

**SPRAWOZDANIE SKONSOLIDOWANE ZA  
2018 ROK NATEMAT INFORMACJI  
NIEFINANSOWYCH SPORZĄDZONE W  
OPARCIU O RAPORT  
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU  
GRUPY KAPITAŁOWEJ REDAN**

**R REDAN SA**

**TOP SECRET**  
EXPRESS YOURSELF

**TROLL**

**drywash**

**TXM**

30 kwietnia 2019

## SPIS TREŚCI

1.	O NAS .....	5
1.1.	Nasza Struktura .....	5
1.1.	Standardy zarządcze w naszej Grupie .....	7
1.2.	Budujemy relacje z Interesariuszami .....	7
1.3.	Strategiczne kierunki rozwoju .....	9
1.4.	Nasze marki .....	9
1.5.	SHAPE-największa wartość .....	13
1.6.	Kalendarium .....	14
1.7.	Nagrody i wyróżnienia .....	14
2.	JESTEŚMY ODPOWIEDZIALNI .....	15
2.1.	Komunikacja z Klientami .....	16
2.2.	Zrównoważona oferta .....	17
2.3.	Zarządzanie ryzykiem społecznym i środowiskowym .....	20
2.4.	Etyczne zarządzanie .....	23
3.	KAPITAŁ LUDZKI – kluczową inwestycją .....	27
3.1.	Dobre miejsce pracy .....	28
3.2.	Zatrudnienie .....	29
3.3.	Pracownicy niepełnosprawni .....	36
3.4.	Świadczenia socjalne .....	37
3.5.	Bezpieczne miejsce pracy .....	37
3.6.	Szkolenia i rozwój .....	39
4.	ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE .....	40
4.1.	Fundacja HAPPY KIDS .....	40
4.2.	Inne projekty społeczne .....	43
5.	W TROSCE O ŚRODOWISKO .....	44
6.	O RAPORCIE .....	48
6.1.	Wskaźniki SIN i GRI G4 .....	48

Szanowni Państwo,

Po raz drugi oficjalnie dzielimy się z Wami naszym doświadczeniem i dobrymi praktykami w zakresie realizowania polityki zrównoważonego rozwoju. 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 2018 kontynuowaliśmy koncentrację naszej uwagi i działań na pięciu obszarach.

Pierwszy - naszym zdaniem bardzo ważny to nasi pracownicy. Polityka różnorodności, którą sformalizowaliśmy w 2017 roku, 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 – byli nasi klienci. GK Redan na bieżąco analizuje oczekiwania naszych klientów. Dzięki temu możemy skutecznie podwyższać jakość naszej oferty. Zapewniamy rzetelną i jasną informację o towarach i usługach dbając, aby informacja nie wprowadzała nikogo w błąd, aby nie nadużywać zaufania odbiorcy, ani też nie wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy.

Trzeci obszar to 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.

Czwarty - 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 14 rodzinnych domach dla dzieci Happy Kids dorasta 130 naszych pociech. Poza tym na co dzień Fundacja wspiera 170 wychowanków, a od początku istnienia pomogła ponad 17 000 dzieciom.

Piątym 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](http://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 380 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](http://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](http://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](http://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 1. Struktura Grupy Kapitałowej Redan na dzień 31 grudnia 2018.



\* na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania udział Redan SA w TXM SA, a tym samym również pośrednio w spółkach zależnych TXM SA wynosi 58,70%.

## 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 (G.4.1)

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.

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

<b>pracownicy</b>	regularnie prowadzone spotkania pracowników na różnych poziomach, e -maile, gazetka wewnętrzna, filmy na temat ważnych wydarzeń, tablice ogłoszeń, badanie satysfakcji i zaangażowania pracowników, Proces Rocznej Oceny Pracowników SHAPE Plan, INTRANET
<b>Klienci</b>	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)
<b>akcjonariusze</b>	strony internetowe; REDAN, transmisje obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym
<b>społeczności lokalne</b>	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
<b>dostawcy i partnerzy</b>	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 dekoniunktury wykorzystuje jej duży potencjał rozwoju.

Oba rynki różnią się potrzebami docelowych grup klientów i tym samym musi być różnorodny asortyment ich kolekcji, cena, 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, są świadomi 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 stylizacje.

Damskie i męskie kolekcje są zgodne z aktualnymi trendami mody, nowoczesne, odważne, jednocześnie odwołujące się do emocji. Czerpią inspiracje 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 „młodym 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.

**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. 99% 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 wzbogacona jest o produkty i usługi, które ze względu na atrakcyjną wartość zawsze dają kupującym 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 była w 2018 roku rozwijana również na rynkach zagranicznych w Rumunii oraz na Słowacji. Na dzień sporządzenia raportu możemy zaprosić klientów do 340 sklepów w Polsce oraz 7 na Słowacji i 39 w Rumunii, a także do sklepu on-line [www.txm.pl](http://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 2018 r. i 2017 r.

tys. PLN	2018	Udział	2017	Udział	zmiana
Dyskontowy	351 508	59%	381 208	62,0%	-3%
Modowy	241 704	41%	233 207	38,0%	3%
<b>Sprzedaż towarów razem</b>	<b>593 212</b>		<b>614 415</b>		

Tabela nr 1. Struktura sprzedaży towarów Grupy Kapitałowej Redan w układzie geograficznym w 2018 r. i 2017 r.

tys. PLN	2018	Udział	2017	Udział	zmiana
Sprzedaż w Polsce	515 685	87%	532 187	87%	0%
Sprzedaż za granicą	77 527	13%	82 228	13%	0%
<b>Sprzedaż towarów razem</b>	<b>593 035</b>		<b>614 415</b>		

### Sieć sprzedaży

Na dzień 31 grudnia 2018 r. ogółem powierzchnia sieci sklepów Grupy Redan wyniosła:

- ok. 103,7 tys. m<sup>2</sup> (388 sklepów własnych) na rynku dyskontowym w kraju i za granicą, co oznacza około 3% spadek w stosunku do stanu z końca 2017r.
- ok. 37,6 tys. m<sup>2</sup> (258 sklepów – w tym 31 własnych i 205 franczyzowych, 20 outletów, 2 kornery) na krajowym i zagranicznym rynku modowym, co oznacza około 3% spadek w stosunku do stanu z końca 2017r.

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

- [www.topsecret.pl](http://www.topsecret.pl) oraz [www.topsecret.com.ua](http://www.topsecret.com.ua) – na rynku modowym
- [www.txm.pl](http://www.txm.pl) – na rynku dyskontowym.

