

**SPRAWOZDANIE SKONSOLIDOWANE NA
TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH
SPORZĄDZONE W OPARCIU O
RAPORT
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN**

R REDAN SA

TOP SECRET
EXPRESS YOURSELF

TROLL

DryWash

TXM

23 kwietnia 2018

SPIS TREŚCI

1.	O NAS	5
1.1.	Nasza Struktura	5
1.1.	Standardy zarządcze w naszej Grupie	8
1.2.	Budujemy relacje z Interesariuszami	8
1.3.	Strategiczne kierunki rozwoju	10
1.4.	Nasze marki	10
1.5.	SHAPE-największa wartość	14
1.6.	Kalendarium	15
1.7.	Nagrody i wyróżnienia	17
2.	JESTEŚMY ODPOWIEDZIALNI	19
2.1.	Komunikacja z Klientami	20
2.2.	Zrównoważona oferta	22
2.3.	Zarządzanie ryzykiem społecznym i środowiskowym	24
2.4.	Etyczne zarządzanie	27
3.	KAPITAŁ LUDZKI – kluczową inwestycją	31
3.1.	Dobre miejsce pracy	32
3.2.	Zatrudnienie	33
3.3.	Pracownicy niepełnosprawni	40
3.4.	Świadczenia socjalne	41
3.5.	Bezpieczne miejsce pracy	41
3.6.	Szkolenia i rozwój	42
4.	ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE	44
4.1.	Fundacja HAPPY KIDS	44
4.2.	Inne projekty społeczne	47
5.	W TROSCE O ŚRODOWISKO	48
6.	O RAPORCIE	51
6.1.	Wskaźniki SIN i GRI G4	51

Szanowni Państwo,

Co prawda po raz pierwszy oficjalnie dzielimy się z Wami naszym doświadczeniem i dobrymi praktykami w zakresie realizowania polityki zrównoważonego rozwoju, jednak zgodnie z jej zasadami działaliśmy praktycznie od początku powstania Redan w 1995 r. Zawsze naszym celem były przejrzyste i uczciwe relacje z partnerami biznesowymi oraz oferta naszych produktów budowana w odpowiedzialny sposób, a także dbałość o rozwój naszych pracowników. Jako solidna i odpowiedzialna firma dostrzegamy problemy społeczne i potrzeby naszych lokalnych sąsiadów. Nie przechodzimy obok nich obojętnie, ale aktywnie włączamy się w ich rozwiązywanie.

Działalność Grupy Kapitałowej Redan opiera się na dwóch filarach – sektorze modowym (marki Top Secret, Troll i Drywash) i segmencie dyskontowym, w którym działa sieć sklepów TXM. To duże wyzwanie, ale również zobowiązanie, aby odpowiadać trafnie na potrzeby różnych grup naszych klientów i sprostać ich coraz wyższym wymaganiom, które dotyczą nie tylko samych produktów, relacji, ale również przejrzystości działania, wartości, którymi kierujemy się na co dzień, a przede wszystkim dotrzymywania zobowiązań.

W roku 2017 skoncentrowaliśmy naszą uwagę i działania na czterech obszarach.

Pierwszy - naszym zdaniem bardzo ważny to nasi pracownicy. Polityka różnorodności, którą co prawda ostatnio sformalizowaliśmy, od początku naszego działania była obecna w Grupie Redan, ze względu na międzynarodowy charakter naszej działalności. GK REDAN przyczynia się do stworzenia środowiska pracy otwartego na różnorodności, w którym panuje atmosfera dialogu, otwartości, tolerancji i pracy zespołowej, i w którym każda zatrudniona osoba czuje się szanowana, doceniana i wspierana. Wierzymy, że przynosi to wymierne korzyści oraz przyczynia się do sukcesu.

Drugim obszarem są działania rynkowe - relacje z naszymi dostawcami i partnerami. Na podkreślenie zasługuje fakt, że duża część naszych dostawców zaakceptowała Politykę Zrównoważonego Rozwoju GK REDAN i w kontraktach handlowych podpisała klauzule dotyczące poszanowania praw człowieka, zakazu pracy dzieci, bezpieczeństwa pracowników i dbałości o ochronę środowiska.

Trzecim jest nasze otoczenie społeczne. GK REDAN prowadzi intensywne działania na rzecz dzieci. Fundacja Happy Kids założona przez naszego głównego akcjonariusza w 2002 r. aktywnie przyczynia się do rozwiązywania problemu sieroctwa społecznego w Polsce. Obecnie w 13 rodzinnych domach dla dzieci Happy Kids dorasta 120 naszych pociech. Poza tym na co dzień Fundacja wspiera 150 wychowanków, a od początku istnienia pomogła 17 000 dzieciom.

Czwartym obszarem (choć ze względu na branżę i naszą pozycję w niej nie jest to najważniejszy obszar naszej działalności) jest dbałość o środowisko. Jesteśmy dumni z faktu, że wprowadzone zmiany organizacyjne i podjęte inwestycje w naszych obiektach pozwalają ograniczać zużycie energii.

Osobiście jestem głęboko przekonany, że GK REDAN, prowadząc politykę zrównoważonego rozwoju osiąga wiele korzyści nie tylko wewnątrz, ale również w środowiskach lokalnych. Będą one procentować w perspektywie długoterminowej. Odpowiedzialność społeczna, stały rozwój kapitału ludzkiego oraz przedsiębiorstwa i poszanowanie zasobów środowiska naturalnego sprawia, GK REDAN staje się pożądanym na rynku pracodawcą, z którym warto związać się na lata.

Wierzę, iż przedstawiony raport stanie się środkiem do dialogu i pogłębiania zrozumienia i zaufania pomiędzy GK REDAN oraz jej interesariuszami. Jednocześnie chciałbym zapewnić, że na co dzień dokładamy wszelkich starań, aby Grupa Redan osiągała najlepsze wyniki.

Dziękuję naszym partnerom biznesowym oraz pracownikom za wkład w nasze rezultaty finansowe i niefinansowe. Klientom – za zainteresowanie naszymi markami i ich ofertą. Dziękuję również inwestorom za zaufanie.

Z poważaniem

*Bogusz Kruszyński
Prezes Zarządu Redan SA*

1. O NAS

Grupa Kapitałowa Redan to jeden z wiodących podmiotów działających na terenie Europy Środkowo-Wschodniej na detalicznym rynku odzieżowym. Nasze produkty sprzedajemy w ponad 600 placówkach w Polsce i za granicą, przede wszystkim w Rumunii, na Ukrainie, na Słowacji i w Rosji.

W ramach Grupy Redan możemy wydzielić dwa wyraźnie różniące się sektory: **modowy i dyskontowy**.

Na **rynku modowym** tworzymy świat, oparty na charakterystycznych kolekcjach i wyrazistych markach. Należą do nich popularne marki odzieżowe Top Secret, Troll i Drywash. Dedykujemy je ludziom nowoczesnym i aktywnym, świadomie poszukującym sposobu na najlepsze wyrażenie siebie. To dla nich kreujemy nasze produkty i usługi, dzięki czemu pomagamy im lepiej poznać swoje emocje i samych siebie.

Kolekcje tych marek są tworzone przez naszych projektantów, a następnie produkowane na zasadzie outsourcingu w ponad 100 fabrykach w Polsce i za granicą, w szczególności w Chinach, Indiach, Bangladeszu, Turcji i Pakistanie.

Nasze produkty można zakupić w naszych salonach Top Secret, sklepach detalicznych jak również przez sklep internetowy www.topsecret.pl. Posiadamy także sieć sklepów na Ukrainie i w Rosji. Sektor modowy obejmuje ponad 250 sklepów w Polsce i za granicą (własnych, franczyzowych i kornerów).

Rynek dyskontowy to nasza sieć sklepów TXM. W nim znajdziecie szeroką gamę ubrań oraz akcesoriów dla kobiet, mężczyzn i dzieci uzupełnioną tekstyliami domowymi, obuwiem i różnymi dodatkami. Oferujemy towary polskich producentów lub importerów, często znanych i markowych produktów. Coraz większe znaczenie ma także import bezpośredni od producentów z krajów Dalekiego Wschodu lub z Turcji. Dla nas ważne jest to, że wszystkie nasze ubrania mają bardzo dobrą relację jakości do ich ceny. Można je zakupić w bardzo rozległej sieci dystrybucji liczącej ponad 400 marketów w kraju i za granicą - w Rumunii i na Słowacji. W TXM dynamicznie rozwijamy również kanał e-commerce poprzez sprzedaż online w największym dyskontowym sklepie odzieżowym www.txm.pl.

1.1. NASZA STRUKTURA

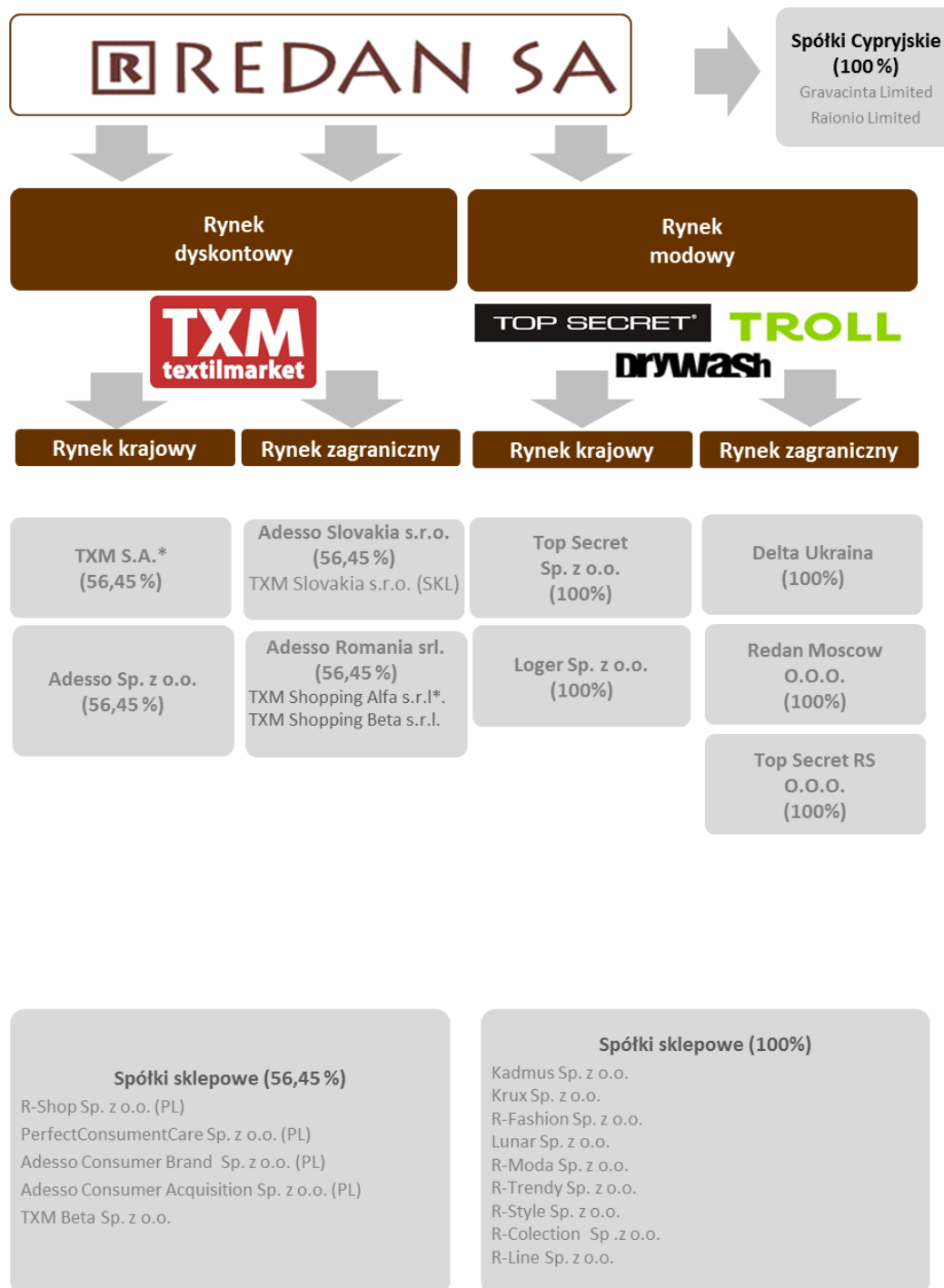
Redan SA wraz z podmiotami zależnymi tworzy Grupę Kapitałową. Najważniejsze w niej znaczenie mają:

- **Redan SA** – podmiot dominujący – prowadzi logistykę dla części modowej (marki Top Secret, Troll i Drywash), a także koordynuje rozwój działalności zagranicznej. Coraz większe znaczenie zyskują jednak zadania związane z zarządzaniem Grupą, realizacją projektów IT, organizowaniem finansowania oraz centralizowaniem wysokospecjalistycznych usług dla spółek z Grupy.
- **TXM SA** - prowadzi sieć sklepów detalicznych TXM textilmarket oraz sklep internetowy www.txm.pl. W tym zakresie zarządza wyborem, zakupem i sprzedażą towarów, wyborem lokalizacji pod sklepy tej sieci i przeprowadza we własnym zakresie także ich adaptację. W Mysłowicach posiada centrum magazynowo-logistyczne dla sklepów TXM textilmarket.
- **Top Secret Sp. z o.o.** – zarządzająca markami na rynku modowym (Top Secret, Troll a także Drywash), a zatem odpowiadająca za projektowanie, zakup towarów oraz ich sprzedaż, a także prowadząca w Polsce sieci sklepów detalicznych i sprzedaż on-line www.topsecret.pl.

Poza tym w skład Grupy Redan wchodzi:

- spółki prowadzące działalność na rynkach zagranicznych odpowiednio w segmencie modowym (cztery podmioty) oraz w segmencie dyskontowym (trzy podmioty);
- spółki prowadzące centra logistyczne: Adesso Sp. z o.o. dla segmentu dyskontowego i Loger Sp. z o.o. dla segmentu modowego;
- spółki sklepowe, które mają znaczenie techniczne, tzn. przedmiotem ich działalności jest prowadzenie sklepów detalicznych dla marek modowych i dyskontowych z Grupy Redan;
- spółki na Cyprze, które mają również znaczenie techniczne tzn. przedmiotem ich działalności jest uczestnictwo w projektach związanych z dokapitalizowaniem Grupy Kapitałowej oraz uporządkowaniem jej działalności.

Diagram nr 1. Struktura Grupy Kapitałowej Redan na dzień 31 grudnia 2017 r



* na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania udział Redan SA w TXM SA, a tym samym również pośrednio w spółkach zależnych TXM SA wynosi 56,45%.; spółka TXM Shopping Alfa s.r.l. była ujęta od 1.01.2017 do 20.12.2017 kiedy to został złożony i zaakceptowany przez Sąd wniosek o jej upadłość.

1.1. STANDARDY ZARZĄDCZE W NASZEJ GRUPIE

Dokładamy starań, aby GK REDAN była zarządzana w sposób profesjonalny, sprawiedliwy i uczciwy. Praca w naszych strukturach oznacza przyjęcie postawy zgodnej z tymi zasadami. Każdy pracownik GK REDAN zobowiązany jest do przestrzegania polityk, zapewniających odpowiednio wysokie standardy ładu korporacyjnego. Zgodnie z definicją ładu korporacyjny (ang. *corporate governance*) to zbiór procesów, zasad, praw oraz instytucji determinujących sposób w jaki przedsiębiorstwo jest zarządzane, kierowane i kontrolowane. W szczególności chodzi pełną transparentność działań, w celu zapewnienia wszystkim naszym interesariuszom dostępu do potrzebnych im informacji oraz poszanowania ich praw. Dokumentem, który definiuje zasady działania jest przyjęta w 2017 r. „**POLITYKA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU GK REDAN**”. Zawiera ona przejrzysty opis wszystkich obowiązkowych procedur, których przestrzegać muszą wszystkie spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej, oraz wyznacza obowiązujące ramy działań.

GK Redan przestrzega i promuje przestrzeganie praw człowieka i praw pracowniczych oraz zobowiązuje się do egzekwowania przepisów i najlepszych praktyk w zakresie warunków zatrudnienia oraz bezpieczeństwa i higieny pracy.

GK REDAN stawia na budowanie świadomości i kultury organizacyjnej otwartej na różnorodność, w której panuje atmosfera dialogu, otwartości, tolerancji i pracy zespołowej. Tworzymy kulturę organizacyjną w pełni wykorzystującą potencjał pracowników, ich różnorodne umiejętności, doświadczenia i talenty, która prowadzi do zwiększenia efektywności pracy, budowy zaufania oraz przeciwdziałania dyskryminacji. Minimalizujemy ryzyka związane z utratą wartościowych pracowników. Wierzymy, że przynosi to wymierne korzyści i wpływa na rozwój oraz innowacyjność organizacji i w szczególności przyczynia się do jej sukcesu.

Polityka różnorodności w spółkach GK REDAN to także budowanie świadomości organizacji, w której stosuje się zasady równego traktowania w miejscu pracy. Oznacza to, że żaden z pracowników GK REDAN bezpośrednio, jak i pośrednio, nie będzie dyskryminowany w jakikolwiek sposób ze względu na płeć, rasę, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, wyznanie, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, światopogląd, narodowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia lub współpracy oraz inne przesłanki narażające na zachowania dyskryminacyjne, które mogą stwarzać zastraszające, obraźliwe lub wrogie środowisko. Pracownicy są zobowiązani do współpracy z innymi, zgodnie z kryteriami poszanowania, godności i sprawiedliwości, biorąc pod uwagę różne pochodzenie kulturowe każdej osoby. Nie dopuszczamy do jakiegokolwiek przemocy, molestowania lub nadużycia w miejscu pracy oraz jakiegokolwiek sposobu dyskryminacji ze względu na rasę, wyznanie, wiek, narodowość, płeć lub inną sytuację społeczną danej osoby (w szczególności uwzględniając asymilację życia zawodowego osób niepełnosprawnych). W ich gestii leży także zapewnienie iż, rozwój firmy będzie stabilny oraz że będzie przebiegał w odpowiedzialny, zrównoważony sposób, w kierunku wyznaczonym przez wizję firmy i w oparciu o zasady etyki.

1.2. BUDUJEMY RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

Prace nad strategią zrównoważonego rozwoju rozpoczęliśmy od zdefiniowania kluczowych interesariuszy i zagadnień istotnych zarówno dla nich, jak i GK REDAN. Przeanalizowaliśmy

wzajemne oddziaływanie GK REDAN na interesariuszy i interesariuszy na Grupę. Efektem tej pracy było sformułowanie celów i działań, które będą kreować wartość zarówno dla GK REDAN jak i jej interesariuszy.

INTERESARIUSZE	WPŁYW FIRMY	WPŁYW NA FIRME
pracownicy	warunki pracy, rozwój, motywacja, wynagrodzenie	wiedza, doświadczenie, umiejętności, zaangażowanie, odpowiedzialność
klienci	trafna, dobra oferta towarów, obsługa klienta, komunikowanie	pragnienia, potrzeby, oczekiwania, zakupy
dostawcy i partnerzy	relacje partnerskie, warunki handlowe	zaopatrywanie firmy w produkty I usługi
akcjonariusze	edukacja, rzetelność, komunikowanie	określanie kierunku rozwoju firmy, zaufanie
spółki GK REDAN	zyski, przekazywanie dobrych praktyk,	wskazówki, dzielenie się wiedzą
społeczności lokalne	aktywność w rozwiązywaniu problemów społecznych, inwestycje na rzecz lokalnych społeczności,	zaufanie społeczne
władze lokalne i centralne	zgodność z prawem,	ramy prawne
media	rzetelna komunikacja otwartość, przejrzystość	propagowanie informacji, kontakt z otoczeniem
konkurenci	współpraca branżowa	motywowanie do działania

Wzajemne zrozumienie i budowanie relacji z interesariuszami nie byłoby możliwe bez dialogu. Prowadzimy uczciwą i otwartą politykę informacyjną, m.in. w zakresie strategii, osiągnięć, niepowodzeń, wyników finansowych i perspektyw rozwoju. W miarę możliwości udzielamy wyczerpujących odpowiedzi na pytania dotyczące działalności Grupy Redan. Prosimy także o informację zwrotną. Dopiero, gdy poznamy potrzeby i oczekiwania naszych interesariuszy w stosunku do firmy możemy skutecznie kreować dla nich wartości.

