

V I S T U Ł A G R O U P

OŚWIADCZENIE NIEFINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ VISTULA GROUP S.A.
i VISTULA GROUP S.A. ZA 2017 ROK



V I S T U Ł A

www.vistula.pl

WÓLCZANKA

www.wolczanka.pl



W. KRUK 1 8 4 0

www.wkruk.pl

DENI CLER MILANO

www.denicler.eu

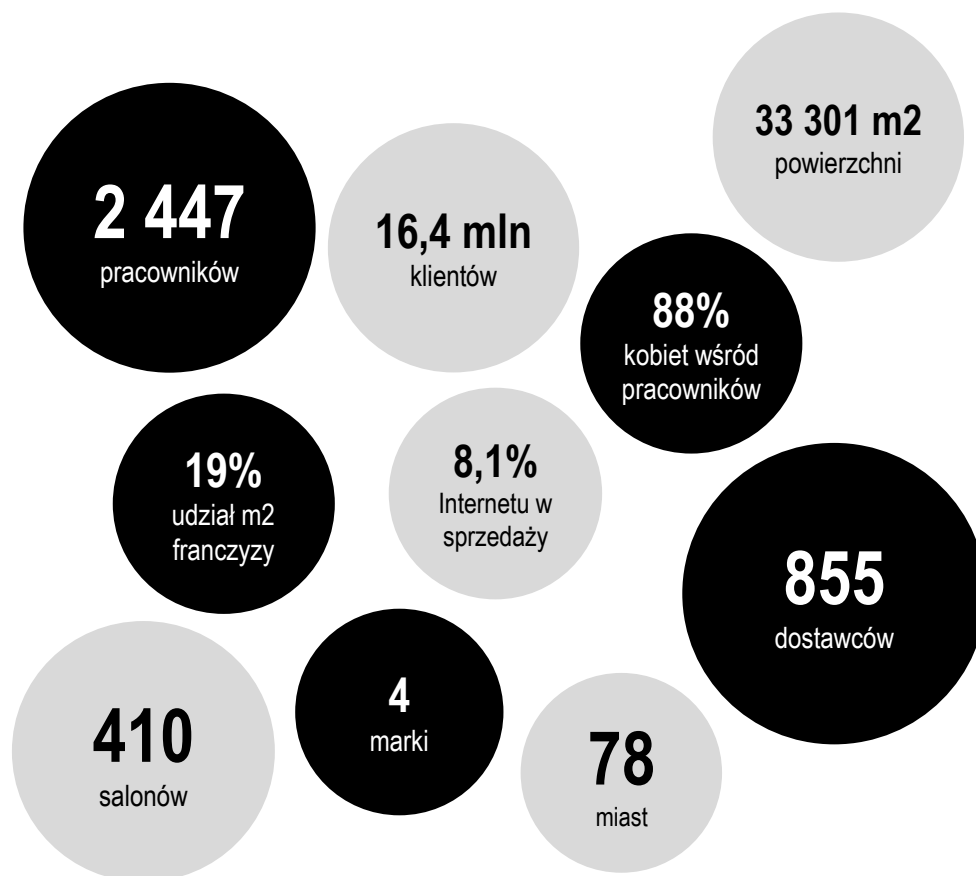


Kraków, 20 marca 2018 roku.

1. Wstęp

Kwestie związane z odpowiedzialnością społeczną przedsiębiorstw oraz zrównoważonym rozwojem odgrywają coraz ważniejszą rolę w otaczającym Grupę Kapitałową świecie. Akcenty w biznesie i związanym z nim raportowaniem przesuwają się coraz bardziej od akcjonariuszy w kierunku interesariuszy, poszerzając grono podmiotów zainteresowanych jakością informacji na temat Grupy Kapitałowej. W odpowiedzi, Zarząd Grupy Kapitałowej i Vistula Group S.A. prezentuje pierwsze Oświadczenie Niefinansowe Grupy Kapitałowej Vistula Group S.A. oraz Vistula Group S.A. obejmujące okres od 1 stycznia 2017 roku do 31 grudnia 2017 roku jak i dane porównywalne. Niniejsze Oświadczenie zostało stworzone zgodnie z przepisami Ustawy o Rachunkowości, w szczególności zawartymi w artykule 49b oraz artykule 55. W 2017 jak i w 2016 roku Grupa Kapitałowa zatrudniała powyżej 500 osób średniorocznie na etatach, oraz przekroczyła 102 mln zł w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego i 204 mln zł w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy (przed dokonaniem wyłączeń konsolidacyjnych). W 2017 jak i 2016 roku Vistula Group S.A. zatrudniała powyżej 500 osób średniorocznie na etatach, oraz przekroczyła 85 mln zł w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego i 170 mln zł w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy. Podstawą do stworzenia Oświadczenia były praktyki i polityki spółki matki Vistula Group S.A. (reprezentującej segment odzieżowy) oraz jej spółek zależnych. Niniejsze Oświadczenie poprzedzone zostało wypracowaniem własnej metodologii dotyczącej raportowania niefinansowego, analizą istotności danych niefinansowych w celu prezentacji kluczowych danych oraz analizą interesariuszy oraz ich potrzeb. Przygotowując niniejsze Oświadczenie Spółka i Grupa Kapitałowa nie skorzystały z międzynarodowych metodologii, a zaprezentowane dane nie podlegały niezależnej weryfikacji. Niniejsze Oświadczenie stanowi wyodrębnioną część Skonsolidowanego i Jednostkowego Sprawozdania Zarządu za 2017 rok i powinno być czytane łącznie. Obejmuje ono informacje na temat wszystkich spółek konsolidowanych przez Vistula Group S.A. i tworzących Grupę Kapitałową.

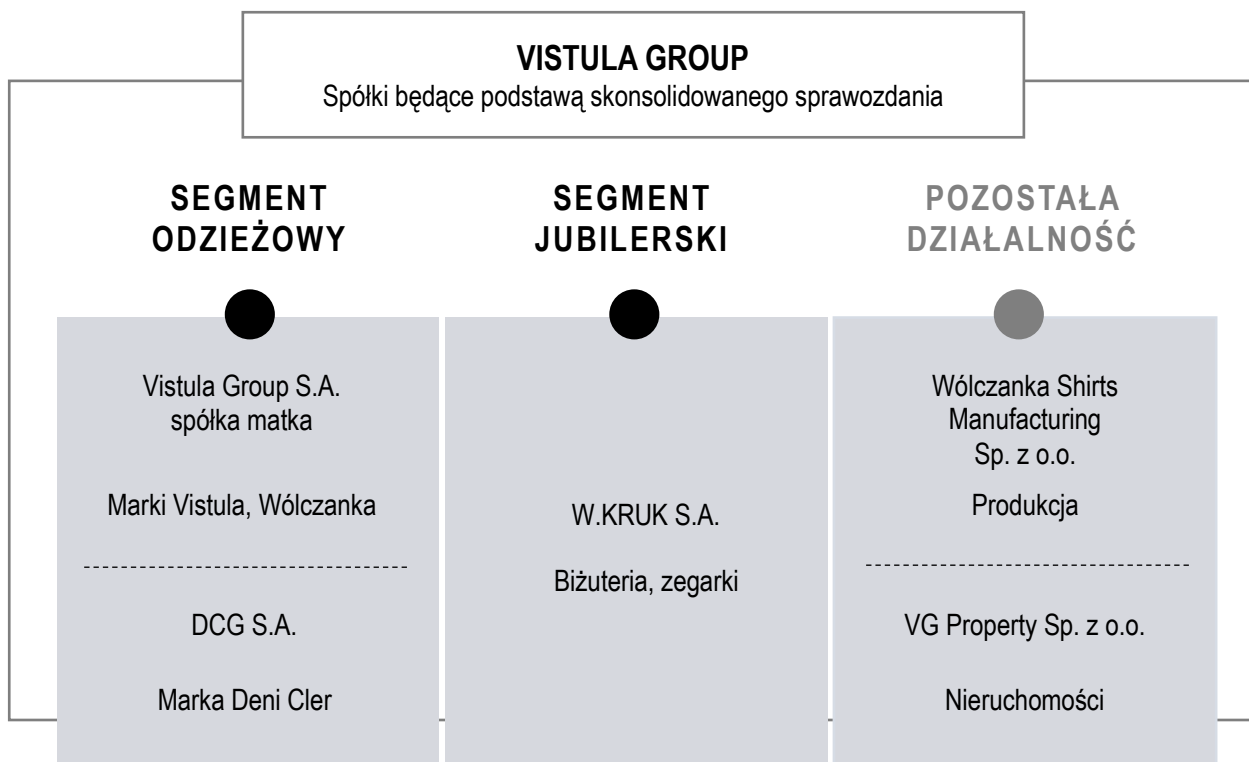
PODSTAWOWE LICZBY NIEFINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ VISTULA GROUP S.A.



2. Model biznesowy

2.1. Opis działalności Grupy Kapitałowej

Grupa Kapitałowa Vistula Group S.A. specjalizuje się w projektowaniu oraz dystrybucji wysokiej jakości kolekcji mody dla mężczyzn i kobiet oraz biżuterii. Grupa jest właścicielem dobrze rozpoznawalnych znaków towarowych w czterech głównych markach: Vistula, Wólczanka, W.KRUK i Deni Cler Milano. Grupa Kapitałowa koncentruje się na zarządzaniu markami, projektowaniu odzieży i biżuterii oraz rozwoju własnej sieci sprzedaży w dwóch kluczowych segmentach: odzieżowym i jubilerskim.



Ponadto, poza ww. podmiotami zależnymi wchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej, Vistula Group S.A. posiada 100% udziałów w spółce powiązanej Vistula Market Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, nad którą nie sprawuje kontroli na skutek złożonego wniosku o ogłoszenie upadłości oraz braku zarządu.







Za datę powstania samodzielnego przedsiębiorstwa, którego następcą prawnym jest Spółka Vistula Group S.A. można uznać 10 października 1948 roku czyli datę wydania zarządzenia Ministra Przemysłu i Handlu w sprawie utworzenia przedsiębiorstwa państwowego pod nazwą „Krakowskie Zakłady Przemysłu Odzieżowego”. Dnia 30 kwietnia 1991 roku zostało zarejestrowane przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie przekształcenie przedsiębiorstwa państwowego w Jednoosobową Spółkę Skarbu Państwa. Spółka jest jedną z pierwszych firm, które zadebiutowały na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Debiut giełdowy spółki miał miejsce 30 września 1993 roku. W.KRUK S.A. dołączył do Spółki i Grupy Kapitałowej w 2008 roku w wyniku przejęcia. Akcje Vistula Group S.A. notowane są na rynku podstawowym i należą m.in.: do indeksu sWIG80, WIG i WIG-ODZIEŻ.

Grupa Kapitałowa opiera swą pozycję w segmencie odzieżowym na projektowaniu oraz sprzedaży eleganckiej odzieży męskiej i damskiej typu formalnego, smart-casual oraz casual. Kompetencje Grupy Kapitałowej w obszarze oferty segmentu odzieżowego wywodzą się z wieloletniej tradycji projektowania, szycia i sprzedaży klasycznej odzieży męskiej, sięgającej przedwojennych zakładów krawieckich z Krakowa. Sukces segmentu biżuterii opiera się na najstarszej firmie jubilerskiej w Polsce, której początki sięgają rodzinnego warsztatu założonego w 1840 r. w Poznaniu. Grupa zarządza 4 podstawowymi markami: Vistula, Wólczanka oraz Deni Cler (segment odzieżowy)

oraz marką W.KRUK (segment jubilerski). Dodatkowo, w obrębie marek znajdują się linie i submarki. Oferta Grupy kierowana jest zarówno do kobiet jak i mężczyzn.