### Odbiorcy

W 2018 roku sprzedaż detaliczna stanowiła 95% przychodów Grupy Redan. Wynosiła 2% więcej niż na koniec 2017 roku (94%). 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 2. Wartości pracowników Grupy Redan – SHAPE

Nasze Wartości	Nasze Kluczowe Kompetencje	Nasze zachowania
<b>Samodzielność</b> (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.
	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.
<b>Harmonia</b> (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 przewyżczamy sprzeciwy przez podejmowanie dyskusji i przedstawianie argumentów, budujemy pozytywny wizerunek własny.
<b>Aktywność</b> (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.
<b>Przedsiębiorczość</b> (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.
<b>Efektywność</b> (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.
	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.


## 1.6. KALENDARIUM

Tabela nr 3. Kalendarium wydarzeń w historii Grupy Redan

<b>2018 ROK</b>	Zrealizowaliśmy po raz pierwszy kampanię reklamową z blogerką Jessicą Mercedes Zespół Visual Merchandisingu marki Top Secret kontynuował zajęcia ze stylizacji i kreacji na studiach podyplomowych SWPS w Poznaniu, w przestrzeni w School of Form w Poznaniu. Realizowaliśmy program staży dla studentów PŁ w ramach tematu <i>Projektowanie dla korporacji</i> . Współpracowaliśmy z ASP w zakresie praktyk studenckich pt. <i>Zintegrowany program ASP w Łodzi</i> . Zorganizowaliśmy we współpracy z Fundacją Happy Kids po raz pierwszy wspólny piknik dla rodzin Fundacji i rodzin pracowników GK Redan
<b>2017 ROK</b>	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.

## 1.7. NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Tabela nr 4. Nagrody i wyróżnienia przyznane spółkom z Grupy Redan

2018		Marka Top Secret zdobyła tytuł SUPERPRODUKT w 12. konkursie miesięcznika Świat Kobiety – kategoria MODA i STYL/ODZIEŻ
------	---	---

		<p>Marka Top Secret otrzymała tytuł Superbrands Polska Marka 2018 w wyniku największego w Polsce konsumenckiego badania siły marki</p>
<p>2017</p>		<p>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</p>
		<p>Gazeta Biznesu. W 2017 r. Redan SA został wyróżniony w rankingu „Gazeta Biznesu” wśród najbardziej dynamicznie rozwijających się firm wg dziennika Puls Biznesu.</p>

## 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 równoważonego 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 podwyższać 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 2018 nasi klienci zwrócili nam uwagę na długi czas oczekiwania na zwrot pieniędzy po pozostawieniu zwrotu czy reklamacji w naszych punktach odbioru/obsługi (sklepy stacjonarne). Na długi czas zwrotu środków wpływa opóźniona odsyłka ze sklepów i duża ilość zwrotów. Pracownicy BOK za każdym razem interweniują, proszą o szybki zwrot towaru i rozliczenie zwrotu poza kolejnością na magazynie.

Dużym problemem było też przejście z Collection Club do Top Secret Club. Szczególnie metoda przeliczenia punktów i nowe zasady benefitów nie spotkało się z aprobatą klientów. W tym przypadku weryfikowaliśmy możliwie szybko konkretne zgłoszenie, a następnie przekazywaliśmy klientowi informacje o naprawionym błędzie.

Problemem było rozumienie 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.

Klienci zgłaszali również uwagi, że treść SMS-ów jest źle skonstruowana i wprowadza ich w błąd – obecnie przykładamy ogromną wagę do tego, aby SMSy przez nas wysyłane były maksymalnie spójne treściowo z regulaminem akcji promocyjnych.

W 2018 roku wdrożyliśmy sprzedażową aplikację mobilną Top Secret. Klienci wyrażali swoje niezadowolenie z powodu braku możliwości korzystania z niej na iPhone. W reakcji wprowadziliśmy specjalną zakładkę na stronie Top Secret wyjaśniającą tą sytuację.



Otrzymaliśmy również od Klientów zgłoszenia, że nadal nie ma możliwości zwrotu produktów w każdym sklepie – w każdym przypadku prowadzimy aktywną akcję informacyjną o polityce firmy w tym zakresie.

Dla Klientów Top Secret dużym problemem w grudniu była awaria serwerów, która skutkowałą dużym opóźnieniem w realizacji zamówień internetowych (powyżej 1 tygodnia), lub niedostarczeniem zamówień w ogóle (awaria stanów magazynowych i brak produktów do realizacji zamówień na stanach magazynowych). Nasze Biuro Obsługi Klienta rozwiązywało skutecznie każdy konkretny problem. Klient natomiast otrzymywał kod rabatowy jako rekompensatę.

W raportowanym okresie w sektorze modowym nie było żadnych postępowań administracyjnych prowadzonych 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 (S.12.2)

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 raportowanym okresie prowadziła pomiar satysfakcji klientów poprzez udział w konkursach i licznych plebiscytach. 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 „Gazete Biznesu” wśród najbardziej dynamicznie rozwijających się firm wg dziennika Puls Biznesu.

W 2018 roku Marka Top Secret zdobyła tytuł SUPERPRODUKT w 12.konkursie miesięcznika Świat Kobiety – kategoria MODA i STYL/ODZIEŻ . W tym samym okresie marka Top Secret otrzymała tytuł Superbrands Polska Marka 2018 w wyniku największego w Polsce konsumenckiego badania siły marki.

## 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 (wyrywkowo 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. GK REDAN zobowiązuje swoich dostawców do przestrzegania obowiązujących przepisów prawa UE i krajowego dotyczącego oznakowania towarów i zamieszczania na nich przewidzianych prawem informacji. Pomimo, że zobowiązujemy 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 związane z niewłaściwym oznakowaniem produktu.

W raportowanym okresie wystąpiły dwa przypadki naruszenia procedur dotyczących bezpieczeństwa produktów i usług w GK REDAN i stanowi to znaczący spadek w stosunku do roku 2017 (9 przypadków). Pierwsze naruszenie dotyczyło bluzy chłopięcej, która mogła stwarzać zagrożenie dla użytkowników, ze względu na zastosowanie sznurka ściągającego przy kapturze, wbrew wymaganiom normy, zgodnie z którą ubrania przeznaczone dla małych dzieci nie powinny być projektowane, produkowane, ani dostarczane ze sznurkami ściągającymi w obszarze głowy, szyi i górnej powierzchni klatki piersiowej. Drugie naruszenie dotyczyło bluzy chłopięcej, która mogła stwarzać zagrożenie dla użytkowników, ze względu na zastosowanie w tunelu kaptura sznurka ściągającego posiadającego swobodne końce, wbrew wymaganiom normy, zgodnie z którym sznurki ściągające znajdujące się w ubraniach dla dzieci starszych i młodzieży w obszarze głowy nie powinny mieć swobodnych końców. Przyczyny zagrożeń w dwóch powyższych przypadkach zostały usunięte, a postępowania administracyjne zostały umorzone (S.11.1)

