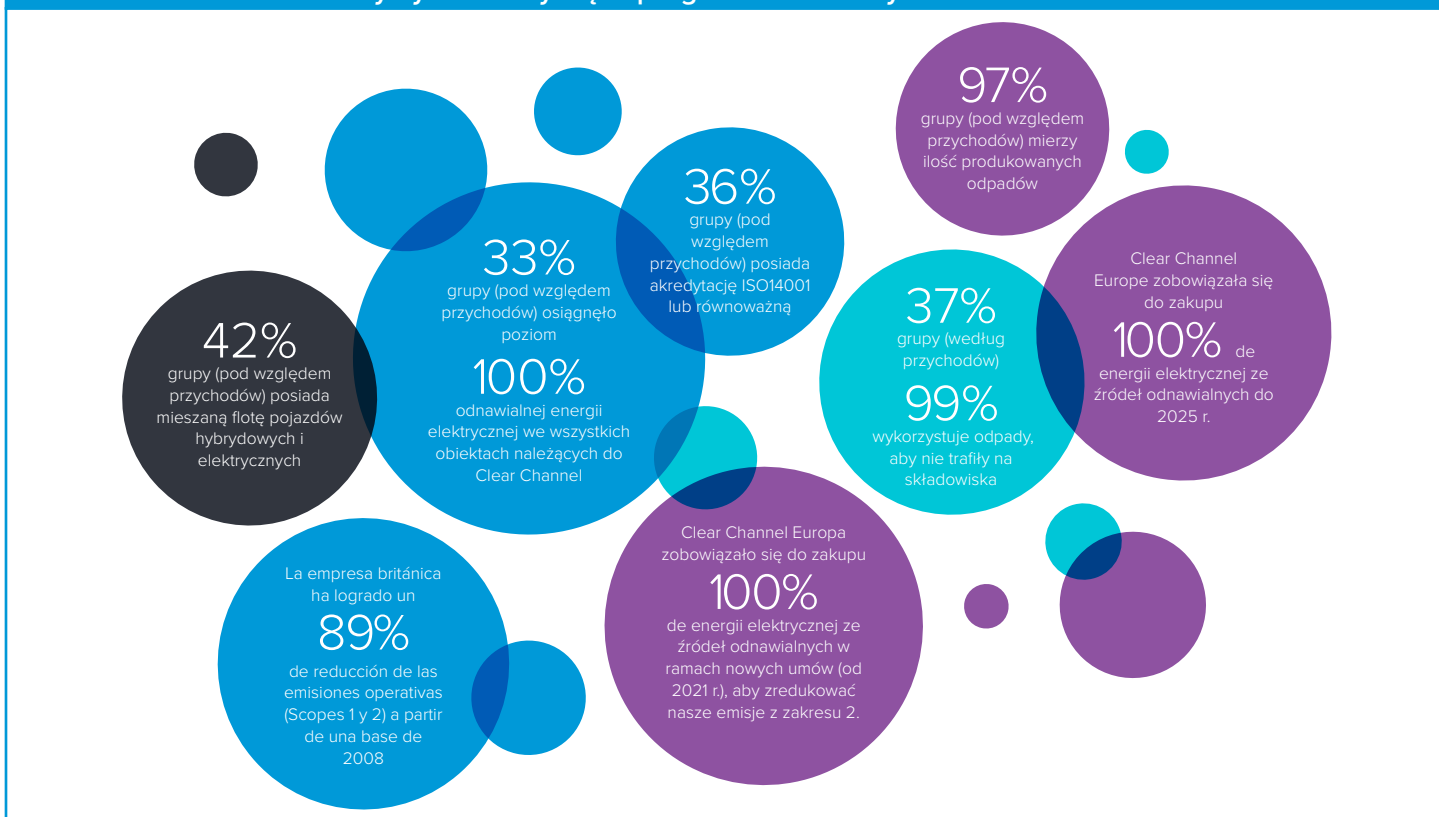
- Wprowadzenie „strefy czystego powietrza” w Birmingham w Wielkiej Brytanii od 1 czerwca 2021 r. wymagało od Clear Channel Wielka Brytania korzystania w obrębie strefy z pojazdów o niskim lub zerowym poziomie emisji. Długoterminowy plan Clear Channel Wielka Brytania mający na celu eliminację emisji naszej brytyjskiej floty już wcześniej wymagał od firmy korzystania z pojazdów elektrycznych i samoładujących się pojazdów hybrydowych we współpracy z Transport for West Midlands. Firma Clear Channel Wielka Brytania przygotowała się również do wprowadzenia w przyszłości stref czystego powietrza w Bradford, Bristolu i Manchesterze
- w 2022 r., upewniając się, że pojazdy z naszej floty jeszcze przed wejściem w życie tych przepisów spełniają lub przewyższają najwyższe standardy wymagane w strefie czystego powietrza.
- W niektórych naszych lokalizacjach infrastruktura punktów ładowania pojazdów elektrycznych jest niedostępna. Musieliśmy dostosowywać się do panujących warunków w miarę jej rozwoju.

Pracujemy nad wydaniem i wdrożeniem zestawu minimalnych kontroli ochrony środowiska w całej grupie w odpowiedzi na zagrożenia związane z klimatem i w świetle celów przyjętych przez CCOH.

Przykład jednostki organizacyjnej: Hiszpania

Clear Channel Hiszpania wdrożyła i certyfikowała system zarządzania środowiskiem zgodnie z normami UNE-EN ISO 14001: 2015 we wszystkich swoich centralach (Barcelona, Madryt, Walencja, Sewilla, Saragossa i Malaga).

Globalne dane statystyczne dotyczące programów ochrony środowiska w latach 2021-2022



Clear Channel Wielka Brytania: pionierzy – stadium przypadku

Aktualnie

- Zakup energii elektrycznej pochodzącej w 100% ze źródeł odnawialnych do użytku we wszystkich obiektach i małej architekturze Clear Channel Wielka Brytania
- 2021 – certyfikat Planet Mark
- 2021 – zgłoszenie do Carbon Disclosure Project
- Oświetlenie słoneczne jako standard w wiatkach przystankowych bez reklam (lub na żądanie)

Cele na przyszłość

2022

- Wyznaczanie celów opartych na nauce
- Udostępnienie kalkulatora cyklu życia dla wszystkich nowych produktów
- Instalacja nowych ekranów cyfrowych o mniejszej mocy
- Zakończenie ocen emisji zakresu 3.
- Kontynuacja wymiany floty na niskoemisyjną
- Energooszczędne oświetlenie wszystkich budynków i małej architektury

2025

- Produkty w obiegu zamkniętym: aluminium z recyklingu w całym naszym łańcuchu wartości do końca 2022 r.; materiały źródłowe tworzone w 100% z wykorzystaniem energii odnawialnej do 2023 r.; wszystkie inne materiały w miarę możliwości poddawane recyklingowi do 2023 r.; elementy konserwacyjne w 100% nadające się do recyklingu do 2025 r.
- Flota w 80% złożona z pojazdów niskoemisyjnych
- 95% energii elektrycznej dostarczanej przez właścicieli gruntów i budynków ma pochodzić w 100% ze źródeł odnawialnych

2030

- Zerowa wartość emisji netto w zakresie 1. i 2.
- Bezemisyjna flota

2045

- Zerowa wartość emisji netto w zakresie 3.

Przykład strategii klimatycznej jednostki biznesowej: Clear Channel Wielka Brytania

W ramach swojego programu ochrony środowiska, Clear Channel Wielka Brytania koncentruje wysiłki i inwestycje na redukcji emisji dwutlenku węgla, jednocześnie realizując inne cele zrównoważonego rozwoju, takie jak wspieranie różnorodności biologicznej i odporności na zmiany klimatu. W latach 2008-2021 firma Clear Channel Wielka Brytania zredukowała emisje dwutlenku węgla w zakresach 1. i 2. o około 89%.

Obecnym celem jest zmniejszenie emisji dwutlenku węgla o 5% rocznie. Clear Channel Wielka Brytania zamierza nadal ściśle współpracować z zainteresowanymi stronami, w tym reklamodawcami, władzami lokalnymi i całą branżą, aby przyspieszyć postępy w tym obszarze.



Zakres 1. – emisje bezpośrednie z paliw używanych w naszych pojazdach i na potrzeby ogrzewania obiektów
 Zakres 2. – Pośrednie emisje z produkcji energii elektrycznej wykorzystywanej w naszych budynkach i obiektach małej architektury
 Zakres 3. – Emisje pośrednie w naszym łańcuchu wartości (towary i usługi, dobra inwestycyjne, podróże służbowe, odpady, transport)

Kluczowe aspekty naszego programu środowiskowego

1. Pomiar intensywności emisji

W ramach naszego programu środowiskowego mierzymy intensywność emisji dwutlenku węgla w całej grupie, aby śledzić nasze postępy w dążeniu do celu w postaci zerowego poziomu emisji netto. Nasze przybliżone (wewnętrzne) dane dotyczące intensywności emisji dwutlenku węgla w 2021 r. przedstawiają się następująco (na podst. danych rynkowych):

- Liczba ton CO²e na pracownika zatrudnionego na cały etat – 29
- Liczba ton CO²e na 1 mln dochodu – 59

2. Transformacja naszego portfolio: inwestycje w B+R

Od kilku lat CCOH przechodzi transformację cyfrową. Jesteśmy świadomi zużycia energii w naszym portfolio produktów cyfrowych, a zespoły ds. rozwoju produktów nieustannie badają możliwości zmniejszenia wpływu na środowisko dzięki ekoprojektowaniu i ekoinżynierii. Nieustannie poprawiamy wydajność, w tym efektywność energetyczną naszych technologii, a ponadto stosujemy przyjazne dla środowiska techniki budowlane, materiały i procedury operacyjne w regionach i w łańcuchu dostaw.

Ryzyka związane z klimatem i ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi mają bezpośredni wpływ na nasze badania i rozwój, dlatego staramy się tworzyć produkty i usługi o zmniejszonym wpływie na środowisko, jednocześnie modyfikując z myślą o przyszłości nasze klasyczne i cyfrowe ekrany, wiaty przystankowe i usługi informacyjne. Innowacje i zmiany w reklamie obejmują:

- **Oświetlenie LED: CCOA zamieniła 99% wszystkich opraw metalohalogenkowych i fluorescencyjnych na swoich billboardach na bardziej energooszczędne oświetlenie LED o 10-letniej żywotności (czterokrotnie dłuższej niż żarówki). Ponad 31 tys. wyświetlaczy w 28 największych miastach Stanów Zjednoczonych zużywa obecnie o 60% mniej energii. Modernizacja z wykorzystaniem oświetlenia LED to ważny krok w kierunku zmniejszenia zapotrzebowania na energię w sieci, ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko i obniżenia kosztów.**

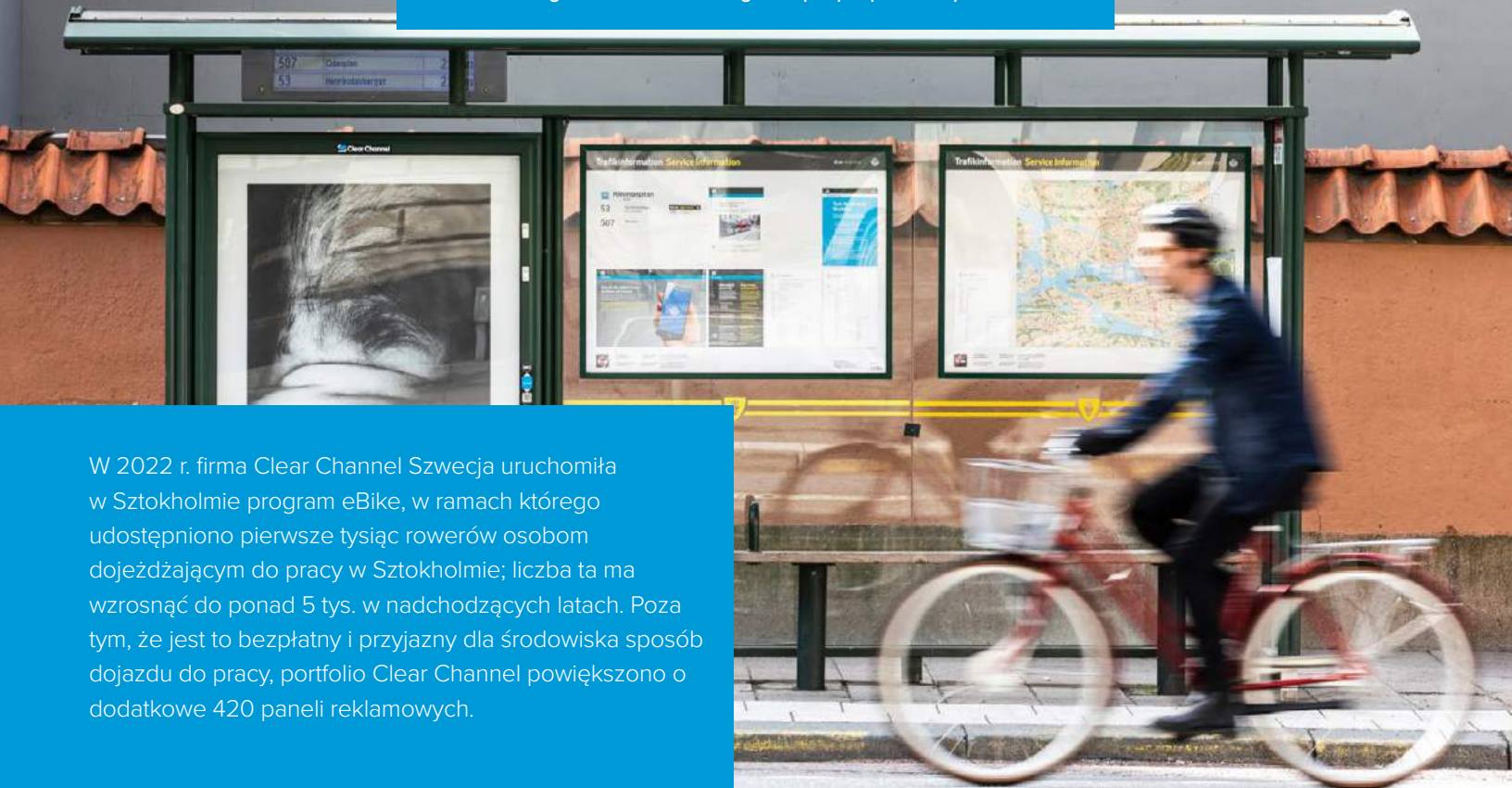


Carteles de limpieza del aire: En Bruselas hemos instalado vallas publicitarias que absorben un porcentaje de contaminantes del aire, entre ellos hasta el 91 % del óxido de azufre y el 86 % del óxido nítrico. En EE.UU., donde anteriormente completamos una campaña con Toyota en la que las pantallas eliminaban un porcentaje de contaminantes del aire (véase el anterior Informe ESG), se calculó que un tablón de anuncios de 14x48 neutraliza los gases de óxido nítrico de 780 coches a lo largo de un año.¹

1. Fuente: ECO Ad 2019: Probado por terceros por el University Belfast ISO Lab en el Reino Unido

- Automatyczne przyciemnianie podświetlenia: w 2020 r. firma Clear Channel Europa opracowała system łączący miejscowe czujniki i zdalne sterowanie parametrami w celu przyciemniania i wyłączenia podświetlenia z myślą o tymczasowym zmniejszeniu zużycia energii przez bannery: na przykład, najnowsze instalacje w wiatkach przystankowych minimalizują ilość dodatkowego oświetlenia lub wyłączają je pod nieobecność pasażerów.
- Ekrany o mniejszym śladzie węglowym: firma Clear Channel Wielka Brytania zainstalowała nowe ekrany zewnętrzne z rozdzielczością 4K zasilane energią słoneczną: najnowsza kampania Clear Channel Hiszpania dla Naturgy umożliwia przechodniom ładowanie telefonów z wykorzystaniem energii słonecznej. Do stworzenia tej specjalnej konstrukcji użyto nadających się do recyklingu winyli i ekologicznych atramentów, a wszelkie odpady zostaną ponownie wykorzystane jako doniczki w ramach inicjatywy Clear Channel Forest.
- Przystanki autobusowe odłączone od sieci energetycznej: Firma Clear Channel Hiszpania zainstalowała w Madrycie 300 wiat przystankowych z reklamami. Mamy nadzieję, że docelowo większość energii będzie pochodzić z paneli słonecznych umieszczonych na dachach. Wiaty autobusowe wyposażono w „inteligentne” oświetlenie o bardzo niskim zużyciu energii z funkcją wykrywania obecności, specjalnie zaprojektowany 32-calowy panel informacyjny z e-papieru oraz ultrawydajne systemy zarządzania akumulatorami, aby działały w dowolnych warunkach pogodowych.
- Clear Channel Hiszpania nawiązała współpracę z Fundacją Alberto Contador, by promować korzystanie z rowerów jako bardziej ekologicznego środka transportu. Od samego współpracy w 2021 r. Clear Channel Hiszpania wykorzystuje swoje ekrany do promowania inicjatyw Fundacji, a ponadto przekazała ponad 200 nieużywanych rowerów z poprzedniego systemu Smart Bike.