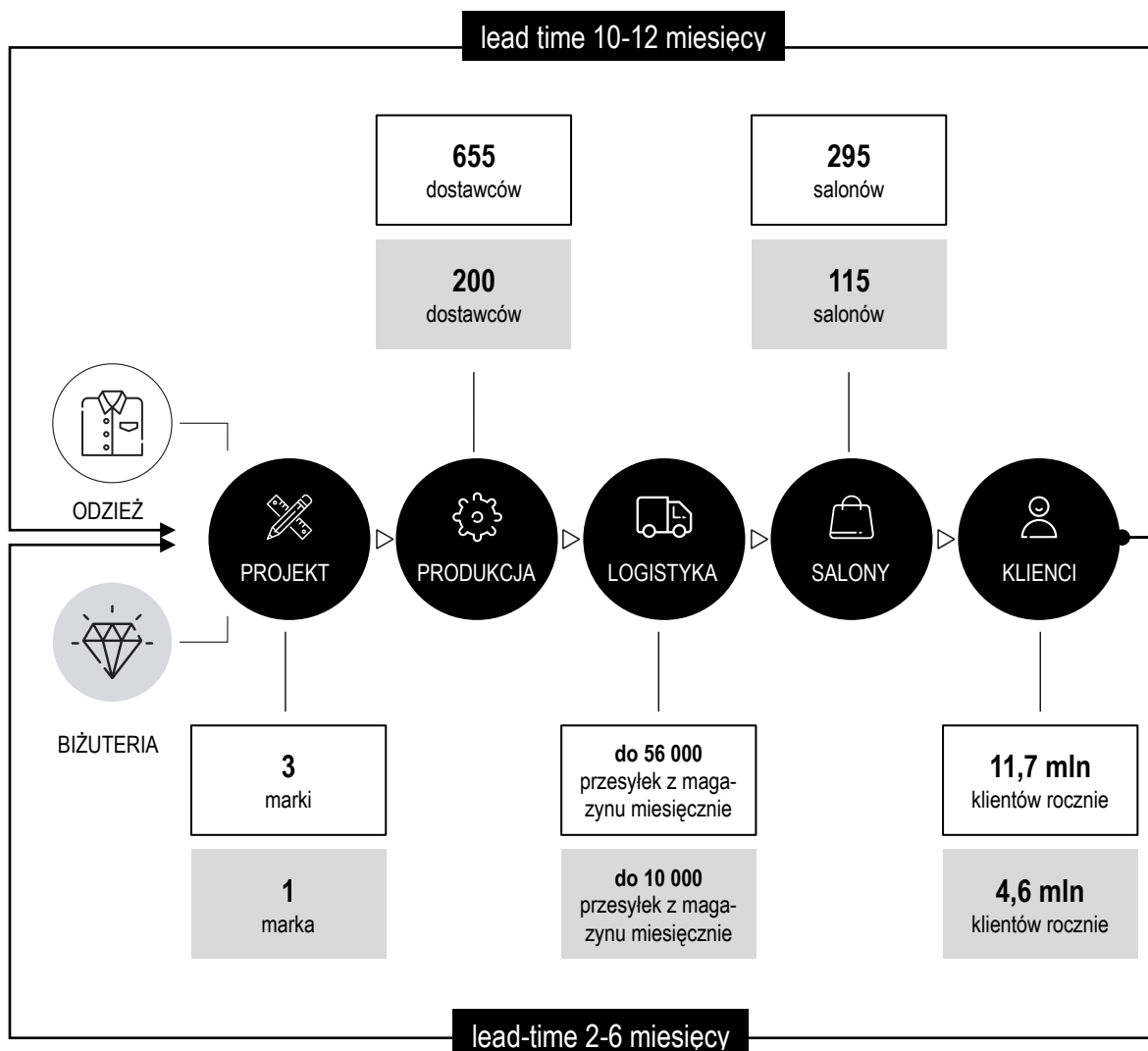
Spółka i Grupa Kapitałowa prowadzą działalność głównie na terenie Polski. Przy ulicy Pilotów 10 w Krakowie znajduje się nie tylko siedziba Vistula Group S.A. (Spółki), ale również spółek zależnych: W.KRUK S.A., VG Property Sp. z o.o. oraz Wólczanka Shirts Manufacturing Sp. z o.o. Jest to miejsce, w którym pracuje Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej, jak również m.in. projektanci, dział rozwoju i inwestycji, dział zakupów, dział HR oraz dział IT. Dodatkowo, Grupa posiada swoje biura również w Warszawie, w których pracuje m.in. dział marketingu. W stolicy swoją siedzibę posiada spółka zależna Deni Cler, a biura posiada też W.KRUK S.A. Oprócz biur, Grupa Kapitałowa posiada również zakłady produkcyjne. W Ostrowcu Świętokrzyskim znajduje się zakład produkujący damskie i męskie koszule na potrzeby marek Wólczanka i Vistula oraz zagranicznych kontrahentów, natomiast w Poznaniu zakład produkcyjny - Manufaktura W.KRUK należący do spółki W.KRUK S.A., wykonujący m.in. kolekcje jubilerskie oraz naprawę biżuterii.

SEGMENT ODZIEŻOWY	<p style="text-align: center;">VISTULA</p> <p>na rynku polskim od 1967 roku, life-stylowa moda męska obejmująca także klasyczną kolekcję krawiecką submarki Lantier oraz kolekcję submarki Vistula Red będącej odbiciem najnowszych trendów w modzie, a także markę Vesari skierowaną do odbiorców hurtowych.</p>			<p style="text-align: center;">WÓLCZANKA</p> <p>marka istniejąca od 1948 roku, występuje na rynku jako butik z ofertą koszul męskich i damskich, w tym także ekskluzywnej linii submarki Lambert.</p>		<p style="text-align: center;">DENI CLER</p> <p>moda damska</p>
						
	<p>Podstawowa formalna linia mody męskiej, zaspokajająca potrzebę codziennej klasyki. Marka Vistula posiada szeroką ofertę garniturów, marynarek, spodni i koszul oraz akcesoriów, umożliwiających skompletowanie męskiej garderoby.</p>	<p>Klasyczna odzież wykonana metodą półtradycyjną, wykańczana ręcznie. Uszyta z tkanin od najlepszych włoskich producentów. Skierowana jest do najbardziej wymagających klientów, szukających ponadczasowej elegancji połączonej z modowymi trendami.</p>	<p>Marka mniej formalna i mocno osadzona w aktualnych trendach mody, reprezentująca najnowsze kroje, nowoczesne materiały i mniej konserwatywną kolorystykę w połączeniu z wysoką jakością wykonania.</p>	<p>Damskie i męskie koszule, dzianiny i dodatki. Marka oferuje kolekcje koszul dedykowanych do pracy, na weekendy, a także przeznaczonych na specjalne okazje.</p>	<p>Marka skierowana do najbardziej wymagających klientów. Ekskluzywna linia koszul i dodatków, charakteryzująca się najwyższą jakością wykonania.</p>	<p>Marka wywodząca się z Mediolanu, oferująca luksusową odzież dla kobiet. Znaczna część oferty inspirowana jest klasycznym włoskim wzornictwem.</p>
	Liczba salonów					
	2016: 114 2017: 134			2016: 116 2017: 129		2016: 32 2017: 32
	Powierzchnia salonów (m2)					
	2016: 14 706 2017: 16 719			2016: 4 240 2017: 4 604		2016: 3 283 2017: 3 291
	Średnia wielkość salonu (m2)					
	2016: 129 2017: 125			2016: 37 2017: 36		2016: 103 2017: 103

SEGMENT JUBILERSKI	W.KRUK najstarsza marka jubilerska w Polsce o rodowodzie sięgającym 1840 roku. Ekspert w dziedzinie brylantów, kamieni szlachetnych i wytwórstwa biżuterii. Oferuje zegarki najlepszych szwajcarskich producentów.		
			ZEGARKI
	W.KRUK oferuje najwyższej jakości złotą i srebrną biżuterię, brylanty, kamienie szlachetne oraz autorskie kolekcje inspirowane najnowszymi trendami. Produkty jubilerskie W.KRUK charakteryzuje najwyższa jakość wzornictwa oraz wykonania. Marka posiada limitowaną kolekcję akcesoriów sygnowanych logo W.KRUK.	Kolekcje KRUK FASHION to biżuteria stanowiąca odpowiedź na aktualne trendy w modzie i wyróżniająca się na rynku pod względem wzornictwa. Celem KRUK FASHION jest umacnianie wizerunku W.KRUK jako marki oferującej różnorodne i unikalne kolekcje jubilerskie.	W.KRUK posiada w swojej ofercie zegarki luksusowych szwajcarskich marek jak Rolex (jako jedyny dystrybutor tej marki w Polsce), Hublot, Girard-Perraguax, Omega, Tudor, Tag Heuer, Longines, Rado, Frederique Constant, Tissot, Certina, Rotary, Doxa, Ingersoll, Citizen, Victorinox, a także zegarki marek światowych domów mody: Calvin Klein, Gucci, Michael Kors, DKNY, Skagen, Diesel i Fossil.
	Liczba salonów		
		2016: 104 2017: 115	
	Powierzchnia salonów (m2)		
		2016: 8 278 2017: 8 688	
	Średnia wielkość salonu (m2)		
	2016: 80 2017: 76		

2.2. Łańcuch wartości

Łańcuch wartości Spółki i Grupy Kapitałowej obejmuje pięć najważniejszych elementów, jakimi są: (1) pomysły na odzież i biżuterię, których źródłem są projektanci i pracownicy, (2) produkcja tych produktów, (3) logistyka, czyli dostarczenie produktów od producenta do salonów, (4) ekspozycja i sprzedaż produktów w salonach oraz (5) klientów. Łańcuch wartości różni się między segmentem odzieżowym a segmentem jubilerskim. Tzw. lead time czyli czas od pomysłu do momentu dostarczenia produktu do salonu to 10-12 miesięcy dla segmentu odzieżowego oraz 2-6 miesięcy dla segmentu jubilerskiego. Najważniejszy jest klient, od którego łańcuch wartości się rozpoczyna (dla którego tworzone są projekty) i kończy w momencie dokonania zakupu odzieży i biżuterii.



Pomysł

Spółki z Grupy Kapitałowej zatrudniają starannie dobrany zespół specjalistów, których zadaniem jest tworzenie kolekcji odzieży i biżuterii chętnie noszonych przez świadomych i wymagających klientów oraz dbanie o wizerunek Grupy i kreowanych przez nią marek.

Segment odzieżowy

Zarówno w odzieży damskiej jak i męskiej, proces projektowania zaczyna się od klienta, zidentyfikowania jego stylu życia, potrzeb i estetyki. Prace nad kolekcją marek odzieżowych rozpoczynają się od działów kreacji zwyczajowo

do 12 miesięcy przed rozpoczęciem sezonu. Projektanci odpowiedzialni są za stworzenie i dokumentację projektów, przygotowanie propozycji trendów i kolorów na dany sezon oraz analizę asortymentu, śledzenie zmian w postawach konsumentów. Projektanci poszukują inspiracji na targach tkanin i targach modowych. Nacisk położony jest na wybór tkanin, nie tylko pod względem koloru czy wzorów, ale także innowacyjności i wykończeń. Aby dostarczyć klientom jak najlepszy produkt, producenci tkanin i dzianin przygotowują dla Grupy specjalne materiały, np. o określonym splocie. Priorytetem jest jakość i zadowolenie klienta. Projektantów wspierają konstruktorzy, którzy odpowiedzialni są za przygotowanie właściwych konstrukcji, szczególnie istotnych w przypadku garniturów, koszul, marynarek, płaszczy czy spodni. Dział kreacji wykorzystuje sprawdzone modele, wprowadza ulepszenia do istniejących wzorów, jak i tworzy nowe rozwiązania. Gdy wszystkie wzory są gotowe i odszyte, następuje wybór najlepszych propozycji i tworzone są ich dodatkowe wersje kolorystyczne. W przypadku odzieży tzw. komplementarnej, czyli smart-casual oraz casual Grupa współpracuje z producentami nad powstaniem nowych produktów. Dział kreacji przygotowuje dwie podstawowe kolekcje: wiosna/lato oraz jesień/zima, które podzielone są na podkolekcje oraz specjalne linie. Ostatnim etapem pracy nad kolekcją jest praca z gotowym wzorem – każdy wzór finalnie wybrany do kolekcji zostaje poddany ocenie jakościowej.

Segment jubilerski

Proces projektowania biżuterii zaczyna się od klienta, jego potrzeb i wymagań. Proces jest dwutorowy i obejmuje kolekcje podstawowe oraz kolekcje autorskie i okazjonalne. Wprowadzenie nowych kolekcji i produktów rozpoczyna się od analizy aktualnej strategii wzorniczej, trendów, zachowań konsumentów oraz sprzedanego asortymentu. Na tej podstawie projekty biżuterii przygotowywane są przez projektantów marki. Projektantów wspierają menedżerowie poszczególnych kategorii produktów i eksperci ds. produkcji biżuterii. Od 2016 roku W.KRUK oferuje również akcesoria, zaprojektowane przez zespół kreatywny marki i produkowane w renomowanych włoskich i polskich manufakturach. Dwa razy w roku W.KRUK S.A. przedstawia nowości w ofercie akcesoriów, odpowiadające aktualnym tendencjom. W przypadku zegarków, eksperci marki W.KRUK wybierają najciekawsze i najbardziej pożądane modele proponowane przez najlepsze i najpopularniejsze marki, z którymi W.KRUK S.A. współpracuje.

Produkcja

Produkcja to ważny dla Spółki i Grupy Kapitałowej obszar łańcucha wartości, do jakości i przejrzystości którego Zarząd przywiązuje dużą uwagę. Zarówno w segmencie odzieżowym jak i jubilerskim, Grupa Kapitałowa posiada własną produkcję, jak i sprawdzonych zewnętrznych dostawców.

Grupa Kapitałowa stawia na długoterminowe relacje z dostawcami i długofalową współpracę, oparte na wzajemnym zaufaniu. Grupie Kapitałowej zależy na dostawcach, którzy dysponują odpowiednim doświadczeniem w produkcji i know-how, zwracają uwagę na jakość wykończenia produktów, ale także posiadają potencjał rozwoju współpracy w dłuższym okresie czasu. Z wieloma dostawcami Grupa współpracuje od kilku, a nawet kilkudziesięciu lat. Przy wyborze dostawców oprócz oferowanej jakości, brane pod uwagę są także: konkurencyjne ceny, akceptowalne terminy realizacji zamówień oraz przestrzeganie zasad poufności w procesie projektowym i produkcyjnym.