GK REDAN prowadzi dialog z interesariuszami z wykorzystaniem następujących narzędzi:

pracownicy	regularnie prowadzone spotkania pracowników na różnych poziomach, e -maile, gazetka wewnętrzna, filmy na temat ważnych wydarzeń, tablice ogłoszeń, badanie satysfakcji i zaangażowania pracowników, INTRANET
klienci	strony internetowe; TOP SECRET, TXM, newsletter, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, raporty zrównoważonego rozwoju, portal społecznościowy Facebook, barometr satysfakcji klientów, komunikacja w sklepach (plakaty, ulotki, torby)
akcjonariusze	strony internetowe; REDAN, transmisje obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym
społeczności lokalne	eventy i spotkania w sklepach, akcje na rzecz społeczności lokalnych, współpraca z organizacjami społecznymi, raporty społecznej odpowiedzialności Biznesu, komunikacja w sklepach (torby, plakaty I ulotki), strona WWW
dostawcy i partnerzy	spotkania, strona internetowa, raporty zrównoważonego rozwoju, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, bieżąca komunikacja e-mailowa

1.3. STRATEGICZNE KIERUNKI ROZWOJU

Strategia Grupy Kapitałowej Redan zakłada po pierwsze: koncentrację działalności na projektowaniu, marketingu i detalicznej dystrybucji odzieży codziennego użytku, po drugie: dywersyfikację oferty na rynku odzieżowym poprzez zaoferowanie odpowiednio dopasowanych wyrobów do potrzeb różnych grup klientów.

Grupa Kapitałowa Redan działa na dwóch równoważnych segmentach rynku odzieżowego – modowym, który dzięki oparciu na sile własnych marek daje możliwość uzyskiwania wyższych marż i dyskontowym, relatywnie odpornym na wahania popytu i z dużą możliwością wzrostu liczby sklepów. Dywersyfikacja działalności stabilizuje sytuację GK REDAN, a w okresach dekonjunktury wykorzystuje jej duży potencjał rozwoju.

Oba rynki różnią się potrzebami docelowych grup klientów, a tym muszą być różnorodny ich asortyment kolekcji, ceny, jakość, wzornictwo oraz polityka handlowa.

1.4. NASZE MARKI

Segment modowy

Podstawowym przedmiotem działalności w segmencie modowym jest sprzedaż detaliczna odzieży, prowadzona w ramach samodzielnie zorganizowanych kanałów dystrybucji, dedykowanych dla kolekcji odzieżowych oznaczonych własnymi markami, zaprojektowanych i dostarczonych przez wewnętrzny zespół projektowo-zakupowy.

W ofercie naszych marek znajdują się wszystkie grupy asortymentowe tworzące kompletną sylwetkę: płaszcze, kurtki, marynarki, swetry, koszule, bluzki, t-shirty, spodnie, spódnice i sukienki, a także produkty uzupełniające takie jak: czapki, szaliki, rękawiczki, chusty, buty, torebki, paski, bielizna i biżuteria.

Kolekcje przygotowywane są zarówno w długim jak i krótkim cyklu produkcyjnym, co umożliwia elastyczne dostosowywanie kolekcji do aktualnych trendów, potrzeb i koniunktury handlowej.

Produkcja w cyklu długim (ok 9-cio miesięcznym), obejmująca najmniej zmienny asortyment, realizowana jest najczęściej w Chinach, Bangladeszu, Pakistanie i Indiach, natomiast w cyklu krótkim (3-8 tygodni), dotycząca najnowszych trendów prowadzona jest głównie w Polsce i Turcji.

Kooperanci prowadzący produkcję, których liczba waha się od 100-120, są regularnie weryfikowani pod kątem jakości i terminowości produkcji, warunków płatności oraz uwzględniania w swoich zakładach praw człowieka.

TOP SECRET
EXPRESS YOURSELF

Top Secret (obok marek Troll i Drywash) jest wiodącą marką w segmencie modowym Grupy Kapitałowej Redan. Jest dedykowana odbiorcom, dla których ubiór jest sposobem wyrażania swojej osobowości. Marka Top Secret jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych polskich brandów, oferujących komplementarne kolekcje ubrań i dodatków.

Naszą misją jest: Best Fashion World to Express Yourself.

Naszym celem jest nowoczesny i wyrazisty wizerunek oraz podawanie klientom najnowszych światowych trendów mody w subtelny, kreatywny i niepowtarzalny sposób. Zawsze inspiracją dla naszych projektantów pozostają styl życia i zmieniające się potrzeby naszych klientów. Top Secret kierujemy do ludzi nowoczesnych, aktywnych, realizujących się zawodowo i rodzinnie, dla których ubiór ma znaczenie i jest sposobem wyrażenia własnej niepowtarzalnej osobowości. Adresaci marki Top Secret żyją w sposób nowoczesny, świadomych siebie i swoich oczekiwań. Akceptują w pełni siebie i środowisko, w którym żyją. Stawiają na autentyczność, a moda jest dla nich narzędziem za pomocą którego inteligentnie wyrażają siebie w różnych sytuacjach rodzinnych, zawodowych i w czasie wolnym.

Kolekcje podzielone są na dwie linie: CITY – proponującą produkty w stylu Smart Wear, bardziej nowoczesne, minimalistyczne i wyższej jakości, przeznaczone na specjalne i wyjątkowe okazje oraz CASUAL – oferującą produkty w stylu bardziej swobodnym i funkcjonalnym, przeznaczone do codziennego komfortowego użytku. Ubrania są uzupełniane licznymi dodatkami wzbogacającymi stylizację.

Damskie i męskie kolekcje są zgodne z aktualnymi trendami mody, nowoczesne, odważne, jednocześnie odwołujące się do emocji. Czerpią inspirację z najnowszych trendów mody, jednak dostosowane są do rozmaitych oczekiwań klientów i ich kalendarza potrzeb.

Dystrybucja odzieży marki Top Secret odbywa się na terenie: Polski i Ukrainy a także w wielu innych krajach. Sprzedaż realizowana jest głównie poprzez sklepy detaliczne oraz internetowe. Sprzedaż detaliczna odbywa się za pośrednictwem sklepów własnych oraz franczyzowych. Strategia rozwoju marki zakłada obecność zarówno na rynku polskim jak i rynkach zagranicznych.

Drywash

Drywash jest marką dla ludzi nowoczesnych i ambitnych, którym zależy na atrakcyjnym wyglądzie i swobodzie w każdej sytuacji. Ubrania mają modny casualowo-sportowy charakter, są idealne do aktywnego spędzania wolnego czasu. Łączą wygodę i najnowsze trendy w modzie. Kolekcja damska jest nowoczesna, łączy miejski sportowy szyk z kobiecym wdziękiem. Kolekcja męska to ubrania stworzone dla aktywnego mężczyzny, będące sportową alternatywą dla stylu nieformalnego.

Dystrybucja odzieży marki Drywash odbywa się w tych samych kanałach dystrybucji jak marki Top Secret.

TROLL

Troll to jedna z najdłużej funkcjonujących na polskim rynku marek odzieżowych. Cieszy się wysoką rozpoznawalnością wśród swoich klientów. Marka skierowana jest do osób „młodych duchem”, które ubiorem wyrażają siebie i swoją radość. Kolekcje Troll prezentują modne ubrania nawiązujące do światowych trendów. Zapewniają młody, dynamiczny, atrakcyjny i świeży wygląd. Zaprojektowane są w oparciu o trendowe kolory i formy, uzupełnione produktami klasy basic w niskich progach cenowych. Umożliwiają z jednej strony łatwe wejście do świata mody, z drugiej odpowiednią różnorodność i ciekawą interpretację światowej mody. Nie brakuje w niej

jednak uniwersalnych, świetnie skrojonych produktów bazowych w stonowanych kolorach.

Dystrybucja odzieży marki Troll odbywa się na terenie Polski oraz za granicą. Sprzedaż realizowana jest głównie poprzez sklepy internetowe.

Segment dyskontowy

Na rynku dyskontowym działa należąca do Grupy Redan sieć TXM textilmarket - druga największa na polskim rynku sieć odzieżowych sklepów dyskontowych. TXM textilmarket dąży do zdobycia pozycji lidera w sektorze odzieżowych sklepów dyskontowych w Europie Środkowo-Wschodniej.

Nasza misja: tanio i modnie ubieramy całą rodzinę jednoznacznie wyraża do kogo adresowana jest nasza oferta. W naszym centrum zainteresowania jest klient, jego życie i potrzeby. Dążymy do tego, aby klienci byli pewni, że w sklepach TXM textilmarket zawsze znajdą szeroki wybór ubrań codziennego użytku (bluzki, bluzy, koszulki, t-shirty, topy, kurtki, koszule, swetry, sukienki, spodnie i spódnice, obuwie, akcesoria i tekstylia domowe) za bardzo korzystną cenę. Ponad 76% przychodów TXM pochodzi ze sprzedaży odzieży, bielizny oraz artykułów dziewiarskich.



Najważniejszą cechą naszych produktów jest bardzo dobra relacja ich wartości dla klientów i ceny. To jednak nie wszystko. Istotne są także – wyróżniające na rynku dyskontowym – uwzględnienie w naszych produktach, szczególnie dla naszych klientek, uwzględnienie aspektów modowości.

Oferta wzbogacana jest o produkty i usługi, które ze względu na atrakcyjną wartość zawsze dają kupującemu poczucie racjonalnie wykorzystanej okazji. Dążymy do tego, aby klienci mogli kupić towary w najbardziej konkurencyjnych cenach. Jest to możliwe dzięki poszukiwaniu najlepszych dostawców towarów oraz eliminacji wszystkich zbędnych kosztów. Dlatego, między innymi, nie otwieramy sklepów w najdroższych centrach handlowych, na rzecz innych - znacznie atrakcyjniejszych kosztowo - miejsc. W naszej ocenie klienci wyżej cenią korzystne ceny, niż prestiżowe miejsca zakupu. W ten sposób maksymalizowane są korzyści klientów minimalizując obciążenia ich domowych budżetów.

Spośród odzieżowych sklepów dyskontowych TXM textilmarket wyróżnia to, że oprócz nacisku na bardzo atrakcyjną cenę towarów, dodatkowo podąża za aktualnymi trendami w modzie. Oznacza to, że klienci w sklepach TXM textilmarket wśród produktów uniwersalnych zawsze znajdą modne w danym sezonie ubrania i kolory. Spółka na bieżąco weryfikuje jednak, aby modowość ubrań nie wzięła góry nad wygodą, praktycznością i korzystną ceną.

Produkty TXM sprzedawane są głównie w Polsce, która jest wiodącym rynkiem działalności. Sieć handlowa rozwijana jest również na rynkach zagranicznych w Rumunii oraz na Słowacji. Na

dzień sporządzenia raportu możemy zaprosić klientów do 354 sklepów w Polsce oraz 7 na Słowacji, i 40 w Rumunii, a także do sklepu on-line www.txm.pl.

Struktura sprzedaży Grupy Kapitałowej Redan wg kanałów dystrybucji

W tabeli zamieszczonej poniżej przedstawiamy strukturę skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży towarów Grupy Redan w podziale na rynek modowy i dyskontowy oraz na sprzedaż w Polsce i za granicą.

Tabela nr 1. Struktura sprzedaży towarów Grupy Kapitałowej Redan w 2017 r. i 2016 r.

tys. PLN	2017	Udział	2016	Udział	zmiana
dyskontowy	381 208	62,0%	376 916	60,9%	1,1%
modowy	233 207	38,0%	242 335	39,1%	-3,8%
Sprzedaż towarów razem	614 415		619 251		-0,8%

Tabela nr 2. Struktura sprzedaży towarów Grupy Kapitałowej Redan w układzie geograficznym w 2017 r. i 2016 r.

tys. PLN	2017	Udział	2016	Udział	zmiana
Sprzedaż w Polsce	532 187	86,6%	556 859	89,9%	-4,4%
Sprzedaż za granicą	82 228	13,4%	62 392	10,1%	31,8%
Sprzedaż towarów razem	614 415		619 251		-0,8%

Sieć sprzedaży

Na dzień 31 grudnia 2017 r. ogółem powierzchnia sieci sklepów Grupy Redan wyniosła:

- ok. 106 tys. m² (401 sklepów własnych) na rynku dyskontowym w kraju i za granicą, co oznacza około 6% przyrost w stosunku do stanu z końca 2016r.
- ok. 37 tys. m² (266 sklepów – w tym 30 własnych i 232 franczyzowych oraz 4 multibrandowe kornery franczyzowe) na krajowym i zagranicznym rynku modowym, co oznacza około 11% spadek w stosunku do stanu z końca 2016r.

W okresie objętym sprawozdaniem spółki z Grupy Redan prowadziły także sprzedaż w sklepach internetowych:

- www.topsecret.pl oraz www.topsecret.com.ua – na rynku modowym
- www.txm.pl – na rynku dyskontowym.

Odbiorcy

W 2016 roku sprzedaż detaliczna stanowiła 97 % przychodów Grupy Redan. W opinii Zarządu Grupa Redan nie jest uzależniona od żadnego z odbiorców.

Dostawcy

Część modowa Grupy konsekwentnie dokonywała większości zakupów w krajach Dalekiego Wschodu. Natomiast część dyskontowa Grupy dokonywała większości zakupów u polskich dostawców – producentów lub importerów. Choć jej udział własnego importu bezpośredniego z roku na rok rośnie dynamicznie.

Grupa Redan posiada ugruntowane doświadczenie pozwalające na lokowanie produkcji

u producentów oferujących relację jakości i ceny właściwą dla grup docelowych poszczególnych marek.

W opinii Zarządu Grupa Redan nie jest uzależniona od żadnego z dostawców.

1.5. SHAPE-NAJWIEKSZA WARTOŚĆ

Podstawą funkcjonowania GK REDAN są nasze wartości. Są dla nas swoistym drogowskazem. W skrócie nazwaliśmy je SHAPE (kształt, a jednocześnie w naszej branży krój). Są to: **SAMODZIELNOŚĆ, HARMONIA, AKTYWNOŚĆ, PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ i EFEKTYWNOŚĆ**. Podczas prac warsztatowych w ich realizację włączeni zostali wszyscy nasi pracownicy. W naszym przekonaniu wartości te są nieodłącznym elementem nie tylko prowadzenia biznesu, ale także i codziennego aktywnego życia.

Tabela nr 3. Wartości pracowników Grupy Redan – SHAPE

Nasze Wartości	Nasze Kluczowe Kompetencje	Nasze zachowania
Samodzielność (Self management)	Odpowiedzialność	podejmujemy odpowiedzialność za swoje decyzje i zachowania, odważnie mierzymy się z wyzwaniami, umiejętnie korzystamy ze wsparcia jeśli uznamy, że jest to niezbędne, nie potrzebujemy nadzoru, mamy wysoki poziom samokontroli.
	Wytrwałość	nie zrażamy się niepowodzeniami, konsekwentnie dążymy do pożądanego rezultatu, umiejętnie radzimy sobie z nieoczekiwanym lub ciągłym napięciem i przeciążeniem bez szkody dla efektywności działań, łatwo regenerujemy siły; w sobie znajdujemy wystarczającą motywację do działania – podejmujemy je i kontynuujemy, nawet przy braku zewnętrznych bodźców.
Harmonia (Heart)	Umiejętność współpracy w zespole	budujemy atmosferę współpracy, rozumiemy różnorodne interesy innych i dążymy do znajdowania porozumienia, dbamy o przepływ informacji w firmie, dzielimy się wiedzą i doświadczeniem, konstruktywnie przyjmujemy krytykę, radzimy sobie w sytuacjach konfliktowych.
	Wpływ na innych	osiągamy wymierne rezultaty przez pracę z ludźmi; przekonujemy innych do swoich poglądów, skutecznie przewyciężamy sprzeczny przez podejmowanie dyskusji i przedstawianie argumentów, budujemy pozytywny wizerunek własny.
Aktywność (Activity)	Orientacja na rozwój	uczymy się z doświadczeń swoich i innych; poszukujemy sposobów doskonalenia pracy swojej i innych, chętnie podejmujemy i wykorzystujemy możliwości rozwoju, zdobywamy kwalifikacje i podnosimy kompetencje, rozpoznajemy trafnie swoje mocne i słabe strony i dążymy do ich rozwoju.
	Otwartość na zmiany	wystrzegamy się utartych schematów, wykazujemy się kreatywnością w myśleniu i zachowaniu, aktywnie inicjujemy i kształtujemy proces zmian, rozumiejąc obawy i reakcje innych zachowujemy konstruktywne podejście do zmian, sprawnie radzimy sobie z oporem wobec zmian; motywujemy innych do udziału w nowych przedsięwzięciach.

Przedsiębiorczość (Promptitude)	Świadomość biznesowa	widzimy organizację jako całość, znamy problemy innych obszarów i zwracamy na nie uwagę, widzimy zależności pomiędzy obszarami i dążymy do synergicznych rozwiązań, realizujemy swoje zadania uwzględniając rynek, konkurentów i otoczenie, dostrzegamy i wykorzystujemy pojawiające się możliwości.
	Inicjatywa	wykorzystujemy szanse i możliwości szybciej niż inni, z własnej woli podejmujemy refleksje i aktywności wykraczające poza wąsko rozumiany zakres naszych obowiązków, swoim przykładem zachęcamy innych do kreowania rzeczywistości wokół siebie, wystrzegamy się utartych schematów, wykazujemy się kreatywnością w myśleniu i zachowaniu, aktywnie inicjujemy i kształtujemy proces zmian, rozumiejąc obawy i reakcje innych zachowujemy konstruktywne podejście do zmian.
Efektywność (Effectivity)	Nastawienie na cel i rezultat	koncentrujemy się na stawianiu sobie i innym celów oraz uzyskiwaniu zaplanowanych rezultatów, realistycznie planujemy zarówno w krótkim jak i długim horyzoncie czasowym, działamy efektywnie i terminowo, skutecznie doprowadzamy sprawy do końca.
	Decyzyjność	samodzielnie podejmujemy racjonalne decyzje, rozważamy szanse i ryzyko, decydujemy szybko choć nie pochopnie, podtrzymujemy swoje decyzje i zmieniamy je tylko gdy jest to konieczne, potrafimy podjąć decyzję przy niepełnej informacji i pod presją.

1.6. KALENDARIUM






Tabela nr 4. Kalendarium wydarzeń w historii Grupy Redan









2017 ROK	Top Secret wziął udział w III odsłonie Ogólnopolskiej Kampanii Społecznej Diagnostyka jajnika (Marka Top Secret udostępniła ubrania z najnowszej kolekcji do sesji promującej ten projekt)
	Zespół Visual Merchandisingu marki Top Secret przeprowadził zajęcia ze stylizacji i kreacji na studiach podyplomowych SWPS w Poznaniu, w przestrzeni w School of Form w Poznaniu.
2016 ROK	Przeprowadzenie pierwszej publicznej oferty akcji TXM S.A. i wprowadzenie do notowań akcji spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.
2015 ROK	Przekształcenie Adesso S.A. w TXM S.A. obchody 20 lecia marki Top Secret (pokaz kolekcji dla całej firmy, eventy w sklepach) obchody 8 urodzin sklepy internetowego Top Secret obchody 20 lecia marki Top Secret (pokaz kolekcji dla całej firmy, eventy w sklepach) pierwsza kolekcja Top Secret polecana przez stylistów Twojego Stylu kampania telewizyjna i outdoor Top Secret
2014 ROK	Sprzedaż mniejszościowego pakietu 25% akcji spółki zależnej Adesso funduszowi inwestycyjnemu 21 Concordia za kwotę 35 mln zł; uzyskanie przez markę Top Secret tytułu Doskonałość Mody 2014 Twojego Stylu w kategorii: polska firma popularna nowy koncept sklepu (Maufaktura) pierwsza kolekcja Top Secret for Avanti
2013 ROK	Przekształcenie Adesso sp. z o.o. SKA w Adesso S.A.
2012 ROK	Emisja obligacji korporacyjnych Redan S.A.