W 2022 r. firma Clear Channel Szwecja uruchomiła w Sztokholmie program eBike, w ramach którego udostępniono pierwsze tysiąc rowerów osobom dojeżdżającym do pracy w Sztokholmie; liczba ta ma wzrosnąć do ponad 5 tys. w nadchodzących latach. Poza tym, że jest to bezpłatny i przyjazny dla środowiska sposób dojazdu do pracy, portfolio Clear Channel powiększono o dodatkowe 420 paneli reklamowych.

3. Oceny cyklu życia

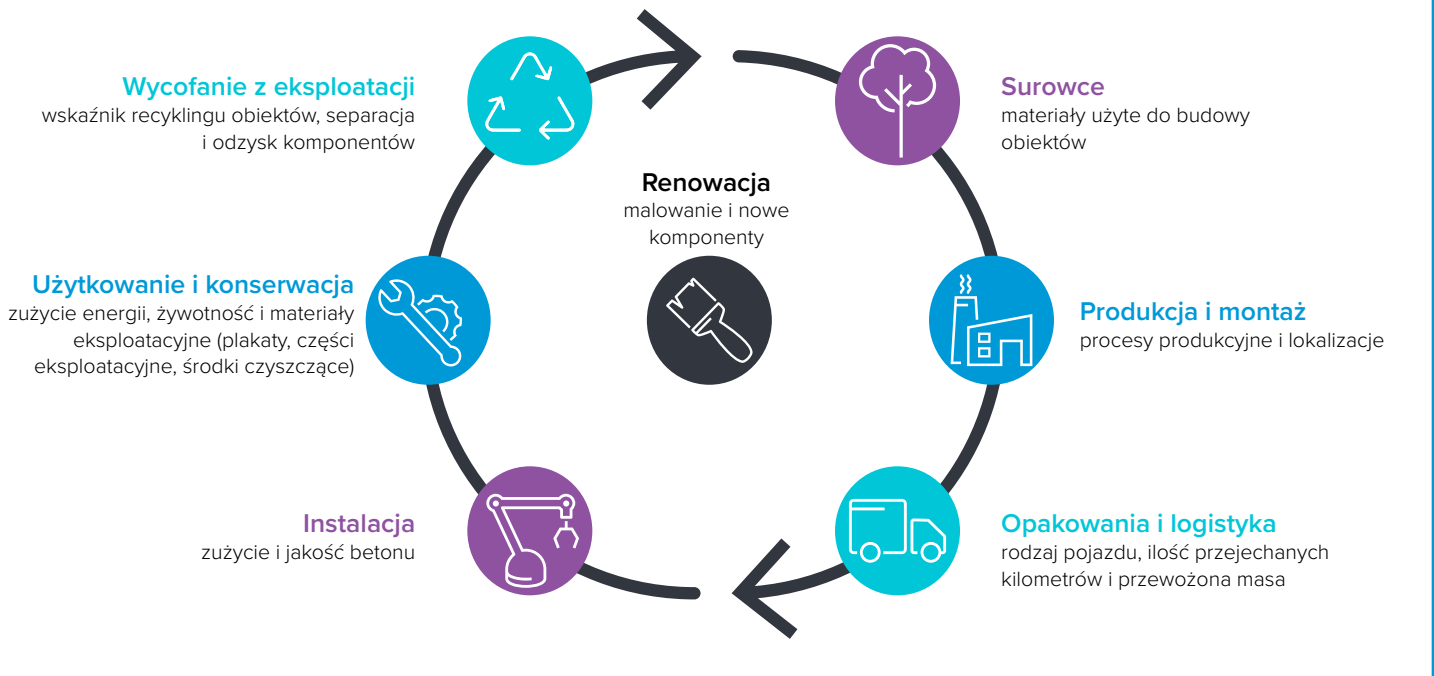
Aby pomóc zmniejszyć wpływ naszej małej architektury na środowisko i osiągnąć nasze cele zerowych emisji netto, współpracujemy z konsultantami ds. środowiska, wykorzystując ich narzędzia do oceny cyklu życia (LCA), bazy danych i wiedzę specjalistyczną do oszacowania wpływu procesów produkcyjnych i surowców, wpływu podczas i po zakończeniu eksploatacji, aby określić ilościowo wpływ ogólny. Kiedy to możliwe, staramy się działać zgodnie z filozofią gospodarki o obiegu zamkniętym.

Dążymy do maksymalnego wydłużenia czasu eksploatacji naszych produktów i tworzenia systemów zamkniętych wszędzie tam, gdzie to możliwe, aby w ten sposób ograniczyć użycie nowych materiałów. Dzięki LCA jesteśmy w stanie zidentyfikować punkty największego zużycia materiałów i energii oraz intensywności komponentów elektronicznych itp. Obecnie proces ten stosujemy w odniesieniu do różnych systemów i działamy na rzecz rozszerzenia go na produkty w naszych regionalnych portfolio:

- **Instalacja – Po instalacji, w ramach kontroli końcowej rejestruje się szczegółowe informacje dotyczące części, materiałów, jakości i żywotności.**
- **W trakcie eksploatacji – ponowne użycie i naprawa.**
- **Po wycofaniu z eksploatacji – odnawianie, zmiana przeznaczenia i recykling. Materiały, które nie nadają się do użytku, takie jak stal, aluminium i szkło, można wysłać do przedsiębiorstwa zajmującego się recyklingiem, tworzący tym samym obieg zamknięty.**

Wierzmy, że inwestując w powyższe procesy i dzięki konserwacji predykcyjnej, prewencyjnej i naprawczej, możemy ograniczyć potrzebę trwałego niszczenia materiałów. Procesy konserwacji i znajomość historii ekranów dają pozwalają nam monitorować stan konstrukcji i wyświetlaczy. Możemy w ten sposób zmaksymalizować ich żywotność i trwałość. W przypadku technologii cyfrowych szacujemy, że okres użytkowania przekracza przewidywany na 10 lat okres eksploatacji dzięki udoskonaleniu produktu i procedurom rutynowej konserwacji.

Cykl życia naszej małej architektury



4. Energia słoneczna i energia odnawialna

CCOH może wspierać swoich partnerów biznesowych w wykorzystaniu energii odnawialnej, w tym energii słonecznej. Poprawa w zakresie zużycia energii, w tym dzięki wykorzystaniu energii słonecznej i energii odnawialnej, odgrywa kluczową rolę w optymalizacji efektywności energetycznej naszych produktów, łagodzeniu ogólnego wpływu na środowisko i poprawie oceny energetycznej naszych produktów.

W 2022 r. 27% naszych jednostek (na podst. przychodów) inwestuje już w rozwiązania oparte w 100% na energii odnawialnej. Firma Clear Channel Europa zgodziła się zawrzeć z dostawcami energii odnawialnej nowe umowy od 2021 r., monitorując wpływ ustawy antyinflacyjnej na możliwości wykorzystania tego źródła energii przez amerykańskie przedsiębiorstwa w nadchodzących latach.

CCOH ma w swoim portfolio billboardy i wiaty przystankowe zasilane energią słoneczną od co najmniej 2011 r., od Londynu po Waszyngton. Planujemy postawienie kolejnych w ciągu najbliższych 2 lat. Nasze podejście jest wielokierunkowe:

- **Zaprojektowaliśmy skalowalne urządzenia fotowoltaiczne dla małej architektury: nowo opracowane przez CCOA rozwiązanie solarne dostarczają energii 133 wiatom przystankowym w Waszyngtonie; planujemy instalację 50-75 jednostek fotowoltaicznych rocznie;**

- **Jesteśmy w trakcie opracowywania i wdrażania systemów inteligentnego oświetlenia o wyższej wydajności i niskim zużyciu energii na potrzeby małej architektury i ekranów cyfrowych, z których najnowszym jest Clear Channel Europe Waferlite, umożliwiający ok. 50-procentową oszczędność energii elektrycznej w porównaniu z poprzednią wersją;**
- **Opracowaliśmy zestaw czujników i system zdalnie ustawianych parametrów, dzięki którym można ściemniać/wyłączać podświetlenie lub całkowicie wyłączać nasze ekrany cyfrowe;**
- **W wybranych obszarach usprawniamy działanie naszych obiektów, redukując ich liczbę, ale zapewniając każdemu z nich większy wpływ.**

5. Podłoża polietylenowe (PE).

Byliśmy liderem w podejmowanych w naszej branży wysiłkach służących promowaniu ekologicznej produkcji PE nadającego się do recyklingu na potrzeby naszych plakatów i ekranów cyfrowych. Dzięki niewielkiej wadze produktów zminimalizowano potrzebę użycia ciężkiego sprzętu (dźwigów/podnośników) podczas instalacji. Plakaty i większość ekranów cyfrowych CCOA ma teraz nadające się do recyklingu podłoża PE.

6. Recykling, redukcja odpadów i mniejsza zależność od zasobów naturalnych

Chociaż poszczególne miasta, rady miejskie i służby transportu publicznego mają bardzo różne wymagania, wszędzie w przetargach coraz większą wagę kładzie się obecnie na użycie materiałów pochodzących z recyklingu. W niektórych krajach gminy mają prawny obowiązek recyklingu lub renowacji obiektów małej architektury. Kiedy pozwalają na to specyfikacje przetargowe, w nowych produktach wykorzystujemy materiały pochodzące z recyklingu (zamiast surowców pierwotnych).

Analizujemy zużycie surowców w produkcji naszych produktów (zarówno paneli, jak i wiat przystankowych), aby ocenić możliwości redukcji emisji. Na przykład, produkcja aluminium pochodzącego z recyklingu (lub wtórnego), w porównaniu z aluminium pierwotnym, wymaga o 90% mniejszych nakładów energii.¹ W przypadku kluczowych materiałów, staramy się, by wszędzie, gdzie to możliwe, wykorzystać materiały pochodzące z recyklingu/upcyklingu.

- Do produkcji 40% plakatów Clear Channel Hiszpania wykorzystuje ekologiczne farby i certyfikowany papier nadający się do recyklingu.
- W 2020 r. Clear Channel Francja wprowadziła „zieloną ofertę”, obejmującą plakaty drukowane atramentem bezrozpuszczalnikowym na papierze pochodzącym w 100% z recyklingu i certyfikowanym przez PEFC i Imprim’Vert.

Utylizacja odpadów

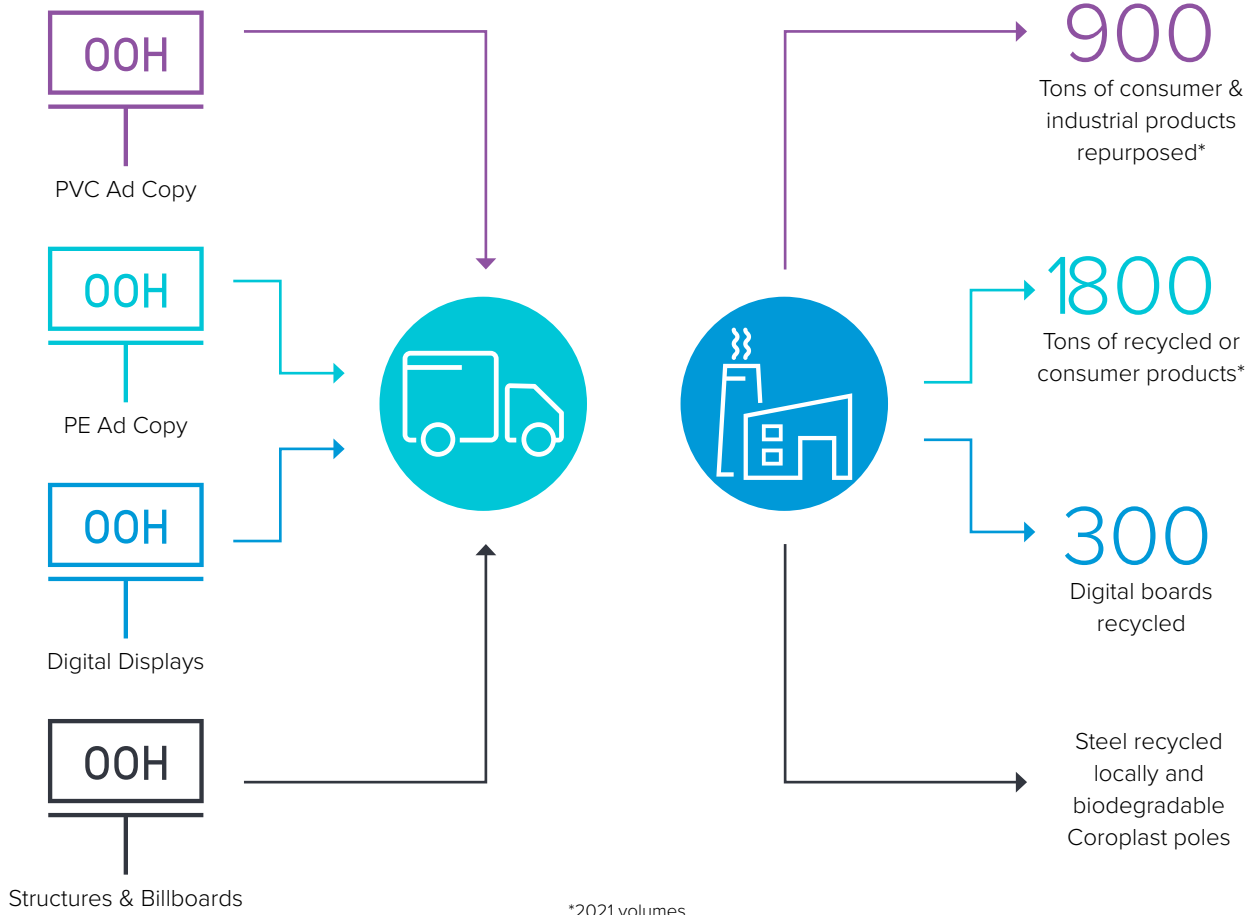
Dostawcy usług utylizacji odpadów w całej Europie przekazują nam zestawienia rodzajów i ilości utylizowanych materiałów. Na przykład, 99,6% odpadów Clear Channel Włochy nie trafiło na włoskie składowiska w 2021 r. W Clear Channel Wielka Brytania tylko 7,6 ton metrycznych trafiło na składowiska, a aż 1816,2 ton metrycznych udało się zreutilizować (dane z 2021 r.).

CCOA współpracuje z Waste Management w zakresie recyklingu i właściwej utylizacji wszelkich elementów nienadających się do recyklingu.

1. Źródło: <https://www.european-aluminium.eu/> (dane dotyczące aluminium).



Recycling lub ponowne wykorzystanie w CCOA



041641

CLEARCHANNEL



7. Flota

Wszystkie jednostki CCOH oceniają możliwość uczynienia swoich operacji bardziej ekologicznymi i w miarę możliwości zwiększyć udział pojazdów hybrydowych i elektrycznych w naszej flocie.

Firma Clear Channel Europa wprowadziła pojazdy hybrydowe i elektryczne do swoich najważniejszych flot. Od 2022 r. floty 42% CCOH (na podstawie przychodów) obejmują pojazdy hybrydowe lub elektryczne.

CCOA jest w dużej mierze zależna od producentów pełnowymiarowych, elektrycznych pickupów, które w dużej mierze przekładają się na ogólną ilość emisji z naszych pojazdów. Zamówiliśmy ciężarówki Ford F150 Lightning Electric Pickup, które pojawią się najpierw w Los Angeles, Chicago i Filadelfii. Spodziewamy się, że będziemy jedną z pierwszych firm, które otrzymają te w pełni elektryczne pickupy na początku 2023 roku.