Rozpoczęcie współpracy z nowym producentem wymaga znacznego zaangażowania z obu stron. Nowych dostawców Grupa pozyskuje głównie na targach branżowych, które odbywają się w Europie, jak i na Dalekim Wschodzie oraz poprzez kontakty biznesowe partnerów handlowych. Nowi potencjalni dostawcy sprawdzani są pod kątem ich możliwości produkcyjnych, doświadczenia, standardów jakościowych i technologicznych, jak również kwestii cenowych. Weryfikacja odbywa się w trakcie spotkań z dostawcami, wzorcowania wyrobów, jak i wizyt w fabrykach, które mają być potencjalnym miejscem produkcji wyrobów. Grupa współpracuje ze zróżnicowanymi pod względem wielkości dostawcami. Są to zarówno duże koncerny międzynarodowe, jak i małe rodzinne firmy. Jest to uzależnione od kraju produkcji, danego asortymentu i jego specyfiki. Większość zakładów zlokalizowanych w Polsce, z którymi Grupa współpracuje to małe i średnie przedsiębiorstwa. Natomiast producenci zagraniczni to raczej średnie i duże firmy, które zatrudniają od kilkuset do kilku tysięcy osób.

Segment odzieżowy

Spółki z segmentu odzieżowego powierzają produkcję swoich kolekcji zaufanym podmiotom krajowym i zagranicznym, gwarantującym usługi szycia i konfekcjonowania na najwyższym poziomie. Wybór i zakup tkanin (przede wszystkim włoskich) oraz wszelkich dodatków krawieckich, a także sporządzenie projektów i dokumentacji technicznej konkretnej odzieży należy do Vistula Group S.A. Spółka nabywa asortyment uzupełniający: obuwie, krawaty, dzianinę, spodnie, kurtki i dodatki skórzane oraz inne akcesoria u sprawdzonych dostawców zewnętrznych,

produkcujących z własnych materiałów, częściowo według jej projektów. Odzież i akcesoria kupowane przez Vistula Group S.A. produkowane są w wielu krajach Europy, Azji oraz Afryki Północnej, w zależności od asortymentu i specyfiki danego produktu. Zdecydowana większość towarów sprzedawanych przez Spółkę powstaje w Polsce oraz w innych krajach europejskich: we Włoszech, Portugalii, na Litwie, na Ukrainie oraz w Turcji. W Azji Spółka korzysta głównie z dostawców chińskich i indyjskich, rozwija też sourcing w Kambodży, Bangladeszu i Myanmarze i na Mauritiusie. Część odzieży produkowana jest w Egipcie i Tunezji. Podobnie jak w przypadku gotowych wyrobów, tkaniny pozyskiwane są z różnych krajów, w zależności od oczekiwanych właściwości, ostatecznego zastosowania, jakości i kryteriów kosztowych. Zdecydowana większość tkanin pochodzi z Europy – głównie z Włoch – ze znanych włoskich tkalni, które oferują najwyższej jakości wełny i bawełny, a także z Austrii, Portugalii, Czech, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i Francji. Część tkanin Spółka kupuje w Chinach, w Indiach oraz w Egipcie, w mniejszym stopniu korzystając z dostawców tureckich, tajlandzkich, brazylijskich, pakistańskich, koreańskich (Korea Południowa) i japońskich. Pozostałe surowce (głównie dodatki) w zdecydowanej części kupowane są w Polsce, we Włoszech i w Niemczech. Część polskich kontrahentów to przedstawicielstwa międzynarodowych koncernów, a ich produkcja jest lokowana w różnych krajach Europy i Azji. W Deni Cler proces przebiega podobnie. Główne kraje produkcji odzieży to: Polska, Włochy, Chiny, Portugalia, natomiast biżuteria do kolekcji kupowana jest w Polsce, Francji, Chinach, Korei Południowej, Wielkiej Brytanii.

W segmencie odzieży Grupa Kapitałowa posiada również własny zakład produkcyjny, zlokalizowany w Ostrowcu Świętokrzyskim, zarządzany przez spółkę zależną Wólczanka Shirts Manufacturing sp. z o.o. Specjalizuje się on w produkcji koszul męskich, ale jego oferta obejmuje również m.in. koszule i bluzki damskie. Jego zdolności produkcyjne wynoszą około 500 tysięcy sztuk koszul rocznie. Zakład realizuje zamówienia zarówno dla marki Wólczanka i Vistula, jak i zagranicznych podmiotów w ramach eksportu przerobowego. W zakładzie powstaje około 10% produkcji zlecanej w Polsce (w roku 2016: 11,5%, a w roku 2017: 9,9%).

Segment jubilerski

Biżuteria wytwarzana jest przez sprawdzonych dostawców krajowych i zagranicznych, przy czym znacząca część biżuterii, w tym większość kolekcji autorskich, wytwarzana jest w Manufakturze W.KRUK w Poznaniu. W.KRUK współpracuje ze sprawdzonymi dostawcami biżuterii. Głównymi dostawcami, z których żaden nie przekracza poziomu istotności, są jubilerzy z Polski, Włoch, innych krajów Europy (m.in. z Hiszpanii, Francji, Belgii, Czech, Niemiec czy Irlandii) oraz z krajów Dalekiego Wschodu (m.in. z Chin, Indii, Tajlandii, Korei Południowej). W segmencie zegarków dostawcami są bezpośrednio właściciele, operatorzy lub polscy przedstawiciele operatorów poszczególnych marek.

Logistyka

Logistyka Grupy Kapitałowej to proces dostawy produktów od producenta do centrów logistycznych/ magazynów centralnych do salonów lub do klienta zamawiającego on-line. Grupa Kapitałowa inwestuje w rozwój szybszych i bardziej efektywnych ekonomicznie dostaw. Realizacja dostaw do magazynu centralnego z miejsc produkcji i od dostawców odbywa się przez operatorów zewnętrznych lub firmy kurierskie.

Segment odzieżowy

Towar wysyłany jest przez dostawców statkiem, pociągiem lub firmami kurierskimi i przyjmowany jest w magazynie centralnym zewnętrznego operatora. Dla kanału sprzedażowego off-line towar jest kompletowany przez operatora logistycznego i wysyłany do salonów własnych i franczyzowych za jego pośrednictwem. Towar może także zostać zwrócony do magazynu z salonu lub może być przesuwany pomiędzy salonami wyłącznie za pośrednictwem firm kurierskich. Dla kanału sprzedaży on-line produkt wydawany jest z magazynu centralnego do sklepu internetowego, znajdującego się w tej samej lokalizacji. W tym przypadku towar do klienta wysyłany jest za pośrednictwem firm kurierskich. W 2017 roku logistyka segmentu odzieżowego została usprawniona poprzez przejście od własnej logistyki na kompletację zamówień przez zewnętrznego operatora logistycznego on-line i off-line.

Segment jubilerski

W segmencie jubilerskim towar od dostawców przyjmowany jest po sprawdzeniu do własnego magazynu biżuterii i zegarków. Towar następnie przesyłany jest w części wymaganej (powyżej 1g w złocie i platynie oraz 5g w srebrze) do Urzędu Probierczego w celu dopuszczenia do obrotu, następnie po ocechowaniu odbierany jest z Urzędu Probierczego. Po odbiorze produktów następuje szczegółowa kontrola jakości. W kolejnym kroku dołączana jest do

produktu metka co kończy proces przyjęcia i powoduje że produkt gotowy jest do dystrybucji do salonów własnych lub wysyłki bezpośrednio do klienta. Operacje magazynowe dla biżuterii i zegarków realizowane są własnymi zasobami W.KRUK S.A., a do transportu towarów do salonów bądź przesunięć między salonami W.KRUK S.A. wykorzystuje transport konwojowy oraz firmę kurierską. Dla kanału sprzedaży on-line, towar wydawany jest z magazynu internetowego i po kompletacji dostarczany do klienta.

Salony

Salony Grupy Kapitałowej to miejsce kontaktu z klientem i ekspozycji oferty, zarówno w sieci stacjonarnej (off-line) jak i w internecie (monobrandowe e-sklepy poszczególnych marek). Grupa Kapitałowa posiada sieć salonów stacjonarnych własnych jak i franczyzowych. Sklepy firmowe Grupy Kapitałowej zlokalizowane są przede wszystkim w nowoczesnych centrach handlowych, a także przy najbardziej prestiżowych ciągach handlowych dużych miast jak i na międzynarodowym lotnisku Warszawa-Okęcie. Grupa Kapitałowa prowadzi także outlety, do których kierowane są końcówki serii w okresie powyprzedażowym.

Grupa Kapitałowa dynamicznie rozwija sieć salonów franczyzowych, które pozwalają jej poszerzyć liczbę miast, w których znajdują się salony. Grupa stawia na długoterminowe relacje ze sprawdzonymi partnerami, których pozyskuje na targach franczyzowych, z własnych kontaktów oraz zgłoszeń, które przychodzą poprzez stronę internetową. Franczyzobiorcy prowadzą salony w imieniu spółek z Grupy, za co rozliczają się prowizją. W rezultacie dynamicznego rozwoju sieci detalicznej, liczba miast, w których znajdują się salony Grupy wzrosła z 62 w 2016 roku do 78 w 2017 roku. No koniec 2017 roku, sieć Grupy Kapitałowej obejmowała 410 salonów (w porównaniu do 366 na koniec 2016 roku), a jej powierzchnia wyniosła 33 301 m² (w porównaniu do 30 508 m² na koniec 2016 roku).

Umowy najmu negocjowane są przez dział najmu, który posiada długoterminowe relacje z największymi operatorami centrów handlowych w kraju. Lokalizacje wybierane są po dokładnej analizie: miasta, dzielnicy a w przypadku istniejących centrów trafficu i piętra. Umowy negocjowane są z uwzględnieniem planów rozwojowych całej Grupy Kapitałowej. Długość umowy najmu jest zróżnicowana, najkrótsza zawarta umowa to 1 rok, najdłuższa to 15 lat, a nieznaczna część podpisana jest na okres nieokreślony. Zwyczajowo umowy najmu podpisywane są na 5 lat. Średnia długość umowy najmu w 2017 na poziomie Grupy Kapitałowej to 5,3 lata w porównaniu do 5,4 w 2016 roku (dla salonów własnych). Na poziomie Vistula Group S.A. analogiczne wielkości wynoszą 5,2 i 5,25 lat odpowiednio dla 2017 i 2016.

Coraz ważniejszym dla Grupy Kapitałowej kanałem dystrybucji są sklepy internetowe. Grupa Kapitałowa prowadzi e-sklepy dla wszystkich czterech marek detalicznych. Udział internetu w sprzedaży marki różni się ze względu na ich specyfikę – najwyższy udział notuje marka Wólczanka a najniższy marka W.KRUK.

Wskaźniki niefinansowe	Udział powierzchni franczyzowej	Udział internetu w sprzedaży
Grupa Kapitałowa Vistula Group S.A.	2016: 14% 2017: 19%	2016: 7,2% 2017: 8,1%
Segment odzieżowy	2016: 19% 2017: 24%	2016: 9,7% 2017: 10,3%
Segment jubilerski	2016: 0% 2017: 2%	2016: 3,3% 2017: 4,8%
Vistula Group S.A.	2016: 19% 2017: 25%	2016: 10,6% 2017: 10,8%

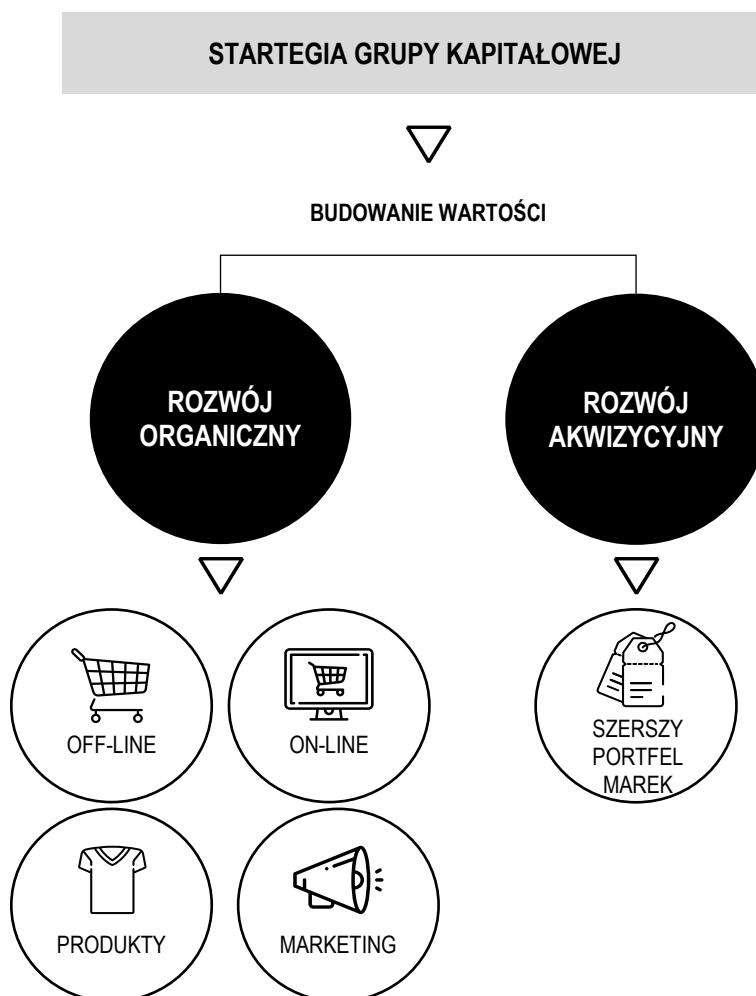
Klienci

Klienci to najważniejszy element łańcucha dostaw. Są to osoby, które identyfikują się z markami posiadanyymi przez Grupę Kapitałową, które odwiedzają salony oraz sklepy internetowe tych marek oraz kupują i korzystają z produktów oferowanych przez te marki. Ze względu na korzystne pozycjonowanie marek oraz umiejętny marketing, Grupa Kapitałowa konsekwentnie notuje znaczące wzrosty zainteresowania klientów jej markami. W 2017 roku salony Grupy Kapitałowej odwiedziło około 16,4 mln osób, wzrost o 13% r/r w porównaniu do 14,5 mln osób w 2016 roku.