2011 ROK	Wprowadzenie na rynek nowej marki Drywash, oferującej kolekcje o charakterze sportowo – casualnym
2010 ROK	Przedstawienie strategii rozwoju Grupy Redan na lata 2010-2012 skoncentrowanej na intensywnym rozwoju firmy w oparciu o obydwaj filary działalności: rynek modowy i dyskontowy; uruchomienie 200 sklepu sieci TXM, a jednocześnie 400 sklepu detalicznego Grupy Redan; uruchomienie sklepu internetowego marki Top Secret na Ukrainie; wprowadzenie nowej formuły umów franczyzowych na Ukrainie; zakończenie sprzedaży odzieży (pod odrębnymi od Top Secret i Troll markami) do sieci hipermarketów powołanie klubu Collection Club
2009 ROK	Przeprowadzenie prywatnej emisji nowych akcji o wartości 15 mln zł i pozyskanie Sylwestra i Doroty Cacek, jako nowych akcjonariuszy; uruchomienie pierwszego sklepu multibrandowego Top Secret&Friends; uruchomienie sklepu internetowego marki Troll; postawienie w stan likwidacji spółek Euroredan s.r.o. i Redan s.r.o. ze względu na brak rentowności oraz likwidacja wszystkich sklepów detalicznych w Czechach i na Słowacji; uzyskanie przez markę Top Secret tytułu Doskonałość Mody 2009 Twojego Stylu w kategorii: polska firma popularna – ubranie dzienne.
2008 ROK	Uruchomienie 100 sklepu marki Top Secret; uruchomienie sklepu internetowego marki Top Secret; przekształcenie formy prawnej Adesso S.A. w Adesso Sp. z o.o. S.K.A.
2007 ROK	Zmiana formuły umów franczyzowych sklepów marki Troll; powołanie na Ukrainie Spółki T.O.W. Beta-Reda Ukraina, której zadaniem jest wsparcie sprzedaży detalicznej marek Grupy Redan na Ukrainie.
2005 ROK	Uruchomienie 100 sklepu TXM; zmiana formuły umów franczyzowych sklepów marki Top Secret; powołanie na Ukrainie Spółki T.O.W. Alfa-Reda-Ukraina odpowiedzialnej za prowadzenie sprzedaży towarów marek należących do Redan na terenie Ukrainy; uruchomienie pierwszego sklepu marki Top Secret w Kijowie na Ukrainie; zakończenie sprzedaży hurtowej odzieży (pod odrębnymi do Top Secret i Troll markami)
2004 ROK	Powołanie spółki Troll Market Sp. z o.o., która przejęła sieć sklepów detalicznych marki Troll oraz sieć stoisk z bielizną marki Trendstation; utworzenie dwóch zagranicznych spółek zależnych Redan: Euroredan s.r.o. w Czechach i Redan s.r.o. na Słowacji; uruchomienie pierwszych sklepów marki Top Secret w Czechach i na Słowacji
2003 ROK	Przyjęcie nowej strategii rozwoju zakładającej koncentrację na detalicznych kanałach dystrybucji oraz rozpoczęcie budowy własnej detalicznej sieci sprzedaży sklepów Top Secret; debiut akcji Redan na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie; nabycie pakietu akcji Adesso S.A. dającego Redan łącznie prawie 100% akcji tej spółki
2002 ROK	Powołanie Top Secret Sp. z o.o., (początkowo o nazwie Redan Market Sp. z o.o.), która zarządza siecią sklepów marki Top Secret. Jest to spółka w 100% zależna od Redan S.A.; uruchomienie pierwszego sklepu detalicznego marki Top Secret; przeprowadzenie pierwszej kampanii reklamowej marki Top Secret pod hasłem „Ubrania ściśle tajne”; objęcie przez Redan kolejnych emisji akcji Adesso S.A. pierwsza reklama telewizyjna z udziałem Pawła Delonga
2001 ROK	Objęcie przez Redan 25% akcji Adesso, spółki prowadzącej sieć sklepów TXM
2000 ROK	Uruchomienie pierwszego sklepu sieci TXM (sieć nie należała wtedy jeszcze do Grupy Redan)
1999 ROK	Powstanie marki Troll (marka nie należała wtedy jeszcze do Grupy Redan)
1996 ROK	Powstanie marki Top Secret
1995 ROK	Powołanie Redan przez Dariusza Jarosińskiego, Leszka Kapustę oraz obecnego akcjonariusza większościowego Radosława Wiśniewskiego.

1.7. NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Tabela nr 5. Nagrody i wyróżnienia przyznane spółkom z Grupy Redan

2017		Doskonałość Mody Twój Styl. Marka Top Secret po raz kolejny zdobyła nagrodę – „Doskonałość Mody Twój STYL” w kategorii polska marka popularna za kolekcję JESIEŃ/ ZIMA 2017
		Gazeta Biznesu. W 2017 r. Redan SA został wyróżniony w rankingu „Gazeta Biznesu” wśród najbardziej dynamicznie rozwijających się firm wg dziennika Puls Biznesu.
2016		Marka Top Secret znalazła się wśród laureatów Plebiscytu Top Avanti 2016. Zdołała II miejsce w kategorii odzież, za kolekcję jesień/zima 2016.
2014		Doskonałość Mody Twój Styl. W 2014 roku marka Top Secret po raz trzeci zdobyła nagrodę – „Doskonałość Mody Twój STYL” w kategorii polska firma popularna, za kolekcję JESIEŃ/ ZIMA 2014.
		Marka Top Secret po raz piąty została wyróżniona GODŁEM JAKOŚCI OBSŁUGI. Tytuł przyznają konsumenci 100 NAJPRZYJAŹNIEJSZYM FIRMOM W POLSCE. W piątej edycji Programu Jakości Obsługi marka Top Secret została liderem w kategorii „odzież” i uzyskała wskaźnik jakości obsługi 68,2%, tym samym wyprzedzając konkurencyjne marki C&A oraz KappAhl.
2012		Gwiazda Jakości Obsługi 2012. Po raz kolejny sklepy marki Top Secret zostały nagrodzone w zakresie Jakości Obsługi.
2011		Joy Trendy 2011. Nagroda w plebiscycie została przyznana za ponadczasowy kolor i design płaszcza z kolekcji marki Troll wiosna 2011.
	Interaktor 2011.	Nagroda dla Redan za aktywność na portalu społecznościowym facebook.
		Jakość Obsługi 2011. Kolejna nagroda dla sklepów marki Top Secret za „Jakość Obsługi 2011”.

2010		Jakość Obsługi 2010. W 2010 roku sklepy marki Top Secret zostały po raz trzeci nagrodzone godłem „Jakość Obsługi 2010”
		Doskonałość Mody Twój Styl. W 2010 roku marka Top Secret po raz drugi zdobyła nagrodę główną – „Doskonałość Mody Twój STYL” w kategorii polska firma popularna – ubranie wieczorowe.
2009		Jakość Obsługi 2009. W 2009 roku sklepy marki Top Secret zostały po raz drugi z kolei nagrodzone godłem „Jakość Obsługi 2009” i zajęły III miejsce w branży „Odzież, obuwie, dodatki” w kategorii „Odzież dla wszystkich”
		Doskonałość Mody Twój Styl. W 2009 roku marka Top Secret, otrzymała nagrodę główną „Doskonałość Mody 2009 Twój Styl” w kategorii: polska firma popularna – ubranie dzienne. Nagroda została przyznana swetrowi typu kardigan. W tym konkursie marka Top Secret otrzymała dwie nominacje do nagrody „Doskonałość Mody 2009”. Pierwsze wyróżnienie zdobyła tunika, druga nominację otrzymał nagrodzony sweter.
2008		Jakość Obsługi 2008. W 2008 roku w rankingu „Jakości Obsługi” sklepy Top Secret zajęły II miejsce w branży „Odzież, obuwie, dodatki” w kategorii „Odzież dla wszystkich”.
		II miejsce dla marki Top Secret w plebiscycie „Hit Sezonu” magazynu internetowego Co Gdzie Za Ile
		Webstar 2008. Sklep internetowy Top Secret uzyskał nagrodę „Webstar” przyznaną przez Internautów w konkursie Webstarfestival 2008 w kategorii: Strona.
2007		Webstar 2008. Sklep internetowy Top Secret uzyskał nagrodę „Webstar” przyznaną przez Internautów w konkursie Webstarfestival 2008 w kategorii: Strona
2004		Dobra Firma. Tytuł „Dobra Firma” został przyznany Redan S.A. w 2004 r. w prestiżowym rankingu dziennika Rzeczpospolita dla najdynamiczniej rozwijających się firm w Polsce – Klubu Gazet Biznesu dziennika Puls Biznesu.

2003		Orły Rzeczpospolitej. W 2003 r. III miejsce w województwie łódzkim w rankingu „Orły Rzeczpospolitej”, zostało przyznane Redan S.A. jako najdynamiczniej rozwijającej się i najefektywniej zarządzanej firmie wg dziennika Rzeczpospolita.
		Gazete Biznesu. W latach 2003-2004 Spółka dołączyła do elitarnego grona najbardziej dynamicznie rozwijających się firm w Polsce – Klubu Gazel Biznesu dziennika Puls Biznesu .
2002		Gazete Biznesu. W 2002 r. Spółka zajęła I miejsce wśród krajowych firm odzieżowych w rankingu „Gazete Biznesu” dla najbardziej dynamicznych firm wg dziennika Puls Biznesu.

2. JESTEŚMY ODPOWIEDZIALNI

Gospodarka, polityka i społeczeństwo to trzy istotne wymiary, w jakich funkcjonuje każde nowoczesne przedsiębiorstwo. Wymiar społeczny w ostatnim czasie nabiera coraz większego znaczenia. Właśnie z tego powodu koncepcje zrównoważonego rozwoju oraz społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR) stały się bardzo istotne dla firm, które chcą konkurować na rynku, pozytywnie wyróżniając się na tle konkurencji.

Podstawową ideą zrównoważonego rozwoju jest połączenie wzrostu ekonomicznego z rozwojem społecznym i troską o środowisko naturalne. Jest to ciągłe dążenie do poprawy jakości życia wszystkich ludzi, włączając w to przyszłe pokolenia. Zrównoważony rozwój wiąże się ze zmianą kierunku rozwoju gospodarki. Według Komisji Europejskiej taka gospodarka powinna efektywniej korzystać z zasobów, być możliwie najbardziej konkurencyjna i przyjazna dla środowiska.

Społeczna odpowiedzialność biznesu doczekała się wielu definicji. Popularna definicja ogłoszona przez Komisję Europejską w Komunikacie z 2011 roku określa CSR jako odpowiedzialność przedsiębiorstw za społeczeństwo. Firmy powinny umiejętnie integrować kwestie społeczne, środowiskowe i etyczne. Poszanowanie praw człowieka, wpływ na społeczności lokalne, dobra komunikacja i współpraca z interesariuszami to tylko niektóre zagadnienia, które należy rozważyć.

W prowadzeniu działalności należy uwzględniać wspólne wartości dla właścicieli, udziałowców, innych zainteresowanych stron oraz społeczeństwa jako całości. Dla firmy odpowiedzialnej społecznie dążenie do powiększania zysku i wzrostu wartości rynkowej nie mogą być jedynym celem funkcjonowania. Ewentualne negatywne skutki działalności biznesowej na społeczeństwo i środowisko powinny być rozpoznawane i odpowiednio eliminowane lub łagodzone. Z kolei pozytywny wpływ firmy oraz jej działania na rzecz poprawy jakości życia społeczeństwa należy uwidaczniać. Niezbędna jest również szczegółowa analiza potrzeb i oczekiwań wszystkich interesariuszy, a także zapewnienie, że działania podejmowane przez firmę są etyczne i przejrzyste.

Branża odzieżowa mierzy się obecnie z wieloma problemami natury społecznej i środowiskowej. Sięganie do dorobku społecznej odpowiedzialności pozwala tworzyć ramy do funkcjonowania zgodnie z rosnącymi oczekiwaniami rynku.

Opracowanie i wdrożenie strategii zrównoważonego rozwoju firmy to kluczowa kwestia dla stabilnego wzrostu przedsiębiorstwa. Koncentrowanie się wyłącznie na technologii, nowoczesnych systemach zarządzania i narzędziach marketingowych nie zapewni społecznej akceptacji dla działalności firmy.

2.1. KOMUNIKACJA Z KLIENTAMI

Komunikacja marketingowa to jeden z bardzo ważnych instrumentów dialogu z naszymi klientami. Dzięki niemu możemy poznać uwagi i oczekiwania naszych klientów zarówno w stosunku do produktów jak i w zakresie niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej (w tym reklamy, promocji, czy sponsoringu). Dzięki niemu możemy skutecznie podwyższyć jakość naszej oferty. Takich przypadków odnotowujemy średnio kilka rocznie.

Zapewniamy rzetelną i jasną informację o towarach i usługach dbając, aby informacja nie wprowadzała nikogo w błąd, aby nie nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy. Absolutnie nie może zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość. Jako reklamodawca zobowiązujemy się także do przestrzegania zasady transparentności tak, aby odbiorca reklamy mógł zawsze zidentyfikować, że dany przekaz jest reklamą opartych na wiarygodnych danych statystycznych i informacji, zgodnych ze stanem faktycznym i przedstawionych w sposób poprawny metodologicznie, a do tego najbardziej aktualnych na moment tworzenia przekazu reklamowego.

Starannie, rzetelnie i bez zbędnej zwłoki rozpatrujemy ewentualne skargi dotyczące jej działalności, a w uzasadnionych sytuacjach przystępujemy do mediacji dążąc do polubownego zakończenia sporu.

W roku 2016 nasi klienci zwrócili nam uwagę na temat braku informacji dotyczącej zmieniających się pierwszych cen produktów (nie uwzględniając promocji). Od tego momentu stosujemy dodatkową wyczerpującą informację związaną z cenami produktów, które mogą zmieniać się w czasie. Np. cena produktów z innej dostawy może być wyższa chociażby ze względu na zmieniające się koszty materiału, transportu czy zmieniającego się kursu walut. W przypadku promocji informujemy, że cena jest obniżana o - x% od ceny pierwotnej, która nigdy nie jest wyższa.

Kolejnym naszym problemem było dostarczanie paczek na czas pomimo skorzystania przez naszych klientów z promocji z gwarancją. Nasze Biuro Obsługi Klienta rozwiązywało skutecznie każdy konkretny problem. Klient natomiast otrzymywał kod rabatowy jako rekompensatę.

Otrzymaliśmy również informacje związane z niepoprawnie działającymi kodami rabatowymi. W tym przypadku, w trakcie trwania promocji weryfikowaliśmy możliwie szybko konkretne zgłoszenie, a następnie przekazywaliśmy klientowi informacje o naprawionym błędzie. Jeżeli informacja dotarła do nas już po zakończonej promocji w ramach rekompensaty klient otrzymywał rabat równy temu, z którego nie mógł skorzystać podczas promocji.

Ponieważ możemy realizować promocje w wybranych salonach kilku klientów oczekiwało rozszerzenia promocji na większą liczbę sklepów. W tym przypadku skupiliśmy uwagę na wyjaśnieniu zasad naszej polityki promocyjnej.

Zdarzało się również odmienne zrozumienie treści naszych sms. Pomimo informacji o szczegółach promocji dostępnych w regulaminie pojawiły się dodatkowe oczekiwania z tym związane. W tych przypadkach wyjaśnialiśmy informację zawartą w sms i informowaliśmy, że szczegóły promocji są dostępne w regulaminie, doprecyzowaliśmy zasady, przekazywaliśmy link do opisu i regulaminu promocji.

Nasi klienci zwrócili nam uwagę na niezbyt jasne zasady zwrotów produktów. Inne były zawarte w regulaminie, a inne uzyskiwane od sprzedawców. W takiej sytuacji potwierdzaliśmy zasady opisane w regulaminie i bardzo dokładnie przedstawialiśmy wyjątki od tych zasad. Dodatkowo przeszkoliliśmy pracowników celem uniknięcia nieporozumień w przyszłości. Niejasne też były informacje o braku możliwości zwrotu produktu w danej promocji. W takich sytuacjach w pierwszej kolejności weryfikowaliśmy czy i w jakiej formie informacja o zwrotach pojawiła się podczas promocji. W następnej kolejności przesłaliśmy klientowi link do zasad promocji i regulaminu on line.

Uzyskaliśmy informacje o niejednoznacznej informacji o promocji zawartej w materiałach marketingowych w stosunku do warunków, o których Klient dowiadywał się finalizując zakupy przy kasie. W tym przypadku informowaliśmy o dostępności regulaminu od momentu startu promocji i odsyłaliśmy do strony z regulaminem promocji. Dodatkowo potwierdzaliśmy, że regulamin dostępny jest także w sklepach, a sprzedawcy na prośbę Klienta wyjaśniają wszelkie wątpliwości. Wskazywaliśmy, że na materiałach promocyjnych jest ważna informacja o tym, że szczegóły promocji są dostępne u sprzedawcy.

Kolejnym niedopatrzeniem był brak dat obowiązywania promocji na plakatach. W trybie ekspresowym zamieniono plakaty.

W raportowanym okresie nie było żadnych postępowań administracyjnych prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK. Nie zostały na nas nałożone żadne kary za niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach związanych z rzetelnością i etyką komunikacji marketingowej.

Średnio w ciągu roku zdarza się maksymalnie 5 przypadków technicznych związanych z rezygnacją z newslettera poprzez dedykowany link udostępniony przez sklep internetowy. W takiej sytuacji klient nie został skutecznie wykreślony z bazy i otrzymał od nas kolejną informację promocyjną. Każdy problem był rozpatrzony indywidualnie i w trybie natychmiastowym skutecznie rozwiązany (wypisany w formie manualnej) przez pracowników Biura Obsługi Klienta.

W sprawie dotyczącej wycieku lub nieuprawnionego wykorzystania danych osobowych czy to klientów czy pracowników nie było prowadzone żadne postępowanie przeciwko GK REDAN. Nie zapłaciliśmy żadnych kar związanych z niezgodnością z prawem i regulacjami w kwestiach związanych z ochroną danych osobowych.

GK REDAN w latach 2016 i 2017 prowadziła pomiar satysfakcji klientów poprzez udział w konkursach i licznych plebiscytach. Nasza marka TOP SECRET w roku 2016 uzyskała **2 miejsce** w kategorii odzież, w plebiscycie Top Avanti, a także otrzymała nominacje do nagrody Doskonałość Mody Twojego Stylu za kolekcję jesień/zima 2016. W roku 2017 po raz kolejny otrzymała nagrodę "Doskonałość Mody Twojego Stylu 2017" w kategorii polska marka popularna za kolekcję JESIEŃ/ ZIMA 2017 oraz **1 miejsce** w kategorii odzież w plebiscycie Top Avanti.

W 2017 r. Redan SA **wyróżniony** został w rankingu „Gazele Biznesu” wśród najbardziej dynamicznie rozwijających się firm wg dziennika Puls Biznesu.

2.2. ZRÓWNOWAŻONA OFERTA

Tworząc naszą ofertę zwracamy szczególną uwagę na to, aby była ona możliwie najbardziej zrównoważona. Podejmujemy szereg działań, dzięki którym nasze produkty są coraz bardziej przyjazne środowisku, monitorujemy działania naszych dostawców, jakość wykorzystywanych materiałów do produkcji, dbamy aby oferowane przez nas produkty spełniały normy bezpieczeństwa i jakości.

Oznakowanie produktów to informacja dla naszych klientów o najważniejszych właściwościach oferowanych towarów. Na rynku modowym, standardowo wszystkie nasze towary posiadają następujące oznaczenia:

1. Rozmiar
2. Kraj pochodzenia
3. Opis towaru
4. Skład surowcowy
5. Skład surowcowy podszewki (jeżeli występuje)
6. Warunki konserwacji w różnych językach
7. Numer artykułu
8. Kod kreskowy
9. EAN

Dodatkowo, na mocy procedur wewnętrznych, każdy produkt lub próbka przychodzące do firmy podlegają wewnętrznej rejestracji w systemie IT, w którym odnotowujemy:

1. Konstruktora (przy okazji sprawdzamy rozmiary, rozmiarówkę, krój, wykonanie)
2. Projektanta
3. Grafika
4. Kontrolera jakości (wrywkowo sprawdzając około 30% modeli wskazanych przez zespoły produktowe)

Upewniając się, że dostarczone produkty spełniają określone normy jakościowe, każdorazowo prosimy dostawców o potwierdzenie składu surowcowego dla 100% produktów.

W przypadku rynku dyskontowego, każda dostawa, która jest przyjmowana na magazyn centralny podlega weryfikacji jakościowej oraz weryfikacji do kart produktu. Wcześniej takie informacje potwierdza kupiec przy negocjacjach danego asortymentu. Weryfikowane są przepisy prania, składy surowcowe, zgodność produktu z zamówieniem kupieckim, kody oraz kody EAN. Każda kategoria w naszej sieci posiada oznaczenia, bez których nie moglibyśmy dopuścić danego produktu do obrotu. Przykładowo, odzież musi posiadać przepisy prania, składy surowcowe, etykietę z nazwą dystrybutora, kraj pochodzenia, nazwę w języku polskim, słowackim i rumuńskim, kody systemowe, kody numeryczne oraz kod kreskowy.