W ramach brytyjskiego program wymiany floty do 2023 r. co najmniej 81% floty działu sprzętania i konserwacji mają stanowić pojazdy o zerowym lub bardzo niskim poziomie emisji. Naszym celem jest zastąpienie nimi 100% pojazdów do 2030 r. Dzięki temu programowi mamy nadzieję zmniejszyć emisje z paliw w Wielkiej Brytanii o około 50% do 2023 r.



8. Programy rowerów publicznych

CCOH była jedną z pierwszych firm, które wprowadziły finansowane przez reklamodawców programy publicznego udostępniania rowerów (we francuskim Rennes). Dzisiaj ten niedrogi i ekologiczny środek transportu funkcjonuje powszechnie w miastach na całym świecie, zmniejszając problem zanieczyszczeń i korków ulicznych.

Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu ESG obsługiwaliśmy 10 programów w Europie i Ameryce Łacińskiej, czyli ponad 20 tys. rowerów, w tym elektrycznych.



9. Czyszczenie i konserwacja

Wprowadziliśmy nietoksyczne produkty do czyszczenia i konserwacji oraz systemy gromadzenia wody deszczowej. Stosujemy nietoksyczne metody renowacji i zmiany przeznaczenia obiektów, zgodnie z naszą strategią ochrony środowiska.

10. Pomiar zużycia wody i ilości ścieków

Magazyny Clear Channel Europa zostały poinstruowane w zakresie monitorowania i minimalizacji zużycia wody. Estonia, Belgia i inne jednostki Clear Channel Europa zainstalowały systemy gromadzenia deszczówki, aby zredukować zużycie świeżej wody. Zachęcamy wszystkie jednostki Clear Channel Europa do wdrożenia systemów zbierania deszczówki do 2025 r.

Przykład jednostki biznesowej

- W 2022 r. firma Clear Channel Wielka Brytania zainstalowała systemy zbierania wody deszczowej w 12 z 13 placówek. Dzięki regularnemu

monitorowaniu rejestrujemy nieoczekiwanie wysokie zużycie wody, co pozwala nam na porównywanie poziomów zużycia w poszczególnych magazynach i jednostkach organizacyjnych. W szkockim magazynie w Cumbernauld odnotowano znaczny (85%) spadek zużycia świeżej wody dostarczanej z sieci w porównaniu z poprzednimi latami. Wysiłki na rzecz minimalizacji zużycia wody obejmują stosowanie udoskonalonych systemów mycia w Clear Channel Wielka Brytania, gdzie obiekty czyszczone są mniejszą ilością wody i bez użycia detergentów, dzięki czemu woda może trafić do normalnego systemu odprowadzania wód powierzchniowych. Obiekty Clear Channel Wielka Brytania są wyposażone w urządzenia oszczędzające wodę w toaletach i stołówkach (monitorowanie zużycia wody w toaletach, brak kranów dotykowych). Wszystkie obiekty operacyjne Clear Channel Wielka Brytania są wyposażone w czujniki benzyny/oleju. Wdrożono też procedury awaryjne, aby w przypadku przypadkowego rozlania niebezpiecznych cieczy nie przedostały się one do cieków wodnych.

Nasze priorytety ESG w praktyce: kwestie społeczne

W obliczu niepewności w tych trudnych czasach, zawsze jesteśmy otwarci na współpracę z naszymi klientami. Jesteśmy przekonani, że działania podejmowane w odpowiedzi na większe i mniejsze wyzwania życia codziennego przekładają się na zmiany społeczne.

Siła cyfrowej reklamy poza domem (DOOH)

Nasze cyfrowe ekrany mogą dostarczać obywatelom ważnych informacji w czasie rzeczywistym, stanowiąc dla miast unikalny, a często kluczowy kanał komunikacji z mieszkańcami. CCOH współpracuje ze służbami ratunkowymi, transmitując komunikaty na żywo w sytuacjach kryzysowych.

W zakresie komunikatów publicznych wspieramy lokalne i krajowe organizacje rządowe i pozarządowe. Są to komunikaty dotyczące zdrowia i bezpieczeństwa publicznego; promujące ochronę środowiska; wspierające sztukę, edukację i różnorodność kulturową; lub upamiętniające ważne wydarzenia (np. brytyjska kampania po śmierci królowej Elżbiety II). Ta współpraca ma inspirować obywateli i firmy do zmian w ich społecznościach.

Pomoc w odpowiedzi na konflikt na Ukrainie i pandemię COVID-19

Reakcja na sytuację na Ukrainie

Trudna sytuacja narodu ukraińskiego jest bliska naszym sercom, ale i naszym rynkom, ponieważ konflikt głęboko dotknął naszych kolegów i koleżanki z Polski, Estonii, Łotwy, Litwy, Finlandii i Szwecji.



W związku z trwającym na Ukrainie konfliktem, CCOH podjęła wspólne działania na rynkach Clear Channel Europa i CCOA (od Nowego Jorku przez Polskę po Estonię). Aby okazać wsparcie narodowi Ukrainy, w naszej sieci cyfrowej wprowadziliśmy specjalne układy. Rynki CCOH na całym świecie prowadzą również kampanie pro bono wraz z organizacjami takimi jak Czerwony Krzyż, ONZ i Fundusz Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci (UNICEF). Ponadto, wraz z naszymi partnerami biznesowymi podejmujemy globalne działania humanitarne na rzecz Ukrainy, m.in.:

- Clear Channel Dania, Clear Channel Szwecja i Clear Channel Norwegia okazały wsparcie, przekazując przestrzeń medialną organizacjom pomocy humanitarnej, takim jak UNICEF, Wysoki Komisarz ONZ ds. Uchodźców, organizacja Save the Children International, Czerwony Krzyż, Red Barnet w Danii, Flyktinghjelpen w Norwegii oraz Rädde Barnen i Hela Sverige skramlar w Szwecji, informując o tym, jak obywatele Skandynawii mogą pomóc potrzebującym.
- Clear Channel Szwecja przekazała ukraińskim organizacjom charytatywnym koce, powerbanki, żywność, odzież itp.
- Clear Channel Łotwa umieściła ukraińskie flagi w swojej sieci DOOH, w tym w centrach handlowych i na ekranie umieszczonym na głównej ulicy w Rydze.
- Clear Channel Estonia udostępniła miejsce na koncert charytatywny, który odbył się w marcu, i z którego cały dochód został przekazany ukraińskim organizacjom charytatywnym.
- Clear Channel Estonia nawiązała współpracę z Mondo MTÜ, aby zaprezentować na cyfrowych ekranach i filarach prace 11 ukraińskich ilustratorów, przedstawiające ich przemyślenia i opinie na temat konfliktu.
- Clear Channel Włochy wspiera organizację charytatywną w kampanii pro bono prowadzonej na ekranach cyfrowych i służącej zbieraniu funduszy na artykuły medyczne dla Ukrainy. Zespół pozostaje w kontakcie z lokalnym szpitalem, któremu dostarcza apteczki i sprzęt. Włosi koledzy zaangażowali się także w wolontariat i zbieranie funduszy na rzecz tej organizacji.
- Clear Channel Hiszpania umieściła komunikaty o wsparciu dla Ukrainy w swojej sieci DOOH, w tym w obiektach małej architektury, centrach handlowych i na billboardach.
- Clear Channel Polska zorganizowała trzy akcje pro bono, a w dniu „Bring You Shape Us” koledzy i koleżanki z Polski przygotowali kanapki dla ukraińskich uchodźców i dostarczyli je na Dworzec Centralny w Warszawie, gdzie wiele osób zatrzymuje się przed dalszą podróżą.
- Clear Channel Dania wspiera agencję WPP w ogólnoświatowej kampanii charytatywnej „WPP Advantage Ukraine Campaign”, której celem jest przyciągnięcie inwestycji na Ukrainę.

Sanckje a Ukraina

Rozszerzyliśmy analizę due diligence w zakresie sankcji wobec osób trzecich, aby mieć pewność, że nie współpracujemy z rosyjskimi podmiotami lub bankami objętymi sankcjami przez Stany Zjednoczone, ONZ, UE lub Wielką Brytanię w wyniku konfliktu na Ukrainie.





Reakcja na pandemię

CCOH współpracuje z lokalnymi społecznościami, aby udostępniać władzom, miastom i organizacjom ochrony zdrowia przestrzeń na komunikaty dotyczące zdrowia publicznego, higieny i walki z zanieczyszczeniem oraz ważnych wiadomości zdrowotnych w okresie, w którym świat wraca do normalności po pandemii COVID-19. Na całym świecie nasze billboardy służą władzom i organizacjom charytatywnym jako przestrzeń na komunikaty dotyczące zdrowia i bezpieczeństwa publicznego, a wiele naszych jednostek priorytetowo traktuje również wsparcie dla małych i lokalnych firm dotkniętych skutkami pandemii. Clear Channel Hiszpania sponsorowała w 2022 r. przestrzeń cyfrową dla Hotel Tapa Tour, aby wesprzeć sektor hotelarski w reklamowaniu usług gastronomicznych po pandemii. CCOH regularnie dezynfekuje swoje wiaty przystankowe, billboardy i inne obiekty małej architektury.

Wspieranie sztuki i edukacji

Jako firma świadoma społecznie z radością wspieramy lokalne społeczności w obszarach takich jak sprawiedliwość społeczna, edukacja, umiejętność czytania i pisanie, muzyka i sztuka. Oto przykłady:

- CCOA połączyło siły z Afterschool Alliance, National League of Cities i National Summer Learning Association, aby wspierać zajęcia pozalekcyjne w ramach kampanii prowadzonej na ponad 2 tys. cyfrowych billboardów w całym kraju w ramach akcji Lights On Afterschool. Celem było okazanie uznania prowadzącym programy zajęć pozaszkolnych za nadzwyczajną pracę i wsparcie dla młodzieży i rodzin podczas pandemii COVID-19 – od zapewniania uczniom bezpieczeństwa i dostępu do nauki, gdy szkoły były zamknięte, przez zaspokajanie ich potrzeb społecznych i emocjonalnych, po zapewnianie posiłków i inne formy wsparcia dla potrzebujących uczniów i rodzin.
- Clear Channel Wielka Brytania nawiązała niedawno współpracę ze School of Marketing, która wspiera osoby z różnych środowisk w znalezieniu zatrudnienia. Zobowiązaliśmy się do przekazania części środków z opłat za praktyki zawodowe na wspieranie młodych ludzi i finansowanie ich praktyk zawodowych.
- Clear Channel Wielka Brytania współpracuje również z Code Your Future (CYF), pomagając uchodźcom i osobom dorosłym w niekorzystnej sytuacji uzyskać dostęp do szkoleń przygotowujących do kariery w branży technologicznej. Przekazaliśmy CYF bezpłatne miejsce reklamowe, a dzięki kampanii wzrosła liczba zgłoszeń do programu szkoleniowego oraz liczba jego absolwentów.
- Clear Channel Wielka Brytania zaprezentowało różnorodne projekty z obszaru kultury i wystawy plenerowe w ramach Summer of Arts, m.in. otwarcie The Gallery – nowej instytucji kultury, która przenosi sztukę do przestrzeni publicznej; najnowszą odsłonę Clear Channel x Pocc Art Fund; Underexposed Arts – portrety inspirujących Brytyjczyków o różnorodnym pochodzeniu etnicznym oraz promocję pierwszego muzeum LGBTQ+ w Wielkiej Brytanii.
- Clear Channel Wielka Brytania jest sponsorem Prince's Trust i wspiera organizacje charytatywne Big Issue i Homeless Link.
- Clear Channel Finlandia nawiązała współpracę z World Vision, organizacją humanitarną działającą na rzecz edukacji i równości dzieci, zwiększającą świadomość działań na rzecz walki z analfabetyzmem w krajach rozwijających się. Kampania OOH, którą zespół wspierał pro bono, odniosła ogromny sukces, stając się przyczynkiem do wielu publicznych dyskusji na ten temat.

Ochrona naszych pracowników

Nagrody, wyróżnienia i wyrazy uznania dla naszych pracowników

Reward Strategy, czyli strategia wynagradzania CCOH (nasze regionalne programy wynagrodzeń i świadczeń) ma na celu przyciąganie, zatrzymywanie i motywowanie utalentowanych osób (posiadających umiejętności cennych dla nas z punktu widzenia naszych celów biznesowych, pomagających nam osiągać cele strategiczne i tworzyć trwałą wartość dla wszystkich stron zainteresowanych), z którymi pragniemy budować przyszłość mediów. Oferujemy atrakcyjne pakiety obejmujące wynagrodzenie podstawowe i premie motywacyjne. Robimy to z myślą o realizacji finansowych, operacyjnych i strategicznych celów CCOH i poszczególnych pionów firmy, zgodnie z naszą strategią wynagradzania za wyniki.

Merit Increase Program CCOA motywuje i nagradza pracowników za osiągnięcie (i przekraczanie) celów w zakresie wydajności. Od 2023 r. wprowadzimy dwa okresy wypłaty bonusów, w drugim i czwartym kwartale, aby wszyscy uprawnieni pracownicy otrzymali rekompensatę za swoje osiągnięcia w określonych cyklach (12, 18 lub 24 miesiące).

Wynagrodzenie kierownictwa

Nasz program wynagrodzeń dla kadry kierowniczej (Executive Compensation) ma na celu powiązanie priorytetów biznesowych z wynikami. Nagradzamy kadrę kierowniczą za trwały wkład w firmę, który zwiększa wartość dla akcjonariuszy (bonus za wyniki), aby interesy naszej kadry kierowniczej były spójne z interesami akcjonariuszy.

Nasza kadra kierownicza i część pracowników otrzymuje nagrody, przyznawane na podstawie całkowitej względnej stopy zwrotu dla akcjonariuszy lub za określony okres. Uważamy, że nagrody krótko- i długoterminowe tworzą sprawiedliwy i konkurencyjny system wynagrodzenia, a zarazem godzą interesy pracowników i akcjonariuszy.

- **Co roku przeprowadzamy solidną ocenę ryzyka w odniesieniu do programów, zasad i praktyk wynagrodzeń kadry kierowniczej.**
- **Przyjęliśmy kompleksową politykę wycofania wynagrodzeń i kapitału w stosunku do kadry kierowniczej wyższego szczebla.**
- **Kierownictwo wyższego szczebla i członków Zarządu obowiązują wymogi dotyczące własności akcji.**

Kierownictwo CCOA uczestniczy w Texas Women's Leadership Conference. Ta doroczna konferencja dla liderki umożliwia nawiązywanie kontaktów i budowanie sieci, jest źródłem motywacji, inspiracji i umiejętności dla tysięcy kobiet z Teksasu. Jest okazją do nawiązywania kontaktów biznesowych, rozwoju zawodowego i osobistego.

Wynagrodzenie działu sprzedaży

Nasi pracownicy działu sprzedaży (np. Account Executives, Account Specialists) są objęci programami prowizji od sprzedaży. Otrzymują stałą płacę podstawową plus wynagrodzenie zmienne (prowizje), weryfikowane co roku i podlegające warunkom aktualnego, motywacyjnego planu wynagrodzeń. Osoby, które osiągają najlepsze wyniki są dodatkowo wynagradzane w ramach formalnych programów uznania.





Wynagrodzenie pracowników operacyjnych

Nasi pracownicy wewnętrzni oraz instalatorzy i konserwatorzy w Stanach Zjednoczonych otrzymują wynagrodzenie według stawki godzinowej, a wielu z nich otrzymuje również premie za wydajność na podstawie przeprowadzonych instalacji. W każdym kraju obowiązują inne struktury wynagrodzeń i bonusów.

Tam, gdzie podpisano umowy outsourcingowe na usługi zespołów operacyjnych, ustalenia te podlegają postanowieniom umownym uwzględniającym prawa pracownicze.

Wolność stowarzyszeń i reprezentacji związkowej

CCOH stosuje niedyskryminacyjne zasady i procedury uznające prawo do stowarzyszeń. Poszanowanie prawa naszych pracowników i innych osób do negocjacji zbiorowych znajduje odzwierciedlenie w naszej globalnej Polityce praw człowieka i w inicjatywach HR/People Team.

Podwyżki płac dla pracowników reprezentowanych przez związek podlegają warunkom układu zbiorowego pracy. W Stanach Zjednoczonych pracownicy związkowi stanowią mniej niż 6% naszej siły roboczej.