Nie wystąpiły przypadki niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu na rynku modowym w 2018 roku, co stanowi istotną poprawę w porównaniu do 2017 roku (7 przypadków niezgodności). Na rynku dyskontowym również odnotowano wyraźny spadek niezgodności: 4 przypadki w porównaniu do 189 w 2017 roku. Niezgodności dotyczyły: innego rozmiaru ręcznika na metce w porównaniu z stwierdzonym po badaniach organoleptycznych (na sklepy zostały rozesłane poprawne metki), nieprawidłowego składu surowcowego na getrach dziewczęcych oraz na bluzie dziewczęcej (dosłane metki na sklepy), złego składu surowcowego

na spodniach dziewczęcych (zostały dostane metki na sklepy), błędnie oznakowanego prześcieradła. Pozytywna zmiana jest efektem wprowadzenia niezbędnych korekt w procesach, które sprawiły, że oznaczenia produktów są prawidłowe ( S.14.1)

W 2018 roku prowadzono 3 postępowania administracyjne przeciwko spółkom z GK REDAN związane z niewłaściwym oznakowaniem produktu na rynku dyskontowym. Jest to spadek do roku 2017 w którym odnotowano 34 postępowania. W wyniku tych postępowań Spółka zapłaciła kary: 700 zł, 16500 LEI, 500 EURO i 5000 Kč w roku 2017 oraz 5500 zł w roku 2018 (S.11.2)

Tabela nr 5. Wskaźniki dotyczące niezgodności produktów (S.12.1)

wskaźnik	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
	rok:	2 018	2 017	2 018	2 017	2 018	2 017
Liczba przypadków naruszenia procedur dotyczących bezpieczeństwa produktów i usług		0	0	2	9	2	9
Liczba przypadków niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu		0	7	4	189	4	196
Liczba postępowań administracyjnych prowadzonych przeciwko Spółce związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu		0	1	3	33	3	34

Inspektoraty PIH kontrolowały GK REDAN w roku 2017 dwa razy. Kontrole dotyczyły 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. stwierdzono, że opisy na metkach były zgodne z rzeczywistością w 100%.

W 2018 roku w segmencie modowym przeprowadzona została jedna kontrola PIH. Dotyczyła ona jakości oraz prawidłowości oznakowania wyrobów włókienniczych – konfekcji z tkanin i dzianin dla dorosłych. Kontrola została zakończona wynikiem pozytywnym, tzn. rzeczywisty ustalony laboratoryjnie skład surowy był zgodny z wymaganiami.

W 2018 roku w segmencie dyskontowym przeprowadzonych zostało 10 kontroli PIH w Polsce i 4 na Słowacji. Dotyczyły one w większości błędnego oznakowania stanu surowcowego produktów. Zgodnie z zaleceniami pokontrolnymi wymieniono błędne metki.

W 2018 roku do Top Secret sp. z o.o. zostały skierowane 22 sprawy przez Miejskich/Powiatowych Rzeczników Konsumentów. Sprawy dotyczyły pozasądowego rozwiązywania sporów z konsumentami w zakresie rozpoznania przez przedsiębiorcę reklamacji. W 10 przypadkach, po ponownym rozpatrzeniu sprawy, Top Secret sp. z o.o. uznała reklamacje klientów za zasadne, natomiast w 12 przypadkach podtrzymała decyzje o odmowie przyjęcia reklamacji.

W segmencie modowym w 2018 r. postępowanie w sprawie pozasądowego rozwiązania sporów konsumenckich wszczął również Śląski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Katowicach. W tym postępowaniu GK Redan uznała reklamację konsumenta za niezasadną, na czym zakończono postępowanie.

W segmencie dyskontowym w 2018 r. odnotowano 2 postępowania, które we wskazanym okresie

były prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK. Prezes UOKiK nałożył na TXM S.A. karę pieniężną w wysokości 3.000 zł oraz 2.500 zł.

W segmencie modowym nie odnotowano postępowań, które byłyby prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK (S.14.2).

### **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 6,6% w grudniu 2017 r. do 5,9 % w grudniu 2018 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 (S.6.1).

#### **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 spółek GK Redan SA nie może uczestniczyć w działaniach mogących prowadzić do naruszenia krajowego oraz/lub zagranicznego prawa antykorupcyjnego. W ramach przeciwdziałania 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. W raportowanym okresie nie stwierdziliśmy działań o charakterze korupcyjnym (S.10.2).

### **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 raportowanym okresie 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. (S. 6.2).

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](mailto:etyka@redan.com.pl); (S.3.4). 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 wpłynęła jedna skarga dotycząca potencjalnych naruszeń standardów etycznych. Dotyczyła sposobu oceny pracy pracownika przez klienta wewnętrznego. Podjęliśmy działania wyjaśniające. W toku postępowania nie stwierdzono naruszenia norm etycznych wobec pracownika. Przestrzeganie norm etycznych nie oznacza powstrzymania się od wyrażania niezadowolenia z terminowości i jakości dostarczanych klientowi wewnętrznemu produktów (S.3.4).

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). W 2018 roku podpisaliśmy 35 umów ramowych w tym: z dostawcami z Chin (30 umów), z dostawcami z Polski (5 umów – wprowadziliśmy nowe zapisy w umowie z dotychczasowymi partnerami). 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. Służy 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 2018 roku istotnie zwiększyliśmy ilość przeprowadzanych audytów u naszych dostawców.

Tabela nr 6. Łączna liczba audytów przeprowadzanych u dostawców (S.8.4).

	2018	2017
CHINY	300	161
BANGLADESZ	115	139
POLSKA	2	3
PAKISTAN	6	brak danych
INDIE	10	15
<b>Razem</b>		<b>318</b>

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 nie stwierdziliśmy naruszenia przepisów ochrony środowiska (E.7.6)

W nadchodzącym okresie nie planujemy zwiększenia liczby audytów. W 2019 roku skupić się chcemy na naszych stabilnych dostawcach na wszystkich rynkach, z którymi pracujemy od dłuższego czasu

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 pomimo zamierzeń nie przeprowadzono osobnych szkoleń obejmujących obszar etyczny. Takie szkolenie on-line przygotowane jest na III kwartał 2019 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 spółek 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 za zakwalifikowanie znalezionych wad 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 2017 odnotowano jeden przypadek zachowań noszący znamiona korupcji w Bangladeszu. Nasz kluczowy dostawca padł ofiarą ataku hackerskiego. 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 zakończono opracowanie procedury antykorupcyjnej i uruchomiono i procedurom antykorupcyjnym przygotowania do wprowadzenia e-learningowego szkolenia poświęconego politykom

### Szanujemy zasady wolnego rynku

W latach 2017 i 2018 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. Nie zapłaciliśmy też kar finansowych związanych **zachowaniami antykonkurencyjnymi i antyrynkowymi** (S.15.5).