GK REDAN w niezwykle odpowiedzialny sposób kształtując swoją ofertę produktów w szczególności uwzględnia potrzeby oraz bezpieczeństwo swoich klientów. Pomimo, że GK REDAN zobowiązuje swoich dostawców do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa UE i krajowego dotyczącego oznakowania towarów i zamieszczania na nich przewidzianych prawem informacji, to w raportowanym okresie pojawiły się niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu.

W raportowanym okresie liczba przypadków naruszenia procedur dotyczących bezpieczeństwa produktów i usług dla GK REDAN wynosiła 9 i jest to znaczący spadek w stosunku do roku 2016 (21 razy). Liczba przypadków niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu na rynku modowym spadła z 12 w roku 2016 do 7 w roku 2017. Natomiast na rynku dyskontowym znacząco wzrosła z 56 w roku 2016 do 189 w roku 2017. Tak wysoki wzrost został spowodowany 130 przypadkami niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktów na Słowacji. Wprowadziliśmy niezbędne zmiany w naszych procesach i oznaczenia produktów na rynkach zagranicznych także są już prawidłowe.

W 2017 roku prowadzono 34 postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółkom z GK REDAN związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu (jedno na rynku modowym i 33 na rynku dyskontowym). Jest to znaczny wzrost do roku 2016 w którym odnotowano 14 postępowań. W wyniku tych postępowań Spółka zapłaciła kary: 3500 LEI i 48000 Kč w roku 2016 oraz 700 zł, 16500 LEI, 500 EURO i 5000 Kč w roku 2017.

Tabela nr 6. Wskaźniki dotyczące niezgodności produktów

wskaźnik	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
	rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
Liczba przypadków naruszenia procedur dotyczących bezpieczeństwa produktów i usług		0	0	9	21	9	21
Liczba przypadków niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu		7	12	189	56	196	68
Liczba postępowań administracyjnych prowadzonych przeciwko Spółce związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu		1	0	33	14	34	14

Inspektoraty PIH kontrolowały GK REDAN w roku 2016 cztery razy. W pierwszej z nich, w której sprawdzano rzetelność obsługi poprzez dokonanie zakupu towaru, legalność i prawidłowe działanie oraz przepisy w zakresie uwidaczniania cen wypadł pozytywnie. Kolejna, w której klient zgłosił brak możliwości zwrotu towaru uznanego przez naszych pracowników za używany zakończyła się mediacją z konsumentem i ugodą. W kolejnej PIH miał wątpliwości co do niezgodności nazewnictwa włókien tekstylnych na metkach (spondex i poliester). W wyniku kontroli GK REDAN zobowiązała się do dostarczenia prawidłowych metek do towarów objętych postępowaniem. Ostatnia dotyczyła obowiązku przedsiębiorcy polegający na uwidacznianiu cen w sposób jednoznaczny niebudzący wątpliwości w stosunku do trzech partii wyrobów włókienniczych. W wyniku kontroli zapłacono karę 200 zł.

W 2017 roku przeprowadzono dwie kontrole PIH. Dotyczyły one zgodności opisu na metkach (skład produktu) z rzeczywistością oraz opisu składu materiałowego z opisem na metce w losowo wybranych produktach. Obie kontrole zostały zakończone wynikiem pozytywnym tzn. opisy na metkach były zgodne z rzeczywistością w 100%.

Przy tak licznym asortymencie w raportowanym okresie niestety nie uchroniliśmy się od błędów. Pojawiały się produkty, które były zakazane lub wywoływały kontrowersję. W 2016 roku pojawiła się w naszej ofercie odzież dziecięca (bluzka, sukienka, płaszcz, kurtka) posiadająca sznurki. W roku 2017 były to lalki, które zawierały przekroczony limit szkodliwego ftalanu i zawierające zbyt małe elementy. a także bluzy dziecięce oraz komplet niemowlęcy posiadające sznurki. Także zestaw pirata miał zaniżoną grubość folii opakowania. **Wszystkie te produkty natychmiast zostały wycofane ze sprzedaży.**

Nie odnotowano także postępowań, które we wskazanym okresie były prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK.

2.3. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM SPOŁECZNYM I ŚRODOWISKOWYM

Zarządzanie ryzykiem jest istotne dla dalszego rozwoju GK REDAN. System monitorowania ryzyka obejmuje wszystkie obszary funkcjonowania firmy. Regularnie analizujemy potencjalne zagrożenia dla bezpieczeństwa pracy i prowadzenia biznesu w kluczowych dla nas aspektach.

Poniżej wymieniliśmy naszym zdaniem najistotniejsze obszary ryzyka działalności pozafinansowej Spółki, które będą miały wpływ na skonsolidowane wyniki Grupy Redan w perspektywie co najmniej kolejnego okresu.

Ryzyko zmieniającego się rynku pracy

W Polsce zachodzą duże zmiany na rynku pracy, regularnie zmniejsza się bezrobocie (stopa bezrobocia spadła z 13,4% w grudniu 2013 r. do 6,6% w grudniu 2017 r.) co wzmacnia presję płacową i utrudnia pozyskanie pracowników. W tym obszarze występują również ryzyka: ograniczonych możliwości rekrutacji, niewłaściwego doboru pracowników, nieodpowiedniej alokacji i rozwoju zasobów ludzkich oraz odejść pracowników.

Wzrost kosztów pracy powoduje ryzyko zwiększenia kosztów działalności Grupy Redan, co może negatywnie wpłynąć na uzyskiwane wyniki finansowe a tym samym zdolność do realizowania zrównoważonego rozwoju. W celu przeciwdziałania temu ryzyku Grupa regularnie podejmuje działania służące zwiększeniu efektywności pracy, bądź wyeliminowaniu operacji nie przynoszących korzyści interesariuszom.

Dodatkowo uważamy, że środowisko pracy jest istotnym elementem, który pozwala budować więzi pomiędzy pracownikami i pracodawcą. Od wielu lat staramy się kreować taką kulturę organizacyjną, w której nasi pracownicy czują się szanowani i doceniani za swoje zaangażowanie i osiągnięcia. Chcemy, aby pracownicy oraz osoby ubiegające się o zatrudnienie postrzegali naszą firmę jako dobre miejsce pracy, dla którego warto poświęcić swój czas, wiedzę i doświadczenie.

Ryzyko wystąpienia zachowań dyskryminacyjnych

W każdym miejscu pracy istnieje ryzyko związane z występowaniem różnych form zachowań dyskryminacyjnych zarówno ze strony przełożonych, jak i pomiędzy pracownikami. Grupa zarządza tym ryzykiem poprzez stały monitoring wszelkich przejawów naruszania praw człowieka i zachowań dyskryminacyjnych oraz prowadzi szkolenia i akcje informacyjne w powyższym zakresie. Wszyscy pracownicy Grupy wobec których dopuszczono się dyskryminacji lub którzy są świadkami takich zdarzeń mają możliwość dochodzenia swoich praw.

Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry zarządzającej

Sukces Grupy Redan zależy w dużej mierze od jakości pracy wysoko wykwalifikowanej kadry kierowniczej, w tym zwłaszcza członków zarządu oraz dyrektorów najwyższego szczebla. Kadra menedżerska w Grupie Kapitałowej liczy ponad 100 osób. Dla GK REDAN, działającej na rynkach międzynarodowych, która uznaje, że pracownicy są najważniejszym ogniwem i kluczowym czynnikiem biznesowym ma ona szczególne znaczenie. Utrata kluczowych

pracowników może wywrzeć niekorzystny wpływ na działalność i wyniki finansowe Grupy Redan. Ryzyko ograniczane jest poprzez stosowanie polityki zrównoważonego rozwoju polegającej na budowaniu świadomości i kultury organizacyjnej otwartej na różnorodność, w której panuje atmosfera dialogu, otwartości, tolerancji i pracy zespołowej, i która przyczynia się do stworzenia takiego środowiska pracy, w którym każda zatrudniona osoba czuje się szanowana, doceniana i wspierana. Tworzymy kulturę organizacyjną w pełni wykorzystującą potencjał pracowników, ich różnorodne umiejętności, doświadczenia i talenty, prowadzące do zwiększenia efektywności pracy, budowy zaufania oraz przeciwdziałania dyskryminacji. Minimalizujemy ryzyka związane z utratą wartościowych pracowników. Wierzymy, że przynosi to wymierne korzyści i wpływa na rozwój oraz innowacyjność organizacji i w szczególności przyczynia się do jej sukcesu. Ponadto stosujemy atrakcyjny system motywacyjny dla kluczowych kierowników jak i nieustanne poszukiwanie osób mogących wnieść dodatkowy know how do Grupy.

Ryzyko naruszania praw człowieka

Rynek odzieżowy jest konkurencyjny i wymaga ciągłego poszukiwania sposobów na ograniczenie kosztów wytworzenia. Podobnie jak nasi główni konkurenci, Grupa Redan zleca produkcję firmom zlokalizowanym w państwach o niższych kosztach wytwarzania (m.in. Chiny, Bangladesz, Indie). Jest to typowy model biznesowy w zakresie produkcji odzieży czy akcesoriów. Aktualnie Grupa współpracuje z kilkudziesięcioma partnerami realizującymi na zlecenie produkcję odzieży pod markami własnymi dla części modowej. Szybko rośnie także import bezpośredni dla sieci TXM textilmarket.

Taka współpraca wiąże się z ryzykiem etycznym w związku z niskimi standardami pracy w krajach rozwijających się. Staramy się je minimalizować prowadząc regularne audyty wśród naszych dostawców pod kątem przestrzegania praw człowieka (w szczególności zakazu pracy dzieci lub pracy przymusowej), praw pracowniczych i innych kwestii dotyczących dbałości o środowisko naturalne lub BHP. Monitorowanie usprawnień jest dla nas bardzo istotne, dlatego z roku na rok liczba przeprowadzanych audytów będzie rosła. Wracamy do tych samych fabryk upewniając się, że wdrożono nasze zalecenia. Zawierając nowe kontrakty, do umów załączamy odpowiednie klauzule zobowiązujące kontrahentów do działania w sposób odpowiedzialny i etyczny. W ten sposób mamy wpływ na polepszanie się warunków zatrudnienia w firmach, z którymi podejmujemy długofalową współpracę.

Ryzyko wystąpienia działań korupcyjnych

Ważnym ryzykiem w zakresie etyki jest możliwość wystąpienia działań korupcyjnych. W GK REDAN obowiązuje zasada „Zero tolerancji dla korupcji we wszystkich formach i przejawach”. Żaden pracownik, członek Zarządu, Rady Nadzorczej ani inny przedstawiciel spółki GK Redan SA nie może uczestniczyć w działaniach mogących prowadzić do naruszenia krajowego oraz/lub zagranicznego prawa antykorupcyjnego. W ramach przeciwdziałaniu temu ryzyku wdrożyliśmy Politykę Zrównoważonego Rozwoju Grupy Kapitałowej Redan, zobowiązując swoich pracowników i kontrahentów do jej przestrzegania, w których kwestie te są uregulowane. Oferujemy możliwość anonimowego zgłaszania naruszeń w tych obszarach.

Ryzyko niewłaściwej komunikacji z interesariuszami

Rynek odzieżowy podlega zmianom mody, co zmusza firmy do ciągłego podążania za zmieniającymi się tendencjami. Ewentualne niedopasowanie oferty asortymentowej do oczekiwań klientów stwarza ryzyko powstania zapasów trudno zbywalnych, czy też ich sprzedaży

po znacznie obniżonych cenach. Jednym z działań minimalizujących to ryzyko jest prowadzenie regularnej komunikacji z klientami za pomocą stron www jak i mediów społecznościowych, podczas której można na bieżąco poznawać opinie, na temat oferty asortymentowej oraz obsługi przed i po sprzedażowej. Ponadto GK Redan prowadzi rzetelne działania promocyjne, nie podając klientom lub innym osobom trzecim fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji. Pracownicy promują produkty w oparciu o obiektywne standardy, nie zniekształcając ich opisów czy właściwości.

W ramach prowadzonej działalności spółki z Grupy Kapitałowej posiadają zawarte umowy kredytowe, umowy o linie akredytywowe i gwarancyjne. Często posiadają one zamkniętą listę zobowiązań oraz przypadków naruszenia. Naruszenie lub niedotrzymanie zobowiązań wobec instytucji finansowych miałyby negatywny wpływ nie tylko na wyniki osiągnięte przez Grupę Redan, ale także na wizerunek Grupy i zaufanie jej interesariuszy do Spółki. W celu przeciwdziałania temu czynnikowi ryzyka Grupa prowadzi otwartą komunikację z głównymi partnerami finansowymi regularnie wypełniając wszystkie zobowiązania sprawozdawcze oraz informując ich z wyprzedzeniem o znanych zmianach w prowadzonej działalności.

Umowy franczyzowe dotyczące sklepów Top Secret zawierane są na czas nieokreślony i strony mają możliwość ich rozwiązania z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia. Wypowiedzenie w krótkim okresie istotnej liczby umów przez franczyzobiorców mogłoby spowodować pogorszenie wyników finansowych Grupy Redan. W celu przeciwdziałania temu ryzyku Grupa stale prowadzi monitoring rynku franczyzowego i wprowadza zmiany do swojej oferty dla potencjalnych franczyzobiorców, aby zapewnić, że będzie ona dla nich stale atrakcyjna. Dodatkowo Grupa utrzymuje stałe kontakty z franczyzobiorcami budując trwale relacje oparte na przyjaźni i zaufaniu.

W znaczącej części zakupu towarów Grupa Redan korzysta z odroczonej terminowości płatności wobec dostawców. Istnieje ryzyko ograniczenia przez poszczególnych dostawców limitów kredytów kupieckich przyznanych spółkom z Grupy Redan. Zmaterializowanie się takiego ryzyka na większą skalę może wiązać się z trudnościami w pozyskiwaniu atrakcyjnego produktu oraz pogorszeniem płynności Grupy. W celu przeciwdziałania takiemu ryzyku Grupa zapewnia obiektywne kryteria wyboru dostawców i uczciwe warunki dostaw oraz zasady etyki we współpracy, co ma odzwierciedlenie w regulacjach wewnętrznych. Ponadto utrzymuje stałe kontakty z wieloma dostawcami w różnych krajach dbając o jak najlepsze relacje z nimi.

Ryzyko środowiskowe

Coraz częściej ryzyko środowiskowe staje się istotnym zagrożeniem dla wartości aktywów spółek notowanych na giełdach. Wiąże się ono z negatywnym oddziaływaniem na środowisko naturalne i nadmierną eksploatacją surowców. Zarządzanie tym ryzykiem oznacza znalezienie sposobów ograniczenia bądź łagodzenia negatywnego wpływu działalności GK Redan na środowisko. Poddaliśmy analizie źródła generowania przez nas zanieczyszczeń środowiska i podjęliśmy działania naprawcze. Największym źródłem zanieczyszczeń w naszej działalności są odpady po opakowaniach (folia i karton). Odpady zwykłe i odpady niebezpieczne przekazujemy specjalistycznym firmom, które poddają je utylizacji. Ponadto, stale prowadzimy działania mające na celu ograniczenie ilości powstających odpadów. Od wielu lat wykorzystujemy materiałowe torby wielorazowego użytku do transportu towarów do sklepów, co pozwala wyeliminować kartony o znacznie krótszym cyklu życia. W 2017 wprowadziliśmy w magazynach zabezpieczenia taśmowe na paletach, co pozwala wyeliminować istotną część zużywanej folii stretch.

Ryzyko związane z prawami własności intelektualnej osób trzecich

Grupa Redan w ramach prowadzonej działalności zaopatruje się u swoich dostawców, w celu dalszej sprzedaży, w produkty, z którymi mogą być związane prawa własności przemysłowej i intelektualnej osób trzecich, w tym takie, o których Grupa może nie mieć wiedzy. Podobna sytuacja dotyczy praw do materiałów promocyjnych – np. zdjęć.

Pomimo, że dokładamy starań w celu eliminacji ryzyka naruszenia cudzych praw własności intelektualnej, nie można wykluczyć, iż przeciwko podmiotom z Grupy będą wysuwane w związku z tym przez osoby trzecie roszczenia dotyczące naruszenia praw własności przemysłowej i intelektualnej, takich jak prawa autorskie, prawa do wzorów przemysłowych, prawa do znaków towarowych, itp. Wysłunięcie roszczeń tego typu w przyszłości, nawet jeżeli będą one bezzasadne, może się wiązać z koniecznością zawieszenia sprzedaży towaru, którego zgłoszone roszczenia dotyczą lub nawet jego wycofanie ze sprzedaży, a także ponoszenia dodatkowych kosztów, w tym kosztów postępowania sądowych oraz kosztów ewentualnych odszkodowań za naruszenie praw własności intelektualnej lub przemysłowej.

Na bieżąco w kontraktach z naszymi dostawcami odbieramy ich oświadczenia o braku naruszenia praw własności intelektualnej oraz monitorujemy wykorzystanie materiałów promocyjnych w celu ograniczenia tego ryzyka.

2.4. ETYCZNE ZARZĄDZANIE

GK REDAN jest podmiotem działającym na detalicznym rynku odzieżowym w sposób profesjonalny i odpowiedzialny. Nasz sukces i reputacja nie zależą wyłącznie od jakości naszych towarów, ale również od tego w jaki sposób prowadzimy działalność. Dlatego w 2017 roku wprowadzona została **Polityka Zrównoważonego Rozwoju GK REDAN**. W tym dokumencie zostały zawarte kluczowe wartości i zasady, którymi powinien kierować się każdy pracownik GK REDAN SA, aby zapewnić funkcjonowanie GK REDAN SA nie tylko w sposób zgodny z prawem, ale również uczciwy i etyczny.

Reguluje on obszary wartości etycznych obowiązujących we wszystkich aspektach działalności GK REDAN SA. Opisuje przyjęte zasady postępowania, upowszechnia i promuje kulturę przestrzegania obowiązującego prawa, podejmowania decyzji w oparciu o kryteria etyczne, z poszanowaniem praw dostawców, klientów, pracowników i konkurencji. Zasady te obowiązują wszystkich pracowników GK REDAN SA, a ich nieprzestrzeganie może stanowić naruszenie obowiązków pracowniczych. Pracownicy poświadczają zapoznanie się z tymi zasadami i zobowiązują do ich stosowania poprzez podpisanie właściwego oświadczenia.

Polityka antymobbingowa i polityka antydyskryminacyjna są częścią polityki zrównoważonego rozwoju GK Redan. Relacje w GK REDAN opierają się na równości szans we wszystkich procesach, a w szczególności rekrutacji, oceny wyników pracy, awansu, rozwoju zawodowego. Przeciwdziałamy jakimkolwiek formom dyskryminacji, szczególnie ze względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy. GK REDAN przeciwdziała jakimkolwiek zachowaniom noszącym znamiona mobbingu czy znieważania. W raportowanym okresie nie zgłoszono żadnego przypadku dyskryminacji, mobbingu, molestowania seksualnego itp.

Nadzór nad należytym przestrzeganiem zasad Polityki Zrównoważonego Rozwoju Grupy

Kapitałowej Redan powierzyliśmy Dyrektorowi Działu HR Redan SA.

Każdy przypadek, który zdaniem pracownika może nosić miano naruszenia zasad etyki, zobowiązuje go do niezwłocznego przesłania zgłoszenia w formie bezpośredniej rozmowy lub na adres email: etyka@redan.com.pl. Zgłoszenie może zostać dokonane w formie anonimowej. Każde zgłoszenie ma charakter poufny. Osoba zgłaszająca naruszenie, która nie chce, aby ujawniono jej dane, ma zapewnioną anonimowość, a sam proces wyjaśniania otrzymanej informacji jest prowadzony dyskretnie. W raportowanym okresie nie wpłynęła żadna skarga dotycząca potencjalnych naruszeń standardów etycznych.