Employee value proposition

Nasza strategia koncentruje się w szczególności na nagrodach, ale wiemy, że wszyscy przychodzimy do pracy po coś więcej niż wypłata. Zapewniamy naszym pracownikom i ich rodzinom dostęp do świadczeń zdrowotnych i ubezpieczeń, kont wydatków kwalifikowanych, planów emerytalnych i innych świadczeń. Jako pracodawca zapewniający równość szans, CCOH wierzy, że autentyczność pozwala nam dostarczać innowacyjne rozwiązania reklamowe, jednocześnie wzmacniając nasze społeczności. Naszym celem jest wspieranie integracyjnego środowiska, w którym doceniamy pracowników takimi, jakimi są, za ich rozwój i pasję:

- Employee Value Proposition (EVP) CCOA ma przełożyć się pozytywnie na doświadczenia pracowników i odpowiada na pytania typu „dlaczego warto dołączyć do CCO, dlaczego warto zostać, dlaczego warto się zaangażować, czego można oczekiwać”. EVP skupia się na wynagrodzeniach, świadczeniach, środowisku pracy, rozwoju kariery i kulturze.
- W Employee Value Proposition “Bring You, Shape Us” w Clear Channel Europa i Clear Channel Latin American wyróżniamy pracowników za umiejętności pracy w zespole, wysokie standardy, autentyczność, świeże pomysły, uczciwość i działanie na rzecz pozytywnych zmian, a także za pasję w życiu i pracy. W zamian oferujemy możliwość pracy przyjaznym zespołem, rozwoju, przestrzeń dla indywidualności i pomysłów, platformę dla zmian, przyszłościowy biznes oraz przyjemną i nieformalną atmosferę.

Zdrowie fizyczne

- CCOA i Clear Channel Wielka Brytania wprowadziły świadczenia zdrowotne, które obejmują bezpłatny i subsydiowany dostęp do specjalistycznych konsultacji i kontroli stanu zdrowia.
- Clear Channel Wielka Brytania oferuje kobietom dostęp do konsultacji medycznej ze specjalistą w celu omówienia kwestii związanych z menopauzą i wsparcia przez okres jednego roku.
- Clear Channel Wielka Brytania ściśle współpracuje z Menopause Charity, organizacją działającą na rzecz lepszego zrozumienia menopauzy i jej wpływu na kobiety.
- Clear Channel Wielka Brytania nawiązała współpracę z Prostate Cancer UK, aby zorganizować serię spotkań na temat raka prostaty, skierowanych do naszego personelu operacyjnego.

Zdrowie i bezpieczeństwo / dobre samopoczucie

Bezpieczeństwo jest jedną z naszych podstawowych wartości i dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić naszym pracownikom bezpieczne miejsce pracy, stawiając na pierwszym miejscu ich zdrowie fizyczne i psychiczne oraz dobre samopoczucie. Staramy się przestrzegać wszystkich przepisów bezpieczeństwa obowiązujących na naszych lokalnych rynkach. Zapewniamy regularne szkolenia i oceny w zakresie BHP, które stanowią uzupełnienie obowiązujących w firmie zasad BHP i naszych globalnych zobowiązań przyjętych w ramach Polityki ochrony środowiska.

Nasze systemy zarządzania BHP są poddawane regularnym przeglądom i niezależnym audytom przeprowadzanym przez przeszkolonych audytorów BHP.



Zdrowie psychiczne

- Realizujemy programy regionalne, m.in. Mental Health Allies oparty na wewnętrznej sieci pracowników przeszkolonych w zakresie udzielania wsparcia i rozmów na temat zdrowia psychicznego w miejscu pracy z zachowaniem pełnej dyskrecji. Naszym celem jest, aby allies („sprzymierzeńcy”) działali w całej organizacji, dając każdemu możliwość szczerzej rozmowy o swoim zdrowiu psychicznym z osobą, która nie jest bezpośrednim przełożonym ani pracownikiem działu HR.
- CCOH wdrożyła program pomocy, zapewniając pracownikom bezpłatne konsultacje z licencjonowanymi doradcami zawodowymi i innymi specjalistami na temat równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym.
- Clear Channel Brazylia nawiązała współpracę z Moodar, internetową aplikacją promującą zdrowie psychiczne i zapewnia pracownikom dostęp do subsydiowanej terapii, bezpłatnej pomocy w kryzysowych sytuacjach i comiesięcznych wykładów na tematy związane z dobrym samopoczuciem i zdrowiem psychicznym.
- Clear Channel Wielka Brytania zorganizowała warsztaty dla liderów i otwarte sesje z fundacją Mental Health at Work, mające na celu podnoszenie świadomości i dyskusję na temat zdrowia psychicznego. Uważamy to za istotne, gdyż duża część naszego personelu (złożonego głównie w mężczyzn) to osoby z grupy wiekowej z najwyższym wskaźnikiem samobójstw.

Bezpieczeństwo w terenie

- Od 2022 r. firma CCOA zainstalowała ponad 9,2 tys. systemów bezpieczeństwa na drabinach przy billboardach.
- CCOA w współpracy ze Sterling opracuje program testów przesiewowych „Fitness for Duty” dla nowych pracowników wykonujących zadania na wysokości.
- CCOA wdraża systemy ochrony przed upadkiem; zasady BHP wymagają, by wspinając się po drabinach na platformy powyżej 7,30 m, pracownicy byli podpięci przez 100% czasu.

Bezpieczeństwo przy biurku

- Clear Channel Francja przeprowadziła badania ze specjalistami dotyczące ergonomii stanowisk pracy. Biura wyposażono w maty przeciwzmęczeniowe i ergonomiczne fotele. Zadbano także o ogólną (redukcja hałasu) i indywidualną (tłumienie hałasu) ochronę słuchu.
- Jeszcze przed pandemią, firma Clear Channel Francja wdrożyła „prawo do wyłączenia się”. Inicjatywa ta obejmuje konkretne działania w zakresie „świadomości, zapobiegania i reagowania” oraz czujności menedżerów na ilość czasu spędzaną w sieci i presje wywierane na członków ich zespołów.

Urlop rodzicielski

CCOH wie, jak ważnym wydarzeniem dla rodziny jest powitanie nowego dziecka. We wszystkich naszych oddziałach zapewniamy urlop rodzicielski po narodzinach (aby umożliwić powrót do zdrowia po porodzie) lub po adopcji dziecka, aby rodzice mogli nawiązać z nim więź i zapewnić należytą opiekę.

Elastyczna praca i powrót do biura

W odpowiedzi na pandemię wdrożyliśmy w miejscach pracy inicjatywy, które naszym zdaniem leżały w najlepszym interesie pracowników i lokalnych społeczności, i które były zgodne z zarządzeniami władz. Obejmowały one pracę z domu większości zatrudnionych podczas pandemii oraz wdrożenie dodatkowych środków bezpieczeństwa dla pracowników kontynuujących pracę na miejscu.

Od tego czasu realizujemy plan stopniowego powrotu do pracy w poszczególnych biurach, zgodnie z obowiązującymi przepisami i wytycznymi lokalnych organów ds. zdrowia, w oparciu o precyzyjnie zdefiniowane procedury i protokoły bezpieczeństwa służące ochronie naszych pracowników.

Biorąc pod uwagę, że sytuacja związana z COVID-19 dynamicznie się zmienia, nasz plan powrotu do biura jest elastyczny: każde biuro ma możliwość zdecydowania w razie potrzeby o powrocie do trybu pracy z domu.

Programy mentorskie

Nasze programy mentorskie, w tym „Mentorship, the CCOA Way” i „Bright Sparks”, umożliwiają mniej doświadczonym pracownikom dostęp do ekspertów, współpracowników i liderów oraz wszystkich innych osób, które mogą służyć im swoją wiedzą i doświadczeniem.

Wsparcie finansowe

CCOA wdrożyła również fundusz pomocy pracowniczej (Employee Relief Fund) dla osób w trudnej sytuacji finansowej, po lub w trakcie nieprzewidzianych sytuacji kryzysowych.

Nasza polityka dotycząca praw człowieka

Wszystkie regionalne jednostki CCOH mają obowiązek działania na rzecz i poszanowania uznanych na całym świecie praw człowieka i zrównoważonych praktyk biznesowych.

Zależy nam na ochronie praw pracowników i praw lokalnych społeczności. Ograniczamy ryzyko nieumyślnego współudziału w łamaniu praw człowieka. Zależy nam na humanitarnym i bezpiecznym traktowaniu pracowników i partnerów biznesowych, zgodnie z przepisami prawa międzynarodowego, w tym konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy. Polityka dotycząca praw człowieka obejmuje również nasze podejście do wolności zrzeszania się i rokowań zbiorowych, zgodnie z obowiązującymi lokalnie przepisami.

W Globalnej polityce dotyczącej praw człowieka, dostępnej na naszej stronie internetowej, szczegółowo opisujemy swoje stanowisko. Wszyscy pracownicy CCOH są zobowiązani do corocznego udziału w szkoleniu z zakresu Kodeksu postępowania w biznesie i etyki, aby uzupełnić swoją wiedzę na temat stanowiska CCOH w sprawie praw człowieka i ochrony praw pracowników, a także w oddziaływanych programach szkoleniowych obejmujących kwestie ujęte w tych dokumentach.

Publikujemy również nasze podejście do praw człowieka w łańcuchu dostaw, w szczególności Etyczny łańcuch dostaw/ Oświadczenia dotyczące współczesnego niewolnictwa oraz Kodeks postępowania dostawców CCOH and Clear Channel Wielka Brytania Ethical Supply Chain/ Modern Slavery Statements and Supplier Code of Conduct. Nie zawieramy świadomie umów z dostawcami zaangażowanymi w praktyki związane z pracą dzieci i handlem ludźmi (patrz „Wartości społeczne w naszym łańcuchu dostaw”, str. 46).

Przykładem naszego przeciwdziałania handlowi ludźmi jest partnerstwo z firmą Polaris w Stanach Zjednoczonych. Polaris jest globalnym liderem w walce ze współczesnym niewolnictwem. Wraz z Polaris w Filadelfii rozpoczęliśmy naszą pierwszą kampanię przeciwko handlowi ludźmi, a obecnie wspieramy kampanie prowadzone z Polaris i lokalnymi partnerami w ponad 15 miastach w całym kraju. W ramach kampanii działa infolinia ds. handlu ludźmi, oferująca informacje i pomoc ofiarom.





Różnorodność w włączanie w Clear Channel

CCOH jest pracodawcą stosującym zasady równych szans i zobowiązuje się do tworzenia środowiska pracy wolnego od dyskryminacji i molestowania. Szanujemy i akceptujemy różnorodność opinii i doświadczeń; jesteśmy przekonani, że zróżnicowana siła robocza przekłada się na innowacyjne rozwiązania, a w konsekwencji lepsze produkty i usługi dla naszych klientów. Przedstawiamy marki społeczeństwu, dlatego nasze zespoły muszą być tak zróżnicowane jak odbiorcy przekazu, z którym docieramy do nich każdego dnia. Wspólnie tworzymy integracyjne środowisko, w którym każdy może być sobą.

Niedyskryminacyjne praktyki w zakresie wynagrodzeń i zatrudniania

Zasady CCOH zabraniają wynagradzania, które dyskryminuje pracowników na jakiegokolwiek podstawie (np. płeć, rasa, klasa, kasta, orientacja seksualna, religia, niepełnosprawność lub wygląd fizyczny). Zależy nam na różnorodności naszego personelu. Przykłady:

- Aby docierać do różnych grup, firma CCOA nawiązała współpracę z CircaWorks. Umożliwia nam to bezpośredni kontakt z niedostatecznie reprezentowanymi osobami poszukującymi pracy za pośrednictwem sieci organizacji społecznych i niszowych portali internetowych poświęconych różnorodności. Specjaliści ds. rekrutacji i partnerzy z obszaru HR współpracowali z ekspertami na każdym rynku, aby nawiązać kontakty z lokalnymi organizacjami i znaleźć wykwalifikowanych pracowników z różnorodnymi umiejętnościami.
- Clear Channel Wielka Brytania współpracowała z organizacjami charytatywnymi, aby pomóc sześciu osobom dotkniętym bezdomnością w powrocie do pracy, oferując im stałe stanowiska w brytyjskim zespole ds. dostaw.
- Clear Channel Wielka Brytania jest pracodawcą wyznającym zasadę płacy zapewniającej utrzymanie, jedną z pierwszych brytyjskich firm, które zobowiązały się do płacenia godziwej stawki, odzwierciedlającej koszty utrzymania i wyższej od

płacy minimalnej.refleje el coste de la vida por encima del salario mínimo.

Zarządzanie różnorodnością

We wszystkich naszych regionach działają specjalne komitety ds. różnorodności i integracji (D&I), realizujące programy służące poprawie sytuacji poszczególnych grup pracowników w całej naszej firmie.

- W 2020 r. CCOA powołała Radę Doradczą ds. Różnorodności (Executive Diversity Advisory Council, EDAC) składającą się z liderów z całych Stanów Zjednoczonych i wspieraną przez kierownictwo. Wspólnie z nami działa na rzecz zapewnienia różnorodności, równości i integracji w całym CCOA. EDAC koncentruje się na trzech filarach: Workforce (jak zatrudniamy, umożliwiamy rozwój i zatrzymujemy pracowników), Workplace (jak wspólnie budujemy naszą kulturę) i Marketplace (jak wspieramy lokalne społeczności). W latach 2021–2022 CCOA wspierała działania D&I poprzez:
 - wyjaśnienie naszego stanowiska za pośrednictwem wewnętrznej strony internetowej D&I i Oświadczenia o równości szans na stronie CCOA Career; oraz
 - programy szkoleniowe i mentorskie.

- W 2022 r. firma Clear Channel Wielka Brytania sformalizowała działalność grupy pracowniczej Culture Crew w celu aktywnego opracowywania i wdrażania działań w zakresie kształcenia i wsparcia. Jej misją jest odkrywanie, wspieranie i edukowanie pracowników w zakresie różnorodności kulturowej i etnicznej oraz doświadczeń, które odzwierciedlają i reprezentują naszą firmę. To kolejna odsłona działań, które nasi pracownicy prowadzą od kilku lat.
- W 2021 r. CCOA ustanowiła program pracowniczy o nazwie FACES (Forging Allyship, Culture Equity and Support). W 2021 r. powstała pierwsza grupa, FACES for Color, wspierająca osoby czarnoskóre, pochodzenia rdzennego i innych ras niż biała w CCOA i ich sojuszników. Grupa regularnie organizuje wydarzenia i zrzesza około 20% pracowników CCOA. Organizowano wydarzenia w kontekście ogólnokrajowych „miesiący dziedzictwa”. Podczas Miesiąca Czarnej Historii, we współpracy ze Swim Across America, zorganizowano spotkanie z mistrzynią olimpijską Leą Neal; odbyły się dyskusje panelowe z udziałem pracowników CCOA i zaproszonych prelegentów podczas Miesiąca Afroamerykanów, Miesiąca Pride i Miesiąca Lantynoamerykanów.
- W 2022 r. CCOA powstała kolejna grupa wsparcia, FACES for Women. Jej misją jest wzmacnianie pozycji kobiet i angażowanie sojuszników w celu wspierania rozwoju osobistego i zawodowego kobiet.
- Od 2022 r. CCOA w całej firmie świętuje się Juneteenth, czyli Dzień Wyzwolenia od Niewolnictwa. Kampanię w formie cyfrowej prowadzono na billboardach CCOA, informując o znaczeniu i historycznym kontekście święta obchodzonego w całym kraju.
- Clear Channel Francja wdrożyła „The Sharing Factory”, organizowane regularnie, wewnętrzne seminarium internetowe dotyczące tematów związanych z biznesem, transformacją cyfrową i ekologiczną oraz solidarnością. Webinaria są prowadzone online, aby umożliwić udział wszystkim naszym pracownikom w centrali lub w regionach, a także reprezentantom społeczeństwa obywatelskiego (m.in. United NATIONSWomen, Women’s Forum, Perce-Neige i Shift Project).
- Clear Channel Szwajcaria odwiedziło Schweizer Radio und Fernsehen, w ramach swojego raportu na temat równych wynagrodzeń. Firma Clear Channel została uznana za „pioniera” w tym obszarze, przekraczając wymagania krajowej strategii równości płci opracowanej przez Szwajcarską Radę Federalną w 2021 r., dwa lata przed terminem wyznaczonym na 2023 r.
- Clear Channel Wielka Brytania utworzyła zespół ds. osób z niepełnosprawnościami, zaangażowany w opracowywanie nowych materiałów szkoleniowych dotyczących tworzenia sojuszy oraz mikroagresji w stosunku do osób z niepełnosprawnościami.
- W ramach współpracy z CircaWorks CCOA ma dostęp do katalogu ponad 20 tys. organizacji działających na rzecz różnorodności pracowników, w tym weteranów, co pomaga nam w przestrzeganiu wymogów federalnych programów dotyczących zatrudniania (Federal Contract Compliance Programs, OFCCP). Oprócz publikowania ofert pracy na stronach internetowych skierowanych do różnorodnych odbiorców, zachęcamy liderów do kontaktów z organizacją co kwartał. Przykładów jest współpraca oddziału w Sacramento z „Work for Warriors”.