## 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 informujemy 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, pracownik 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 (S.3. 6).

<b>Procesy</b>	briefy zebrania spotkania indywidualne
<b>kanały tradycyjne</b>	tablice ogłoszeń broszury akcje plakatowe
<b>kanały nowoczesne</b>	mailingi newsletter portal społecznościowy intranet

<b>publikacje</b>	TXM Ekspres
-------------------	-------------

### 3.2. ZATRUDNIENIE

W raportowanym okresie zatrudnienie w GK Redan wzrosło z 1321 (liczby pracowników liczonej w etatach) w 2017 roku do 1426 w roku 2018. Zmiana ta jest widoczna szczególnie na rynku dyskontowym, gdzie zatrudnienie wzrosło z 1031 osób (2017r.) do 1152 osób (2018 r.) łącznie ze Słowacją i Rumunią. Jest to związane z kontynuowanym procesem zmiany modelu prowadzenia sklepów TXM w modelu agencyjnym, jak również z dostosowaniem struktury zespołu zakupowego i projektowego do potrzeb biznesu. W 2018 w centrali dyskontowej o 10 wzrosła liczba etatów.

Na rynku modowym zatrudnienie zmniejszyło się o 7 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. Tendencja ta w 2018 r. utrzymywała się.

Tabela nr 7. Liczba pracowników w przeliczeniu na etaty według płci na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.1).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2 018	2 017	2 018	2 017	2 018	2 017
rok:						
liczba kobiet	199	211	1059	936	1 258	1 147
<i>udział kobiet</i>	<i>72%</i>	<i>73%</i>	<i>92%</i>	<i>91%</i>	<i>88%</i>	<i>87%</i>
liczba mężczyzn	75	79	93	95	168	174
<i>udział mężczyzn</i>	<i>28%</i>	<i>27%</i>	<i>8%</i>	<i>9%</i>	<i>12%</i>	<i>13%</i>
<b>razem</b>	<b>274</b>	<b>290</b>	<b>1 152</b>	<b>1 031</b>	<b>1 426</b>	<b>1 321</b>

Na obu rynkach w 2018 r. podobnie jak w 2017 r. dominowali pracownicy w wieku od 25 do 35 lat. Ich liczba zwiększyła się za sprawą rynku dyskontowego. Rośnie liczba pracowników powyżej 45 roku życia na obu rynkach.

Tabela nr 8. Liczba pracowników według wieku w etatach na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.1).

przedziały wiekowe	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2 018	2 017	2 018	2 017	2 018	2 017
rok:						
do 25 lat	27	30	250	259	277	289
25-35 lat	127	135	444	385	571	521
36-45 lat	69	80	290	258	359	339

46+ lat	52	44	168	129	220	173
<b>Razem</b>	<b>274</b>	<b>290</b>	<b>1 152</b>	<b>1 031</b>	1426	<b>1 321</b>

Dominującym rodzajem umowy, którą pracownicy są związani ze spółkami z Grupy Redan są umowy o pracę. W 2018 r. nieznacznie przeważała liczba umów o pracę na czas nieokreślony niż na czas określony. Liczba osób współpracujących z Grupą Redan w oparciu o umowy cywilnoprawne (umowy zlecenia, kontrakty managerskie, umowy o dzieło i umowy o świadczenie usług) jest znacznie mniejsza w porównaniu do liczby osób zatrudnionych na umowach o pracę. Zmniejszyła się za to wyraźnie liczba osób współpracujących za pośrednictwem agencji pracy tymczasowych. Jest to szczególnie widoczne w segmencie dyskontowym.

Tabela nr 9. 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: 2 018	2 017	2 018	2 017	2 018	2 017
umowa o pracę na czas nieokreślony	kobiety	148	132	512	493	660	625
	mężczyźni	59	42	41	22	100	64
umowa o pracę na czas określony	kobiety	51	79	545	529	596	608
	mężczyźni	16	37	52	76	68	113
umowa cywilnoprawna	kobiety	41	32	134	70	175	102
	mężczyźni	59	55	4	29	63	84
umowa poprzez agencję pracy tymczasowej	kobiety	19	21	42	117	61	138
	mężczyźni	5	5	0	18	5	23

Tabela nr 10. 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: 2 018	2 017	2 018	2 017	2 018	2 017
umowa o pracę na czas nieokreślony	do 25 lat	19	12	64	93	83	111
	25-35 lat	79	68	212	165	291	233
	36-45 lat	61	60	164	122	225	182
	46 + lat	48	33	112	55	160	88
umowa o pracę na czas określony	do 25 lat	8	18	186	168	194	186
	25-35 lat	47	67	231	237	278	304
	36-45 lat	8	20	124	136	132	157
	46 + lat	4	11	56	74	60	75
umowa cywilnoprawna	do 25 lat	16	2	91	34	107	36
	25-35 lat	43	46	26	51	69	97
	36-45 lat	31	55	16	10	47	65
	46 + lat	10	11	5	5	15	16

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	do 25 lat	5	6	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
	25-35 lat	4	5	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
	36-45 lat	9	10	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
	46 + lat	6	5	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych

Zarówno w segmencie modowym oraz dyskontowym w 2018 r. widać większy udział nowozatrudnionych kobiet – stanowili on 68% wszystkich nowozatrudnionych osób w 2018 r dla segmentu modowego i aż 90% dla segmentu dyskontowego.

Tabela nr 11. Liczba pracowników nowozatrudnionych w etatach wg płci na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.2.)

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
kobiety	41	64	475	261	516	325
mężczyźni	18	33	47	28	65	61
<b>razem</b>	<b>60</b>	<b>97</b>	<b>522</b>	<b>289</b>	<b>582</b>	<b>386</b>

Tabela nr 12. Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg typu umowy o pracę (S.2.2.)

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
		rok 2018	2017	2018	2017	2018	2017
umowa o pracę na czas nieokreślony	kobiety	10	28	22	42	32	70
	mężczyźni	8	15	3	3	11	18
umowa o pracę na czas określony	kobiety	31	36	450	217	481	253
	mężczyźni	10	18	44	25	54	43
umowa cywilnoprawna	kobiety	38	14	683	46	721	60
	mężczyźni	19	10	33	29	52	39
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	kobiety	18	21	100	12	118	33
	mężczyźni	7	5	2	0	9	5

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 13. Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg wieku (S.2.2.)

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
do 25 lat	9	16	188	113	197	129
25-35 lat	36	44	186	92	222	136
36-45 lat	7	22	106	60	113	82
46 + lat	8	15	42	24	50	39

Tabela nr 14. Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg typu umowy o pracę wg wieku.(S.2.2).