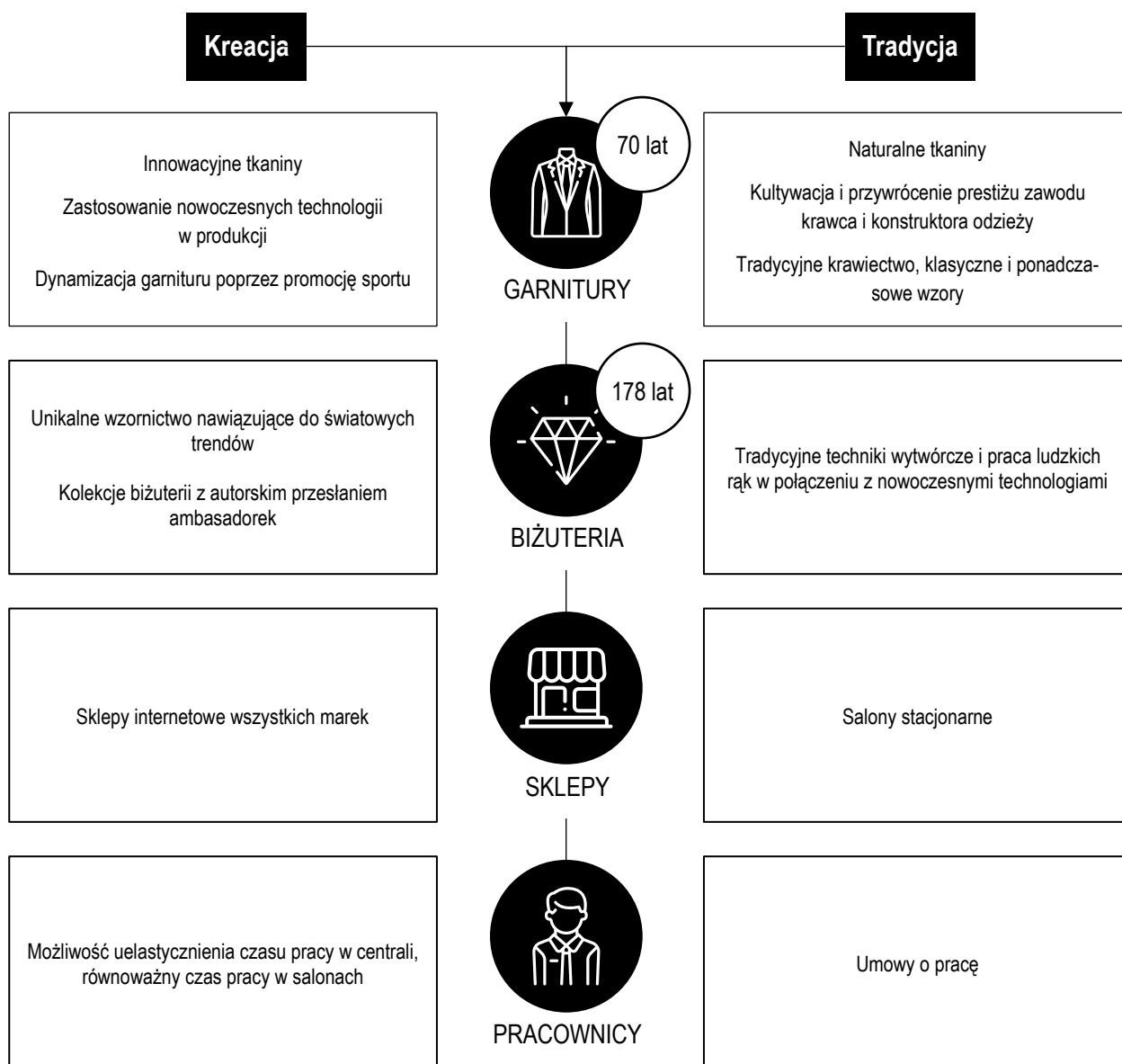
Atrakcyjność marek w oczach klientów zwiększają również dobrze sprofilowane programy lojalnościowe. Vistula Group S.A. dla marek Vistula i Wólczanka posiada wspólny program lojalnościowy The Men's World Club. Przystępując do klubu klient rejestruje się poprzez aplikację mobilną Vistula lub Wólczanka, dzięki której może zbierać punkty oraz wymieniać je na rabaty przy zakupach w salonach obu marek. Lojalni klienci otrzymują pierwszeństwo korzystania z wyprzedaży, specjalne akcje promocyjne i rabatowe, bieżącą informację o kolekcjach. Na koniec 2017 roku The Men's World Club posiadał 1,3 mln uczestników, co dało wzrost o 19% r/r. Osobny program lojalnościowy posiada marka Deni Cler. Deni Club oferuje rabaty i prezenty jak również dostęp do unikatowej oferty produktów i usług przeznaczonych dla uczestniczek. Program marki zgromadził ponad 40 tys. uczestniczek, 12% więcej r/r. Popularnością cieszy się też program lojalnościowy marki W.KRUK – Klub Dla Przyjaciół W.KRUK. Na koniec 2017 roku posiadał on 1,1 mln uczestników, co dało wzrost o 20% r/r. Przystępując do programu lojalnościowego, w zamian za dokonane zakupy uzyskuje się punkty, które dają możliwość rabatu przy zakupach jak i naprawach biżuterii. Łącznie na poziomie Grupy Kapitałowej liczba lojalnych klientów wyniosła 2,4 mln osób, wzrost o 19% r/r.

2.3. Strategia Grupy Kapitałowej

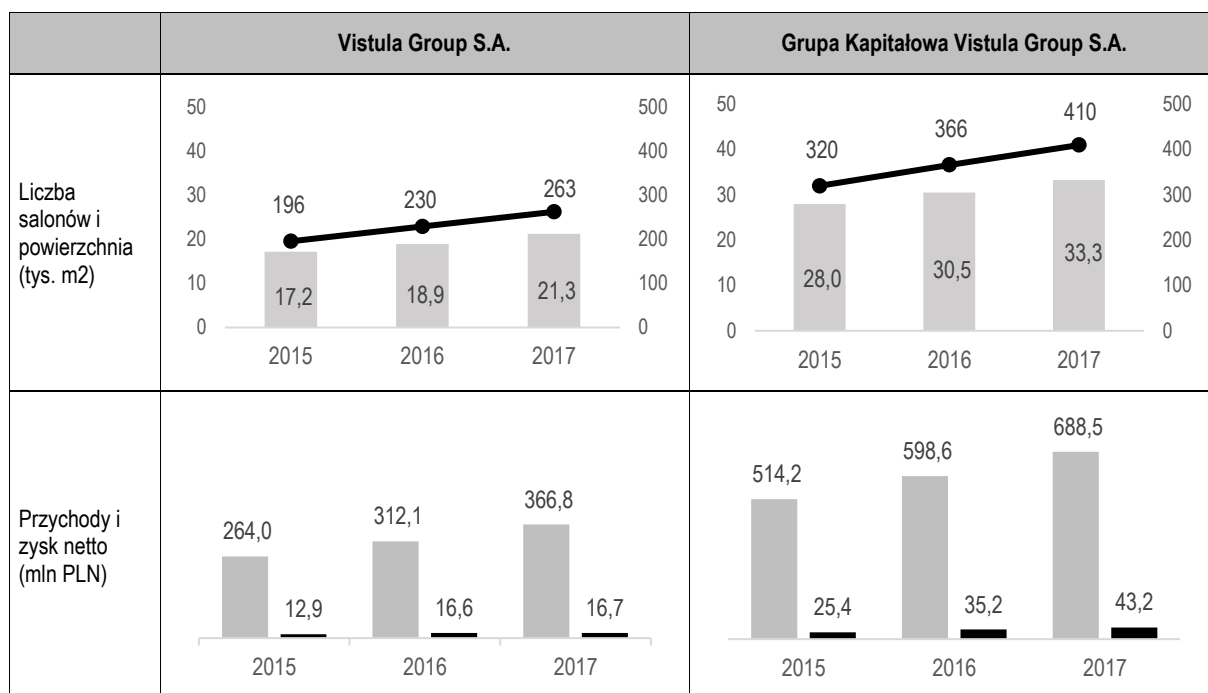
Nadrzędnym celem strategii jest wzrost wartości Spółki i Grupy Kapitałowej. Priorytetem dla Zarządu jest zrównoważony rozwój organiczny, zarówno w segmencie odzieżowym jak i w segmencie jubilerskim. Wzrost organiczny budowany jest na czterech filarach: (1) konsekwentny wzrost powierzchni Grupy Kapitałowej, (2) rozwój sprzedaży internetowej, (3) ciągle doskonalenie produktów i podążanie za preferencjami klientów jak również (4) efektywny marketing, zwiększający rozpoznawalność marek.



Grupa Kapitałowa zamierza kontynuować konsekwentny rozwój powierzchni handlowej w kraju poprzez pozyskiwanie nowych lokalizacji na salony własne najważniejszych marek jak również kontynuować rozwój poprzez powierzchnię franczyzową (również w jubilerskiej marce W.KRUK). Niezmiennym celem Grupy Kapitałowej jest bycie jak największym beneficjentem popularyzacji zakupów przez internet. Po wprowadzonych usprawnieniach w logistyce dostaw, Grupa spodziewa się kontynuacji dynamicznych wzrostów w sprzedaży internetowej. Celem Grupy Kapitałowej pozostaje też utrzymanie dyscypliny kosztowej w obu segmentach. Jednocześnie, Zarząd widzi możliwości uzupełnienia portfela posiadanych marek poprzez akwizycje. W obszarze zainteresowania pozostają projekty detaliczne o rozpoznawalnych markach i uznanej pozycji rynkowej, które mogłyby wzmocnić silną trzecią pozycję Grupy Kapitałowej wśród notowanych na GPW spółek z segmentu sprzedaży detalicznej.



Wyniki finansowe kilku ostatnich lat pokazują, iż obrona przez Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej strategia jest słuszna. Zarówno Spółka jak i Grupa Kapitałowa konsekwentnie rozwijają się w organiczny sposób, zwiększając liczbę salonów, sprzedaż jak również zyski.



2.4 Nagrody i wyróżnienia

Marki Grupy Kapitałowej zyskały szereg nagród i wyróżnień konsumentów. Poniżej zaprezentowano wybrane z nich dotyczące lat 2017 i 2016:

- W 2018 roku marka Vistula otrzymała tytuł *Doskonałość Mody Twojego Stylu* za Robert Lewandowski Collection 2017.
- W 2016 roku marka Vistula otrzymała trzeci raz z rzędu nagrodę Business Traveller Poland w kategorii *Najlepsza marka ubraniowa dla biznesu*.
- W 2017 roku marka Wólczanka uplasowała się na trzecim miejscu w rankingu mocy marek w kategorii Odzież i obuwie prowadzonym przez dziennik Rzeczpospolita w ramach plebiscytu *Polskie Marki Sukcesu* (XIII edycja).
- W 2017 roku marka Wólczanka uzyskała pierwsze miejsce w plebiscycie Top Avanti organizowanym przez magazyn AVANTI w kategorii Odzież.
- Marka W.KRUK otrzymała statuetki *Doskonałość Mody Twojego Stylu* w 2017 w kategorii zegarki super ekskluzywne dla marki Rolex, a w 2016 w kategorii akcesoria ekskluzywne za limitowaną kolekcję akcesoriów W.KRUK. We wcześniejszych latach marka otrzymała cztery inne wyróżnienia za kolekcje jubilerskie.
- Flagowy koncept salonu W.KRUK w Galerii Posnania został nagrodzony tytułem *Best Shop Concept 2016*.
- W.KRUK otrzymał tytuł *Created in Poland Superbrands* za 2016/2017 (wcześniejsza nagroda za lata 2014/15), a marce Rolex, której W.KRUK S.A. jest dystrybutorem przyznano tytuł *Superbrands 2016/2017* (wcześniej za lata 2014/15).
- Dziennik Rzeczpospolita przyznał drugie miejsce marce W.KRUK w rankingu mocy marki w kategorii produkty niespożywcze rankingu *Najcenniejsze polskie marki* za lata od 2010 do 2016.

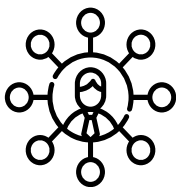
3. Ład korporacyjny (corporate governance)

Vistula Group S.A. i Grupa Kapitałowa Vistula Group S.A. przykładają dużą wagę do ładu korporacyjnego. Jako podmiot notowany na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, Grupa prowadzi otwartą komunikację z uczestnikami rynku kapitałowego. Stosuje się również do Dobrych Praktyk Giełdowych 2016.