Większość dużych firm nie mogłoby poprawnie funkcjonować bez dobrze zaprojektowanego łańcucha dostaw. Bezwzględnie działamy odpowiedzialnie w zakresie międzynarodowego handlu, zgodnie z uznanymi przez Polskę porozumieniami, zobowiązujemy się do przestrzegania panującego w innych krajach prawa, a także respektujemy tradycje i kulturę każdego kraju, w którym działamy. Przestrzegamy regulacji prawnych, w tym dotyczących zawierania i realizacji umów, a relacje z naszymi dostawcami oparte są na wzajemnym szacunku i zaufaniu. Decyzje zakupowe opieramy wyłącznie na kryteriach jakości, ceny, form i terminów płatności, parametrach technicznych i przydatności towarów.

Ponieważ nie posiadamy własnych fabryk produkcyjnych bazujemy na współpracy z krajowymi i zagranicznymi dostawcami towarów. Zamówienia i produkcja to kluczowe fazy naszego łańcucha dostaw. Odpowiedzialne podejście do zarządzania łańcuchem dostaw jest traktowane przez nas priorytetowo, a wybór partnerów jest zatem niezwykle istotny. Od naszych dostawców oczekujemy poszanowania dla wyznawanych przez nas wartości, takich jak poszanowanie praw człowieka, praw pracowniczych i środowiska naturalnego.

Podejmując współpracę z nowymi dostawcami, od 2017 roku, wszystkie długoterminowe umowy ramowe podpisywane w segmencie modowym zawierają klauzule, które zobowiązują naszych współpracowników do przestrzegania Polityki Zrównoważonego Rozwoju GK Redan, poszanowania praw człowieka, z uwzględnieniem zakazu pracy dzieci i pracy przymusowej, unikania wszelkich form dyskryminacji, molestowania i innych podobnych nadużyć, poszanowania środowiska naturalnego, przestrzegania podstawowych zasad bezpieczeństwa i higieny pracy, przestrzegania przepisów prawa, przestrzegania prawa do zrzeszania się, podejmowania działań antykorupcyjnych. W 2017 roku podpisaliśmy 31 umów ramowych, w tym z dostawcami z: Bangladeszu (15 umów), Chin (10 umów), z Pakistanu (5 umów) oraz z Indii (1 umowa). Podobne klauzule zostały wprowadzone również w segmencie dyskontowym od lutego 2018 roku.

Mimo, że nie wszystkie umowy ramowe zawierają deklaracje dostawców o przestrzeganiu podstawowych wartości etycznych, regularnie prowadzimy audyty w fabrykach naszych głównych kontrahentów, aby upewnić się, że warunki pracy i produkcji spełniają nasze oczekiwania. Służą to również budowaniu i utrzymywaniu dobrych relacji z naszymi dostawcami oraz tworzeniu coraz bardziej zrównoważonego łańcucha dostaw. Regularnie poddajemy ocenie naszych dostawców pod względem terminowości dostaw, ceny oraz ogólnej jakości dostarczanych towarów, a także przestrzegania wartości etycznych, ponieważ chcemy współpracować z najlepszymi partnerami biznesowymi.

W 2017 roku istotnie zwiększyliśmy ilość przeprowadzanych audytów u naszych dostawców.

Tabela nr 7. Łączna liczba audytów przeprowadzanych u dostawców

	2017	2016
CHINY	161	47
BANGLADESZ	139	36
POLSKA	3	3
INDIE	15	0
Razem	318	86

Znalezienie dostawców, którzy w pełni spełniają wszystkie nasze oczekiwania i standardy jest bardzo trudne. W trakcie przeprowadzonych audytów najczęstszym problemem okazało się poszanowanie środowiska naturalnego. W 2017 roku stwierdziliśmy aż 76 przypadków naruszenia przepisów ochrony środowiska. W tych przypadkach zwróciliśmy się do podwykonawców o wprowadzenie odpowiednich procedur środowiskowych. Naszym zdaniem wykrywanie nieprawidłowości jest bardzo ważne, ale monitorowanie usprawnień jest równie istotne, dlatego w kolejnym roku ponownie przeprowadzamy audyt, upewniając się, że wdrożono nasze zalecenia. Co ważne, nie stwierdziliśmy przypadków pracy dzieci ani pracy przymusowej. Takie przypadki nie zostały do nas również zgłoszone.

W 2018 roku zamierzamy wprowadzić nowy, bardziej szczegółowy formularz audytowy oraz zwiększyć ilość kontroli u podwykonawców i dostawców w segmencie dyskontowym.

GK REDAN jest i będzie przeciwna wszelkim formom pracy przymusowej lub obowiązkowej, pracy dzieci oraz dyskryminacji w zakresie zatrudnienia i pracy. Zapewniamy równość szans w zatrudnianiu i rozwoju w organizacji.

W raportowanym okresie nie przeprowadzono osobnych szkoleń obejmujących obszar etyczny. Takie szkolenie on-line przygotowane jest na II kwartał 2018 roku.

Przeciwdziałanie korupcji

W GK REDAN obowiązuje zasada „Zero tolerancji dla korupcji we wszystkich formach i przejawach”. Żaden pracownik, członek Zarządu, Rady Nadzorczej ani inny przedstawiciel spółki GK Redan SA nie może uczestniczyć w działaniach mogących prowadzić do naruszenia krajowego oraz/lub zagranicznego prawa antykorupcyjnego.

Oczekujemy od swoich pracowników i przedstawicieli, że będą dokładać wszelkich starań w celu dokładnego poznania partnerów biznesowych Grupy Redan i zastosują środki ostrożności w celu przestrzegania prawa antykorupcyjnego oraz zapobiegania wszelkim formom korupcji. W szczególności Pracownicy GK Redan oraz członkowie ich rodzin nie mogą przyjmować ani żądać od obecnych lub potencjalnych klientów i dostawców korzyści materialnych, prezentów, zaproszeń oraz innych świadczeń, które mogą wpłynąć na podejmowane przez nich decyzje. Wyjątkiem są prezenty, które mają znikomą wartość materialną i nie przekraczają ogólnie przyjętych na danym rynku zwyczajów, nie mają wpływu na realizowane zadania i decyzje, nie obligują do wzajemności lub są to upominki reklamowymi, firmowymi, wręczonymi oficjalnie lub publicznie. Jeśli to możliwe, otwieranie upominków powinno odbywać się publicznie. Polityka Zrównoważonego Rozwoju GK REDAN jednoznacznie określa te zasady. Wszystkim pracownikom zabrania się oferowania partnerom biznesowym płatności, prezentów, zaproszeń

i innych świadczeń mających na celu uzyskanie przez oferującego jakichkolwiek korzyści biznesowych, za wyjątkiem zwyczajowo przyjętych upominków, głównie korporacyjnych, o znikomej wartości materialnej. We wszystkich wątpliwych sytuacjach dotyczących przyjmowania korzyści materialnych lub korzystania z oferowanych atrakcji, należy skonsultować się z bezpośrednim przełożonym.

W przypadku, kiedy pracownik otrzymuje ofertę korupcyjną, niezwłocznie musi poinformować o tym fakcie przełożonego i sporządzić notatkę służbową.

Pomimo, że wszyscy postępujemy zgodnie z zasadami etyki w biznesie i nie dopuszczamy do takiej interpretacji przepisów prawa i zasad, które spowodowałyby uzyskanie korzyści własnych to uważamy, że na działania korupcyjne narażone są wszystkie obszary prowadzonego biznesu, (np.: dział handlowy, dział marketingu czy IT). Na szczególną uwagę zasługuje obszar dopuszczenia do sprzedaży produktów, efektem, którego może nastąpić czerpanie korzyści majątkowych przez pracowników związanych z tą częścią biznesu. Szczególnie zagrożony zachowaniami korupcyjnymi jest obszar Chin, Pakistanu i Indii w trakcie finalnych inspekcji jakości przed wysłaniem towaru. Dostawcy chcąc ukryć błędy wykryte przez kontrolerów, mogą zaproponować im gratyfikacje finansową za przedstawienie towaru jako wolnego od wad lub też znalezione wady zostaną zakwalifikowane do akceptowalnego przez nas poziomu AQL. Obszar Bangladeszu narażony jest na działania korupcyjne we wszystkich obszarach działań biznesowych.

GK REDAN dbając o swoich pracowników wprowadziła system informowania bezpośredniego przełożonego o każdym przypadku zaistnienia jakichkolwiek działań korupcyjnych. Wszystkie prezenty przekazane pracownikom GK REDAN, które mogłyby zostać uznane za znamiona korupcji są przekazywane organizacjom non profit.

W roku 2016 zgłoszono i potwierdzono dwa przypadki zachowań noszących znamiona korupcji. Jeden w Bangladeszu, jeden w Chinach. W jednym sam dostawca zgłosił informację o zachowaniu korupcyjnym swojego pracownika w zamian za złożenie zamówień. W drugim przypadku nasz pracownik-kupiec zgłosił, że dostawca z Chin zaproponował mu gratyfikację finansową, w zamian za lokowanie zamówień u tego dostawcy. We wszystkich przypadkach odbyły się spotkanie z całym zespołem. Przedstawiono na nich szczegółowe instrukcje jak należy postępować w przypadku zaproponowania „łapówki”.

W roku 2017 tylko jeden taki przypadek odnotowano w Bangladeszu. Nasz kluczowy dostawca padł ofiarą ataku hakerskiego. Podszywając się pod niego próbowano pozyskać zamówienia. Z pomocą naszego pracownika w Bangladeszu pomogliśmy odzyskać dane i zabezpieczyć system informatyczny naszego dostawcy.

W roku 2017 została stworzona mapa ryzyk korupcyjnych tzn., że oznaczono miejsca i procesy najbardziej podatne na ryzyko korupcji. Efektem było opracowanie polityki antykorupcyjnej, w której zostały zdefiniowane zasady m.in. wręczania i przyjmowania prezentów oraz dotyczące konfliktu interesów. W roku 2018 planowane jest zakończenie opracowania i wprowadzenia e-learningowego szkolenia poświęconego politykom i procedurom antykorupcyjnym.

Szanujemy zasady wolnego rynku

W latach 2016 i 2017 nie były podjęte żadne kroki prawne wobec organizacji dotyczące przypadków **naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych czy ich skutków**. Nie było też żadnych sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami. W raportowanym okresie nie były prowadzone przeciwko GK REDAN żadne postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK. Nie zapłaciliśmy też kar finansowych związanych **zachowaniami antykonkurencyjnymi i antyrynkowymi**.

W 2016 roku GK REDAN (TXM) zapłaciła karę finansową, w wysokości 37.524 zł oraz pokryła koszty procesu za sprzedawanie przez TXM koszulek typu T-shirt ze wzorem graficznym „THE REBELS FROM UNDERGROUND” i „afrotica promotes you&you promotes this styles”, który bezprawnie naśladował jego wzór. Koszulki te zostały zakupione bezpośrednio od kontrahenta, który zapewniał, że w rzeczywistości to on jest autorem spornego nadruku i to jemu przysługują zarówno osobiste jak i majątkowe prawa autorskie. W związku z wynikiem postępowania GK REDAN podejmuje kroki prawne mające na celu odzyskanie od kontrahenta kwoty 76.242,51, tytułem naprawienia szkody.

3. KAPITAŁ LUDZKI – KLUCZOWĄ INWESTYCJĄ

Najcenniejszym kapitałem GK REDAN - niezbędnym dla jej rozwoju i sukcesu, są ludzie. Wierzymy, że to wiedza, doświadczenie, kompetencje, motywacja i zaangażowanie współpracowników prowadzi do wzrostu efektywności firmy a tym samym zapewni jej sukces.

Celem polityki zasobów ludzkich GK REDAN jest stworzenie środowiska pracy, w którym każdy współpracownik bez wyjątku niezależnie od płci, koloru skóry, wieku, języka, wyznania, poglądów politycznych, narodowości itd. Będzie traktowany z szacunkiem i doceniany, w którym każdy będzie mógł zrealizować swój potencjał.

Politykę zarządzania kapitałem ludzkim opieramy na zapewnieniu optymalnych warunków pracy i możliwości rozwoju potencjału pracowników. Stwarzamy im możliwości rozwoju i awansu, poprzez udział w szkoleniach oraz programach rozwojowych. Kierujemy się wartościami niezależnie od zmieniającej się sytuacji na rynku pracy. Pragniemy, aby nasi pracownicy wiązali się z firmą na długie lata i razem z nią rozwijali swoje kompetencje. Stabilna praca w dynamicznie rozwijającej się Grupie Kapitałowej o międzynarodowym zasięgu działalności, atrakcyjne wynagrodzenie, system motywacyjny, możliwość rozwoju kompetencji zawodowych, realizacja ambitnych wyzwań oraz projektów wynikających z rozwoju firmy oraz współpraca w zróżnicowanym środowisku biznesowym to tylko niektóre z wartości przez nas proponowane. Jesteśmy bardzo konsekwentni w swoich działaniach i utrzymujemy wysokie standardy HR.

Ważnym elementem budowania sukcesu firmy jest różnorodność jej zespołu. Staje się źródłem innowacyjnych, oryginalnych i nietuzinkowych rozwiązań. Sprzyja też wzajemnemu uczeniu się, które bez wątpienia jest ogromną siłą organizacji. Ważnym elementem jest także stworzenie dobrej atmosfery pracy. Wpływa ona na zadowolenie z miejsca pracy, co przekłada się na motywację pracowników i buduje ich więź.

GK REDAN prowadzi działalność z poszanowaniem norm międzynarodowych:

- Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka z 1948 r.;

- Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotycząca podstawowych zasad i praw w pracy
- Wytycznych OECD;
- Międzynarodowego Paktu ONZ - Global Compact.

Troskę o nasz kapitał ludzki powierzyliśmy Dyrektorowi HR Redan SA. W jego gestii jest:

- prognozowanie potrzeb w zakresie rozwoju zasobów ludzkich niezbędnych do realizacji celów GK REDAN i jej stabilnego wzrostu;
- rekrutacja pracowników poprzez poszukiwanie kandydatów i ich zatrudnianie;
- integracja nowozatrudnionych pracowników - przekazanie niezbędnych informacji na temat funkcjonowania i kultury organizacji oraz pomoc w adaptacji w nowym środowisku;
- szkolenia - odpowiadanie na potrzeby danego działu i indywidualne współpracowników;
- budowanie i rozwijanie kompetencji zawodowych pracowników;
- nagradzanie i motywacja pracowników - tworzenie systemów motywacyjnych w celu zachęcania pracowników do większego zaangażowania.

Ponadto prowadzimy niezwykle transparentną politykę zatrudnienia, zmian stanowiskowych i rozwiązywania umów o pracę, w sposób zrozumiały informuje pracowników o ich prawach i obowiązkach związanych ze stosunkiem pracy oraz dbamy o rozwój zawodowy pracowników, szczególnie poprzez współfinansowanie szkoleń, kursów i innych form podnoszenia kwalifikacji zawodowych.

3.1. DOBRE MIEJSCE PRACY

Sukces GK REDAN budują pracownicy poprzez swoją pracę i zaangażowanie w realizację celów. Aby mogli tego dokonać powinni znać te cele, rozumieć, dokąd zmierza firma, wiedzieć jaką rolę w tym procesie odgrywa każdy z nich. Powinni rozumieć, w jaki sposób ich działania, przekładają się na realizację celów, dobro firmy i wszystkich współpracowników. Relacje z innymi pracownikami powinny cechować szacunek, życzliwość, otwartość i wysoka kultura. Służy temu komunikacja wewnętrzna, która w GK REDAN realizowana jest za pomocą nowoczesnych i tradycyjnych kanałów komunikacji. Grupa prowadzi udokumentowany dialog, w formie cyklicznych, sformalizowanych spotkań, mających na celu omówienie wzajemnych oczekiwań oraz charakter najczęściej podnoszonych kwestii i sposobu ustosunkowania się do nich przez władze spółki.

Naszym zdaniem najskuteczniejsza komunikacja to komunikacja bezpośrednia pomiędzy współpracownikiem i jego przełożonym oparta na szacunku, wzajemnym słuchaniu, odpowiedzialności i dotrzymywaniu przyjętych zobowiązań. Poprzez dialog z przełożonym, ma możliwość zgłaszania swoich opinii oraz kwestii drażliwych.

Ponadto wszelkie informacje przekazywane są za pomocą tablic ogłoszeń, broszur oraz akcji plakatowych. Do nowoczesnych narzędzi wykorzystywanych przez GK REDAN należą mailing, newsletter, intranet i portal społecznościowy, który służy do przekazywania informacji, dzielenia się wiedzą i dobrymi praktykami. Tam też następuje wymiana poglądów i opinii. Wydajemy także TXM Ekspres (biuletyn informacyjny TXM) skierowany do wszystkich naszych współpracowników.

Procesy	briefy
----------------	--------

	zebrania spotkania indywidualne
kanały tradycyjne	tablice ogłoszeń broszury akcje plakatowe
kanały nowoczesne	mailingi newsletter portal społecznościowy intranet
publikacje	TXM Ekspres

3.2. ZATRUDNIENIE

W raportowanym okresie zatrudnienie w GK Redan nieznacznie spadło z 1 514 (liczby pracowników liczonej w etatach) w 2016 roku do 1 321 w roku 2017. Zmiana ta jest widoczna szczególnie na rynku dyskontowym, gdzie zatrudnienie spadło z 1 243 osób (2016r.) do 1 031 osób (2017 r.). Jest to związane z kontynuowanym procesem zmiany modelu prowadzenia sklepów TXM – w 2017 r. rosła liczba sklepów przekazanych w zarządzanie agentom, czyli osobom, które w ramach swojej działalności gospodarczej świadczą TXM SA usługi obsługi sklepu. Agenci zatrudniają pracowników pracujących w obsługiwanych przez nich sklepach.

Na rynku modowym zatrudnienie zwiększyło się o niecałe 10 etatów. Widać wyraźną różnicę pomiędzy rynkami modowym i dyskontowym w liczbie pracowników – znacznie większą niż różnica w liczbie sklepów (sklepów TXM jest około 2 razy więcej niż sklepów Top Secret, a pracowników w segmencie dyskontowym jest ponad 3 razy więcej). Jest to konsekwencją faktu, że w segmencie modowym znacząca liczba sklepów jest prowadzona przez franczyzobiorców, którzy zatrudniają pracowników sklepów we własnym zakresie. A prowadzenie sklepów własnych Top Secret jest praktycznie w całości powierzone agentom. Dlatego pracownicy na rynku modowym to przede wszystkim osoby pracujące w centrali oraz w magazynie.

Pracownicy GK REDAN zgodnie z tendencją branży odzieżowej to przede wszystkim kobiety. Tendencja ta jest szczególnie widoczna na rynku dyskontowym, na którym kobiety stanowią ponad 90% zatrudnionych pracowników. O takiej strukturze decydują w znaczącym stopniu pracownice pracujące w sklepach.

Tabela nr 8. Liczba pracowników w przeliczeniu na etaty według płci na koniec okresu sprawozdawczego

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
liczba kobiet	211	195	936	1 135	1 147	1 330
<i>udział kobiet</i>	73%	69%	91%	92%	87%	88%
liczba mężczyzn	79	85	95	99	174	184
<i>udział mężczyzn</i>	27%	31%	9%	8%	13%	12%
razem	290	280	1 031	1 234	1 321	1 514

Na obu rynkach w 2017 r. dominowali pracownicy w wieku od 25 do 35 lat. Ich liczba jednak – za sprawą segmentu dyskontowego – zmniejszyła się najszybciej. Rośnie za to liczba pracowników powyżej 45 roku życia.

Tabela nr 9. Liczba pracowników według wieku w etatach na koniec okresu sprawozdawczego

przedziały wiekowe	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
	rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
do 25 lat		30	29	259	302	289	331
25-35 lat		135	138	385	520	521	658
36-45 lat		80	73	258	298	339	371
46+ lat		44	41	129	113	173	154
Razem		290	280	1 031	1 234	1 321	1 514

Dominującym rodzajem umowy, którą pracownicy są związani ze spółkami z Grupy Redan są umowy o pracę. W 2017 r. nieznacznie przeważała liczba umów o pracę na czas określony niż na czas nieokreślony, aczkolwiek liczba tych pierwszy się zwiększa, a tych drugich – zmniejsza. Nieznacznie zwiększyła się liczba osób współpracujących z Grupą Redan w oparciu o umowy cywilnoprawne (umowy zlecenia, kontrakty managerskie, umowy o dzieło i umowy o świadczenie usług). Zmniejszyła się za to wyraźnie liczba osób współpracujących za pośrednictwem agencji pracy tymczasowych. Jest to szczególnie widoczne w segmencie dyskontowym.