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 018	2017	2 018	2017	2 018	2 017
umowa o pracę na czas nieokreślony	do 25 lat	4	0	1	27	5	27
	25-35 lat	8	21	14	10	22	31
	36-45 lat	0	19	8	5	8	24
	46 + lat	6	12	2	1	8	13
umowa o pracę na czas określony	do 25 lat	5	16	186	85	191	101
	25-35 lat	27	28	170	82	197	110
	36-45 lat	7	8	98	50	105	58
	46 + lat	2	2	40	23	42	25
umowa cywilnoprawna	do 25 lat	20	3	393	25	413	28
	25-35 lat	20	13	180	23	200	36
	36-45 lat	11	6	98	28	109	34
	46 + lat	6	3	45	1	51	4
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	do 25 lat	6	6	brak danych	brak danych	brak danych	
	25-35 lat	7	5	brak danych	brak danych	brak danych	
	36-45 lat	8	10	brak danych	brak danych	brak danych	
	46 + lat	4	5	brak danych	brak danych	brak danych	

Skala odejść jest większa wśród kobiet, w segmencie modowym stanowią 77% ogółu osób, które odeszły z pracy, wskaźnik ten w segmencie dyskontowym wynosi aż 90%.

Tabela nr 15. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie wg płci (S.2.3).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
kobiety	95	69	630	399	725	468
mężczyźni	26	33	64	49	90	82
<b>razem</b>	<b>122</b>	<b>102</b>	<b>694</b>	<b>448</b>	<b>816</b>	<b>550</b>

Tabela nr 16. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie wg typu umowy o pracę i płci. (S.2.3)

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 018	2 016	2 018	2 017	2 018	2 017
umowa o pracę na czas nieokreślony	kobiety	70	27	272	37	342	65
	mężczyźni	13	4	18	4	31	8
umowa o pracę na czas określony	kobiety	25	42	347	362	372	404
	mężczyźni	13	29	46	46	59	75
umowa cywilnoprawna	kobiety	29	1	557	34	586	35
	mężczyźni	17	1	29	12	46	13



rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	kobiety	26	4	127	10	153	14
	mężczyźni	6	2	10	0	16	2

W 2018 roku największa skala odejść nastąpiła wśród grup pracowników do 25 roku życia oraz w przedziale wiekowym 25-35 lat.

Tabela nr 17. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie (S.2.3).

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
rok:	2 018	2 017	2 018	2 017	2 018	2 017
do 25 lat	54	18	255	131	309	149
25-35 lat	43	58	233	188	276	255
36-45 lat	22	15	144	92	166	107
46 + lat	2	11	62	37	64	49

Tabela nr 18. Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie wg typu umowy o pracę (wg wieku) (S.2.3).

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 018	2 017	2 018	2017	2 018	2 017
umowa o pracę na czas nieokreślony	do 25 lat	49	11	129	8	178	19
	25-35 lat	22	20	83	13	105	33
	36-45 lat	12	6	59	13	71	19
	46 + lat	0	5	22	6	22	10
umowa o pracę na czas określony	do 25 lat	5	17	123	123	128	140
	25-35 lat	21	38	145	175	166	213
	36-45 lat	10	9	84	79	94	88
	46 + lat	2	7	39	31	41	38
umowa cywilnoprawna	do 25 lat	10	0	304	11	314	11
	25-35 lat	21	2	158	25	179	27
	36-45 lat	9	0	85	9	94	9
	46 + lat	6	0	41	1	47	1
umowa poprzez agencje pracy tymczasowej	do 25 lat	6	2	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
	25-35 lat	16	3	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
	36-45 lat	5	1	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
	46 + lat	5	0	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych

Tabela nr 19. Liczba osób zatrudnionych na umowy cywilnoprawne wg typu umowy o pracę (wg płci) na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.4).

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2 018	2018	2 018	2017	2 018	2 017

rodzaj umowy	płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
umowy cywilnoprawne (umowa zlecenie, umowa o dzieło itp.)	kobiety	20	11	133	62	153	73
	mężczyźni	10	9	4	29	14	38
kontrakty managerskie	kobiety	2	2	1	1	3	3
	mężczyźni	2	2	1	1	3	3

W 2018 r. znaczna część zawartych umów cywilno-prawnych dotyczyła 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. Ten mechanizm powoduje oczywiście także, że duża liczba umów zlecenia kończy się po okresie wstępnym

Tabela nr 20. Liczba zawartych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie, według płci (S.2.4).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
kobiety	44	12	3 150	2 231	3 194	2 243
mężczyźni	23	6	449	281	472	287
<b>razem</b>	<b>67</b>	<b>18</b>	<b>3 599</b>	<b>2 512</b>	<b>3 666</b>	<b>2 530</b>

Tabela nr 21. Liczba zakończonych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie (S.2.4).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
kobiety	29	3	3 025	1 745	3 054	1 748
mężczyźni	14	3	445	184	459	187
<b>razem</b>	<b>43</b>	<b>6</b>	<b>3 470</b>	<b>1 929</b>	<b>3 513</b>	<b>1 935</b>

Tabela nr 22. Liczba osób zatrudnionych na umowy cywilnoprawne wg typu umowy o pracę (wg wieku) na koniec okresu sprawozdawczego (S.2.2).

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
		rok: 2 018	2017	2 018	2017	2 018	2 017
umowy cywilnoprawne (umowa zlecenie, umowa o dzieło itp.)	do 25 lat	16	2	393	24	409	26
	25-35 lat	43	11	178	10	221	21
	36-45 lat	29	5	99	37	128	42
	46 + lat	8	2	45	1	53	3
kontrakty managerskie	do 25 lat	0	0	0	0	0	0
	25-35 lat	0	0	0	0	0	0
	36-45 lat	2	2	2	2	4	4

rodzaj umowy	przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	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. W 2018 r. wprowadzono w TXM projekt produktywności zatrudnienia w sieci sprzedaży.

Tabela nr 23. Liczba zawartych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie według wieku (S.2.4).