Kontrolę nad Spółką i Grupą Kapitałową sprawują akcjonariusze, czyli właściciele, którzy wyrażają swoją wolę poprzez Zgromadzenie Akcjonariuszy. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy odbywa się do 6 miesięcy

po zakończeniu roku obrotowego, natomiast w wyjątkowych sytuacjach zbiera się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. Zwyczajne Walne Zgromadzenie zatwierdza sprawozdania finansowe za poprzedni rok obrotowy oraz sprawozdania z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej, podejmuje uchwałę o podziale zysku lub pokryciu straty, wybiera lub dokonuje zmian w Radzie Nadzorczej, jak również udziela absolutorium członkom Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki za poprzedni rok obrotowy. Do kompetencji Walnego Zgromadzenia należy również m.in. zmiana przedmiotu działalności Spółki, zmiana Statutu, podwyższenie lub obniżenie kapitału zakładowego, połączenie, podział lub przekształcenie Spółki. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd Spółki z własnej inicjatywy lub z inicjatywy akcjonariuszy reprezentujących, co najmniej 1/20 (jedną dwudziestą) kapitału zakładowego Spółki. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie powinno zostać zwołane w terminie 2 tygodni od momentu zgłoszenia wniosku przez uprawnione podmioty. Akcjonariat Spółki i Grupy Kapitałowej jest rozproszony – największy akcjonariusz nie przekracza 20% głosów na Walnym Zgromadzeniu, a sześciu znaczących akcjonariuszy posiada łącznie 66,4% głosów na Walnym Zgromadzeniu. Większość z wymienionych akcjonariuszy posiada akcje Spółki co najmniej od kilku lat, uczestniczą oni w kształtowaniu działalności Spółki i Grupy Kapitałowej poprzez reprezentantów w Radzie Nadzorczej. Spółka posiada znaczący udział akcji wolnych w obrocie (tzw. free-float), a akcjonariat w większości składa się z inwestorów finansowych.

Walne Zgromadzenie wybiera Radę Nadzorczą, która sprawuje w imieniu akcjonariuszy nadzór nad Spółką i nad pracami Zarządu. Zgodnie ze Statutem Spółki, Rada Nadzorcza może liczyć od 5 do 6 członków a jej kadencja trwa 3 lata. Obecnie Rada Nadzorcza Vistula Group S.A. liczy 6 osób. Ze względu na znaczący udział inwestorów finansowych, 5 z 6 członków Rady Nadzorczej to członkowie niezależni. Rada Nadzorcza jest zróżnicowana pod kątem doświadczeń zawodowych jej przedstawicieli jak i płci. Posiedzenia Rady odbywają się przynajmniej raz na kwartał. Do kompetencji Rady Nadzorczej należy m.in.: badanie i ocena sprawozdania finansowego i sprawozdania Zarządu z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej czy wybór biegłego rewidenta. W ramach Rady Nadzorczej działa stały Komitet Audytu, w skład którego wchodzi trzy osoby. Rada Nadzorcza wybiera także Zarząd, którego celem jest bieżące zarządzanie Spółką i Grupą Kapitałową. Dodatkowo, Rada zatwierdza regulamin Zarządu oraz ustala wynagrodzenie członków Zarządu. Zarząd składa się od 3 do 6 osób, a jego kadencja trwa 3 lata (podobnie jak kadencja Rady Nadzorczej). Wynagrodzenie Zarządu składa się z dwóch elementów: wynagrodzenia pieniężnego (wynagrodzenie zasadnicze oraz ewentualny bonus uzależniony od wyników Grupy Kapitałowej i realizacji jej planów rozwojowych) oraz z wynagrodzenia w formie warrantów subskrypcyjnych uprawniających do objęcia akcji Vistula Group S.A. w ramach programu motywacyjnego (opartego o wyniki Grupy Kapitałowej oraz kurs akcji), które łączy cel Zarządu z celem akcjonariuszy jakim jest budowanie wartości.



▷
WYBIERA



▷
WYBIERA



WALNE ZGROMADZENIE AKCJONARIUSZY

- raz do roku ma miejsce Zwyczajne Walne Zgromadzenie
- w wyjątkowych sytuacjach ma miejsce Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie
- Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd z własnej inicjatywy, na wniosek Rady Nadzorczej lub na wniosek akcjonariusza dysponującego 1/20 kapitału
- wybiera Radę Nadzorczą, daje absolutorium RN i Zarządowi, zatwierdza sprawozdania finansowe

RADA NADZORCZA

- składa się z 5 do 6 członków
- kadencja trwa 3 lata
- sprawuje nadzór nad działalnością Spółki i Grupy
- powołuje Zarząd i zatwierdza wybrane najważniejsze decyzje
- posiedzenie odbywa się minimum raz na kwartał
- niezależni członkowie tworzą stały Komitet Audytu

ZARZĄD

- składa się z 3-6 osób
- kadencja trwa 3 lata
- reprezentuje Spółkę i Grupę Kapitałową
- podejmuje najważniejsze decyzje
- przygotowuje strategię wzrostu organicznego, odpowiada za przejęcia
- dwuosobowa reprezentacja

SKŁAD

PZU OFE	17,17%
Ipopema TFI	12,59%
Jerzy Mazgaj i podmioty powiązane	12,04%
NN OFE	10,09%
Quercus TFI	8,21%
Colian Holding	6,30%
Pozostały free-float	33,6%

Jerzy Mazgaj, Przewodniczący Rady Nadzorczej
Katarzyna Basiak-Gała
Artur Małek
Beata Pawłowska-Czerwińska
Ryszard Petru
Grażyna Sudzińska-Amroziewicz

Grzegorz Pilch Prezes Zarządu
Mateusz Żmijewski Wiceprezes Zarządu
Erwin Bakalarz Członek Zarządu

4. Interesariusze

Zarząd przeprowadził analizę swoich interesariuszy pod kątem: (1) ich wpływu na Spółkę i Grupę Kapitałową oraz poszczególne elementy łańcucha wartości, (2) wpływu Spółki i Grupy Kapitałowej na poszczególne grupy interesariuszy, (3) zainteresowania działaniami Spółki i Grupy Kapitałowej oraz (4) częstości kontaktów. Na tej podstawie wyodrębniono siedem najważniejszych grup interesariuszy, którymi są: (1) akcjonariusze i instytucje finansujące, (2) dostawcy, (3) klienci, (4) partnerzy biznesowi, (5) pracownicy, (6) instytucje państwowe jak i (7) społeczność lokalna. Za wyjątkiem pracowników Spółki i Grupy, pozostali interesariusze to podmioty zewnętrzne.

Dla każdej z tych grup interesariuszy Zarząd zidentyfikował najważniejsze kwestie, sposoby zaangażowania jak i sposoby działania na rzecz danej grupy. Dodatkowo, Grupa Kapitałowa przeprowadziła ankietę wśród swoich interesariuszy (za wyjątkiem administracji państwowej), aby upewnić się, czy potrzeby interesariuszy są poprawnie zidentyfikowane. Interesariusz uczestniczący w ankiecie mógł przyznać danemu zagadnieniu od zera (niestotne) do pięciu (najistotniejsze) punktów. Łącznie w konsultacjach wzięło udział 300 interesariuszy oraz 21 osób z wewnętrznej kadry menedżerskiej. Odpowiedzi interesariuszy zorientowane były na kwestie etyczne, społeczne oraz pracownicze. W mniejszym stopniu dotyczyły kwestii środowiskowych oraz przeciwdziałania korupcji, co odzwierciedla charakter modelu biznesowego zarówno Spółki i Grupy Kapitałowej. Analiza zgromadzonych odpowiedzi wykazała, iż Grupa Kapitałowa poprawnie zidentyfikowała najważniejsze dla swoich interesariuszy kwestie. Wyniki analizy interesariuszy jak i powstała macierz istotności zostaną wykorzystane przez Zarząd do dalszego ulepszania polityk mających na celu jak największe spełnienie oczekiwań interesariuszy.

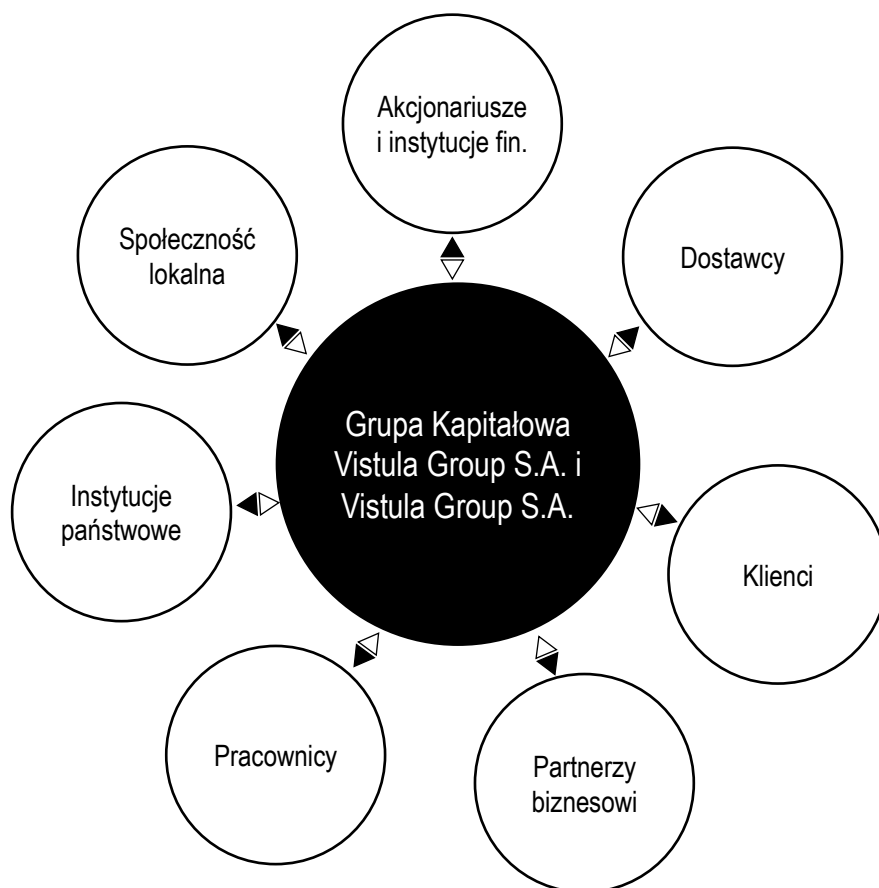
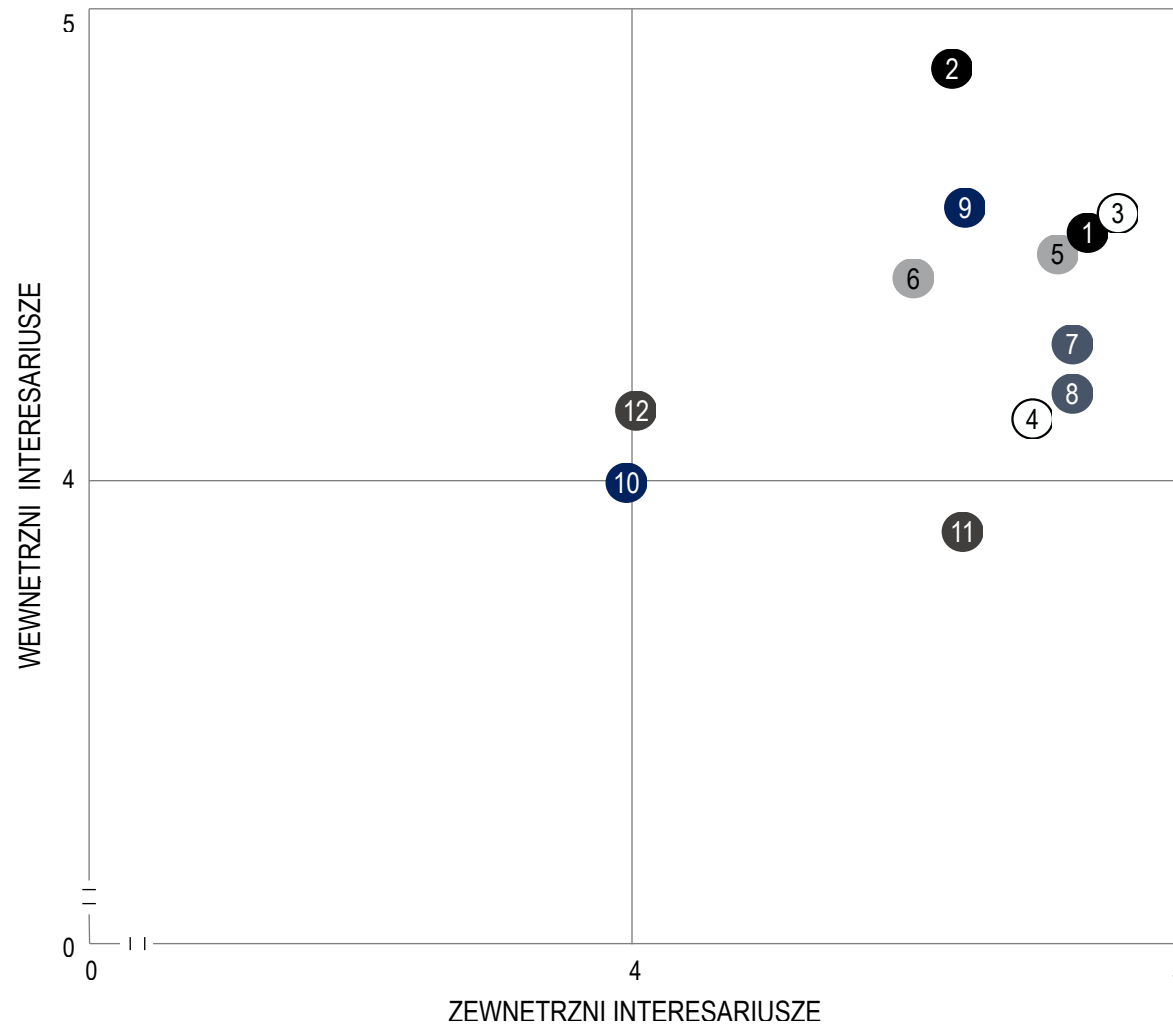


Tabela interesariuszy Vistula Group S.A. i Grupy Kapitałowej Vistula Group. S.A.