Tabela nr 10. Liczba pracowników w etatach wg typu umowy oraz wg płci na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.1)

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
		rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
umowa o pracę na czas nieokreślony	kobiety		132	82	493	413	625	495
	mężczyźni		42	29	22	30	64	59
umowa o pracę na czas określony	kobiety		79	107	529	578	608	685
	mężczyźni		37	54	76	76	113	130
umowa cywilnoprawna	kobiety		32	34	70	49	102	83
	mężczyźni		55	53	29	38	84	91
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	kobiety		21	25	117	195	138	220
	mężczyźni		5	4	18	0	23	4

Tabela nr 11. Liczba pracowników w etatach wg typu umowy o pracę (wg. wieku) na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.1)

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
		rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
umowa o pracę na czas nieokreślony	do 25 lat		12	0	93	104	111	104
	25-35 lat		68	41	165	204	233	245
	36-45 lat		60	48	122	148	182	196
	46 + lat		33	30	55	50	88	80
umowa o pracę na czas określony	do 25 lat		18	29	168	185	186	214
	25-35 lat		67	97	237	276	304	372
	36-45 lat		20	25	136	138	157	163
	46 + lat		11	11	74	62	75	73
umowa cywilnoprawna	do 25 lat		2	10	34	25	36	35
	25-35 lat		46	41	51	32	97	73

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	36-45 lat	55	4	10	18	65	22
	46 + lat	11	3	5	5	16	8
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	do 25 lat	6	6	brak danych	brak danych		
	25-35 lat	5	6	brak danych	brak danych		
	36-45 lat	10	13	brak danych	brak danych		
	46 + lat	5	4	brak danych	brak danych		

W segmencie modowym w 2017 r. widać większy udział nowozatrudnionych mężczyzn – stanowili oni 42% wszystkich mężczyzn pracujących na koniec tego roku, aczkolwiek jest to spadek r/r z 49%. Dla kobiet w 2017 r. ten wskaźnik wynosił 30% i oznaczał wzrost z 26% r/r. W segmencie dyskontowym udział zarówno kobiet jak i mężczyzn w liczbie osób zatrudnionych na koniec roku jest praktycznie taki sam i wynosi 28-29%. Jest to znaczny spadek r/r z 43%.

Tabela nr 12. Liczba pracowników nowozatrudnionych w etatach wg płci na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.2.)

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
kobiety	64	51	261	493	325	544
mężczyźni	33	42	28	43	61	85
razem	97	93	289	536	386	629

Tabela nr 13. Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg typu umowy o pracę (wg. płci).

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
umowa o pracę na czas nieokreślony	kobiety	28	4	42	97	70	101
	mężczyźni	15	0	3	3	18	3
umowa o pracę na czas określony	kobiety	36	47	217	358	253	405
	mężczyźni	18	42	25	40	43	82
umowa cywilnoprawna	kobiety	14	15	46	69	60	84
	mężczyźni	10	4	29	34	39	38
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	kobiety	21	25	12	11	33	36
	mężczyźni	5	4	0	0	5	4

Generalnie zmniejszyła się liczba nowozatrudnionych pracowników, szczególnie w segmencie dyskontowym. Tam najbardziej w przedziale 25-35 lat. Segment modowy poprawia sytuację zwiększając zatrudnienie w przedziale wiekowym powyżej 35 lat.

Tabela nr 14. Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych (wg wieku).

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
do 25 lat	16	23	113	183	129	206
25-35 lat	44	45	92	231	136	276

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
36-45 lat	22	17	60	95	82	113
46 + lat	15	7	24	27	39	34

Tabela nr 15. Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg typu umowy o pracę (wg wieku).

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
umowa o pracę na czas nieokreślony	do 25 lat	0	0	27	41	27	41
	25-35 lat	21	4	10	29	31	33
	36-45 lat	19	0	5	12	24	12
	46 + lat	12	0	1	5	13	5
umowa o pracę na czas określony	do 25 lat	16	21	85	137	101	158
	25-35 lat	28	40	82	182	110	222
	36-45 lat	8	14	50	68	58	82
	46 + lat	2	7	23	20	25	27
umowa cywilnoprawna	do 25 lat	3	12	25	20	28	32
	25-35 lat	13	4	23	36	36	40
	36-45 lat	6	2	28	52	34	54
	46 + lat	3	1	1	3	4	4
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	do 25 lat	6	6	brak danych	brak danych		
	25-35 lat	5	6	brak danych	brak danych		
	36-45 lat	10	13	brak danych	brak danych		
	46 + lat	5	4	brak danych	brak danych		

Wyraźnie zmniejszyła się skala odejść pracowników w segmencie modowym (-20%) – zarówno kobiet jak i mężczyzn. W segmencie dyskontowym także widać zmniejszenie odejść kobiet, ale także – zwiększenie - mężczyzn.

Tabela nr 16. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie (wg płci).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
kobiety	69	91	399	452	468	543
mężczyźni	33	37	49	37	82	74
razem	102	128	448	489	550	617

Tabela nr 17. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie wg typu umowy o pracę (wg płci).

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
umowa o	kobiety	27	35	37	64	65	99

rodzaj umowy	pleć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
pracę na czas nieokreślony	mężczyźni	4	6	4	2	8	8
umowa o pracę na czas określony	kobiety	42	56	362	367	404	423
	mężczyźni	29	31	46	35	75	66
umowa cywilnoprawna	kobiety	1	7	34	37	35	44
	mężczyźni	1	8	12	4	13	12
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	kobiety	4	4	10	22	14	26
	mężczyźni	2	0	0	0	2	0

W 2017 miało miejsce zmniejszenie skali odejść z pracy we wszystkich przedziałach wiekowych poza najstarszymi pracownikami powyżej 45 roku, w których odejścia się zwiększyły w segmencie modowym. Pracownicy wykorzystywali w tym przypadku obniżenie wieku emerytalnego.

Tabela nr 18. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie (wg wieku).

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
do 25 lat	18	32	131	142	149	174
25-35 lat	58	73	188	209	255	282
36-45 lat	15	16	92	99	107	115
46 + lat	11	7	37	39	49	46

Tabela nr 19. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie wg typu umowy o pracę (wg wieku).

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
umowa o pracę na czas nieokreślony	do 25 lat	11	12	8	18	19	30
	25-35 lat	20	17	13	27	33	44
	36-45 lat	6	8	13	15	19	23
	46 + lat	5	2	6	5	10	7
umowa o pracę na czas określony	do 25 lat	17	20	123	113	140	133
	25-35 lat	38	54	175	180	213	234
	36-45 lat	9	8	79	79	88	87
	46 + lat	7	5	31	31	38	36
umowa cywilnoprawna	do 25 lat	0	1	11	21	11	22
	25-35 lat	2	6	25	9	27	15
	36-45 lat	0	8	9	7	9	15
	46 + lat	0	0	1	4	1	4
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	do 25 lat	2	0	brak danych	brak danych		
	25-35 lat	3	2	brak danych	brak danych		
	36-45 lat	1	0	brak danych	brak danych		

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
		rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017
	46 + lat	0	0	brak danych	brak danych		

Tabela nr 20. Liczba osób zatrudnionych na umowy cywilnoprawne wg typu umowy o pracę (wg płci) na koniec okresu sprawozdawczego.

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
		rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017
umowy cywilnoprawne (umowa zlecenie, umowa o dzieło itp.)	kobiety	11	17	62	30	73	47
	mężczyźni	9	8	29	26	38	34
kontrakty managerskie	kobiety	2	0	1	10	3	10
	mężczyźni	2	2	1	9	3	11

W 2017 r. nastąpił 30% wzrost liczby zawartych umów cywilno-prawnych. Prawie wyłącznie dotyczył on rynku dyskontowego. Specyfika działalności w tym segmencie powoduje, że pierwsza umowa z pracownikami w sklepach to jest umowa zlecenie, tak aby pracownik lepiej poznał na czym polega docelowa praca, a jednocześnie, abyśmy mogli się zorientować na ile dany kandydat będzie sprawnym sprzedawcą. Dopiero jako kolejna jest zawierana umowa o pracę na czas oznaczony. Dodatkowo, w sytuacjach, gdy wzrasta sprzedaż, zatrudniane są w sklepach dodatkowe osoby konieczne do obsłużenia zwiększonej skali obrotów i w związku z tym pracy w sklepie. Takie osoby – na krótki okres – są także zatrudniane w oparciu o umowy zlecenia. 30% wzrost liczby umów w porównaniu do roku 2016 jest niewiele większy niż średni przyrost powierzchni sklepów. Ten mechanizm powoduje oczywiście także, że duża liczba umów zlecenia kończy się po okresie wstępnym

Tabela nr 21. Liczba zawartych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie, według płci

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2017	2016	2017	2016	2017
kobiety	12	14	2 231	1 747	2 243	1 761
mężczyźni	6	2	281	184	287	186
razem	18	16	2 512	1 931	2 530	1 947

Tabela nr 22. Liczba zakończonych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie.

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2017	2016	2017	2016	2017
kobiety	3	2	1 745	1 745	1 748	1 747
mężczyźni	3	2	184	184	187	186
razem	6	4	1 929	1 929	1 935	1 933

Tabela nr 23. Liczba osób zatrudnionych na umowy cywilnoprawne wg typu umowy o pracę (wg wieku) na koniec okresu sprawozdawczego,

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 017	2 016	2 017	2 016	2 017	2 016
umowy cywilnoprawne (umowa zlecenie, umowa o dzieło itp.)	do 25 lat	2	10	24	16	26	26
	25-35 lat	11	10	10	3	21	13
	36-45 lat	5	4	37	28	42	32
	46 + lat	2	1	1	1	3	2
kontrakty managerskie	do 25 lat	0	0	0	0	0	0
	25-35 lat	0	0	0	0	0	0
	36-45 lat	2	0	2	18	4	18
	46 + lat	2	2	0	0	2	2

Wysoki udział umów cywilnoprawnych z osobami młodszymi niż 25 lat dotyczy właśnie sytuacji zatrudnienia pracownika w celu obsłużenia lokalnego szczytu popytu i pracy w sklepie w segmencie dyskontowym.

Tabela nr 24. Liczba zawartych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie według wieku

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
do 25 lat	3	11	1 244	903	1 247	914
25-35 lat	9	2	664	560	673	562
36-45 lat	5	2	390	342	395	344
46 + lat	2	1	214	126	216	127
razem	19	16	2 512	1 931	2 531	1 947

Tabela nr 25. Liczba zakończonych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie według wieku

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
do 25 lat	1	0	1 244	903	1 243	903
25-35 lat	4	1	664	559	668	560
36-45 lat	1	3	390	341	391	344
46 + lat	0	0	214	126	214	126
razem	6	4	2 512	1 929	2 516	1 933

Tabela nr 26. Liczba pracowników zatrudnionych w outsourcingu

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
kobiety	21	25	117	195	138	220
mężczyźni	5	4	18	0	23	4

Tabela nr 27. Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć.

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
	rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Liczba kobiet, które powróciły do pracy i utrzymały zatrudnienie po urlopie macierzyńskim/		18	27	5	6	23	33
<i>Odsetek kobiet, które utrzymały zatrudnienie po urlopie macierzyńskim</i>		6%	9%	0%	1%	2%	2%
Liczba mężczyzn, którzy powróciły do pracy i utrzymali zatrudnienie po urlopie tacierzyńskim/		0	0	0	0	0	0
<i>Odsetek mężczyzn, którzy utrzymali zatrudnienie po urlopie tacierzyński</i>		0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tabela nr 28. Odsetek kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy.

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
	rok:	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Liczba kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy.		10	14	16	13	26	27
<i>Odsetek kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy.</i>		36%	34%	76%	68%	52%	45%

Efektywność pracownika, jego zdrowie, samopoczucie i bezpieczeństwo, zależy w znacznym stopniu od kultury organizacji i kultury pracy a także od zachowania równowagi pomiędzy życiem prywatnym i zawodowym. Jeżeli wszystkie te czynniki będą satysfakcjonujące to pracownik będzie dobrze funkcjonować w zarówno w prywatnej jak i zawodowej sferze swojego życia. Dlatego też w GK REDAN wdrożono procedurę zgłaszania skarg i nieprawidłowości („hot line”) oraz NPS - jako narzędzie do oceny zadowolenia z pracy i współpracy pomiędzy zespołami. W raportowanym okresie nie zgłoszono żadnych skarg związanych z obszarem praktyk zatrudnienia.

3.3. PRACOWNICY NIEPEŁNOSPRAWNI

Ludzi niepełnosprawni nie są często widywani na ulicach. Czasem można odnieść wrażenie, że ich nie ma, chociaż doskonale wiemy, że są i borykają się z wieloma problemami czy to zdrowotnymi czy społecznymi. Bardzo rzadko można zobaczyć takie osoby w roli aktywnych zawodowo pracowników. W GK Redan cały czas staramy się zatrudniać osoby niepełnosprawne. Naszym zdaniem uzyskujemy podwójną korzyść. Wspólna praca z niepełnosprawnymi kolegami uczy tolerancji, empatii, pozwala dostrzec potrzeby drugiego człowieka. Ale jeszcze ważniejsze jest to, że daje poczucie własnej wartości osobom niepełnosprawnym jako pełnowartościowym, pełnoprawnym członkom naszego zespołu.

Biorąc pod uwagę charakter prowadzonej działalności udział osób niepełnosprawnych (7% w 2017 r.) w segmencie dyskontowym (spółka TXM) należy uznać za bardzo duży sukces.

Tabela nr 29. Liczba pracowników niepełnosprawnych oraz % udział pracowników niepełnosprawnych w ogóle zatrudnionych z podziałem na płeć

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2017	2016	2017	2016	2017	2016
kobiety	2	1	49	40	51	41
<i>udział w ogóle zatrudnionych</i>	1%	1%	5%	4%	4%	3%
mężczyźni	5	5	25	40	30	45
<i>udział w ogóle zatrudnionych</i>	6%	6%	26%	40%	17%	24%
razem	7	6	74	80	81	86
<i>udział w ogóle zatrudnionych</i>	2%	2%	7%	6%	6%	6%

Tabela nr 30. Łączna wysokość rocznych składek na PFRON

rok:	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
roczne składki na PFRON.	175 225	219 945	-172 719	-154 711	2 506	65 234

3.4. ŚWIADCZENIA SOCJALNE

W spółkach z GK REDAN istnieją Zakładowe Fundusze Świadczeń Socjalnych. Ich środki przeznaczone są najczęściej na wsparcie pracowników w formie (może się ona różnić pomiędzy poszczególnymi spółkami):

- pomocy materialnej rzeczowej (paczki)
- pomocy materialnej finansowej (bony RABATOWE top secret)
- pomocy materialnej finansowej (zapomogi losowe, bony dla dzieci)
- zwrotnej pomocy finansowej (pożyczki)
- dofinansowania zakupu karnetów na zajęcia sportowe

3.5. BEZPIECZNE MIEJSCE PRACY

Do kwestii bezpieczeństwa i higieny pracy podchodzimy bardzo poważnie. Chcemy by nasi pracownicy pracowali w bezpiecznym i zdrowym środowisku, w którym nie dochodzi do wypadków. Aby osiągnąć nasz cel przykładamy szczególną wagę do działań edukacyjnych (obowiązkowe szkolenie z zakresu BHP) oraz wprowadzamy procedury służące zapobieganiu wypadkom przy pracy. Troska o bezpieczeństwo w miejscu pracy jest jednym z naszych priorytetów, dlatego Specjalista/Dział ds. Bezpieczeństwa i Higieny Pracy przeprowadza regularne przeglądy warunków pracy w poszczególnych obszarach, zalecając, w miarę potrzeb, niezbędne działania prewencyjne. Jak widać z tabeli poniżej wskaźnik wypadkowości na przestrzeni dwóch lat 2016 i 2017 utrzymuje się na bardzo niskim poziomie, niemniej chcielibyśmy całkowicie wyeliminować wypadki przy pracy.

Tabela nr 31. Wskaźnik wypadkowości

	2017	2016
Liczba zatrudnionych	1 371	1 526

Liczba wypadków	13	15
Wskaźnik wypadkowości na 1000 pracowników	9,48	9,83

Wszyscy nasi pracownicy dbają wzajemnie o swoje bezpieczeństwo. Niestety, pomimo naszych wysiłków i zaangażowania całego personelu, czasami dochodzi do wypadków.

Tabela nr 32. Liczba wypadków przy pracy

Wskaźnik	2017	2016
Łączna liczba wypadków przy pracy wśród pracowników	13	13
Liczba wypadków przy pracy wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu	0	2
Łączna liczba wypadków przy pracy	13	15
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	225	524
Ciężkość wypadków	17,31	40,31

W 2017 roku odnotowaliśmy mniej wypadków przy pracy oraz znaczny spadek liczby dni niezdolności do pracy spowodowanych wypadkami przy pracy. Istotnie zmniejszył się wskaźnik ciężkości wypadków.

Analiza ilości wypadków przy pracy dla poszczególnych segmentów, wskazuje, że częściej dochodzi do nich w segmencie dyskontowym.

Tabela nr 33. Łączna liczba wypadków przy pracy oraz liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy

rok:	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Łączna liczba wypadków przy pracy.	1	1	12	12	13	13
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	15	12	210	511	225	523

Bardziej dogłębna analiza pokazuje, że najczęściej do urazów dochodzi w magazynach. W latach 2016 i 2017 było to 8 zdarzeń rocznie. Urazy dotyczyły zazwyczaj górnych lub dolnych kończyn (stłuczenia, naciągnięcia, złamania) i należy je zakwalifikować do urazów lekkich. latach 2016 i 2017 nie wystąpiły urazy ciężkie ani śmiertelne.

Każde zdarzenie poddawane jest przez nas szczegółowej analizie, co do skutków i możliwych przyczyn wypadku, a następnie informacje przekazywane są zainteresowanym pracownikom w formie instrukcji. Takie działanie ma pozwolić nam wyeliminować ewentualne kolejne wypadki.

W latach 2016 i 2017 nie stwierdziliśmy przypadków występowania chorób zawodowych w Grupie Redan.

3.6. SZKOLENIA I ROZWÓJ

GK REDAN oferuje współpracownikom możliwość rozwoju i pozyskiwania wiedzy poprzez szereg szkoleń o tematyce ogólnej i zawodowej. Są one dostępne w różnych postaciach: szkolenia indywidualne, grupowe, e-learningowe, klasyczne (bezpośrednie) a także warsztaty.

Tabela nr 34. Dane o szkoleniach pracowników

	2017	2016
Łączna ilość godzin szkoleniowych	394	113
Łączna ilość osobodni szkoleniowych	1 342	57
Łączna liczba uczestników	1052	422

Część szkoleń to szkolenia obowiązkowe dla każdego ze współpracowników GK REDAN. Są to szkolenia z zagadnień, które uważamy za najważniejsze, wyjaśniające najbardziej istotne kwestie, związane z funkcjonowaniem firmy, bezpieczeństwem pracowników, budowaniem kultury organizacyjnej opartej na wartościach Grupy.

Dodatkowo prowadzimy również szkolenia w zakresie rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej. W roku 2017 były to szkolenia ze znajomości Excel na różnych poziomach zaawansowania, udzielania informacji zwrotnej, szkolenia z obsługi wózków widłowych oraz szkolenia dla magazynierów. W tym okresie troje pracowników skorzystało z programu współfinansowania podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Przysługują im także określone uprawnienia z tego tytułu w stosunku do pracodawcy (np. urlopy szkoleniowe).

Raz w roku każdy z pracowników rynku modowego otrzymuje ocenę okresową swojej pracy SHAPE. Ma ona formę indywidualnej rozmowy współpracownika z jego bezpośrednim przełożonym. Jest to ocena całorocznej pracy połączona z określeniem ścieżki dalszego rozwoju zawodowego pracownika. To czas na omówienie i podsumowanie wyników pracy, określenie poziomu realizacji wyznaczonych celów i powierzonych zadań, przedstawienia wzajemnych oczekiwań pracodawcy i pracownika związanych z realizowanym zakresem obowiązków lub stanowiskiem, poznanie indywidualnych zainteresowań i planów zawodowych pracownika oraz określenie zakresu przyszłych zadań. Rozmowa przebiega zgodnie z określonym scenariuszem spotkania. Wszystkie informacje oraz ustalenia, zapisywane są w dokumencie oceny okresowej i przechowywane elektronicznie.