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
do 25 lat	20	3	1909	1 244	1929	1 247
25-35 lat	25	9	797	664	822	673
36-45 lat	11	5	606	390	617	395
46 + lat	10	2	287	214	297	216
<b>razem</b>	<b>66</b>		<b>3599</b>	<b>2 512</b>	<b>3665</b>	<b>2 531</b>

Tabela nr 24. Liczba zakończonych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie według wieku (S.2.4).

przedział wiekowy	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
do 25 lat	10	1	1821	1 244	1831	1 243
25-35 lat	19	4	775	664	794	668
36-45 lat	8	1	591	390	599	391
46 + lat	6	0	283	214	289	214
<b>razem</b>	<b>43</b>	<b>6</b>	<b>3 470</b>	<b>2 512</b>	<b>3 513</b>	<b>2 516</b>

Tabela nr 25. Liczba pracowników zatrudnionych w outsourcingu (S.2.5).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok: 2018	2017	2018	2017	2018	2017
kobiety	19	21	186	117	205	138
mężczyźni	5	5	2	18	7	23

Tabela nr 26. Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć (GR-LA3).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	rok:	2018	2017	2018	2017	2018
Liczba kobiet, które powróciły do pracy i utrzymały zatrudnienie po urlopie macierzyńskim/	7	18	29	5	36	23
<i>Odsetek kobiet, które utrzymały zatrudnienie po urlopie macierzyńskim</i>	2%	6%	2%	0%	2%	2%
Liczba mężczyzn, którzy powróciły do pracy i utrzymali zatrudnienie po urlopie tacierzyńskim/	4	0	2	0	6	0
<i>Odsetek mężczyzn, którzy utrzymali zatrudnienie po urlopie tacierzyński</i>	1%	0%	1%	0%	1%	0%

Tabela nr 27. Odsetek kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy (S.2.14).

rok:	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Liczba kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy.	0	10	22	16	22	26
<i>Odsetek kobiet, które po urodzeniu dziecka i powrocie do pracy, zrezygnowały z pracy w ciągu 12 m-cy od powrotu do pracy.</i>	0%	36%	44%	76%	44%	52%

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

Ludzie 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 osób niepełnosprawnym jako pełnowartościowym, pełnoprawnym członkom naszego zespołu. Poziom zatrudnienia osób niepełnosprawnych utrzymuje się w segmencie modowym na podobnym poziomie jak w 2017 r. W segmencie dyskontowym obserwujemy spadek. Mniej o 19 niepełnosprawnych kobiet zatrudniliśmy w raportowanym okresie w segmencie dyskontowym.

Tabela nr 28. Liczba pracowników niepełnosprawnych oraz % udział pracowników niepełnosprawnych w ogóle zatrudnionych z podziałem na płeć (S.2.6).

płeć	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN		
	rok:	2018	2017	2018	2017	2018	2017
kobiety		2	2	30	49	32	51
<i>udział w ogóle zatrudnionych</i>		1%	1%	3%	5%	3%	4%
mężczyźni		6	5	20	25	26	30
<i>udział w ogóle zatrudnionych</i>		8%	6%	22%	26%	15%	17%
<b>razem</b>		<b>8</b>	<b>7</b>	<b>50</b>	<b>74</b>	<b>58</b>	<b>81</b>
<i>udział w ogóle zatrudnionych</i>		3%	2%	4%	7%	4%	6%

Tabela nr 29. Łączna wysokość rocznych składek na PFRON (S.2.13).

rok:	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
roczne składki na PFRON.	153 463	175 225	0	-172 719	153 463	<b>2 506</b>

### 3.4. ŚWIADCZENIA SOCJALNE

W spółkach z GK REDAN istnieją Zakładowe Fundusze Świadczeń Socjalnych. Ich środki przeznaczane 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 2017 i 2018 spada i znajduje się na bardzo niskim poziomie, niemniej chcielibyśmy całkowicie wyeliminować wypadki przy pracy.

Tabela nr 30. Wskaźnik wypadkowości (S.4.2).

	2018	2017
Liczba zatrudnionych	1448	1 371
Liczba wypadków	11	13
Wskaźnik wypadkowości na 1000 pracowników	7,6	9,48

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

Tabela nr 31. Liczba wypadków przy pracy (S.4.1).

Wskaźnik	2018	2017
Łączna liczba wypadków przy pracy wśród pracowników	11	13
Liczba wypadków przy pracy wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu	0	0
Łączna liczba wypadków przy pracy	11	13
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	193	225
Ciężkość wypadków	17,55	17,31

W 2018 roku odnotowaliśmy mniej wypadków przy pracy oraz znaczny spadek liczby dni niezdolności do pracy spowodowanych wypadkami przy pracy. Za to nie zmniejszył się wskaźnik ciężkości wypadków.

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

Tabela nr 32. Łączna liczba wypadków przy pracy oraz liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy (S.4.4)

rok:	Rynek modowy		Rynek dyskontowy		GK REDAN	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Łączna liczba wypadków przy pracy.	2	1	9	12	11	13
Liczba dni niezdolności do pracy na skutek wypadków przy pracy	56	15	137	210	193	225

Bardziej dogłębna analiza pokazuje, że najczęściej do urazów dochodzi w magazynach. W latach 2017 i 2018 było to 8 zdarzeń. Urazy dotyczyły zazwyczaj górnych lub dolnych kończyn (stłuczenia, naciągnięcia, złamania) i należy je zakwalifikować do urazów lekkich. W latach 2017 i 2018 nie wystąpiły urazy ciężkie ani śmiertelne (S.4.3)

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 2017 i 2018 nie stwierdziliśmy przypadków występowania chorób zawodowych w Grupie

Redan (S.4.6)

### 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 33. Dane o szkoleniach pracowników (S.5.1)

	2018	2017
Łączna ilość godzin szkoleniowych	3214	394
Łączna ilość osobodni szkoleniowych	177 408	52 600
Łączna liczba uczestników	462	1052

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). W 2018 roku wdrożyliśmy cykl szkoleń Lean Management służących optymalizacji procesów w organizacji zarówno w części dyskontowej jak i modowej.

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. W ocenie SHAPE Plan 2018 w segmencie modowym wzięło udział 92% pracowników uprawnionych do udziału w ocenie. W tym: 85% kadry zarządzającej, 93% kierowników liniowych i ekspertów oraz 89% pracowników operacyjnych (GR-LA11).

W ocenie SHAPE Plan 2019 planujemy wdrożyć formułę oceny 270 stopni. Nasza kadra kierownicza w procesie oceny otrzyma informacje zwrotne o własnych kompetencjach zarządczych od swoich podwładnych.

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 (S.9.1)

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 (S.9.3).

##### **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 sądownie 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. W 2018 r. nasza Fundacja Happy Kids utworzyła 14-ty rodzinny dom dziecka. Nasze domy zgodnie z nomenklaturą Ustawy o wspieraniu rodziny i systemie pieczy zastępczej są placówkami opiekuńczo-wychowawczymi typu rodzinnego. Tworząc i prowadząc Rodzinne Domu Dziecka, dajemy 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 14 Dom Fundacji Happy Kids powstał w 2018 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 14 Rodzinnych Domach Dziecka Happy Kids dorasta 130 dzieci. Poza tym na co dzień Fundacja wspiera 170 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 ponad 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 zbiórek 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 2018 odbyła się ósma edycja akcji, w której wzięła udział rekordowa liczba dzieci: 4 500 tysięcy. Od początku, w akcji Happy Bus, wzięło udział 16 000 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 2017 i 2018 na cele statutowe Fundacji Happy Kids istotnie wzrosła i wyniosła 330 812,20 zł. (spółki rynku modowego przekazały kwotę 211 748,93 zł, rynku dyskontowego kwotę 119 063,27 zł) ( S.9.5).