	Akcjonariusze i instytucje finansujące	Dostawcy	Klienci	Partnerzy biznesowi	Pracownicy	Instytucje państwowe	Spolecznosc lokalna
Kim są?	Grono akcjonariuszy to różnicowana grupa, w której znajdują się osoby prywatne, inwestorzy instytucjonalni (fundusze TFI i OFE, reprezentowane często przez analityków giełdowych) oraz inne spółki giełdowe. Instytucje finansujące to głównie banki.	Dostawcy to podmioty, które: (1) dostarczają tkaniny, dodatki do produkcji ubrań, (2) produkują na zlecenie odzież, oraz (3) u których zlecana jest produkcja biżuterii lub kupowane są wyroby gotowe. Wśród dostawców są podmioty krajowe i zagraniczne.	Osoby, które identyfikują się z markami Grupy, odwiedzają salony oraz sklepy internetowe tych marek oraz kupują i korzystają z produktów oferowanych przez marki.	Partnerzy biznesowi inni niż dostawcy to: (1) operatorzy centrów handlowych, w których znajdują się salony marek Grupy, (2) franczyzobiorcy, którzy prowadzą salony wszystkich marek Grupy, jak i (3) operatorzy logistyczni.	Pracownicy Grupy stanowią różnorodne grono. Grupa posiada zarówno pracowników salonów, jak i pracowników w administracji i produkcji.	Istotnym interesariuszem jest również administracja centralna i samorządowa. Grupa współpracuje z organami państwowymi na wielu szczeblach, zaczynając od Urzędów Skarbowych a kończąc na Izbie Celnej. Ważnym interesariuszem jest też Komisja Nadzoru Finansowego.	Lokalne społeczności to miasta, w których Grupa prowadzi działalność gospodarczą. Są to więc Kraków (siedziba Spółki i spółek z Grupy), Ostrowiec Świętokrzyski (zakład produkcyjny), ale też Poznań (produkcja) i Warszawa (biura).
Dlaczego są dla nas ważni?	Akcjonariusze to właściciele Spółki, a dzięki instytucjom finansującym posiadamy środki do rozwoju. Analitycy giełdowi wyceniają akcje Spółki, wydają raporty i rekomendacje.	Dostawcy są ważną częścią łańcucha dostaw. To oni dostarczają towary i produkty, które sprzedawane są w salonach marek Grupy Kapitałowej.	Zrozumienie i spełnianie potrzeb klientów to priorytet Grupy. To dla klientów tworzymy kolekcje, otwieramy salony, to oni są najważniejszym elementem łańcucha wartości. To na ich satysfakcji koncentrują się wysiłki Grupy.	Dzięki partnerom biznesowym Grupa może dotrzeć do swoich klientów i zaoferować im produkty w salonach stacjonarnych i e-sklepach.	Pracownicy to najważniejsi wewnętrzni interesariusze. To oni są siłą napędową Grupy - zarządzają nią, rozwijają ją oraz kontaktują się z klientem.	Jesteśmy polską spółką, która płaci podatki w Polsce, ważna jest dla nas percepcja transparentnego podmiotu, którego podatki wykorzystywane są do rozwoju kraju.	Osoby żyjące i pracujące w regionach i miastach, w których Grupa posiada i/lub rozbudowuje swoją obecność, jak też rodziny pracowników Grupy.
Jak się angażujemy?	Priorytetem Zarządu jest budowanie wartości – ten nadrzędny cel przyświeca decyzjom Zarządu zarówno w odniesieniu do strategii wzrostu organicznego (koncentracja na wzroście przychodów i zysków) jak i strategii akwizycyjnej (uzupełnianie portfela marek na korzystnych warunkach). Zarząd stawia na jakość i transparentność publikowanych informacji finansowych i operacyjnych. Oprócz raportów bieżących i okresowych Grupa przygotowuje prezentacje i pliki w formacie excel do wyników kwartalnych. Materiały są dostępne na stronie internetowej. Zarząd kładzie nacisk na dialog, regularnie spotykając się z akcjonariuszami (instytucjonalnymi i indywidualnymi) na konferencjach wynikowych lub poświęconych spółom giełdowym. Zarząd prowadzi też otwarty dialog z instytucjami kredytującymi.	Grupa kładzie nacisk na długoterminowe relacje z dostawcami, oparte na wzajemnym szacunku oraz zaufaniu. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom swoich partnerów, Grupa stara się z wyprzedzeniem planować proces produkcyjny (w szczególności w segmencie odzieżowym), umożliwiając dostosowanie swoich kalendarzy produkcyjnych. Dodatkowo, w relacjach Grupa bierze pod uwagę kwestie płatności. Średni termin zapadalności faktur wystawionych dla Grupy Kapitałowej uległ skróceniu prawie o 20% r/r w 2017 roku, osiągając 37 dni.	Celem Grupy jest jak najlepszy <i>customer experience</i> . Marki Vistula i Wólczanka stawiają na nowoczesne wzornictwo, bardzo dobry warsztat krawiecki jak i dopasowanie do zmieniającego się stylu życia klientów. Deni Cler stawia na wysoką jakość tkanin, kolekcje łączące klasykę z nowoczesnością oraz nowoczesne salony. Marka W.KRUK kładzie nacisk na różnorodną biżuterię, kolekcje okazjonalne, jak i szeroką ofertę zegarków. Dodatkowo, Grupa inwestuje w usprawnienia działania sklepów internetowych. Kadra zarządzająca słucha też klientów monitorując wskaźniki satysfakcji, zbierając ich opinie w salonach, komunikując się z nimi poprzez m.in. newslettery, social media czy strony internetowe marek.	Grupa utrzymuje długoterminowe relacje z wszystkimi najważniejszymi operatorami centrów handlowych. Dzięki indywidualnym spotkaniom oraz zaangażowaniu, Grupa pozyskuje nowe lokalizacje, na korzystnych dla obu stron warunkach. Silna pozycja marek pozwala Grupie również na pozyskiwanie nowych franczyzobiorców, dzięki którym Grupa może rozwijać sieć, otwierając salony w nowych mniejszych miastach. Grupa stawia również na partnerskie relacje z operatorami logistycznymi, którzy wspierają ją w operacjach związanych z naszą działalnością on-line i off-line.	Kadra zarządzająca prowadzi otwarty dialog z pracownikami, m.in. organizując cykliczne spotkania Zarządu i kadry menedżerskiej z pracownikami. Pracownicy salonów odbywają regularne spotkania z regionalnymi kierownikami sprzedaży. Grupa zapewnia stabilne zatrudnienie z możliwością rozwoju. Kadra zarządzająca monitoruje poziom zarobków w stosunku do konkurencji, a Grupa oferuje pracownikom pozafinansowe wsparcie w postaci szkoleń czy dopłat do karty Multisport.	Grupa terminowo dostarcza sprawozdania finansowe oraz rozliczenia podatkowe, regulujemy zobowiązania społeczne i podatkowe. Przedstawiciele Grupy uczestniczą w dialogu z instytucjami państwowymi na każdym szczeblu.	Grupa zapewnia stabilne i korzystne zatrudnienie pracownikom, przez co pozytywnie wpływa na ich rodziny oraz lokalne społeczności. Grupa jest ważnym pracodawcą w Krakowie oraz Ostrowcu Świętokrzyskim. Grupa współpracuje z lokalnymi uczelniami (np. Krakowskie Szkoły Artystyczne – z kierunkiem Szkoła Artystycznego Projektowania Ubioru), wspomaga studentów w tworzeniu wybranych prac magisterskich oraz oferuje staże. Jednocześnie, Grupa dołącza starań, aby zakłady produkcyjne w jak najmniejszy sposób wpływały na środowisko..
Jakie kwestie są dla nich najważniejsze?	Budowa wartości, wzrost sprzedaży i zysków, przejrzyste raporty okresowe, szczegółowe prezentacje kwartalne, regularne spotkania z Zarządem.	Długoterminowe relacje, możliwość zaplanowania produkcji z odpowiednim wyprzedzeniem, przejrzystość procesu zamówień, jak również terminowe płatności.	Kompetentna i kulturalna obsługa w salonach, jakość produktu oraz odpowiadająca jej cena, dbałość o relacje z klientem, bezpieczeństwo przetwarzanych danych osobowych oraz dogodna lokalizacja salonu.	Długoterminowe relacje, przejrzystość i korzystne warunki współpracy, terminowa zapłata zobowiązań oraz zatarowanie salonów (franczyzobiorcy).	Stabilność zatrudnienia, elastyczny czas pracy, dogodne warunki pracy, konkurencyjny poziom wynagrodzenia, przejrzysta ścieżka kariery i możliwość szkoleń.	Przestrzeganie prawa, maksymalizacja podatków, zwiększanie zatrudnienia, terminowe regulowanie zobowiązań socjalnych i podatkowych, polityka antykorupcyjna, zapewnienie pracownikom bezpiecznych warunków pracy.	Wpływ na środowisko, bycie ważnym i pożądanym pracodawcą w regionie, zaangażowanie w lokalną społeczność, wsparcie lokalnych inicjatyw i fundacji, inwestycje w regionie.

Macierz istotności interesariuszy Vistula Group S.A. i Grupy Kapitałowej Vistula Group S.A.



Uczestnicy rynku kapitałowego i instytucje finansujące

- 1 Budowanie wartości spółki
- 2 Wzrost sprzedaży i zysków

Dostawcy

- 3 Długoterminowe relacje
- 4 Terminowe płatności

Klienci

- 5 Kompetentna i kulturalna obsługa w salonach
- 6 Dbalność o relacje z klientami

Partnerzy biznesowi

- 7 Długoterminowe relacje
- 8 Przejrzystość warunków współpracy

Pracownicy

- 9 Stabilność zatrudnienia
- 10 Elastyczny czas pracy

Społeczność lokalna

- 11 Wpływ na środowisko
- 12 Ważny i pożądaný pracodawca

5. Polityka społeczna i pracownicza

Kwestie społeczne i pracownicze są istotne dla Spółki i Grupy Kapitałowej, dotyczą one bowiem interesariuszy wewnętrznych czyli pracowników, jak i interesariuszy zewnętrznych czyli rodziny pracowników, lokalne społeczności, jak również klientów. Około 70% naszych pracowników zatrudnionych jest w salonach, a około 75% pracowników odpowiedzialnych jest za zadowolenie klienta – są to doradcy klienta, sprzedawcy oraz kierownicy salonów i regionalni managerowie sprzedaży. W relacjach pracowniczych Grupa stawia na różnorodność, możliwości rozwoju, szkolenia, przejrzystą ścieżkę kariery oraz rynkowe wynagrodzenie. W relacjach społecznych Grupa angażuje się w promocję sportu jak również wartościowych akcji społecznych.

Na koniec 2017 roku Grupa Kapitałowa zatrudniała w przeliczeniu na etaty 2 447 osoby, o ok. 6% więcej r/r. Umowy o pracę były podstawowym sposobem zatrudniania pracowników. Zarówno w 2016 jak i 2017 stanowiły 96% wszystkich umów na poziomie Grupy Kapitałowej (pozostałe umowy to umowy zlecenia lub inne umowy cywilne). Największym pracodawcą w obrębie Grupy Kapitałowej jest Vistula Group S.A. (Spółka), która w przeliczeniu na etaty zatrudniała 1 144 osoby, 6% więcej r/r. W 2017 roku Grupa Kapitałowa przyjęła 888 osób (w przeliczeniu na etaty), a odeszło z niej 761 osób, z czego przeważającą liczbę stanowią pracownicy salonów. Polityka zarządzania personelem opiera na strukturze dyrektorów, kierowników i menadżerów średniego szczebla. Struktury te różnią się w zależności od miejsca zatrudnienia (administracja/centrala, salony czy produkcja). Kwestie pracownicze oraz bezpieczeństwa i higieny pracy regulowane są w Grupie Kapitałowej zgodnie z polskim prawem. Najważniejszym aktem normatywnym powszechnie obowiązującym, regulującym obszar pracowniczy jest Kodeks Pracy. W Spółce i Grupie Kapitałowej wdrożono szereg regulacji dotyczących obszaru pracowniczego, m.in.: Regulamin Pracy, Regulamin Wynagradzania, Regulamin Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. W Vistula Group i w Grupie Kapitałowej regulaminy te regulują: organizację i porządek w procesie pracy (w tym godziny pracy), związane z tym prawa i obowiązki pracownika, możliwość wzięcia urlopu, sposób informowania o zwolnieniach, sposób i czas zapłaty wynagrodzenia, jak również wykaz prac wzbronionych pracownikom młodocianym i kobietom.