Szkolenia i działania na rzecz różnorodności i integracji

Prowadzimy regularne szkolenia w zakresie D&I; zazwyczaj budzą one pozytywne reakcje.

- Około 80% pracowników CCOA uczestniczyło w szkoleniach D&I w 2022 r.
- Nasz coroczny kwestionariusz Fairness Program w Clear Channel Europa i Clear Channel Latin America służy pomiarowi poziomu satysfakcji pracowników; wyniki analizuje się z podziałem na płeć; ma na celu eliminację wszelkich nierówności szans. Wyniki dotyczące zaangażowania pracowników i możliwości bycia sobą w Europie i Ameryce Łacińskiej wyniosły średnio 86% w 2021 r., przewyższając 76% średnią w branży (76%).¹

Statystyki różnorodności pracowników

Mierzymy wyniki D&I w odniesieniu do pracowników CCOA i CCOH z siedzibą w Stanach Zjednoczonych (poniższe dane pochodzą z sierpnia 2022 r.). Kolejne badanie zaangażowania pracowników CCOA zaplanowano na koniec 2022 r. W kilku krajach europejskich i w Ameryce Łacińskiej gromadzenie danych D&I jest ograniczone przez przepisy.

1. Źródło: CCI Fairness Questionnaire results, 2021

Płeć

Kobiety stanowią 40,8% pracowników CCOA i CCOH z siedzibą w Stanach Zjednoczonych. W Europie i Ameryce Łacińskiej zatrudniamy 64% mężczyzn i 36% kobiet; proporcje te wynikają częściowo z dużej liczby personelu operacyjnego, złożonego głównie z mężczyzn.

Status weterana

3,5% naszych pracowników w Stanach Zjednoczonych stanowią weterani. Liczba ta obejmuje 2,3% weteranów o statusie chronionym (w okresie trzech lat od odejścia ze służby). Wymagamy od pracowników samoidentyfikacji w momencie zatrudnienia, a następnie każdego roku.

Rasa

Osoby o innym niż biały kolorze skóry stanowią 36% pracowników CCOA i CCOH w Stanach Zjednoczonych (patrz tabela poniżej).

Ethnicity breakdown as of Aug. 2022–US

Rasa/Przynależność etniczna	Liczba	%
Czarna/Afroamerykańska	108	7.2
Latynoska	312	20.9
Azjatycka	77	5.2
Indiańska/Alaska	5	0.3
Hawajska/Wyspy Pacyfiku	5	0.3
Dwie lub więcej ras	37	2.5

Wspieranie naszych społeczności

Energoszczędne, cyfrowe tablice RPTI z atramentem elektronicznym

W cyfrowych tablicach informacyjnych zasilanych energią słoneczną i stanowiących element inteligentnej architektury ulicznej, ważne komunikaty dla lokalnych społeczności przekazuje się z wykorzystaniem e-papieru.

Te modułowe tablice informacyjne o niskim poborze mocy, niegenerujące światła i chronione przed kurzem ułatwiają przekazywanie treści pomiędzy lokalnymi władzami i społecznościami.

Działalność pro bono pracowników

Zachęcamy pracowników we wszystkich regionach do aktywnego zaangażowania się w życie swoich społeczności:

- CCOA umożliwia pracownikom wzięcie dodatkowego dnia urlopu w roku („Spirit Day”) na działalność pro bono.

„Spirit Days” w CCOA

Rok	Wykorzystane Spirit Days (w całym CCOA)	% dostępnych Spirit Days wykorzystanych	Liczba pracowników	Godziny razem
2020	324	22%	1,463	1,802
2021	267	22%	1,496	2,110

- Dni Społeczne Clear Channel Szwajcaria miały zainspirować pracowników do działania w szczytnym celu. Pierwszą akcją zorganizowano w ramach Szwajcarskiego Dnia Sprzątania, przy wsparciu ze strony walczącej ze śmieciami grupy IGSU oraz PET RECYCLING SCHWEIZ. 25 pracowników spędziło w sumie 100 godzin, zbierając śmieci wzdłuż rzeki Sihl w Zurychu.
- Każdego roku w okresie Bożego Narodzenia Clear Channel Wielka Brytania wspiera inną organizację charytatywną. W zeszłym roku zespoły z Wielkiej Brytanii wybrały jako partnera Teenage Cancer Trust i zbierały fundusze, organizując quiz, loterię itp., a także przekazując darowizny i bezpłatną powierzchnię reklamową przez cały grudzień.
- Zespoły Clear Channel Wielka Brytania wzięły udział w „wielkich brytyjskim porządkach wiosennych”, w ramach których blisko 150 pracowników segregowało śmieci w ramach 22 akcji w parkach i

na terenach zielonych w całej Wielkiej Brytanii. Zebrano 187 worków śmieci. Była to nie tylko największa jak dotąd akcja zespołu brytyjskiego, ale i pierwsza, w którą zaangażowano również klientów.

- Clear Channel Holandia wspiera dni dobroczynności, m.in. zapraszając dwóch prelegentów ze wspieranych przez nas organizacji charytatywnych (Trees for All i Plastic Soup), by opowiedzieli pracownikom o zrównoważonym rozwoju. Organizuje się też lokalną zbiórkę śmieci, przyznając nagrodę dla pracownika, który zbierze ich najwięcej.



Wspieranie różnorodności i włączania społecznego

Wspieramy inicjatywy na rzecz różnorodności i włączania naszych partnerów biznesowych i organizacji charytatywnych poprzez kampanie prezentowane na naszych ekranach. Przykłady naszych działań w zakresie D&I:

- W 2021 r. Clear Channel Hiszpania współpracowała z Fundacją Alberto Contador w ramach jej programu „Bicis por la vida”, polegającego na naprawie rowerów i przekazywaniu ich osobom potrzebującym. Fundacja uczy podstaw mechaniki i organizuje warsztaty dla osób z grup zagrożonych wykluczeniem społecznym i uczniów szkół średnich. Od początku tej inicjatywy, bezpłatnie przekazano ponad tysiąc rowerów, a Clear Channel Hiszpania podarowała w 2021 r. 160 sztuk. Clear Channel od wielu lat współpracuje z firmą Pocc, działającą na rzecz „sprawiedliwości i równości osób reprezentujących różne kultury i pochodzenie etniczne w branżach kreatywnych i poza nimi”. W tym roku, po raz drugi, uruchomiliśmy środki w ramach Clear Channel x Pocc Art Fund, którego celem jest wspieranie artystów z niedostatecznie reprezentowanych grup w ramach programu rezydencji artystycznych.
- Clear Channel Wielka Brytania od dawna współpracuje z Brixton Finishing School, wspierając ją w działaniach na rzecz zmiany sposobu rekrutacji młodych talentów z niedostatecznie reprezentowanych środowisk w branży kreatywnej. Po sześciu latach widzimy korzyści płynące z naszego zaangażowania i dostępu do bardziej zróżnicowanej grupy kandydatów, a także z mentoringu i udziału w opracowywaniu programu nauczania.

Równość LGBTQ+

- CCOH rozpoczęła europejską kampanię #Pride 2021 wspierającą społeczność LGBTQ+.
- Clear Channel Francja emituje w całym kraju komunikaty z okazji Marszu Równości i wyrazi wsparcia od swoich pracowników.
- Clear Channel Norwegia wsparła doroczny festiwal Pride w Oslo nawet po tragicznych wydarzeniach dzień przed marszem. Dwie osoby zginęły, a 10 zostało ciężko rannych w strzelaninie w najsłynniejszym klubie LGBTQ+ w Oslo. Zgodnie z życzeniem organizacji Pride, Clear Channel Norwegia zapewniła kampanii o jeszcze większą widoczność, aby okazać solidarność i wsparcie.
- CCOA-Los Angeles było dumnym sponsorem 40. Festiwalu Filmowego Outfest LGBTQ+, podczas którego uhonorowano aktora Billy'ego Portera za jego dokonanie.



Równość płci

- CCOA stale współpracuje z organizacją The Female Quotient działającą na rzecz równości płci w miejscu pracy. W marcu 2022 r. CCOA i The Female Quotient przeprowadziły kampanię DOOH z okazji Miesiąca Historii Kobiet. Kampania „Celebrating Change-Makers” przedstawia kobiety, które podbijają świat i zmieniają zasady gry w swoich branżach. W tym roku w kampanii pojawiły się wizerunki Ketanji Brown Jackson, pierwszej czarnoskórej sędzi Sądu Najwyższego; piłkarskiej drużyny kobiet Stanów Zjednoczonych, która wywalczyła równość płac; Whitney Wolfe Herd, najmłodszej kobiety, która wprowadziła swoją firmę na giełdę i Zary Rutherford, nastoletniej pilotki, która samotnie okrążyła kulę ziemską. Mennica wybiła 25-centowe monety z wizerunkami pięciu amerykańek, a Smithsonian odślonił 120 posągów naukowczyń i wynalazczyń.
- Kampanię Clear Channel Peru pod hasłem „Poznaj kobiety, które inspirują” przeprowadzono z okazji Dnia Kobiet. Na cyfrowych ekranach pojawił się wizerunek każdej pracownicy wraz z przymiotnikiem, z którym się ona identyfikuje.
- Clear Channel Francja jest wyłącznym partnerem kampanii na rzecz walki ze wszystkimi formami dyskryminacji doświadczanymi przez kobiety. Clear Channel będzie wspierać trzyletnie, ogólnokrajowe konsultacje społeczne prowadzone przez Make.org, organizując kampanie uświadamiające i aktywizujące obywateli w całym kraju.
- Clear Channel Wielka Brytania współpracuje z Plan International i Our Streets Now w ich wysiłkach na rzecz uznania molestowania seksualnego w miejscach publicznych za przestępstwo. Wspiera także Sistah Space, społeczną inicjatywę non-profit na rzecz pomocy kobietom i dziewczętom pochodzenia afrykańskiego będącymi ofiarami przemocy domowej.
- Clear Channel Wielka Brytania wspiera kodeks #Timeto i zorganizowała szkolenie #Timeto prowadzone przez National Advertising Benevolent Society w ramach walki molestowaniem seksualnym i edukacji na ten temat.
- Zespół ds. kobiet i równouprawnienia płci w Clear Channel Wielka Brytania tworzy bezpieczną przestrzeń dla osób, które identyfikują się jako kobiety, a także wszystkich sprzymierzeńców kobiet, aby ułatwiać personelowi wypowiedanie się na tematy związane z płcią oraz wspierać inicjatywy w zakresie bezpieczeństwa, rozwoju kariery, zdrowia kobiet, zdrowia psychicznego itp.
- CCOH co roku obchodzi Międzynarodowy Dzień Kobiet, a w 2022 r. organizowano związane z nim wydarzenia przez cały miesiąc. Prezentowaliśmy osiągnięcia kobiet w naszej branży i organizowaliśmy różne wydarzenia, w tym warsztaty na temat zarządzania finansami, mające na celu wzmocnienie pozycji materialnej kobiet.



Równość rasowa

- W 2021 r. CCOA rozpoczęła kampanię billboardową we współpracy z Operation HOPE. Kampania prowadzona na billboardach cyfrowych CCO w całej Kalifornii promowała 1MBB („One Million Black Businesses”) – inicjatywę wspierającą czarnoskórych przedsiębiorców, którzy planują założenie firmy lub już ją prowadzą. Celem jest powstanie i działanie miliona takich firm dzięki oferowanym w ramach programu narzędziom i wskazówkom.
- CCOA-Boston nawiązało współpracę z programem City Awake, profesjonalną platformą dla młodych osób o innym niż biały kolorze skóry, prowadzoną przez Bostońską Izbę Handlową. Wspiera ona kolejne pokolenie liderów w tym mieście.
- Wiosną 2022 r., we współpracy z Centrum Studiów Meksykańsko-Amerykańskich Uniwersytetu w Houston CCOA-Houston rozpoczął kampanię prezentującą sztukę lokalnych artystów latynoskich. CCO podarowało im miejsce na 40 panelach plakatowych. W ramach kampanii stworzono „wystawę sztuki latynoskiej na świeżym powietrzu” (ponad 9,1 mln wyświetleń). W ramach programu każdy artysta otrzymał minipanel, a Uniwersytet w Houston dodatkowo zakupił miejsce na ekrany cyfrowe.
- Program wydarzeń wewnętrznych Clear Channel Wielka Brytania w ramach Miesiąca Czarnej Historii służył budowaniu świadomości i przekazaniu wiedzy na temat doświadczeń czarnoskórych pracowników. Podczas dwudniowego wydarzenia zorganizowanego w 2021 r. odbyło się spotkanie z autorką i aktywistką Novą Reid, która mówiła o tym, jak zostać lepszym sojusznikiem w walce z rasizmem w kontekście swojej książki „The Good Ally”.
- Clear Channel Europa współpracuje z Cephias Williams i przekazuje bezpłatnie przestrzeń reklamową dla takich kampanii jak 56 Black Men, Let's Not Forget, Letter to Zion, a ostatnio dla inicjatywy mającej na celu przyciągnięcie większej liczby czarnoskórych twórców do Cannes Lions. Clear Channel Europa jest także członkiem założonej przez niego Black British Network, a nasi pracownicy uczestniczyli w panelach dyskusyjnych i prezentacjach organizowanych przez Cephiasa.
- Pracownicy Clear Channel Wielka Brytania zaproponowali inicjatywę „Clear Channel Compass”, oferującą bezpłatną przestrzeń reklamową brytyjskim firmom należącym do osób czarnoskórych. Rozpoczęła się w 2021 r. i jest projektem długoterminowym.
- Współpraca Clear Channel Wielka Brytania z Media for All umożliwia wspieranie szczególnie utalentowanym osób o innym niż biały kolorze skóry i należących do mniejszości etnicznych. Pragniemy, by ci pracownicy Clear Channel mogli korzystać z pomocy mentorów, sami byli mentorami, a ostatecznie wzorem do naśladowania dla innych osób z branży.
- Clear Channel Wielka Brytania wspiera organizację charytatywną Khalsa Aid i przekazuje przestrzeń reklamową świątyni Neasden, wspierając ją w pracy ze społecznością hindusko-azjatycką w Londynie.





Równość i dostępność dla osób z niepełnosprawnościami

- W 2021 r. Clear Channel Francja kontynuowała swoją wieloletnią współpracę z fundacją Perce-Neige, wspierając ich kampanie, prowadząc wspólne sesje online dla pracowników Clear Channel oraz uruchamiając program Sharing Factory.
- Zespół Clear Channel Francja był partnerem zwalczającego stereotypy konkursu H'Up dla niepełnosprawnych przedsiębiorców i wspierał globalną kampanię #Wethe15 na rzecz praw osób niepełnosprawnych.
- W 2022 r. firma Clear Channel Hiszpania wzięła współpracę z Fundacją Prodis wspierając osoby z zaburzeniami i upośledzeniami psychicznymi. Podopiecznym Fundacji zaoferowano staże i zatrudnienie, zorganizowano także warsztaty uświadamiające i szkolenia dla uczniów z niepełnosprawnością intelektualną, udostępniono powierzchnię reklamową w celu promocji działalności Fundacji i przekazano prezenty świąteczne dla pacjentów.
- Clear Channel Wielka Brytania nawiązała współpracę z ADHD Foundation, aby wspierać jej działalność i edukować nasze zespoły w zakresie neuroróżnorodności.
- Clear Channel Wielka Brytania nawiązała współpracę ze Stratford East, by wspierać artystów teatralnych z niepełnosprawnościami.
- Clear Channel Wielka Brytania przekazała przestrzeń reklamową na promocję kampanii Ramps on the Moon. Jej celem jest uświadamianie społeczeństwu, że historie można opowiadać i przedstawiać w różny sposób, a przez to zapewnić integrację osób niesłyszących i z innymi niepełnosprawnościami na scenie i poza nią.

Clear Channel Wielka Brytania nawiązała współpracę z Królewskim Narodowym Instytutem Osób Niewidomych w ramach kampanii na temat konsekwencji stosowania opakowań nieprzystosowanych do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących.