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 zintensyfikowaliśmy nasze działania w zakresie aktywnej pomocy Fundacji Happy Kids. Uruchomiliśmy nowe, nowoczesne narzędzia 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.

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

Zintensyfikowaliśmy także nasze działania on line. Wprowadziliśmy 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 (S.9.3)

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](http://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. W ramach planowanego w 2018 roku Aktywnego Wolontariatu Pracowniczego zdecydowaliśmy się na wsparcie infrastruktury domów Fundacji. W wyniku inicjatywy naszych pracowników służącej pozyskaniu środków na wyposażenie placu zabaw jednego z domów Fundacji a następnie w ramach wolontariatu zbudowania placu zabaw, we wrześniu 2018 zorganizowaliśmy pierwszy piknik dla naszych pracowników i rodzin z domów Fundacji pod nazwą HAPPY TIME. Mieliśmy okazję poznać bezpośrednio naszych podopiecznych oraz wspólnie bawić się podczas konkursów i loterii. Dochód z loterii został przekazany na rzecz zbudowania placu zabaw. Jego realizację przewidujemy siłą wolontariuszy w 2019 roku.

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 (E.6).

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 2017 roku wzrost ilości sklepów z zainstalowanym oświetleniem LED w 2018 roku wyniósł średnio 5,5%. Dla sieci Top Secret liczba sklepów z oświetleniem LED wzrosła o 9%. W 2017 roku w sklepach sieci TXM Textilmarket oświetlenie LED było zainstalowane w 238 sklepach na 409 lokali, a roku 2018 było to już 233 sklepów na 388 lokali (wzrost o 2%).

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.

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 34. Zużycie energii elektrycznej oraz paliw do celów grzewczych w segmencie modowym\*

Źródło energii	2018	2017
Energia elektryczna (kWh)	3 591 024	3 915 766
ON (tys. l.)	brak danych	brak danych
Gaz (m3)	3650**	3 500**

\* nie uwzględnia danych z Rosji

\*\* zużycie oleju napędowego wyłącznie w sklepach własnych

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

Źródło energii	2018	2017
Energia elektryczna (kWh)	2 216 787**	4 816 347
ON (tys. l.)	8***	24,76
Gaz (m3)	84 314****	206 751

\* dane dotyczą tylko rynku polskiego

\*\*dane dotyczą zużycia w 123 sklepach i w magazynie logistycznym w Mysłowicach (składowe w formule)

\*\*\* dane dotyczą zużycia w 3 sklepach

\*\*\*\*dane dotyczą zużycia w 39 sklepach i w magazynie logistycznym w Mysłowicach (składowe w formule)

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

Tabela nr 36. Racjonalizacja zużycia wody w segmencie modowym.

Źródło energii	2018	2017
Zużycie wody (m3)	2320	2203

Działalności każdej firmy wiąże się z generowaniem rozmaitych odpadów. W latach 2017 i 2018 nie wygenerowaliśmy odpadów uznawanych za niebezpieczne ( E.6.1)

Całkowitą masę odpadów innych niż niebezpieczne za lata 2017 i 2018 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 37. Ilość odpadów innych niż niebezpieczne (E 6.1)\*

Rodzaj odpadów innych niż niebezpieczne	2018	2017
Papier (t)	159 678	171 021
Folia (t)	80 295	85 176

\*Tabela nie uwzględnia danych z Rosji.

W 2018 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 również w sektorze dyskontowym zrezygnować z toreb foliowych na korzyść toreb papierowych.

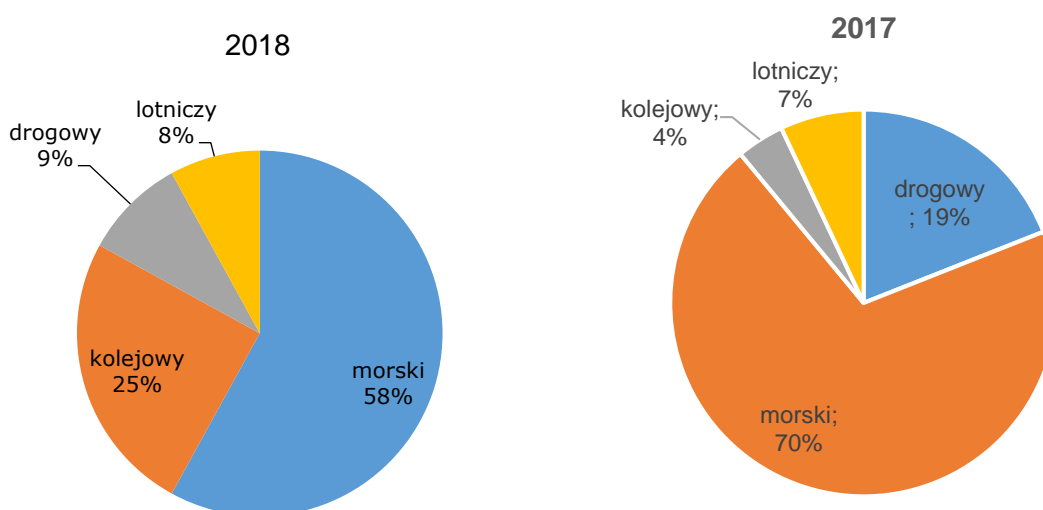
### Dostawy towarów

Globalny charakter działalności GK Redan powoduje, że duże znaczenie mają 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.

Na wykresie poniżej przedstawiono udział poszczególnych środków transportu w dostawach do GK Redan w latach 2017 i 2018.

W 2018 r. znacząco wzrosła struktura naszych dostaw transportowana koleją, która jest uważana za najbardziej przyjazny środowisku środek transportu.

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 ładunkową. Wykorzystanie transportu morskiego zmniejsza się w strukturze naszych dostaw.

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. Niewielki wzrost w 2018 w tej formie transportu spowodowany był pilnością dostaw.

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 CO<sub>2</sub> 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 od 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 z 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 obejmują działalność wszystkich spółek do niej należących.

Raport będzie dostępny na stronie [www.redan.com.pl](http://www.redan.com.pl).