Zatrudnienie na koniec roku (etaty)	2016	2017
Grupa Kapitałowa Vistula Group S.A.	2 314	2 447
Segment odzieżowy	1 494	1 549
Segment jubilerski	820	898
Vistula Group S.A.	1 079	1 144

Cenimy różnorodność, dajemy równe szanse

Grupa Kapitałowa uznaje, że dostępność szerokiej puli talentów pomaga w rozwoju organizacji jako całości. Z tego względu odmienność i różnorodność są cenione wśród pracowników. To właśnie efekt kumulacji i współdziałania różnych doświadczeń i kompetencji pozwala na nieustanny rozwój organizacji. Zarząd podziela pogląd, że rozwój Spółki i Grupy oraz realizacja celów biznesowych będą skuteczniejsze, jeśli dostrzeże się i wykorzysta różne doświadczenia oraz potrzeby występujące w organizacji i w jej otoczeniu. Grupa szanuje pracowników bez względu na wiek, płeć, wyznanie, różnice w poglądach, odmienność kulturową czy orientację seksualną. Grupa przykładą wagę, aby żaden z wewnętrznych dokumentów nie stał w sprzeczności z polityką równouprawnienia płci oraz różnorodności. W wewnętrznych regulaminach nie znajduje się informacja o tym, by którakolwiek płeć czy grupa miała utrudniony bądź ułatwiony dostęp do wiedzy, świadczeń, przywilejów czy też byłaby w szczególny sposób obciążona obowiązkami. Podejście to odzwierciedlają wskaźniki niefinansowe. Na poziomie Grupy Kapitałowej: (1) zatrudnione są osoby w różnym wieku (57% pracowników to osoby między 30 a 50 rokiem życia), (2) prowadzone są działania, aby zbilansować zatrudnienie według płci (88% pracowników to kobiety), (3) zatrudnione osoby posiadają

różny staż prac (42% pracowników posiada staż pracy między 1 a 5 lat). Grupa zatrudnia również osoby niepełnosprawne. W 2017 r. w Grupie Kapitałowej zatrudnionych było 77 osób niepełnosprawnych 10% więcej r/r, a w Vistula Group S.A. 8 osób na koniec 2017 roku, 33% więcej r/r.

Grupa Kapitałowa Vistula Group S.A.– podział zatrudnionych osób w przeliczeniu na etaty według		
	2016	2017
WIEKU	<p>powyżej 50 lat 11%</p> <p>do 30 lat 31%</p> <p>30-50 lat 58%</p>	<p>powyżej 50 lat 12%</p> <p>do 30 lat 31%</p> <p>30-50 lat 57%</p>
PLCI	<p>Mężczyźni 13%</p> <p>Kobiety 87%</p>	<p>Mężczyźni 12%</p> <p>Kobiety 88%</p>
STAŻU PRACY	<p>ponad 5 lat 35%</p> <p>do 1 roku 23%</p> <p>1 - 5 lat 42%</p>	<p>ponad 5 lat 34%</p> <p>do 1 roku 24%</p> <p>1 - 5 lat 42%</p>
MIEJSCA ZATRUDNIENIA	<p>Produkcja 13%</p> <p>Administracja 19%</p> <p>Salony 68%</p>	<p>Produkcja 12%</p> <p>Administracja 19%</p> <p>Salony 69%</p>

Oferujemy możliwości rozwoju

Ścieżki kariery w Grupie Kapitałowej związane są bezpośrednio z działem, w którym pracownik rozpoczyna pracę. Ze względu na liczebność działu, największa rozpiętość rozwoju kariery oferowana jest w dziale handlowym, czyli w salonach Grupy Kapitałowej. Dostępne możliwości to rozwój w kierunku kierownika salonu sprzedaży, kierownika regionalnego czy visual merchandisera. Pracownicy centrali i administracji rozwijają się w ramach ścieżek eksperckich, które dają większe możliwości rozwoju niż awanse pionowe (z uwagi na niewielką reprezentację ilościową tych stanowisk). Każdy pracownik posiada równe szanse w drodze do awansu. Grupa Kapitałowa maksymalizuje

ilość wewnętrznych promocji, w szczególności w salonach. Pozwala to na rozwój kadry, daje gwarancję ciągłości wiedzy o standardach sprzedaży w obrębie salonu, jak również zwiększa zaangażowanie pracowników i świadomość marki. Dopiero, jeśli rekrutacja wewnętrzna nie przynosi spodziewanych efektów, uruchamiana jest rekrutacja zewnętrzna. W przypadku stanowisk w centrali, zwyczajowo uruchamia się w tym samym momencie rekrutację zewnętrzną (publikację ogłoszenia na zewnętrznych portalach pracy) oraz rekrutację wewnętrzną (ogłoszenie umieszczone na stronie korporacyjnej, widoczne dla wszystkich), najczęściej bowiem stanowiska te wymagają specjalistycznej wiedzy dostępnej niewielkiemu gronu ekspertów. W sytuacji, gdy pracownik jest zainteresowany opublikowanym wakatem, bierze udział w rekrutacji na równych zasadach, co kandydaci zewnętrzni po uprzednim otrzymaniu zgody swojego przełożonego na taki krok.

Vistula Group S.A. – podział zatrudnionych osób w przeliczeniu na etaty według		
	2016	2017
WIEKU	<p>powyżej 50 lat 8%</p> <p>do 30 lat 41%</p> <p>30-50 lat 51%</p>	<p>powyżej 50 lat 8%</p> <p>do 30 lat 39%</p> <p>30-50 lat 53%</p>
PLCI	<p>Mężczyźni 16%</p> <p>Kobiety 84%</p>	<p>Mężczyźni 14%</p> <p>Kobiety 86%</p>
STAŻU PRACY	<p>ponad 5 lat 40%</p> <p>do 1 roku 24%</p> <p>1 - 5 lat 36%</p>	<p>ponad 5 lat 41%</p> <p>do 1 roku 23%</p> <p>1 - 5 lat 36%</p>
MIEJSCA ZATRUDNIENIA	<p>Administracja 22%</p> <p>Salony 78%</p>	<p>Administracja 22%</p> <p>Salony 78%</p>

Możliwości rozwoju pracowników nie ograniczają się do awansów. Grupa Kapitałowa oferuje pracownikom również dostęp do szkoleń. Grupa oferuje szkolenia stanowiskowe, w tym związane z pełnionymi obowiązkami, szkolenia rozwojowe (np. szkolenia językowe, obecnie: angielski, włoski, czeski) oraz szkolenia menadżerskie. Pracownicy są delegowani na konkretne jednostki szkoleniowe wraz z całym zespołem pracowniczym, indywidualnie lub też pracownik sam wychodzi z inicjatywą wzięcia udziału w szkoleniu, na co może otrzymać zgodę po uzasadnieniu jego przydatności dla rozwoju jego kompetencji pracowniczych. W szczególności dla pracowników pionu sprzedaży Grupa Kapitałowa organizuje cykliczne i regularne szkolenia produktowe i sprzedażowe, które pozwalają uzyskiwać kompetencje rzeczowego doradcy klienta. Z kolei rozpoczynający pracę w Grupie Kapitałowej biorą udział w specjalnie przygotowanym procesie adaptacyjnym do pracy w salonie sprzedaży i branży. Grupa oferuje też specjalne szkolenia dla pracowników centrali. Są to szkolenia związane z podnoszeniem kwalifikacji na konkretnym stanowisku (w dziale reklamacji, w dziale produktu) jak i szkolenia dla działów finansów i sprawozdawczości. Szkolenia te są objęte systemem lojalnościowym z pracownikami. Jednocześnie, oferując pracownikom rozwój, Grupa Kapitałowa nie zapomina o ocenie pracowników, informacji zwrotnej oraz rynkowym wynagrodzeniu, którego poziom jest monitorowany przez dostęp do raportów płacowych.

Promujemy sport i zdrowy styl życia

Grupa Kapitałowa angażuje się w kampanie oraz inicjatywy, które uważa za wartościowe dla swoich interesariuszy a także zgodne z wizerunkiem marek oraz wartościami Grupy Kapitałowej. Vistula Group S.A. w szczególności angażuje się w promocję sportu, będąc partnerem znanych i cenionych polskich sportowców z różnorodnych dziedzin sportu. Komunikacja marketingowa związana ze sportem to nie tylko odświeżenie i zdynamizowanie wizerunku poprzez połączenie go z dziedzinami sportu, które pasują do profilu i zainteresowań klienta marki, ale również promocja pozytywnych postaw takich jak dążenie do celu, konsekwencja oraz sukces. W 2016 roku Vistula Group S.A. została oficjalnym partnerem PZPN (Polski Związek Piłki Nożnej). W ramach tej współpracy marka Vistula dostarcza oficjalne stroje formalne polskiej reprezentacji w piłce nożnej, mając realny wpływ na wizerunek polskiej drużyny podczas oficjalnych mistrzostw. Również w 2016 roku Vistula Group S.A. podpisała umowę z Robertem Lewandowskim, który stał się głównym ambasadorem i twarzą marki Vistula. W ramach kontynuacji współpracy co sezon powstaje nowa limitowana kolekcja sygnowana przez Roberta Lewandowskiego. Dotychczasowe kolekcje okazały się dużym sukcesem wizerunkowym i sprzedażowym, promując sport i piłkę nożną wśród klientów marki. Ponadto latem 2017 roku Vistula Group S.A. podpisała umowę z Kamilem Stochem, Piotrem Żyłą i Dawidem Kubackim, zawodnikami, którzy stanowią trzon polskiej drużyny skoczków narciarskich. W ramach umowy zawodnicy zostali ambasadorem marki Vistula, nosząc jej ubrania formalne i casualowe. Kamil Stoch indywidualnie przygotował mini kolekcję swoich czapek. Także w 2017 roku marka Vistula zawarła umowę sponsoringową z Ocean Challenge Yacht Club, rozpoczynając współpracę od ubrania zawodników na słynne regaty Sydney-Hobart. Celem jest wsparcie polskiego sportu oraz jego popularyzacja jako zdrowego stylu życia.

Inicjatywy związane z promocją polskich sportowców, to nie jedyny obszar związany z promocją aktywnego trybu życia. W 2017 roku Vistula Group S.A. zdecydowała się zaangażować w projekt wsparcia inicjatywy biegu charytatywnego Poland Business Run – Spółka finansowo umożliwiła uczestnictwo w projekcie dwóm drużynom i przy okazji pomogła wesprzeć finansowo osoby po amputacjach lub niepełnosprawności kończyn dolnych. Inicjatywa miała na celu nie tylko wsparcie osób z niepełnosprawnością, ale też promocję aktywnego stylu życia i integrację społeczności lokalnej z biznesem. Pozwoliła pracownikom Spółki pokazać swoje talenty sportowe i zachęciła innych do rozpoczęcia podobnych aktywności. Oprócz wspomnianego zaangażowania Vistula Group S.A., Grupa Kapitałowa oferuje też szkolenia prozdrowotne dla swoich pracowników. Ich tematyka jest szeroka, począwszy od zachowań pomagających dbać o kręgosłup w miejscu pracy, poprzez szerzenie informacji o zdrowym odżywianiu i jego wpływie na zdrowie człowieka aż do instruktażu dotyczącego radzenia sobie z wypaleniem zawodowym w miejscu pracy. Szkolenia te są bezpłatne i dostępne dla wszystkich pracowników. Grupa współfinansuje pracownikom karty Multisport na trzech różnych poziomach intensywności jej użytkowania, a część pracowników objęta jest programem opieki zdrowotnej (stanowiska kierownicze w centrali i salonach sprzedaży) i ubezpieczeniem na życie.

W centrali Grupy Kapitałowej możliwe jest również ustalenie elastycznego czasu pracy, a pracownik może rozpocząć pracę między 7 a 9 rano. Pracownicy salonów pracują w tzw. równoważnym systemie czasu pracy. Kierownicy salonów układając grafiki czasu pracy uwzględniają potrzeby pracowników dotyczące czasu rozpoczynania pracy, dni wolnych, tak aby zabezpieczyć obsadę etatową salonu i przestrzegać obowiązujących przepisów. M.in. z tych

względów zarówno w Spółce jak i Grupie Kapitałowej nadgodziny nie są częste. Łącznie w 2017 roku pracownicy Spółki przepracowali 2 479 nadgodzin, spadek o 48% r/r, a pracownicy Grupy Kapitałowej 12 876 nadgodzin, spadek o 25% r/r.

Kultywujemy rzemiosło i tradycyjne zawody

Tradycja, przywiązanie do wysokiej jakości wykonania i rękodzieła pozostają ważnymi wartościami dla Grupy Kapitałowej. Korzystając z nowoczesnych materiałów, technik oraz wzornictwa, Grupa Kapitałowa kultywuje tradycyjne zawody jakimi są krawiectwo i jubilerstwo. W segmencie odzieżowym Vistula Group S.A. prowadzi działania wspierające proces budowania postrzegania marki jako „Narodowego Krawca”, czyli marki, która kontynuuje tradycję polskiego krawiectwa, dbając o elegancki wygląd Polaków w sytuacjach oficjalnych oraz codziennych. Jednym z obszarów jest współpraca z polskimi sportowcami w reprezentowaniu kraju na oficjalnych międzynarodowych imprezach sportowych. W misję tę wpisuje się także współpraca z państwowymi instytucjami kultury i sztuki. Vistula Group S.A. sponsoruje stroje do wybranych sztuk teatralnych, ubierała pracowników Muzeum Narodowego w Krakowie, a także będzie ubierać pracowników Łazienek Królewskich w Warszawie. Spółka współpracuje z biurem karier wybranych uczelni, a część pracowników współpracuje z uczelniami zawodowymi dzieląc się posiadaną wiedzą dotyczącą sztuki krawiectwa i projektowania ze studentami. Dodatkowo, różne działy w strukturze organizacyjnej Grupy pomagają studentom w tworzeniu wybranych prac magisterskich, dostarczając dane i wyjaśnienia, jak i oferując staże. Na poziomie Grupy Kapitałowej ta działalność jest wzbogacona przez segment jubilerski, który korzysta z precyzyjnych technik rzemiosła artystycznego.