Clear Channel Navilens

Aby ułatwić poruszanie się osobom niedowidzącym, Clear Channel Hiszpania, a od 2022 r. także Clear Channel Francja, oferuje lokalnym władzom Navilens: pionierski system oznakowania, ułatwiający osobom niewidomym lub niedowidzącym orientację w przestrzeni za pomocą lekkich ruchów smartfona.

Navilens to zewnętrzny/wewnętrzny system nawigacji dla osób z upośledzeniem wzroku, który identyfikuje układ przestrzenny w 3D, a następnie za pomocą kodu QR 2D (12 razy szybszego niż tradycyjny kod QR, z możliwością szerokokątnego, ultraszybkiego odczytu) i znaczników dźwiękowymi na wiatkach przystankowych, pomagając osobom niedowidzącym pokonywać przeszkody w drodze do celu.



Weterani

Oprócz wspomnianej współpracy CircaWorks z CCOA, której głównym celem jest zapewnienie różnorodności personelu (w tym zatrudnianie weteranów), Clear Channel Wielka Brytania nawiązało współpracę z JobOpp, organizacją pomagającą weteranom i byłym wojskowym w znalezieniu pracy. Prowadzimy aktywną, bezpośrednią rekrutację pośród kandydatów, którzy często napotykają trudności ze znalezieniem posady.

Cenimy wyjątkowe umiejętności i wiedzę zdobytą podczas służby. Zapraszając do naszej organizacji osoby z różnych środowisk, a tym weteranów i byłych personelu wojskowy.

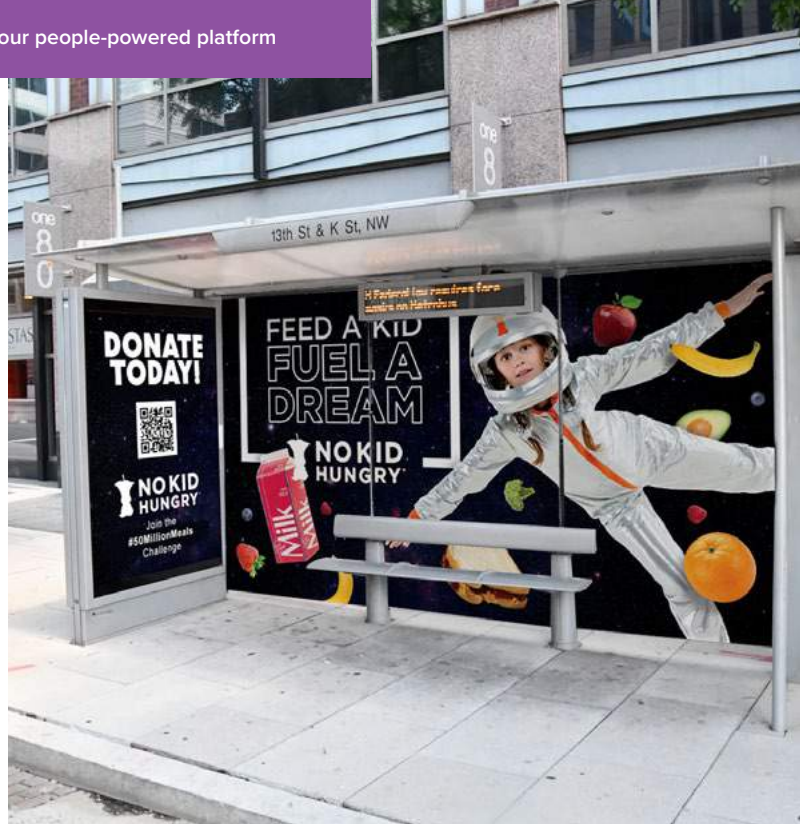
Co roku w Dniu Weterana (w listopadzie) CCOA prowadzi kampanię, której celem jest wyrażenie uznania dla osób odbywających służbę.



Działania na rzecz zdrowia publicznego i dobrego samopoczucia

Kontynuujemy wspieranie naszych partnerów, społeczności i organizacji non-profit w obszarze BHP/dobrego samopoczucia (patrz „Nasz zrównoważony model biznesowy” na str. 9):

- W maju 2022 r. National Center for Missing & Exploited Children, Texas Center for the Missing, Houston’s Amber Alert Provider i CCOA rozpoczęły miesięczną ogólnokrajową kampanię uświadamiającą zaginięć i bezpieczeństwa dzieci, która zbiegła się w czasie z Dniem Dziecka Zaginionego (25 maja). Kampania DOOH pomaga w odnajdywaniu zaginionych dzieci w całym kraju.
- W całym Stanach Zjednoczonych CCOA współpracuje z National Center for Missing & Exploited Children (Narodowym Centrum ds. Dzieci Zaginionych i Wykorzystywanych), uruchamiając alerty Amber w czasie rzeczywistym w przypadku zgłoszenia zaginięcia dziecka.
- Nasze zegary i wyświetlacze temperatury w Brazylii i Meksyku mogą również służyć do przekazywania komunikatów publicznych w czasie rzeczywistym.
- Clear Channel Peru przekazała plandeki reklamowe organizacjom charytatywnym; posłużyły jako izolacja domów w peruwiańskich górach.
- Dobre samopoczucie fizyczne i psychiczne (Zdrowe ulice) — nasze cyfrowe mapy zapewniają obywatelom lepszą nawigację i możliwość chodzenia/jazdy rowerem; miasta korzystają z naszych programów sadzenia drzew, a zielone ściany i dachy mają dobry wpływ na samopoczucie.
- CCOA ponownie połączyło siły z No Kid Hungry w ramach świątecznej kampanii OOH na rzecz zapewnienia głodnym dzieciom zdrowych, bezpłatnych posiłków. Ma ona także zachęcić społeczeństwo do podjęcia inicjatywy No Kid Hungry – jedynej ogólnokrajowej kampanii mającej na celu wyeliminowanie głodu wśród dzieci w Ameryce. Współpraca zaplanowana jest na trzy lata, bo problem wysokich kosztów utrzymania dotyka wielu rodzin.
- Od 2016 r. CCOA przekazuje miejsce na cyfrowych billboardach w całym kraju, w tym na nowojorskim Times Square, aby wyróżnić zwycięzców konkursu Project Yellow Light na ogłoszenie przestrzegające przed niebezpieczeństwami związanymi z wysyłaniem wiadomości podczas prowadzenia samochodu.



Wartości społeczne w naszym łańcuchu dostaw

Chcemy robić interesy z profesjonalnymi dostawcami, którzy podzielają nasze wartości. Cieszymy się z możliwości współpracy z przedsiębiorstwami należącymi do osób reprezentujących mniejszości i do kobiet oraz z małymi firmami, a także dostawcami działającymi na skalę globalną. Zasady współpracy dostawców odzwierciedlają nasze wartości i są zgodne z naszą Polityką dotyczącą praw człowieka i Polityką ochrony środowiska (opisanymi w niniejszym Raporcie ESG). Zasady te zawarliśmy w naszych Kodeksach postępowania dla dostawców, obowiązujących kluczowych kontrahentów.

Ponadto dążymy do tego, aby nasze międzynarodowe umowy ramowe ze stronami trzecimi wymagały od nich przestrzegania obowiązujących praw człowieka i przepisów prawa pracy. Zastrzegamy sobie prawo do audytu warunków pracy naszych najważniejszych dostawców i do natychmiastowego rozwiązania współpracy z każdą stroną trzecią, która łamie prawa człowieka. Nasze firmy przeprowadzają audyty, oceny due diligence i dochodzenia, przy wsparciu zespołu ds. audytu wewnętrznego, aby zmniejszyć ryzyko łamania praw człowieka w naszych łańcuchach dostaw i środowiskach pracy.

Więcej informacji o tym, jak weryfikujemy i monitorujemy naszych dostawców, można znaleźć w części „Zarządzanie w naszych relacjach z podmiotami zewnętrznymi” na str. 56.

Nasze priorytety ESG w praktyce: Ład korporacyjny

Zarząd CCOH uważa dobre zarządzanie za kluczowe z punktu widzenia trwałej wartości dla akcjonariuszy, a długoterminowy sukces CCOH wymaga solidnych ram, wytycznych i praktyk, które służą najlepszym interesom CCOH i wszystkich naszych akcjonariuszy.

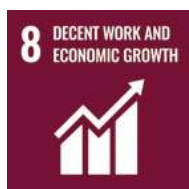


Ład korporacyjny

Nasze praktyki ładu korporacyjnego są ustalane i monitorowane przez Zarząd który, z pomocą Komitetu ds. nominacji i ładu korporacyjnego, regularnie poddaje ocenie nasze działania w świetle wymogów prawnych i regulacyjnych oraz najlepszych praktyk w zakresie ładu korporacyjnego. Nasze podstawowe dokumenty dotyczące ładu korporacyjnego to:

- **Governance Guidelines (Wytyczne dotyczące ładu korporacyjnego)**
- **Audit Committee Charter (Statut Komisji ds. Audytu)**
- **Compensation Committee Charter (Statut Komisji ds. Wynagrodzeń)**
- **Nominating and Corporate Governance Committee Charter (Statut Komisji ds. nominacji i ładu korporacyjnego)**
- **Code of Business Conduct and Ethics (Kodeks postępowania i etyki w biznesie)**

Cele zrównoważonego rozwoju



Wytyczne w zakresie ładu korporacyjnego

Działamy zgodnie z wytycznymi dotyczącymi ładu korporacyjnego zawierającymi zasady i praktyki z różnych obszarów, w tym dotyczące kwalifikacji członków Zarządu, obowiązków Zarządu, wymogów w zakresie niezależności oraz składu i funkcjonowania Zarządu.

Wytyczne dotyczące ładu korporacyjnego mają zmaksymalizować trwałą wartość dla akcjonariuszy, zapewnić spójność interesów Zarządu i kierownictwa z interesami naszych akcjonariuszy oraz mobilizować członków Zarządu do etycznego postępowania. Wytyczne te obejmują następujące kluczowe praktyki, które mają pomóc Zarządowi w wypełnianiu obowiązków związanych z działalnością CCOH:

1. Obowiązki dyrektorów

Podstawowym obowiązkiem dyrektora jest kierowanie się dobrem firmy i działanie w najlepszym interesie CCOH i jej akcjonariuszy. Od dyrektorów oczekuje się uczestnictwa w posiedzeniach Zarządu i komitetów, w których zasiadają oraz obecności zawsze, gdy wymaga tego należyte wypełnianie obowiązków.

2. Proces samooceny

Zarząd i każda stała komisja Zarządu przeprowadza coroczną samoocenę skuteczności swoich działań. Komisja ds. nominacji i ładu korporacyjnego jest odpowiedzialna za nadzorowanie procesu samooceny oraz proponowanie wszelkich modyfikacji lub zmian w praktykach i procedurach Zarządu lub komisji. Na podstawie takiej samooceny, w 2022 r. Zarząd rozszerzył kompetencje swojego Komisji ds. wynagrodzeń, dodając do jej obowiązków nadzór nad inicjatywami zarządzania kapitałem ludzkim w CCOH.

3. Posiedzenia wykonawcze dyrektorów niezarządzających

Dyrektorzy niebędący członkami Zarządu i/lub dyrektorzy niezależni spotykają się okresowo na posiedzeniach wykonawczych bez udziału kierownictwa.

4. Dostęp Zarządu do wyższego kierownictwa

Dyrektorzy mają pełny dostęp do kierownictwa i pracowników CCOH; mogą inicjować kontakty lub spotkania za pośrednictwem dyrektora generalnego lub innego członka Zarządu.

5. Dostęp Zarządu do niezależnych doradców

Zarząd i każda z jego komisji mają prawo zatrudniać na nasz koszt niezależnych doradców prawnych, finansowych lub innych, jeśli uznają to za konieczne.

6. Kadencja zarządu

Zarząd uważa, że ograniczenie kadencji dyrektorów oraz z góry określony wiek emerytalny nakładają arbitralne ograniczenia na członkostwo w Zarządzie. Przeciwnie, Zarząd uważa, że dyrektorzy, którzy z biegiem czasu coraz lepiej rozumieją CCOH i funkcjonowanie firmy, wnoszą w nią coraz cenniejszy wkład. Długość kadencji Zarządu uzależniona jest głównie od corocznej oceny jego pracy.

7. Zmiana obowiązków służbowych dyrektorów

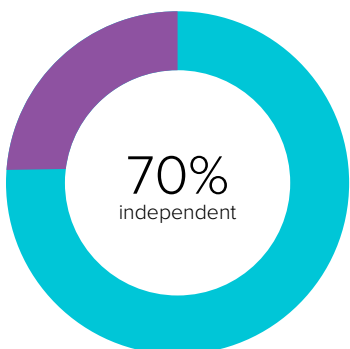
Dyrektorzy niezwłocznie powiadamiają Zarząd o każdej zmianie charakteru swojej pracy. Nie jest to równoznaczne z odejściem z Zarządu, ale ten ostatni powinien mieć możliwość sprawdzenia, czy członkostwo w Zarządzie w tych okolicznościach jest właściwe.

8. Zasiadanie w kilku zarządach lub komisjach ds. audytu

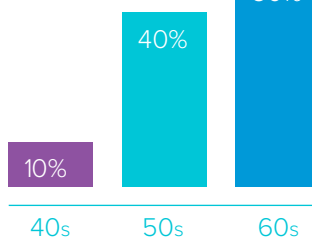
Aby Zarząd mógł ocenić skuteczność działania danego dyrektora i potencjalne konflikty interesów, każdy dyrektor, który zasiada w więcej niż trzech innych zarządach spółek akcyjnych, Creating a better world through our people-powered platform musi uprzedzić Prezesa Zarządu o przyjęciu propozycji pełnienia funkcji członka zarządu innej spółki akcyjnej. Jeżeli członek Komisji ds. Audytu jednocześnie zasiada w komisjach ds. audytu więcej niż trzech spółek akcyjnych, Zarząd ustali, czy nie wpłynie to negatywnie na funkcje pełnione przez tę osobę w Komisji ds. Audytu CCOH i przekaże swoje ustalenia w rocznej informacji dla akcjonariuszy CCOH.

Estadísticas de CCOH sobre diversidad e inclusión en la Junta 2022

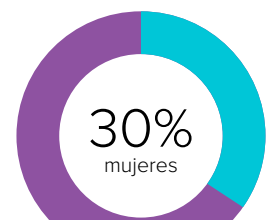
Independencia



Edad media 58 años



Rango de edad



Diversidad



9. Zmiany w zakresie zarządzania i planowanie sukcesji

The Zarząd lub komisja Zarządu będą co pewien czas rozważać rozwój kierownictwa i planowanie sukcesji, w tym krótkoterminowe, w przypadku niektórych najwyższych stanowisk kierowniczych w CCOH.

10. Przygotowanie i kształcenie ustawiczne dyrektorów

CCOH udostępni każdemu nowemu dyrektorowi niezajmującemu stanowiska kierowniczego program przygotowujący. Ponadto CCOH będzie od czasu do czasu organizować dla Zarządu szkolenia w obszarach ładu korporacyjnego, sprawozdawczości finansowej, wynagrodzeń kadry kierowniczej oraz w innych obszarach zainteresowania Zarządu.

Skład naszego Zarządu

Praktyki Zarządu

- Pośród dziesięciu członków Zarządu, siedmiu to dyrektorzy niezależni.
- Zarządem kieruje niezależny, niezajmujący stanowiska kierowniczego prezes.
- Począwszy od 2023 r. wszyscy dyrektorzy CCOH będą wybierani corocznie.
- Wszyscy członkowie Komisji ds. audytu, wynagrodzeń, nominacji i ładu korporacyjnego są niezależni zgodnie ze standardami NYSE i obowiązującymi przepisami SEC.
- Każda komisja Zarządu działa w oparciu o zatwierdzony przez Zarząd statut, który podlega corocznemu przeglądowi.
- Zarząd zbiera się na okresowe sesje wykonawcze, podczas których niezależni dyrektorzy spotykają się bez kierownictwa.
- Komisja ds. nominacji i ładu korporacyjnego nadzoruje coroczny proces samooceny Zarządu i każdej stałej komisji, a ponadto jest odpowiedzialna za proponowanie zmian w praktykach lub procedurach Zarządu lub komisji.

Kwestie dotyczące akcjonariuszy

- CCOH zachęca akcjonariuszy do zaangażowania w sprawy spółki..
- Coroczne głosowanie „say on pay”.