Stale rozwijamy się i potrzebujemy wsparcia młodych, poważnie myślących o swojej karierze ludzi. Działamy w branży, której nie można nauczyć się na studiach. Zapraszamy do nas utalentowanych ludzi, aby rozwijali z nami kompetencje przygotowujące ich do zawodu a my tym samym budujemy siłę firmy. Wielu z tych, którzy zaczęli od stażu dziś jest specjalistami, wielu również pełni ważne funkcje w organizacji.

Każdego roku w centrali REDAN w Łodzi praktyki/staże odbywa łącznie około 30 osób w 12 różnych działach. Współpracują z nami studenci i absolwenci kierunków artystycznych, ekonomicznych i analitycznych. Szukaj nas również w biurze karier na swojej uczelni.

Zależy nam na tym, aby stażyści i praktykanci mieli okazję jak najwięcej się od nas nauczyć. Służymy radą i pomocą w każdej problematycznej kwestii. Ponadto powierzamy im samodzielne zadania, których charakter zależy od działu, który wspieramy. Jest to duża odpowiedzialność, ale także najlepsza okazja, by pokazać w pełni swoje umiejętności. Około 20% praktykantów i stażystów zostaje u nas na dłużej. Wielu naszych managerów i specjalistów w ten sposób rozpoczęło swoją ścieżkę kariery w GK REDAN.

4. ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Pomimo, że prowadzona przez nas działalność operacyjna nie powoduje żadnych uciążliwości, które mogłyby odczuwać społeczność lokalna prowadzimy na ten temat aktywny dialog ze swoimi sąsiadami. W raportowanym okresie nie zgłosili oni żadnej skargi na temat naszej pracy.

Od samego początku istnienia firmy kierujemy się też poczuciem odpowiedzialności i solidarności, dostrzegając problemy społeczne swoich sąsiadów - szczególnie zwracając uwagę na problemy dzieci i młodzieży. Teraz to jedna z najbardziej bezbronnych i wrażliwych grup społecznych, ale w przyszłości będzie determinować przyszłość nas wszystkich. Aktywnie uczestniczymy w działaniach na rzecz ich rozwiązywania. Postanowiliśmy naszą pomoc zamienić na konkretne działania. Aby podkreślić wagę problemów społecznych, w które się zaangażowaliśmy, zamiast sponsoringu do naszego działania wybraliśmy darowiznę. Naszym największym obdarowanym jest Fundacja Happy Kids.

W naszych działaniach na rzecz społeczności, a szczególnie naszej Fundacji Happy Kids aktywnie uczestniczą nasi pracownicy. Trudno zliczyć godziny przepracowane przez nich na rzecz realizowanych celów społecznych. W kolejnym roku planujemy stworzyć zorganizowany wolontariat pracowniczy formie stałej, eventowej i organizacyjnej. Poprzez podejmowane przez siebie działania chcemy budować lepsze jutro. Chcemy, aby szarości tego świata nabrały pastelowych barw. To bardzo konkretne wyzwanie społeczne.

4.1. FUNDACJA HAPPY KIDS

Od 15 lat GK REDAN jest zaangażowana w działalność Organizacji Pożytku Publicznego - Fundacji Happy Kids, która tworzy i stale prowadzi RODZINNE DOMY DZIECKA.

W 2003 roku idąc za głosem Janusza Korczaka „*Bez szczęśliwego dzieciństwa całe życie jest kalekie*”. założyciel Fundacji - akcjonariusz GK REDAN Radosław Wiśniewski wraz z przyjaciółmi, postanowił aktywnie i skutecznie pomagać dzieciom osieroconym społecznie. Dziś ocenia, że decyzja o powołaniu Fundacji to jedna z najważniejszych decyzji w jego życiu. Powołując ją do życia nie myślał jak ważną społecznie rolę będzie pełnił.

Fundacja Happy Kids opiekuje się dziećmi pozbawionymi normalnego środowiska rodzinnego - których rodzice nie wywiązywali się z podstawowych obowiązków opiekuńczych (najczęściej z powodu patologii) i zostali sądowo pozbawieni władzy rodzicielskiej lub mają tę władzę ograniczoną. Według danych Departamentu Polityki Rodzinnej MPiPS na dzień 31.12.2015 liczba porzuconych dzieci wynosiła 76 503. Ponad 19 507 z nich mieszka w „bidulach” czyli ośrodkach pieczy instytucjonalnej. Statystyki mówią, że 70% dzieci opuszczających tradycyjny Dom Dziecka, wraca do środowisk patologicznych. Pozostałe są umieszczone w innych rodzinnych formach pieczy zastępczej, m.in. placówkach typu rodzinnego. W 2015 roku w Polsce było 228 takich placówek. Do roku 2017 nasza Fundacja Happy Kids utworzyła 13 rodzinnych domów dziecka, które zgodnie z nomenklaturą Ustawy o wspieraniu rodziny i systemie pieczy zastępczej są placówkami opiekuńczo-wychowawczymi typu rodzinnego. Tworząc i prowadząc Rodzinne Domy Dziecka, dając szansę osieroconym dzieciom na normalną przyszłość.

W Rodzinnych Domach Fundacji dzieci odbudowują wiarę w siebie i świat dorosłych. Otrzymują najlepszy „kapitał początkowy”, jakim jest pewność siebie i umiejętność samostanowienia. Każde

z nich jest otoczone opieką i miłością. Nie byłoby to możliwe bez zawodowych rodziców, którzy zapewniają nie tylko opiekę, ale przede wszystkim wychowanie i kompensację potrzeb, które nie zostały zaspokojone przez rodzinę pochodzenia. Dziś Fundacja prowadzi pięć rodzinnych domów w Łodzi (ostatni 13 Dom Fundacji Happy Kids powstał w 2017 roku), po jednym w Lubczynie i Sokolnikach k. Wieruszowa, kolejne dwa są w Zgierzu i Ozorkowie, oraz po jednym w Czarnocinie i Sulejowie w powiecie piotrkowskim. Dwa kolejne domy powstały w Wałbrzychu, w woj. dolnośląskim. Tam też powstał Dolnośląski oddział Fundacji Happy Kids.

Obecnie w 13 Rodzinnych Domach Dziecka Happy Kids dorasta 120 dzieci. Poza tym na co dzień Fundacja wspiera 150 Wychowanków RDD (są to byli oraz obecni wychowankowie, którzy otrzymują pomoc m.in. w usamodzielnieniu czy też otrzymują stypendia itp.)

Od początku istnienia Fundacja pomogła 17 000 dzieciom.

Pomimo, że Fundacja ma siedzibę w Łodzi to jej działania nie ograniczają się tylko do tego region, ale obejmują swoim zasięgiem również terytorium poza PR np.: akcje międzynarodowe, jak pomoc dzieciom uchodźców czy współpraca z międzynarodowymi wolontariuszami.

Fundacja szeroko zajmuje się problemem sieroctwa społecznego. Jest liderem w propagowaniu idei pieczy zastępczej. Prowadzi również szkolenia dla kandydatów na rodziców zastępczych.

Podopiecznymi fundacji są również dzieci chore. Są to m.in. pacjenci onkologiczni, dzieci chore na cukrzycę, dzieci, które uległy wypadkom na wsi (straciły rękę lub nogę), dzieci z zanikiem mięśni. Dla nich Fundacja organizuje zbiórki, pomaga w rehabilitacji i wyjazdach rekonwalescencyjnych.

Wśród Podopiecznych z Rodzinnych Domów Dziecka są również dzieci niepełnosprawne. Od początku istnienia p Fundacja pomogła 1 000 chorym dzieciom. Aktualnie obejmuje pomocą 100 dzieci chorych (prowadzi zbiórki na ich leczenie oraz rehabilitację, udostępnia konto do zbiórki 1% podatku, organizuje pikniki, Dzień Dziecka, spotkania świąteczne, pomaga w wyjazdach rehabilitacyjnych oraz wakacyjnych).

To nie jedyne działania naszej Fundacji Happy Kids. W okresie wakacyjnym pomaga również ubogim dzieciom ze wsi, organizując co roku zajęcia podczas wakacyjnej akcji Happy Bus.

W roku 2017 odbyła się siódma edycja akcji, w której wzięła udział rekordowa liczba dzieci: 3 500 tysięcy. Od początku, w akcji Happy Bus, wzięło udział 15 000 dzieci. W trakcie akcji Happy Bus Fundacja gościła Wolontariuszy z 46 krajów: od Alaski po Kambodżę, głównie studentów, którzy prowadzili zajęcia z dziećmi.

Aby zrealizować cele Fundacji a tym samym skutecznie pomagać dzieciom postanowiliśmy włączyć w nasze działania zarówno pracowników, partnerów jak i klientów GK REDAN. Bardzo ważne jest dla nas, aby oprócz realnej i wymiernej pomocy dla dzieci i Fundacji zbudować poczucie odpowiedzialności i wspólnoty w środowisku lokalnym.

Wszyscy nasi pracownicy doskonale znają i rozumieją na czym polegają działania Fundacji Happy Kids. Dzięki temu mogą zaangażować się osobiście i skutecznie motywować klientów do pomocy naszej Fundacji w realizacji jej celów np. poprzez zakup naszych papierowych toreb Happy Bag (z logotypem Fundacji HK i wskazanym celem).

Postanowiliśmy, że wszystkie środki ze sprzedaży tych toreb w naszych sklepach w sposób stały przekazujemy na rzecz realizacji celów statutowych Fundacji Happy Kids, a w szczególności na:

- pomoc w bieżącym funkcjonowaniu Rodzinnych Domów Dziecka
- tworzenie nowych Rodzinnych Domów Dziecka
- edukację i wyrównywanie szans osieroconych dzieci, które mieszkają w Rodzinnych Domach Fundacji (korepetycje, zajęcia dodatkowe)
- rehabilitację oraz hipoterapię niepełnosprawnych, osieroconych dzieci, które mieszkają w Rodzinnych Domach Fundacji.

Całkowita kwota darowizn na cele społeczne przekazana w latach 2016 i 2017 na cele statutowe Fundacji Happy Kids wynosi 366 859,71 zł. (spółki rynku modowego przekazały kwotę 171 536,5 zł, rynku dyskontowego kwotę 195 323,21 zł)

Ponad to stałe prowadzimy pieniężne zbiórki do puszek Happy Kids (tzw. zbiórka publiczna) na terenie sklepów Top Secret i TXM. W naszych sklepach online prowadzona jest stała zbiórka w formie zakupu przez klientów - „Cegiełki” na rzecz Fundacji Happy Kids.

Każdego roku prosimy naszych klientów, pracowników i partnerów o przekazania 1% podatku na rzecz naszej Organizacji Pożytku Publicznego. Ulotki informacyjne w naszych sklepach, mailingi kierowane do klientów, posty w Social Mediach, banery na stronie www, mailingi wewnętrzne i informacje kierowane do pracowników, artykuły w wewnętrznym systemie komunikacji intranet czy informacje do inwestorów i środowiska biznesowego (newsletter) to tylko niektóre narzędzia, które wykorzystujemy w celu pomocy Fundacji Happy Kids.

W podobny sposób, systematycznie prowadzone są działania informacyjne dotyczące bieżących ważnych wydarzeń w Fundacji takich jak otwarcia kolejnych Domów, wakacyjna akcja Przystanek Happy Bus, pikniki dla dzieci potrzebujących pomocy czy okazjonalne imprezy charytatywne.

Dzięki takiej stałej i konsekwentnie prowadzonej działalności wzbudzamy poczucie zaufania wśród naszych klientów. Służy to też budowaniu więzi w naszym zespole.

W roku 2018 zamierzamy zintensyfikować nasze w zakresie aktywnej pomocy Fundacji Happy Kids. Plany zakładają uruchomienie nowych, nowoczesnych narzędzi SMS i on – line zwiększające działania w zakresie przesyłania informacji dotyczących Fundacji Happy Kids, jej działalności i potrzeb oraz możliwości wsparcia np. poprzez przekazanie 1% podatku.

Przygotowujemy torby wielokrotnego użytku Happy Bag. Wprowadzimy także wolontariat pracowniczy, w którym przeprowadzimy dodatkową edukację naszych pracowników mającą wyjaśnić Klientowi na jaki cel zostaną przeznaczone środki ze sprzedaży toreb. Zwiększymy także wizualizację Fundacji Happy Kids w naszych sklepach np. poprzez naklejki na szybach w naszych przymierzalniach wraz kodem QR kierującym na stronę Fundacji.

Zintensyfikujemy także nasze działania on line. Wprowadzimy planowaną komunikację marketingową dotyczącą możliwości wsparcia Happy Kids, a także możliwości przekazania punktów programu lojalnościowego marki Top Secret na rzecz Fundacji.

4.2. INNE PROJEKTY SPOŁECZNE

GK REDAN oprócz współpracy w realizacji celów Fundacji Happy Kids angażują się w działania i projekty społeczności lokalnych w których funkcjonują. Kluczowe znaczenie dla oceny projektu i potencjalnego zaangażowania ma użyteczność projektu dla danej lokalnej społeczności.

W roku 2017 wzięła udział w ogólnopolskiej kampanii społecznej pt.: Akcja diagnostyka jajnika.

Rak jajnika każdego roku, po cichu, zabija w Polsce prawie 2 500 tysięcy kobiet. Jak wynika z badań, co dziesiąty mężczyzna w ogóle nie jest wprowadzany w temat zdrowia intymnego swojej partnerki. Połowa z badanych mężczyzn nie wie jakie badania profilaktyczne należy wykonać w kierunku nowotworów kobiecych. Kampania „Diagnostyki jajnika” zwracała uwagę nie tylko na samą profilaktykę nowotworów, ale uwrażliwiała też mężczyzn na kwestię zdrowia ich Partnerek.

Ambasadorami akcji zostali: znany szerokiej widowni aktorzy serialu „M jak Miłość” Krystian Wieczorek jego żona, również aktorka, Maria Wieczorek. Marka Top Secret udostępniła ubrania do sesji zdjęciowej promującej ten projekt i skomponowała stylizacje bohaterów. Stała się zatem partnerem projektu prowadzonego przez Fundację Kwiat Kobiecości.

Prócz zasięgu medialnego kampania oferowała bezpłatne badania w kierunku diagnostyki raka jajnika. Dzięki wsparciu Centrum Badań DNA Laboratorium Genetyki Medycznej w Poznaniu, organizacja dysponowała 150. kuponami na bezpłatne testy genetyczne w kierunku mutacji genu BRCA1, które zostały przeznaczone na akcje specjalne w kobiecych magazynach i portalach internetowych. Dodatkowo, dwa oddziały warszawskich sieci POLMED, przy ulicy Grzybowskiej i Wołoskiej w Warszawie (www.polmed.pl) zaprosiły 03.10.2017 r. kobiety na specjalną akcję, tzw. drzwi otwarte, podczas których pierwsze 50. kobiet mogło bezpłatnie wykonać usg przezpochwowe. Kolejnych 50. otrzymało możliwość wykonania tego badania w warszawskich placówkach POLMED z 40% zniżką. Każda z pań, która wykonała badanie otrzymała dodatkowo kupon z 30% zniżką na wybrane badania w warszawskich placówkach medycznych POLMED.

Wolontariat może być bardzo cennym aspektem i doświadczeniem, życia każdego człowieka. Daje wiele radości i satysfakcji nie tylko osobom, którym pomagamy, ale także samym wolontariuszom. Świadomość, że można zrobić coś dla drugiego człowieka, ale także okazja do spotkania nowych ciekawych i interesujących ludzi, którzy dadzą nam siłę, odwagę i umacnia charakter sprawia, że zachęcamy naszych pracowników do udziału w akcjach społecznych nie tylko naszej Fundacji, ale również innych działaniach społecznych. Niesienie radości i pomocy to właściwy kierunek. I chociaż jest niełatwy to zawsze przyczynia się do budowania pozytywnych zmian społecznych. Tak naprawdę zmienia świat in plus.

Do tej pory wolontariat pracowniczy w GK REDAN można nazwać spontanicznym. Dlatego w planach roku 2018 znalazło powołanie zorganizowanie Aktywnego Wolontariatu Pracowniczego.

Ponadto, każdy ze sklepów GK REDAN, realizuje własne projekty i angażuje się w działania na rzecz podniesienia jakości życia swojego najbliższego otoczenia, budując lokalne partnerstwa współpracując z lokalnymi społecznościami.

5. W TROSCE O ŚRODOWISKO

Poziom zanieczyszczenia środowiska oraz rosnąca świadomość ludzi o zagrożeniach jakie niosą one dla ich zdrowia i życia powodują, że przedsiębiorstwa nie mogą ignorować wpływu własnej działalności na środowisko naturalne. W strategii „Europa 2020” opublikowanej przez Komisję Europejską efektywne gospodarowanie zasobami uznano za jeden z trzech kluczowych priorytetów.

Staramy się w taki sposób gospodarować środowiskiem, aby nie doprowadzać do degradacji środowiska naturalnego. Wszystkie operacje biznesowe GK Redan prowadzone są na obszarach przewidzianych do działalności przemysłowej. Żadna z naszych lokalizacji nie znajduje się na obszarach chronionych. W ten sposób działalność naszej firmy nie ma znaczącego negatywnego wpływu na bioróżnorodność i siedliska przyrodnicze. W raportowanym okresie nie doszło do żadnych awarii, które miałyby negatywny wpływ na środowisko, nie doszło do żadnych naruszeń przepisów ochrony środowiska, które skutkowałyby wszczęciem postępowań administracyjnych a na naszą firmę nie nałożono żadnych kar w związku z naruszeniem przepisów ochrony środowiska.

W ciągu ostatnich lat podjęliśmy szereg inwestycji zmierzających do bardziej efektywnego zarządzania środowiskiem i zużyciem energii.

Od 2015 roku w sklepach należących do GK Redan rozpoczęliśmy sukcesywną wymianę oświetlenia z tradycyjnego na oświetlenie wykonane w technologii LED. Wymiana oświetlenia podniosła jakość światła a zapotrzebowanie na energię dla instalacji oświetlenia sklepu zmniejszyło się średnio o około 25-30%.

W stosunku do 2016 roku wzrost ilości sklepów z zainstalowanym oświetleniem LED w 2017 roku wyniósł średnio 8%. Dla sieci Top Secret liczba sklepów z oświetleniem LED wzrosła o 10%. W 2016 roku w sklepach sieci TXM Textilmarkt oświetlenie LED było zainstalowane w 185 sklepach na 375 lokali, a roku 2017 było to już 238 sklepów na 409 lokali (wzrost o 6%).

Podjęte inwestycje sprawiają, że nasze sklepy stają się coraz lepszym miejscem pracy i są przyjazne dla klientów. Jednocześnie obniżyliśmy koszty funkcjonowania lokali.

Podejmujemy również inne działania zmierzające do zmniejszenia energochłonności sklepów. Jednym z przykładów jest instalowanie we wszystkich nowych sklepach sieci Top Secret mniej energochłonnych urządzeń do prasowania.

Obecnie, od początku 2018 roku, w nowych i remontowanych sklepach własnych rozpoczęliśmy montowanie zegarów sterujących oświetleniem, co pozwoli nam jeszcze bardziej zredukować średnie zużycie energii w sklepach. W nowych sklepach montujemy również baterie z ograniczonym przepływem wody oraz spłuczki z dwoma zbiornikami, ograniczając w ten sposób zużycie wody.

Dotychczas nie prowadziliśmy szczegółowej ewidencji wielkości zużycia poszczególnych źródeł energii. Zużycie energii przedstawiliśmy w podziale na segment modowy i dyskontowy.

Dane zaprezentowane w tabeli poniżej nie zawierają danych z Rosji, Rumunii oraz Słowacji, a w niektórych pozycjach nie dysponowaliśmy wiarygodnymi wielkościami.

Tabela nr 35. Zużycie energii elektrycznej oraz paliw do celów grzewczych w segmencie modowym*

Źródło energii	2017	2016
Energia elektryczna (kWh)	3 915 766	4 547 016
ON (tys. l.)	brak danych	brak danych
Gaz (m3)	3 500**	3 500**

* nie uwzględnia danych z Rosji

** zużycie oleju napędowego wyłącznie w sklepach własnych

Tabela nr 36. Zużycie energii elektrycznej oraz paliw do celów grzewczych w segmencie dyskontowym*

Źródło energii	2017	2016
Energia elektryczna (kWh)	4 816 347	1 565 666**
ON (tys. l.)	24,76	brak danych
Gaz (m3)	206 751	47 309***

* Tabela nie zawiera danych z Rumunii i Słowacji

** dane dotyczą zużycia w 113 sklepach

*** dane dotyczą zużycia w 39 sklepach

W obu segmentach odnotowaliśmy spadek rocznego zużycia energii we wszystkich lokalizacjach sklepów.