### 6.1. WSKAŹNIKI SIN I GRI G4

wskaźniki	Obszary raportowania	str
	<b>Obszar raportowania – zarządzanie etyką</b>	
G.4.1	Wskazanie czy organizacja posiada formalny Kodeks Etyki lub równoważny dokument odpowiadający na potrzeby organizacji.	7
G.4.2	Liczba audytów etycznych zrealizowanych u dostawców, liczba audytów zakończonych identyfikacją nieprawidłowości.	25
G.4.3	Liczba audytów etycznych zrealizowanych w organizacji na żądanie jej odbiorców, liczba audytów zakończonych identyfikacją nieprawidłowości.	25
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)	
	<b>Obszary raportowania – kwestie środowiskowe</b>	
	<b>E.6 - Oddziaływanie bezpośrednie i pośrednie: odpady i ścieki</b>	<b>45</b>
E.6.1	Całkowita masa odpadów w podziale na niebezpieczne i inne niż niebezpieczne z wyszczególnieniem istotnych ich kategorii.	46
	<b>E.7 - Pozostałe aspekty bezpośredniego i pośredniego oddziaływania na środowisko</b>	
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	
	<b>S.11 - Bezpieczeństwo produktów i konsumentów</b>	
S.11.1	Liczba przypadków naruszenia procedur dotyczących bezpieczeństwa produktów i usług	19
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.	19
	<b>Obszary raportowania – bhp</b>	
	<b>S.4 - Bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP)</b>	
S.4.1	Liczba wypadków przy pracy wśród pracowników / wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu.	38
S.4.2	Wskaźnik częstości wypadków (wypadki przy pracy na 1000 zatrudnionych).	38
S.4.3	Liczba wypadków śmiertelnych wśród pracowników/wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu.	39
S.4.4	Łączna liczba dni niezdolności do pracy wśród pracowników spowodowanej wypadkami.	39
S.4.5	Wskaźnik ciężkości wypadków (ilość dni niezdolności/1 wypadek).	39
S.4.6	Liczba stwierdzonych przypadków chorób zawodowych	39
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	
	<b>Obszary raportowania – kwestie pracownicze</b>	
	<b>S.2 - Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń</b>	
S.2.1	Liczba pracowników w etatach wg typu umowy o pracę (wg wieku i płci) na koniec okresu sprawozdawczego.	29-31
S.2.2	Liczba pracowników w etatach nowozatrudnionych wg typu umowy o pracę (wg wieku i płci).	32, 35
S.2.3	Liczba pracowników w etatach, którzy odeszli z pracy w raportowanym okresie (wg wieku i płci).	33, 34
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 cywilnoprawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie, liczba zakończonych umów cywilno-prawnych z osobami fizycznymi w raportowanym okresie.	34-36
S.2.5	Liczba pracowników zatrudnionych w outsourcingu.	36
S.2.6	Liczba pracowników niepełnosprawnych oraz ich % udział w ogóle zatrudnionych	37
S.2.13	Łączna wysokość rocznych składek na PFRON	37
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.	36
	<b>GRI - G4 - Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń – cd- rozszerzenie wskaźnika S.2.14</b>	
GR-LA3	Wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć.	36
	<b>S.3 - Relacje ze stroną pracowniczą i wolność zrzeszania</b>	
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	24

	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.	29
	<b>S.5 - Rozwój i edukacja</b>	
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 płęć i kategorie pracowników)	39
S.5.2	Liczba pracowników podnoszących kwalifikacje zawodowe, którym przysługują określone uprawnienia z tego tytułu w stosunku do pracodawcy (np. urlopy szkoleniowe), ze wskazaniem liczby pracowników, którym pracodawca współfinansuje lub finansuje podnoszenie kwalifikacji zawodowych.	
	<b>GRI - G4 - Poziom zatrudnienia i poziom wynagrodzeń – cd- rozszerzenie wskaźnika S.5.</b>	
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 płęć oraz kategorie pracowników.	40
	<b>S.6 - Zarządzanie różnorodnością</b>	
S.6.1	Informacja, czy u pracodawcy została wdrożona polityka antymobbingowa i polityka antidyskryminacyjna.	21
S.6.2	Liczba zgłoszonych przypadków dyskryminacji, mobbingu, molestowania seksualnego itp.	24
S.6.3	Liczba potwierdzonych przypadków dyskryminacji, mobbingu, molestowania seksualnego itp.	
S.6.4	Liczba audytów pod kątem przeciwdziałania dyskryminacji u podwykonawców.	25
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	25
	<b>S.8 - Praca dzieci i praca przymusowa</b>	
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.	25
	<b>S.9 - Społeczności lokalne i zaangażowanie społeczne</b>	
S.9.1	Opis ewentualnych uciążliwości jakie może odczuwać lokalna społeczność w związku z prowadzeniem działalności operacyjnej przez spółkę, itp.	40
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.	41, 43
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).	43
S.9.6	Całkowita liczba godzin przepracowanych przez pracowników-wolontariuszy oraz liczba wolontariuszy, w ramach programu wolontariatu (o ile taki istnieje).	
	<b>S.12 - Komunikacja marketingowa</b>	

S.12.1	Liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej (w tym reklamy, promocji, sponsoringu).	19
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.	17
	<b>GRI - G4 –rozszerzenie wskaźnika S.12</b>	
GR-PR6	Sprzedaż produktów zakazanych lub wywołujących kontrowersje.	
	<b>S.13 - Ochrona prywatności</b>	
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.	
	<b>S.14 - Oznakowanie produktów</b>	
S.14.1	Liczba przypadków niezgodności związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu.	19,20
S.14.2	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce, np. przez UOKiK oraz wartość finansowa kar związanych z niewłaściwym oznakowaniem produktu.	20
	<b>GRI - G4 –rozszerzenie wskaźnika S.14.</b>	
GR-PR3	Rodzaj informacji o produktach i usługach wymaganych na mocy procedur organizacji oraz procent istotnych kategorii produktów i usług podlegających takim wymaganiom.	
GR-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klientów.	
	<b>S.15 - Pozostałe kwestie społeczne i rynkowe</b>	
S.15.5	Postępowania administracyjne prowadzone przeciwko spółce przez UOKiK oraz wartość finansowa kar związanych z zachowaniami antykonkurencyjnymi i antyrynkowymi.	27
	<b>S.10 - Przeciwdziałanie korupcji</b>	
S.10.1	Obszary biznesowe potencjalnie narażone na zachowania korupcyjne.	
S.10.2	Liczba zgłoszonych przypadków zachowań noszących znamiona korupcji.	22
S.10.3	Liczba potwierdzonych przypadków korupcji.	
	<b>GRI - G4 –rozszerzenie wskaźnika S.10</b>	
GR-SO4	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym.	
GR-SO5	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania.	
	<b>GRI - G4 –zachowania antykonkurencyjne</b>	
GR-S07	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki.	
	<b>GRI - G4 –zgodność z regulacjami</b>	
GR-S08	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami.	

Łódź, w dniu 30 kwietnia 2019 r.

.....  
Bogusz Kruszyński – Prezes Zarządu