Nasze wewnętrzne zasady ładu korporacyjnego

Przyjęliśmy Code of Business Conduct and Ethics (Kodeks postępowania i etyki w biznesie, Kodeks), który określa standardy postępowania naszych kierowników, dyrektorów, pracowników, stażystów, kontrahentów i przedstawicieli w całej strukturze korporacyjnej. Szkolenie w zakresie Kodeksu jest obowiązkowe w momencie rozpoczęcia zatrudnienia i corocznie (w 2021 r. ukończyło je ok. 96% pracowników), a ponadto okresowo wymagamy udziału w dodatkowych szkoleniach obejmujących kwestie zawarte w Kodeksie. Od naszych liderów wymagamy uczestnictwa w szkoleniach z zarządzania strategicznego, zgłaszania podejrzenia dokonania oszustwa i przestrzegania przyjętych przez nas standardów. Zasady i procedury Kodeksu obejmują:

- Zasadę zakazu działań odwetowych wobec osób, które działając w dobrej wierze, powiadamiają nas o potencjalnym naruszeniu treści Kodeksu, naszych zasad lub prawa.
- Politykę dotyczącą praw człowieka zapewniającą przestrzeganie praw człowieka i ochronę pracowników we wszystkich obszarach naszej działalności; od naszych partnerów biznesowych oczekujemy, że będą przestrzegać tych samych standardów.
- Zasady dotyczące przestępczości gospodarczej, które zabraniają korupcji, w tym oferowania i prób oferowania, zezwalania na łapówki lub obiecywania łapówek lub nielegalnych prowizji w celu uzyskania lub utrzymania korzyści biznesowej lub nieuczciwej przewagi; nakładają ograniczenia na interakcje z urzędnikami państwowymi; ograniczają ryzyko w naszych procesach zatwierdzania upominków, zaproszeń i podróży.

- Polityka due dilligence, procedury i postanowienia umowne ograniczające obszary ryzyka w naszym łańcuchu dostaw, m.in. związane z łapówkami i korupcją, nieprzestrzeganiem sankcji i prawami człowieka.
- Zasady dotyczące konfliktu interesów, wymagające ujawnienia wszystkiego, co może potencjalnie prowadzić do konfliktu interesów, w ramach niezależnego procesu zatwierdzania.
- Kodeks postępowania dostawców i klauzule umowne stosowane w całej naszej działalności, wymagające od kluczowych dostawców przestrzegania norm etycznych.
- Polityka ochrony środowiska promująca większą odpowiedzialność za środowisko oraz zachęcająca do rozwoju i rozpowszechniania zrównoważonych technologii.

Zgodnie z naszymi nadrzędnymi wytycznymi dotyczącymi wynagrodzeń, przestrzeganie polityk i procedur CCOH jest jednym z wymogów, który uwzględnia się przy ustalaniu wynagrodzenia członków kierownictwa wyższego szczebla.

Nasze wewnętrzne praktyki zarządzania

1. Trzy linie obrony zgodności z przepisami i model zarządzania

- Pierwszą linią obrony są koledzy z działu operacyjnego, handlowego i zaplecza. Kwestie społecznej odpowiedzialności biznesu, w tym ład korporacyjny, są dla nas bardzo istotne. Od wszystkich pracowników wymagamy przestrzegania naszych zasad i procedur, a naruszenie wymogów zgodności z przepisami może skutkować nałożeniem

sankcji, w tym zwolnieniem.

- Druga linia obrony obejmuje nasz globalny dział ds. zgodności z przepisami, zespół ds. bezpieczeństwa cybernetycznego oraz biuro ds. prywatności, kierowane przez certyfikowanych ekspertów. Druga linia określa standardy i kontrole w całym CCOH w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, kontroli pod kątem przestępstw finansowych i gospodarczych, bezpieczeństwa cybernetycznego, ochrony prywatności i danych, przejrzystości, uczciwości oraz ograniczania ryzyka związanego z przestępstwami gospodarczymi zgodnie z przepisami antymonopolowymi, dotyczącymi praw człowieka, kontroli finansowych i ochrony środowiska.
- Dzięki trzeciej linii obrony rozumiemy zagrożenia związane z brakiem zgodności z przepisami dzięki regularnym ocenom ryzyka oraz audytom naszych standardów i kontroli zgodnie z rocznym planem audytów wewnętrznych, zatwierdzonym i monitorowanym przez Komisję ds. audytu. Nasz dyrektor generalny ds. audytu podlega bezpośrednio Przewodniczącemu Komisji ds. audytu i kieruje naszym działem audytu wewnętrznego; należący do niego audytorzy działają lokalnie w każdym regionie. Zespół audytorów przeprowadza okresowe audyty wewnętrzne naszej działalności i pełni funkcję doradcą w zakresie skuteczności systemów zarządzania ryzykiem, zgodności i kontroli wewnętrznej. Wyniki audytu omawiane są z Komisją ds. audytu, a w razie potrzeby zapewnia się monitorowanie.

2. Zero tolerancji dla przestępstw gospodarczych

CCOH angażuje się w zwalczanie przestępczości gospodarczej we wszystkich jej formach, w tym korupcji, wymuszeń i przekupstwa.

Obchody Międzynarodowego Dnia Kobiet



Jednostki biznesowe i rynki podlegają kontrolom na poziomie podmiotu finansowego wdrażanym przez dział zgodności z przepisami zgodnie z treścią Karty CCOH (Compliance Charter) i standardami określonymi w wytycznych dotyczących standardów FCPA (ustawa o zagranicznych praktykach korupcyjnych), zasadach notowań NYSE, amerykańskiej ustawie Sarbanes-Oxley, MSSF (Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej), US GAAP (Ogólnie Przyjętych Zasadach Rachunkowości), brytyjskiej ustawie antykorupcyjnej, brytyjskiej ustawie o finansowaniu przestępstw, zasadach barteru i lokalnie obowiązujących przepisach. Przeprowadzamy odpowiednie kontrole przestępstw gospodarczych na poziomie kierownictwa, podmiotu, funkcji i pracowników.

Wszyscy nasi pracownicy podlegają wewnętrznym zasadom i procedurom, w tym ograniczeniom uprawnień, politykom poszczególnych oddziałów w zakresie przestępczości gospodarczej i przyjmowania upominków, konfliktu interesów i podmiotów powiązanych, procesów zatwierdzania zaproszeń i podróży, które nakładają surowe ograniczenia i wymóg zatwierdzenia zaproszeń dla urzędników państwowych. Pracownikom we wszystkich trzech regionach CCOH zapewnia się odpowiednie szkolenia antykorupcyjne.

Dodatkowe kontrole są wdrażane w sytuacjach zwiększonego ryzyka związanych z kontaktami z urzędnikami państwowymi (w tym za pośrednictwem lobbystów i konsultantów). Stosujemy zasady antykorupcyjne w odniesieniu do prezentów i zaproszeń w relacjach z klientami prywatnymi i stronami trzecimi. Nasze umowy zazwyczaj zawierają klauzule antykorupcyjne.

We wszystkich regionach wzmożono monitorowanie i audyt kontroli wewnętrznych wprowadzonych w celu zapobiegania korupcji, kradzieży, oszustwom, uchylaniu się od opodatkowania, praniu pieniędzy i/lub wykorzystywaniu informacji poufnych w obrocie papierami wartościowymi (przestępczości gospodarczej). W każdym oddziale przeprowadza się regularne audyty zgodności i wdraża programy zgodności z wymogami.

3. Sankcje, sprawozdawczość finansowa i przestrzeganie przepisów ustawy Sarbanes-Oxley

Jako firma notowana na NYSE podlegamy przepisom Sarbanes-Oxley (SOX). Testy SOX 404 są przeprowadzane przez nasze wewnętrzne i zewnętrzne zespoły ds. audytów i zgodności przez cały rok na poparcie składanego z końcem roku oświadczenia

kierownictwa o skuteczności kontroli wewnętrznej w zakresie sprawozdawczości finansowej.

Kierownictwo działów finansowych, księgowych, prawnych, audytów wewnętrznych i operacyjnych wydaje co kwartał certyfikaty potwierdzające przeprowadzenie kontroli i weryfikację sprawozdań finansowych. CCOH działa w oparciu o schematy ograniczania władzy obowiązujące w całej grupie, w poszczególnych oddziałach i lokalnie, przestrzegając surowych zasad finansowania i kontroli we wszystkich swoich oddziałach. Dyrektor ds. kontroli wewnętrznej CCOH przeprowadza coroczną ocenę ryzyka nadużyć finansowych, którą otrzymują kierownicy działu księgowości, prawnego, zasobów ludzkich, sprzedaży, audytu wewnętrznego i operacyjnego we wszystkich jednostkach CCOH.

4. Podatki

Dzięki zdecentralizowanej strukturze biznesowej prowadzimy działalność, generujemy zyski i płacimy podatki w większości lokalnie. Staramy się, by nasze planowanie w tym zakresie odpowiadało rzeczywistym potrzebom handlowym i działalności biznesowej i dążymy do budowania konstruktywnych, przejrzystych i opartych na szacunku relacji z organami podatkowymi. Łącząc własną wiedzę podatkową z profesjonalnym doradztwem stron trzecich, staramy się wypełniać wszystkie nasze zobowiązania w zakresie zgodności i ujawniania informacji, przestrzegając przepisów i płacąc podatki na każdym z krajów, w którym działamy.

5. Wysokie standardy reklamowe

Od ponad wieku przekazujemy konsumentom komunikaty od reklamodawców. Nasza rola w obszarze dyskursu publicznego wymaga od nas zarówno obrony wolności słowa, jak i wrażliwości na problemy i świadomości współczesnych standardów. Wiemy, jak ważne jest zachowanie równowagi pomiędzy tymi wymaganiami i dlatego przestrzegamy następującego kodeksu praktyk reklamowych:

- **Zastrzegamy sobie prawo do odrzucenia treści, które wprowadzają w błąd, mają charakter jednoznacznie seksualny lub są nadmiernie sugestywne albo mają jakiegokolwiek nieuzasadnione implikacje dla charakteru, integralności lub pozycji jakiegokolwiek organizacji lub osoby.**
- **W pobliżu miejsc kultu religijnego, szkół podstawowych i średnich oraz plac zabaw ustanawiamy strefy wolne od reklam produktów, których sprzedaż nieletnim jest nielegalna.**

- Zobowiązujemy się do przekazywania komunikatów publicznych w szczytnych celach społecznych na poziomie międzynarodowym, krajowym i lokalnym.
- Zachęcamy naszych do różnorodności reklamowanych towarów i usług i przestrzegamy wytycznych dotyczących treści uwzględniających różnorodność naszych odbiorców i rynków.

6. Prywatność i ochrona danych

Jesteśmy medium marketingu masowego. W przeciwieństwie do reklamy internetowej, billboardy widzą wszyscy. Dzięki dostępowi do danych umożliwiamy naszym reklamodawcom wykorzystanie zagregowanych i anonimowych informacji o konsumentach w celu strategicznego wyboru lokalizacji, czasu i treści ich kampanii, zapewniając im dotarcie do jak największej grupy zainteresowanych odbiorców.

Prywatność naszych odbiorców traktujemy poważnie. Rozumiemy, że działania podejmowane w celu zrozumienia ich zachowań mogą mieć wpływ na prywatność, prawa i wolności poszczególnych osób, dlatego kierujemy się zasadą etyki i uczciwości, a nie tylko wymogami prawnymi. Etyka jest elementem naszego podejścia Privacy by Design („domyślna ochrony prywatności”).

CCOH przyjmuje proaktywne podejście do technologii reklamowych i prywatności danych konsumentów. Nasze rozwiązania techniczne i organizacyjne chronią dane osobowe/informacje umożliwiających identyfikację osób (PII):

- W ramach naszej firmy działa Europejskie Biuro ds. Prywatności (od 2017 r.), na czele którego stoi nasz Główny Inspektor Ochrony Danych, posiadający kwalifikacje CIPP-E w zakresie ochrony prywatności prawnik wraz ze swoim zespołem, doradca ds. prywatności w Stanach Zjednoczonych oraz lokalni liderzy ds. prywatności/danych, ściśle współpracujących z naszymi zespołami ds. cyberbezpieczeństwa.
- Biuro ds. Prywatności czuwa nad naszym programem ochrony i uczciwego przetwarzania danych w europejskich jednostkach; nadzoruje żądania dostępu do danych, standardowe klauzule umowne i inne negocjacje dotyczące umów; analizuje gromadzenie danych przez strony trzecie związane z badaniem zachowania odbiorców i marketingowych łańcuchów dostaw; szkoli nasze zespoły i koordynuje rejestry przetwarzania.



- Zespoły Biura ds. Prywatności wdrażają proporcjonalne do potrzeb procesy oceny wpływu na prywatność danych, aby mieć pewność, że informacje na temat zachowań odbiorców są pozyskiwane zgodnie z obowiązującego przepisami.
- W obszarze danych osobowych kierujemy się prawodawstwem europejskim i innymi przepisami. W obowiązujących lokalnie politykach ochrony prywatności i stosowania plików cookie określamy, jakie rodzaje danych gromadzimy. Informacje te są dostępne na odpowiednich stronach internetowych.
- Poddajemy ocenie pod kątem kontroli danych osobowych 100% naszych jednostek w Europie i Ameryce Łacińskiej.
- Szkolimy i informujemy pracowników, którzy mają dostęp do PII/danych osobowych, w tym nasze działy marketingu, zespoły HR, zespoły sprzedaży, zaopatrzenia i IT. Opracowaliśmy pakiet polityk prywatności, wytycznych i zewnętrznych informacji o ochronie prywatności, aby pomóc naszym pracownikom przestrzegać wysokich standardów ochrony danych na całym świecie. Na mocy umów zawieranych z dostawcami danych (również kiedy zlecamy dostarczanie danych osobowych podmiotom zewnętrznym) wymagamy oświadczeń o przestrzeganiu obowiązujących przepisów prawa w zakresie prywatności i ochrony danych.

Ponadto zespół audytorów wewnętrznych ściśle współpracuje z Biurem ds. Prywatności i zespołami ds. bezpieczeństwa cybernetycznego w celu opracowania i realizacji planu krocącego audytów w zakresie zagrożenia dla bezpieczeństwa cybernetycznego i prywatności danych we wszystkich regionach.

7. Cyberbezpieczeństwo

Zaufanie cyfrowe

Jesteśmy świadomi tego, jak ważny dla naszej oferty usług OOH jest solidny program bezpieczeństwa cybernetycznego dla zapewnienia poufności, integralności i dostępności naszych zasobów korporacyjnych i zasobów klientów. Nasze kompleksowe programy bezpieczeństwa cybernetycznego mają zapewnić odporność na zdarzenia niepożądane poprzez włączenie solidnych praktyk i zasad bezpieczeństwa do kultury organizacji i do programów zarządzania ryzykiem i ciągłości działania oraz programów szkoleniowych/ edukacyjnych.

Nasze programy bezpieczeństwa cybernetycznego obejmują skuteczne, rozsądnie zaprojektowane, dostosowane do potrzeb kontrole i cele, aby chronić się przed niepożądanymi zdarzeniami cybernetycznymi, informować o nich i reagować na nie, jednocześnie zachowując gotowość operacyjną i skuteczność.

Nasze zasady bezpieczeństwa cybernetycznego

Nasze informacje, polityki, standardy i wytyczne dotyczące bezpieczeństwa cybernetycznego zostały opracowane z uwzględnieniem zasad współpracy i przejrzystości. Są oparte na powszechnie przyjętych standardach, ramach prawnych i wymaganiach regulacyjnych dotyczących bezpieczeństwa cybernetycznego, w tym ISO 27001, oraz na publikacjach Narodowego Instytutu Standardów i Technologii (National Institute of Standards and Technology, NIST) oraz Centrum Bezpieczeństwa Informacji (Center for Information Security, CIS).

Strategiczne zarządzanie ryzykiem cybernetycznym

W 2021 r. CCOA przeprowadziło ocenę ryzyka NIST Cyber Security Framework Risk Assessment w odniesieniu do naszego środowiska, a oddział Clear Channel Europa posiada certyfikat CyberEssentials.