Tabela nr 37. Racjonalizacja zużycia wody w segmencie modowym

Źródło energii	2017	2016
Zużycie wody (m3)	984,96	1011,6

Działalności każdej firmy wiąże się z generowaniem rozmaitych odpadów. Całkowita masa odpadów uznawanych za niebezpieczne dla segmentu modowego w latach 2016 i 2017 wyniosła 10 ton rocznie.

Całkowitą masę odpadów innych niż niebezpieczne za lata 2016 i 2017 przedstawiliśmy w tabeli poniżej.

Wszystkie odpady na podstawie podpisanych umów, przekazujemy wyspecjalizowanym firmom, które utylizują je zgodnie z wymogami prawa.

Poprawa gospodarki odpadami GK Redan wymaga od nas zintensyfikowania segregacji odpadów oraz podjęcia próby wyodrębnienia poszczególnych strumieni surowców i monitorowania ich dalszego wykorzystania (recykling, utylizacja, itd.).

Tabela nr 38. Ilość odpadów innych niż niebezpieczne *

Rodzaj odpadów innych niż niebezpieczne	2017	2016
Papier (t)	171 021	271 391
Folia (t)	85 176	100 701

*Tabela nie uwzględnia danych z Rosji.

W 2017 roku w segmencie modowym udało nam się znacząco ograniczyć ilość zużytego papieru oraz folii. Wynika to, między innymi ze zmniejszenia wielkości zamówień towarów od dostawców a także z wprowadzenia w magazynie pasów do zabezpieczania towarów na paletach, zamiast wcześniej wykorzystywanej do tego celu folii stretch.

Torby foliowe

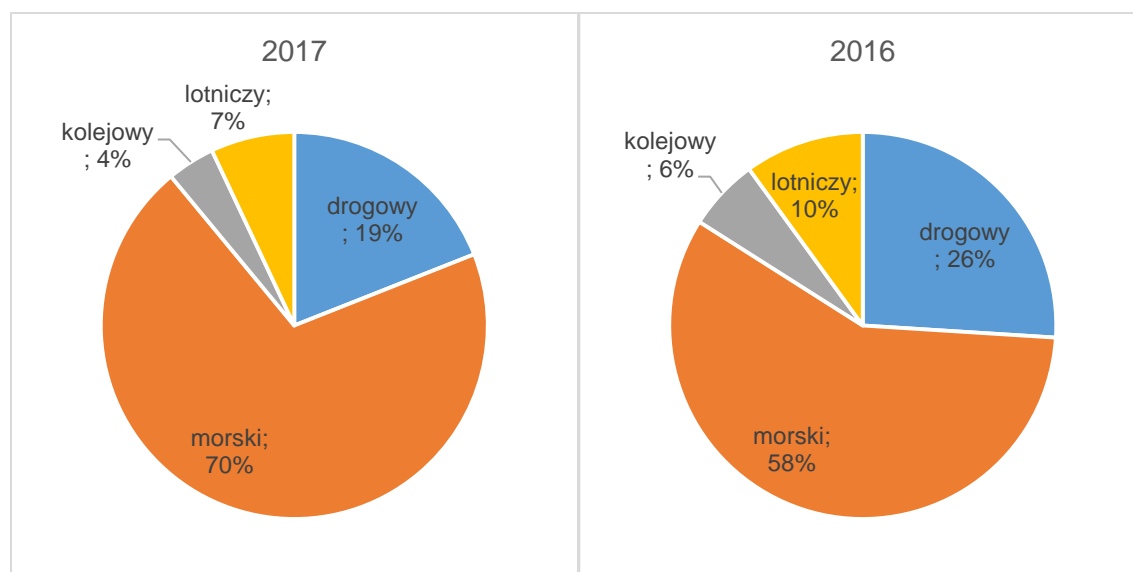
W trosce o środowisko naturalne w sektorze modowym GK Redan zrezygnowaliśmy z oferowania naszym klientom toreb foliowych. W zamian proponujemy im płatne torby papierowe, z których dochód przekazujemy dla Fundacji Happy Kids. Brak bezpłatnych toreb foliowych skłania klientów do korzystania z toreb wielokrotnego użytku lub wsparcia szczytnych celów Fundacji.

Obecnie w sektorze dyskontowym nasi klienci mogą zakupić torby foliowe, z których dochód również jest przekazywany dla Fundacji. W przyszłości planujemy zrezygnować z toreb foliowych na korzyść toreb papierowych.

Dostawy towarów

Globalny charakter działalności GK Redan powoduje, że duże znaczenie ma ją środki transportu wykorzystywane do dostaw towarów. Najczęściej stosujemy transport intermodalny, czyli łączymy różne formy transportu stosując jedną jednostkę przewozową. Nasze dostawy zazwyczaj docierają do nas drogą morską, po czym zostają przeładowane w porcie na naczepy ciężarowe lub platformy kolejowe. Część naszych dostaw z Chin transportowana jest koleją, która jest uważana za najbardziej przyjazny środowisku środek transportu. Na wykresie poniżej przedstawiono udział poszczególnych środków transportu w dostawach do GK Redan w latach 2016 i 2017.

Wykres nr 1. Struktura środków transportu dla dostaw towarów w segmencie modowym



Każdy sposób dostawy wiąże się z określonym wpływem na środowisko.

Transport morski wiąże się z emisją dwutlenku węgla innych szkodliwych substancji. Hałas powodowany przez statki może mieć negatywny wpływ na niektóre zwierzęta morskie. Z drugiej strony, taka forma transportu jest bardzo wydajna, ponieważ statki mogą przewozić ogromne ilości ładunku. GK Redan stara się zapewniać, że ładownie statków są pełne, przestrzeń ładunkowa jest dobrze wykorzystana. Jeśli to tylko możliwe, zamówienia są łączone, aby jak najbardziej efektywnie wykorzystać przestrzeń załadunkową.

Emisje powodowane przez transport lotniczy są stosunkowo wysokie, a ilość towarów, które można przewieźć jest relatywnie niewielka. Dlatego w GK Redan staramy się w możliwie najmniejszym stopniu korzystać z tego środka transportu.

Dużą część naszych dostaw, szczególnie na terenie Europy realizujemy za pomocą transportu kołowego. W przyszłości chcielibyśmy zwiększyć udział transportu kolejowego w dostawach naszych towarów.

Podróże służbowe

Globalny charakter działalności, o którym wspominaliśmy przy okazji dostaw towarów ma również duże znaczenie dla ilości podróży służbowych. Współpraca z dostawcami i innymi partnerami biznesowymi wymaga utrzymywania stałego kontaktu. Bezpośrednie spotkania z kontrahentami nie są możliwe do wyeliminowania. Jednak w wielu sytuacjach prowadzenie spotkań z wykorzystaniem telekonferencji oraz wideokonferencji pozwala zrealizować określone cele biznesowe bez ponoszenia dodatkowych kosztów oraz ograniczając emisję CO2 związaną z podróżami służbowymi.

Elektroniczny obieg dokumentów

Zarządzanie nowoczesnym przedsiębiorstwem wymaga nowoczesnych rozwiązań informatycznych. Jednym z nich jest system elektronicznego obiegu dokumentów, który wdrożyliśmy w GK Redan w 2005. Wszelkie dokumenty są skanowane podlegają elektronicznej archiwizacji. Sprawniejszy obieg dokumentów między pracownikami usprawnia transfer wiedzy w firmie. Praca zespołowa jest dużo łatwiejsza, gdyż wszyscy członkowie zespołu mają pełny dostęp do niezbędnych dokumentów. System elektronicznego obiegu dokumentów jest kompleksowym rozwiązaniem, który z jednej strony wspomaga zarządzanie procesami biznesowymi, z drugiej strony jest przyjazny środowisku naturalnemu, ponieważ pozwala minimalizować ilość zużywanego papieru.

6. O RAPORCIE

GK REDAN przygotowała raport zrównoważonego rozwoju dla swoich partnerów społecznych: pracowników, klientów, partnerów biznesowych, w szczególności do wszystkich tych, którzy są zainteresowani w jaki sposób zarządzamy wpływem ekonomicznym, środowiskowym i społecznym oraz wizją dalszego, zrównoważonego rozwoju firmy. Przedstawione w raporcie kwestie wynikają podjętych przez firmę zobowiązań oraz kwestii istotnych dla kluczowych interesariuszy GK REDAN.

Raport został podzielony na 4 obszary: kapitał ludzki, rynek, otoczenie społeczne i środowisko. Autorzy raportu korzystali z wytycznych SIN (Standard Informacji Niefinansowych, która jest regulacją środowiskową, i której opracowanie było koordynowane przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych oraz Fundację Standardów Raportowania) uzupełniając je o wskaźniki GRI G4 (Global Reporting Initiative - międzynarodowy wzorzec raportowania odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju dla firm).

Zawarte w niniejszym raporcie dane dotyczą działalności GK REDAN i obejmuje działalność wszystkich spółek do niej należących.

Raport będzie dostępny na stronie www.redan.com.pl.

6.1. WSKAŹNIKI SIN I GRI G4

wskaźniki	Obszary raportowania
	Obszar raportowania – zarządzanie etyką
G.4.1	Wskazanie czy organizacja posiada formalny Kodeks Etyki lub równoważny dokument odpowiadający na potrzeby organizacji.
G.4.2	Liczba audytów etycznych zrealizowanych u dostawców, liczba audytów zakończonych

	identyfikacją nieprawidłowości.
G.4.3	Liczba audytów etycznych zrealizowanych w organizacji na żądanie jej odbiorców, liczba audytów zakończonych identyfikacją nieprawidłowości.
G.4.4	Liczba dostawców, którzy podpisali Kartę Etyki / zobowiązanie do przestrzegania standardów etycznych organizacji.
G.4.5	Liczba zgłaszanych skarg potencjalnych naruszeń standardów etycznych (jeśli to możliwe w podziale na zgłoszenia pochodzące z wewnątrz /z zewnątrz organizacji).
G.4.6	Liczba przeprowadzonych szkoleń w obszarze etycznym, liczba osób w nich uczestniczących.
G.4.7	Odsetek (%) umów z kontrahentami, w których znalazła się klauzula odnosząca się do etyki (w ujęciu wartościowym). (*informacje zamieszczone w raporcie opisują liczbę umów z kontrahentami)
	Obszary raportowania – kwestie środowiskowe
	E.6 - Oddziaływanie bezpośrednie i pośrednie: odpady i ścieki
E.6.1	Całkowita masa odpadów w podziale na niebezpieczne i inne niż niebezpieczne z wyszczególnieniem istotnych ich kategorii.
	E.7 - Pozostałe aspekty bezpośredniego i pośredniego oddziaływania na środowisko
E.7.2	Lista awarii ze skutkiem środowiskowym i ewentualnych skażeń, do których doszło w okresie sprawozdawczym (wraz z opisem ich charakteru).
E.7.3	Lista potencjalnych naruszeń przepisów ochrony środowiska, w związku z którymi wszczęte zostały postępowania administracyjne.
E.7.4	Całkowita kwota prawomocnych kar nałożonych w związku z naruszeniem przepisów ochrony środowiska.
E.7.5	Odsetek (%) umów z kontrahentami, w których znalazła się klauzula odnosząca się do poszanowania środowiska naturalnego (w ujęciu wartościowym). (*informacje zamieszczone w raporcie opisują liczbę)
E.7.6	Liczba audytów pod kątem przestrzegania przepisów ochrony środowiska u podwykonawców
	S.11 - Bezpieczeństwo produktów i konsumentów
S.11.1	Liczba przypadków naruszenia procedur dotyczących bezpieczeństwa produktów i usług
S.11.2	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce (np. przez UOKiK) oraz wartość finansowa kar za niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach związanych z bezpieczeństwem klientów.
	Obszary raportowania – bhp
	S.4 - Bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP)
S.4.1	Liczba wypadków przy pracy wśród pracowników / wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu.
S.4.2	Wskaźnik częstości wypadków (wypadki przy pracy na 1000 zatrudnionych).
S.4.3	Liczba wypadków śmiertelnych wśród pracowników/wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu.
S.4.4	Łączna liczba dni niezdolności do pracy wśród pracowników spowodowanej wypadkami.
S.4.5	Wskaźnik ciężkości wypadków (ilość dni niezdolności/1 wypadek).
S.4.6	Liczba stwierdzonych przypadków chorób zawodowych
S.4.8	Wykaz najczęstszych przyczyn wypadków przy pracy, kategorii pracy/czynności wykonywanych przez poszkodowanego w chwili wypadku, rodzajów urazów.
S.4.9	Opis stopnia zaangażowania związków zawodowych (jeżeli funkcjonują) w obszarze BHP (np. czy został powołany Społeczny Inspektor Pracy, jak sprawują kontrole nad przestrzeganiem przepisów BHP).
S.4.10	Odsetek (%) umów z kontrahentami, w których znalazła się klauzula odnosząca się do BHP (w ujęciu wartościowym). (*informacje zamieszczone w raporcie opisują liczbę umów z kontrahentami)
S.4.11	Liczba audytów pod kątem przestrzegania zasad BHP u podwykonawców
	Obszary raportowania – kwestie pracownicze
	S.2 - Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń
S.2.1	Liczba pracowników w etatach wg typu umowy o pracę (wg wieku i płci) na koniec okresu sprawozdawczego.
S.2.2	Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg typu umowy o pracę (wg wieku i płci).

S.2.3	Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie (wg wieku i płci).
S.2.4	Liczba osób zatrudnionych na umowy cywilnoprawne wg typu umowy o pracę (wg wieku i płci) na koniec okresu sprawozdawczego, liczba zawartych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie, liczba zakończonych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie.
S.2.5	Liczba pracowników zatrudnionych w outsourcingu.
S.2.6	Liczba pracowników niepełnosprawnych oraz ich % udział w ogóle zatrudnionych
S.2.13	Łączna wysokość rocznych składek na PFRON
S.2.14	Odsetek kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy.
	GRI - G4 - Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń – cd- rozszerzenie wskaźnika S.2.14
GR-LA3	Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć.
	S.3 - Relacje ze stroną pracowniczą i wolność zrzeszania
S.3.4	Informacja, czy w zakładzie funkcjonuje procedura zgłaszania skarg i nieprawidłowości („hot line”) i na jakiej podstawie (np. odpowiedniej polityki). Jeśli tak, jaka jest liczba skarg związanych z obszarem praktyk zatrudnienia, które zostały zgłoszone, rozpatrzone i rozwiązane (ile skarg zostało zaraportowanych, a ile rozstrzygniętych w omawianym okresie).
S.3.6	Informacja o tym, czy, a jeśli tak, to w jaki sposób oraz z jakimi rezultatami, spółka prowadzi udokumentowany dialog, w formie cyklicznych, sformalizowanych spotkań, mających na celu omówienie wzajemnych oczekiwań oraz charakter najczęściej podnoszonych kwestii i sposobu ustosunkowania się do nich przez władze spółki.
	S.5 - Rozwój i edukacja
S.5.1	Średnia liczba godzin szkoleniowych (lub dni szkoleniowych) na pracownika (wg płci i kategorii pracowników) – dotyczy szkoleń organizowanych przez pracodawcę. (*dane zawarte w raporcie opisują liczbę dni szkoleniowych ogółem, bez podziału na płeć i kategorie pracowników)
S.5.2	Liczba pracowników podnoszących kwalifikacje zawodowe, którym przysługują określone uprawnienia z tego tytułu w stosunku do pracodawcy (np. urlopy szkoleniowe), że wskazaniem liczby pracowników, którym pracodawca współfinansuje lub finansuje podnoszenie kwalifikacji zawodowych.
	GRI - G4 - Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń – cd- rozszerzenie wskaźnika S.5.
GR-LA10	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej.
GR-LA11	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, z podziałem na płeć oraz kategorie pracowników.
	S.6 - Zarządzanie różnorodnością
S.6.1	Informacja, czy u pracodawcy została wdrożona polityka antymobbingowa i polityka antydyskryminacyjna.
S.6.2	Liczba zgłoszonych przypadków dyskryminacji, mobbingu, molestowania seksualnego itp.
S.6.3	Liczba potwierdzonych przypadków dyskryminacji, mobbingu, molestowania seksualnego itp.
S.6.4	Liczba audytów pod kątem przeciwdziałania dyskryminacji u podwykonawców.
S.6.5	Odsetek (%) umów z kontrahentami, w których znalazła się klauzula odnosząca się do poszanowania środowiska naturalnego (w ujęciu wartościowym). (*informacje zamieszczone w raporcie opisują liczbę umów z kontrahentami)
S.6.6	Liczba audytów pod kątem przestrzegania przepisów ochrony środowiska u podwykonawców
	S.8 - Praca dzieci i praca przymusowa
S.8.1	Liczba zgłoszonych przypadków pracy dzieci lub pracy przymusowej (w tym u podwykonawców).
S.8.2	Liczba potwierdzonych przypadków pracy dzieci lub pracy przymusowej (w tym u podwykonawców).
S.8.3	Odsetek (%) umów z kontrahentami, w których znalazła się klauzula odnosząca się do

	praw człowieka z uwzględnieniem zakazu pracy dzieci lub pracy przymusowej (w ujęciu wartościowym). (*informacje zamieszczone w raporcie opisują liczbę umów z kontrahentami)
S.8.4	Liczba audytów pod kątem poszanowania praw człowieka u podwykonawców w zakresie przeciwdziałania pracy dzieci i pracy przymusowej.
	S.9 - Społeczności lokalne i zaangażowanie społeczne
S.9.1	Opis ewentualnych uciążliwości jakie może odczuwać lokalna społeczność w związku z prowadzeniem działalności operacyjnej przez spółkę, itp.
S.9.2	Liczba skarg zgłoszonych przez społeczność lokalną, ich tematyka oraz działania spółki w odpowiedzi na nie.
S.9.3	Opis polityki i kierunków zaangażowania społecznego spółki oraz zrealizowane działania prospołeczne, w tym te na rzecz lokalnej społeczności, w której prowadzona jest działalność.
S.9.4	Całkowita kwota darowizn na cele społeczne w okresie sprawozdawczym (ze wskazaniem największych obdarowanych).
S.9.5	Całkowita kwota wydatkowana na sponsoring (ze wskazaniem największych sponsorowanych partnerów).
S.9.6	Całkowita liczba godzin przepracowanych przez pracowników-wolontariuszy oraz liczba wolontariuszy, w ramach programu wolontariatu (o ile taki istnieje).
	S.12 - Komunikacja marketingowa
S.12.1	Liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej (w tym reklamy, promocji, sponsoringu).
S.12.2	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK oraz wartość finansowa kar za niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach związanych z rzetelnością i etyką komunikacji marketingowej.
	GRI - G4 –rozszerzenie wskaźnika S.12
GR-PR6	Sprzedaż produktów zakazanych lub wywołujących kontrowersje.
	S.13 - Ochrona prywatności
S.13.4	Liczba zdarzeń dotyczących wycieku lub nieuprawnionego wykorzystania danych osobowych (klientów, pracowników).
S.13.5	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce (np. przez GIODO) oraz wartość finansowa kar za niezgodność z prawem i regulacjami w kwestiach związanych z ochroną danych osobowych.
	S.14 - Oznakowanie produktów
S.14.1	Liczba przypadków niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu.
S.14.2	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce, np. przez UOKiK oraz wartość finansowa kar związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu.
	GRI - G4 –rozszerzenie wskaźnika S.14.
GR-PR3	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur organizacji oraz procent istotnych kategorii produktów i usług podlegających takim wymogom.
GR-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klientów.
	S.15 - Pozostałe kwestie społeczne i rynkowe
S.15.5	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK oraz wartość finansowa kar związanych zachowaniami antykonkurencyjnymi i antyrynkowymi.
	S.10 - Przeciwdziałanie korupcji
S.10.1	Obszary biznesowe potencjalnie narażone na zachowania korupcyjne.
S.10.2	Liczba zgłoszonych przypadków zachowań noszących znamiona korupcji.
S.10.3	Liczba potwierdzonych przypadków korupcji.
	GRI - G4 –rozszerzenie wskaźnika S.10
GR-SO4	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym.
GR-SO5	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania.
	GRI - G4 –zachowania antykonkurencyjne
GR-SO7	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki.
	GRI - G4 –zgodność z regulacjami
GR-SO8	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami.

Łódź, w dniu 23 kwietnia 2018 r.

.....
Bogusz Kruszyński – Prezes Zarządu