Szefowie działów bezpieczeństwa cybernetycznego i dyrektorzy ds. technologii (CTO) nadzorują programy bezpieczeństwa cybernetycznego obowiązujące w każdym oddziale. Komitety sterujące ds. cyberbezpieczeństwa, w skład których wchodzi przedstawiciele kierownictwa najwyższego i innych szczebli, sprawują nadzór nad inwestycjami w cyberbezpieczeństwo poprzez monitorowanie, ocenę, zatwierdzanie i wspieranie działań związanych z cyberbezpieczeństwem, zarządzaniem incydentami, inwestycjami oraz priorytetyzacją projektów i usług:

- **Regionalne centra operacji bezpieczeństwa**
W skład wewnętrznych zespołów ds. operacji bezpieczeństwa wchodzi analitycy i inżynierowie (wewnętrzni lub zewnętrzni), którzy dostosowują logistyczne, administracyjne i techniczne działania na rzecz bezpieczeństwa do celów biznesowych, dbając o całodobową ochronę operacyjną, wykrywanie i eliminację zagrożeń. W przypadku zidentyfikowania zdarzenia za pomocą kompleksowych analiz behawioralnych, IOC i wyszukiwania zagrożeń, zarządzany dostawca usług bezpieczeństwa (MSSP) wysyła alert do naszej platformy zarządzania usługami. Nasz wielodyscyplinarny plan reagowania na incydenty zagrażające bezpieczeństwu oraz zasady i procesy zgłaszania incydentów bezpieczeństwa uruchamiane są w zależności od statusu alertu.
- **W operacje związane z bezpieczeństwem cybernetycznym** zaangażowani są specjaliści ds. zarządzania, ryzyka i zgodności, którzy identyfikują, planują, realizują, kształtują, koordynują i oceniają nasze programy i polityki dotyczące bezpieczeństwa cybernetycznego, a także doradzają nam w ramach procesów, projektów i inicjatyw korporacyjnych.



Komunikacja i szkolenia dotyczące bezpieczeństwa cybernetycznego

Wierzymy, że kluczowym elementem skutecznego programu bezpieczeństwa cybernetycznego jest możliwość komunikowania wartości i oczekiwań. Cyberhigiena jest elementarną częścią naszej kultury i obejmuje wszystkie etapy zatrudnienia pracownika. Zapewniamy ją przy użyciu różnych narzędzi, m.in. cotygodniowych komunikatów dotyczących bezpieczeństwa informacji, corocznych szkoleń służących podnoszeniu świadomości bezpieczeństwa cybernetycznego i comiesięcznych, krótkich przypomnień, m.in.:

- Udział CCOA w corocznej kampanii pod hasłem „Miesiąc Świadomości Cyberbezpieczeństwa”
- Regularne wpisy na blogach poświęconych bezpieczeństwu cybernetycznemu, zawierające aktualne informacje dotyczące higieny cyfrowej w biurze i w domu
- Witryna intranetowa CCOA i Clear Channel Europa zaprojektowana w celu udostępniania polityk, standardów, przewodników i materiałów edukacyjnych dotyczących bezpieczeństwa informacji

W ramach testowania naszego programu, regularnie przeprowadzamy wewnętrzne, symulowane kampanie phishingowe w celu sprawdzenia skuteczności naszych działań. Wyniki służą nam do doskonalenia skoncentrowanych na ludziach programów szkoleniowych.

Zarządzanie ryzykiem dostawców cyberbezpieczeństwa

Nasze wartości i oczekiwania w zakresie bezpieczeństwa cybernetycznego znajdują odzwierciedlenie w programach zakupów i zarządzania ryzykiem dostawców, a tym samym obejmują rozwiązania, które pozyskujemy od innych firm. Wprowadzony w tym roku OneTrust ma zapewnić spójne podejście do ryzyka związanego z ładem korporacyjnym i zgodnością w naszym łańcuchu dostaw.

Oprócz ciągłego monitorowania działalności naszych dostawców, dział ds. bezpieczeństwa cybernetycznego dokonują szczegółowych ocen kluczowych dostawców, aby upewnić się, że spełniają oni nasze minimalne wymagania w zakresie bezpieczeństwa, a także uczestniczą w negocjacjach i ocenach wpływu na prywatność danych, aby kontrole i praktyki cybernetyczne na poziomach określonych w naszych Standardach bezpieczeństwa cybernetycznego znajdowały odzwierciedlenie w umowach o gwarantowanym poziomie usług.



8. Lobbying i polityka publiczna

Polityka publiczna i zaangażowanie polityczne

CCOH uczestniczy w działaniach publicznych na wszystkich szczeblach, głównie na poziomie lokalnych społeczności. Angażujemy się w kwestie związane z polityką publiczną, które mają wpływ na naszą działalność i branżę. Zazwyczaj bezpośrednio uczestniczymy w kształtowaniu polityki publicznej na poziomie lokalnym i stanowym, a często także na poziomie krajowym, poprzez członkostwo w stowarzyszeniach branżowych. Działamy zgodnie z przepisami prawa lokalnego, stanowego i federalnego. Nasze decyzje odzwierciedlają nasze podejście do polityki publicznej i podejmujemy je, kierując się najlepszym interesem naszej firmy, pracowników, akcjonariuszy i społeczności lokalnych, a także naszymi podstawowymi wartościami, Kodeksem postępowania i etyki w biznesie oraz Polityką zgodności z przepisami. Aby zapewnić sobie słyszalny i odpowiedzialny głos w dyskusjach politycznych, dysponujemy dobrze zorganizowanymi systemami zapewniającymi ścisły nadzór nad całą naszą działalnością polityczną. Angażując się w kwestie polityczne, staramy się uwzględnić szerszy wpływ naszych działań na społeczność, środowisko i gospodarkę.

Zgodność z przepisami w obszarze polityki

Program zgodności przepisami w obszarze polityki CCOH (Political Compliance Program) powstał na potrzeby naszych operacji i procedur biznesowych. Obejmuje zasady i praktyki dotyczące działalności politycznej, nadzorowanie darowizn na cele polityczne, przestrzeganie zasad lobbingu, regularne szkolenia i przypomnienia, okresowe audyty wewnętrzne oraz przestrzeganie zasad polityki pracowniczej. Proces składania wniosków o datki na cele polityczne obejmuje zautomatyzowany system ich składania, oceny i zatwierdzania. System wymaga indywidualnego podejścia do każdego wniosku, monitoruje limity i sumuje wydatki, a także sprawdza zgodność z przepisami dotyczącymi zamówień publicznych na poziomie stanowym i lokalnym. Fundamentem tego programu jest szkolenie dla pracowników. Obejmuje ono przepisy dotyczące lobbingu, prezentów, korupcji i przekupstwa, zamówień publicznych oraz wstępnego zatwierdzania osobistych datków na cele polityczne. Dla niektórych pracowników szkolenia te są obowiązkowe.

Szkolenie dotyczące działalności politycznej jest uzupełnieniem corocznego szkolenia CCOH w zakresie Kodeksu postępowania i etyki w biznesie oraz innych szkoleń z obszaru zgodności z przepisami. Nasz Kodeks postępowania i etyki w biznesie zawiera również postanowienia dotyczące działalności politycznej i datków, określając zasady przewodnie i ich praktyczne zastosowanie przez wszystkich pracowników.

Lobbing

— Bezpośredni lobbing: W swojej działalności lobbingowej CCOH przestrzega najwyższych standardów etycznych oraz wszystkich federalnych, stanowych i lokalnych przepisów dotyczących rejestracji i zgłaszania działalności lobbingowej. Oprócz lobbystów z naszej firmy, czasami zlecamy usługi lobbingowe stronom trzecim, kiedy potrzebujemy pomocy lub fachowej wiedzy w określonej kwestii. Działania zarówno lobbystów zewnętrznych, jak i lobbystów zatrudnionych przez CCOH są koordynowane i ściśle monitorowane, aby zapobiec przypadkom korupcji i zapewnić zgodność z przepisami dotyczącymi rejestracji i sprawozdawczości. Stanowe i lokalne sprawozdania dotyczące lobbingu składane są zgodnie z wymogami właściwych organów. Sprawozdania te są publicznie dostępne w poszczególnych jurysdykcjach.

— Stowarzyszenia branżowe: Podobnie jak większość korporacji, CCOH należy do stowarzyszeń branżowych i organizacji utworzonych zgodnie z art. 501(c)(6) Kodeksu podatkowego Stanów Zjednoczonych. Członkami tych organizacji są często firmy działające w jednej branży, regionie lub na rzecz określonej sprawy. Członkostwo w wybranych organizacjach, które pozwala nam realizować nasze cele biznesowe, poddajemy regularnym ocenom. Niektóre stowarzyszenia branżowe i inne organizacje mogą przeznaczać część swoich dochodów, w tym składki członkowskie pobierane od CCOH, na wspieranie kandydatów lub organizacji, albo na inne formy działalności rzeczniczej. Nie mamy bezpośredniego wpływu na te decyzje i możemy nie zgadzać się ze stanowiskiem organizacji w sprawie danego kandydata lub kwestii.

9. Datki na cele polityczne

Datki na cele polityczne poza Stanami Zjednoczonymi są zabronione. W Stanach Zjednoczonych przekazujemy datki na cele polityczne, kierując się przyjętymi przez nas kryteriami opisanymi poniżej.

Kryteria dotyczące datków na cele polityczne:

Wybierając kandydatów, którym wspieramy finansowo, kierujemy się swoimi priorytetami. Są to osoby — działające na szczeblu stanowym, lokalnym i federalnym — które reprezentują podejście legislacyjne i polityczne zgodne z najlepszymi interesami naszej firmy, pracowników, akcjonariuszy i społeczności. Jesteśmy bezstronni i przy wyborze kandydatów stosujemy m.in. następujące kryteria:

- **Obecna lub potencjalna pozycja lidera**
- **Wcześniejsze wsparcie naszej firmy i branży reklamy zewnętrznej**
- **Członkostwo w komisjach o kluczowym znaczeniu dla CCOH**
- **Reprezentacja regionu lub obszaru demograficznego istotnego dla społeczności, w których żyją i pracują pracownicy CCOH**

Jesteśmy aktywnymi członkami organizacji branżowych. Często współpracujemy z Out-of-Home Advertising Association of America w zakresie datków federalnych przekazywanych przez nasz PAC (komitet ds. działalności politycznej).

Proces przeglądu i zatwierdzania

Wszystkie datki naszej firmy na cele polityczne (wpłaty dokonywane z funduszy lub zasobów firmy) podlegają rygorystycznej weryfikacji i wymagają zatwierdzenia. Proces zatwierdzania rozpoczyna się na poziomie lokalnym, następnie wniosek analizuje starszy wiceprezes ds. nieruchomości i spraw publicznych, z ostateczną zgodę wydaje wiceprezes wykonawczy ds. nieruchomości i spraw publicznych lub kierownik ds. politycznych i zgodności. Datki są następnie sprawdzane pod kątem ograniczeń wynikających z przepisów dotyczących zamówień publicznych i limitów. W przypadku wpłat dokonywanych przez komitet ds. działań politycznych CCOH, Clear Channel Outdoor PAC, proces jest podobny i rozpoczyna się od zatwierdzenia na poziomie korporacyjnym.

Korporacyjne datki na cele polityczne

Zgodnie z prawem przekazujemy fundusze, w tym darowizny rzeczowe, stanowym i lokalnym kandydatom politycznym, komitetom partyjnym i niezależnym komisjom ds. wydatków; wspieramy także inicjatywy ustawodawcze. Zgłaszamy i ujawniamy swoje darowizny na cele polityczne zgodnie z obowiązującymi wymogami prawa.

Komisja ds. działalności politycznej

Zgodnie z przepisami amerykańskiej Federalnej Komisji Wyborczej utworzyliśmy federalną komisję polityczną Clear Channel Outdoor PAC. PAC umożliwia nam wspieranie kandydatów i komitetów federalnych oraz kandydatów i komitetów stanowych i lokalnych, których finansowanie przez spółkę jest niedozwolone. Clear Channel Outdoor PAC jest dobrowolnie finansowany przez pracowników i akcjonariuszy CCOH. La Comisión Federal Electoral

Federalna Komisja Wyborcza (FEC) wymaga kwartalnych sprawozdań dotyczących wypłat i wpływów Clear Channel Outdoor PAC. Nasze sprawozdania są dostępne na stronie internetowej FEC.

10. Ryzyko i ciągłość działania

Monitorujemy zagrożenia dla ciągłości działania w ramach naszego systemu zarządzania ryzykiem korporacyjnym, koncentrując się na ocenie wpływu na działalność biznesową zakłóceń w łańcuchu dostaw, rosnących kosztów i wojny na Ukrainie, ze szczególnym uwzględnieniem dostaw energii i materiałów (wyświetlacze, konstrukcja i inne nakłady inwestycyjne). Nasze plany ciągłości działania są poddawane regularnej weryfikacji.

11. Zarządzanie w relacjach ze stronami trzecimi

We wszystkich obszarach naszej działalności obowiązują postanowienia umowne; przeprowadzamy procesy due diligence/ weryfikacji dostawców. Nasze stanowisko i praktyki w odniesieniu do łańcucha dostaw są ujęte w obowiązujących regionalnie kodeksach postępowania dla dostawców, dokumentach dotyczących ograniczenia uprawnień, zamówień publicznych, prywatności, praw człowieka, konfliktu interesów, przestępczości gospodarczej, finansów i polityki ochrony środowiska (patrz „Nasz łańcuch dostaw”, str. 46).

Zapytania ofertowe i procesy zaopatrzeniowe Clear Channel obejmują zgodne z wymogami należytej staranności i dostosowane do potrzeb zasady i warunki ujawniania informacji. Aby ograniczyć ryzyko związane z relacjami ze stronami trzecimi:

- **Przeprowadzamy proporcjonalne analizy due diligence, obejmujące przeglądy sankcji, weryfikację danych i kontrole finansów;**
- **Szkolimy pracowników i decydentów, którzy mają do czynienia ze stronami trzecimi;**
- **Wprowadzamy proporcjonalne poziomy nadzoru i zatwierdzania poszczególnych profili ryzyka;**
- **Dbamy o to, by relacje te podlegały wewnętrznym zasadom i procedurom dotyczącym ryzyka (w tym procesom zatwierdzania prezentów i zaproszeń);**
- **Upewniamy się, że umowy ze stronami trzecimi wymagają od nich przestrzegania obowiązujących przepisów prawa; oraz,**
- **W stosownych przypadkach wymagamy, aby prezenty i zaproszenia ze strony CCOH podlegały zatwierdzeniu i audytowi.**



12. Zgłaszanie poważnych obaw

Wszyscy, którzy zgłaszają nam swoje poważne obawy (w dowolny sposób), podlegają naszej globalnej polityce chronionego ujawniania informacji, zabezpieczającej pracowników przed dyskryminacją lub odwetem za złożenie skargi w dobrej wierze. Mamy otwarte podejście i zachęcamy naszych pracowników, by zwracali się z wszelkimi obawami do swoich przełożonych, zespołów ds. zgodności z przepisami i HR. W stosownych przypadkach staramy się informować ich o postępach w rozpatrywaniu złożonych skarg.

W ramach naszej polityki otwartych drzwi, prowadzimy niezależnie monitorowaną, międzynarodową infolinię informacyjną dla pracowników we wszystkich językach naszej firmy. Na każdej stronie internetowej i w intranecie oraz w każdym miejscu pracy dostępne są szczegółowe informacje. W Europie ta infolinia jest również dostępna dla stron trzecich, dostawców i byłych pracowników, zgodnie z unijną dyrektywą informowania o nieprawidłowościach z 2021 r.

Nasze przyszłe cele ESG

Clear Channel wierzy, że stworzyliśmy i rozwijamy solidny program ESG, ale nigdy nie poprzestaniemy w wysiłkach na rzecz tworzenia lepszego świata dzięki naszej platformie opartej na ludziach. Staramy się stale ulepszać nasze programy ESG, rozwijać ofertę produktów, doskonalić lokalne oceny ryzyka, kampanie i sprawozdawczość, aby sprostać potrzebom reklamodawców i społeczności, którym służymy.

W perspektywie krótkoterminowej zamierzamy dostosować nasze praktyki sprawozdawcze do wymogów GRI Reporting Initiative i rozszerzyć zakres raportów na temat emisji dwutlenku węgla (CDP), jednocześnie kontynuując realizację bieżących priorytetów w zakresie zwiększania przychodów, innowacji i inwestycji w rentowny wzrost.

Osoby zainteresowane korzyściami ze współpracy z Clear Channel zapraszamy do skontaktowania się z nami pod adresem ESG@clearchannel.com.



Wszelkie komentarze lub pytania dotyczące niniejszego Raportu ESG prosimy kierować do:

Eileen McLaughlin
Vice President of Investor Relations
InvestorRelations@clearchannel.com



Clear Channel
Outdoor