Wspieramy ważne społecznie akcje

W 2017 Grupa Kapitałowa nawiązała współpracę z WOŚP (Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy). Polegała ona na licytacji możliwości jednodniowego doświadczenia w pracy jako projektant marki Wólczanka. Akcja była promowana pośród pracowników Grupy oraz wśród klientów marki w salonach sprzedaży i we wszelkich kanałach komunikacji marketingowej. W.KRUK natomiast jest partnerem szeregu wydarzeń, w które angażuje się, jako ekspert w dziedzinie najwyższej jakości wzornictwa oraz produkcji biżuterii i akcesoriów. Między innymi projektuje i produkuje wyjątkowe statuetki i nagrody w projektach, które zgodne są z wartościami marki. W.KRUK S.A. jest wieloletnim partnerem Plebiscytu Srebrne Jabłka magazynu PANI, wyróżniającym znane pary, które w danym roku na łamach magazynu PANI opowiedziały historie swojej miłości. W.KRUK S.A. był również partnerem Konkursu *Wyróżnienie Białej Wstążki* Fundacji Jolanty Kwaśniewskiej *Porozumienie bez barier*, w ramach którego firma ufundowała srebrne wstążeczki w postaci przypinek, którymi uhonorowano nagrodzonych.

6. Polityka poszanowania praw człowieka

Grupa Kapitałowa zwraca uwagę na kwestie związane z prawami człowieka w całym łańcuchu dostaw, zaczynając od pracowników, poprzez pracowników swoich dostawców i partnerów biznesowych, jak również klientów.

Poszanowanie praw pracowników

W Grupie Kapitałowej obowiązuje kodeks pracy, który respektuje Konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy. Kodeks obowiązuje wszystkich pracowników, niezależnie od ich pozycji, funkcji, płci i wieku, a Zarząd oraz kadra zarządzająca dokładają starań, aby działał on w praktyce. Szczególną uwagę Grupa przykładła do kwestii równouprawnienia płci. Zdecydowana większość ogłoszeń o pracę jest niewrażliwa na kwestię płci kandydata, a decyzje o zatrudnieniu kandydata/ki polegają wyłącznie na ocenie posiadanych kompetencji. Wyjątek stanowi rekrutacja na stanowisko modela technicznego odpowiadającego za przymiarki odzieży z kolekcji marki Vistula, gdzie przyjmowani są mężczyźni. Profil działalności Grupy Kapitałowej odzwierciedla też zainteresowanie społeczeństwa pracą w branży detalicznej. W związku z tym przewagę liczebną przy rekrutacji stanowią panie (ok. 70% aplikacji do centrali Vistula Group S.A. w 2017 roku pochodziło od kobiet, w W.KRUK S.A. ten wskaźnik to ok. 80%). Praktycznie na każdym szczeblu w Grupie Kapitałowej znajdują się kobiety i mężczyźni, dotyczy to salonów, produkcji oraz kadry zarządczej (aktualnie jedynymi wyjątkami od tej zasady są zarządy Vistula Group S.A. i W.KRUK S.A., nominowane przez rady nadzorcze). Grupa skupia się na kompetencjach i umiejętnościach pracowników, zatrudniając pracowników w różnym wieku, bez względu na ich płeć, wyznaczenie czy narodowość. Umowa franczyzowa

podpisywana z franczyzobiorcami zawiera zapis mówiący o obowiązkowym zatrudnieniu pracowników na umowę o pracę oraz konieczności zatwierdzania systemów premiowych. W przypadku naruszenia któregoś z tych punktów mogą być nałożone kary na franczyzobiorcę.

Grupa Kapitałowa rozpoczęła prace nad kodeksem etycznym na bazie występujących w spółce dominującej i spółkach zależnych utrwalonych praktyk oraz wieloletnich zwyczajów. W Grupie Kapitałowej jako wartości uniwersalne odnoszące się do wszystkich pracowników traktuje się: przejrzyste zasady wynagradzania oraz rozwoju zawodowego jak również bezpieczne i przyjazne środowisko oraz miejsce pracy. Każdy pracownik, który czuje, iż jego prawa są naruszane może zgłosić taką sytuację do Działu HR, bezpośredniego menedżera lub członka Zarządu.

Poszanowanie praw pracowników naszych partnerów biznesowych

Grupa Kapitałowa ma na względzie nie tylko dobro swoich pracowników, ale także pracowników swoich partnerów biznesowych, dostawców czy podwykonawców. Grupa Kapitałowa utrzymuje długoterminowe relacje z dostawcami, oparte na szacunku i zaufaniu. Po wprowadzeniu kodeksu etycznego wewnątrz swoich struktur, Zarząd Grupy planuje rozpocząć prace nad wdrożeniem kodeksu etycznego również u swoich dostawców.

Grupa Kapitałowa uczestniczy w działaniach, których celem jest poszanowanie praw człowieka. W sierpniu 2017 roku Vistula Group S.A. przystąpiła do partnerstwa na rzecz tłumaczenia Wytycznych OECD dotyczących należytej staranności w odpowiedzialności łańcucha dostaw w sektorze tekstylnym-odzieżowym i skórzanym. Inicjatorem akcji było Ministerstwo Rozwoju. Do zadań Grupy Kapitałowej, wspólnie z innymi partnerami, należy przetłumaczenie i opracowanie wytycznych, które pomogą polskim przedsiębiorstwom w tworzeniu odpowiedzialnych łańcuchów dostaw. Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych dotyczące należytej staranności w zakresie odpowiedzialności łańcuchów dostaw w sektorze tekstylnym – odzieżowym i obuwniczym mają pomóc przedsiębiorstwom we wdrażaniu rekomendacji dotyczących należytej staranności w całym łańcuchu dostaw przemysłu odzieżowo-obuwniczego. Celem jest zapobieganie i przeciwdziałanie potencjalnym negatywnym skutkom działalności przedsiębiorstw oraz ich łańcuchów dostaw, jak i wzmocnienie wzajemnego zaufania między przedsiębiorstwami a społeczeństwami, w których działają.

W ramach odpowiedzialności za łańcuch dostaw, pracownicy Vistula Group S.A. starają się wizytować fabryki głównych producentów przynajmniej raz w roku. Większość europejskich i dalekowschodnich dostawców to duże firmy, które działają w środowisku międzynarodowym od wielu lat i produkują towary dla wielu znanych marek europejskich i światowych. W wielu z nich są przeprowadzane audyty przez ich klientów, jak i niezależne instytucje. Raporty z tych audytów są Spółce udostępniane. Większość dostawców w segmencie odzieżowym, zarówno polskich, jak i zagranicznych, posiada certyfikację OEKOTEX Standard 100 w zakresie wyrobów tekstylnych (tkanin i dodatków) oraz spełnia normy REACH obowiązujące dla producentów z Unii Europejskiej. Stosowne certyfikaty są przez Spółkę weryfikowane. Ponadto niektóre surowce, zwłaszcza tkaniny są przez Spółkę wyrywkowo sprawdzane pod kątem występowania substancji chemicznych i innych niebezpiecznych związków w certyfikowanych laboratoriach badawczych. Do tej pory nie zdarzyło się, aby wyniki badań były poza dopuszczalnymi normami.

Oprócz wizyt u długoterminowych dostawców, pracownicy Spółki dokonują też wizyt w fabrykach potencjalnych dostawców. Wnioski z analizy i inspekcji parku maszynowego, możliwości technicznych oraz warunków pracy są jednym z kryteriów oceny i wyboru dostawcy. Choć Spółka nie zawiera w swoich umowach dotyczących zakupów w segmencie odzieżowym zobowiązań odnoszących się do przestrzegania praw człowieka oraz niezatrudniania i niekorzystania z pracy dzieci, wymaga od swoich dostawców, aby w ich zakładach produkcyjnych były te prawa przestrzegane oraz aby posiadali oni stosowne certyfikaty (np. BSCI) i byli w stanie je przedstawić na żądanie Vistula Group S.A.. Ponieważ Spółka stawia przede wszystkim na jakość produktów, a nie tylko na ich cenę, korzysta z bardziej wyspecjalizowanych producentów, a nie nastawionych głównie na duże wolumeny i niskie koszty. Dodatkowo, znaczny udział produkcji podstawowych produktów sprzedawanych przez Vistula Group S.A. ma miejsce w polskich zakładach, w których przestrzegany jest krajowy kodeks pracy. Dodatkowo produkcja w kraju odbywa się w Polsce na bazie powierzonych własnych tkanin i dodatków, pod nadzorem technologów. W obrębie Grupy Kapitałowej znajduje się zakład produkcyjny, a Vistula Group S.A. współpracuje również z zakładami, które historycznie były jej częścią.

Poszanowanie praw klientów

Cały łańcuch wartości Grupy Kapitałowej oparty jest na kliencie, z myślą o którym tworzone są pomysły i projekty. Z tego względu Grupa dokłada starań, aby produkty powstawały w godziwych etycznych warunkach, aby komunikacja z klientem była oparta na wzajemnym szacunku, aby podmiot, którego produkty są kupowane działał na zasadzie uczciwej konkurencji jak również, aby pozyskane dane osobowe klientów były w odpowiedni i bezpieczny sposób przetwarzane.

Stojąc na straży wizerunku swoich marek, w komunikacji marketingowej Grupa Kapitałowa kładzie szczególny nacisk na etykę działań. Każdy komunikat marketingowy podlega weryfikacji merytorycznej, jak i wizualnej. W pierwszym etapie powstaje zamysł i koncepcja, w drugim konkretne propozycje, a w kolejnym finalne decyzje. Po zakończeniu i w trakcie każdego etapu zamysł i propozycje konsultowane są i poddawane ocenie na wielu poziomach struktury organizacyjnej spółki. Wszystkie opinie, uwagi i wątpliwości brane są pod uwagę celem zminimalizowania ryzyka nieodpowiedniego przekazu marketingowego. Łącznie, komunikat przechodzi przez wielostopniowy proces akceptacji, a mianowicie dział sprzedaży, dział marketingu, następnie dział produktu i na koniec Zarząd. W ten sposób Grupa upewnia się, czy przekazy marketingowe będą zrozumiałe dla klientów, nie naruszają ich godności oraz przekonań. Mimo tej wielostopniowej weryfikacji, zdarzają się sytuacje, w których Grupa rezygnuje z podjętych uprzednio działań marketingowych.

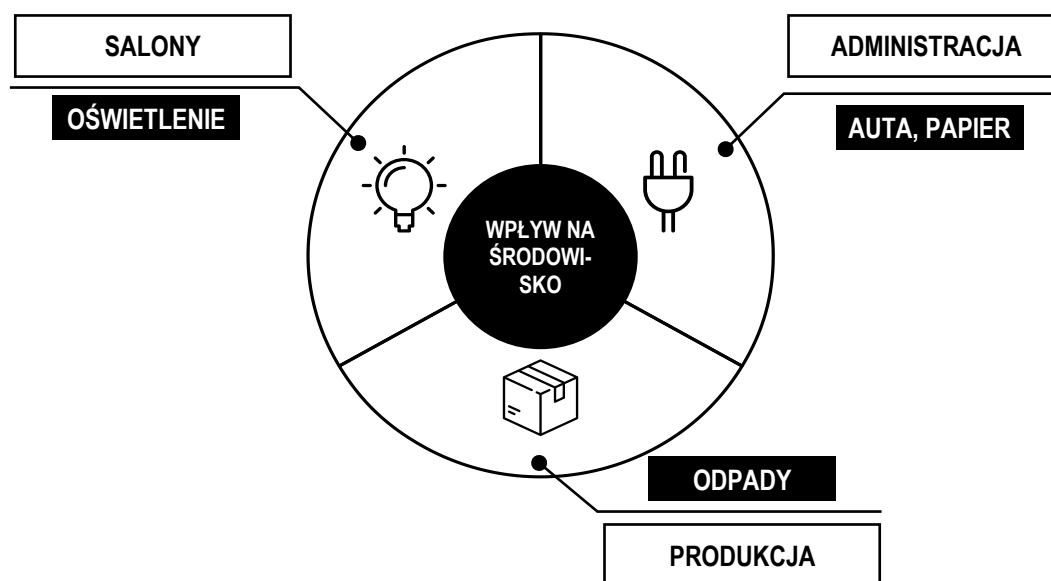
Grupa Kapitałowa szanuje wolną i uczciwą konkurencję, jako podstawowy element prawa klienta do szerokiego wyboru towarów w każdym z segmentów, w których działa. Z tego względu Grupa Kapitałowa nie zgadza się z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), który w grudniu 2015 roku nałożył na Grupę 0,86 mln zł kary pieniężnej, uznając za praktykę ograniczającą konkurencję zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży internetowej zegarków, polegającego na ustaleniu minimalnych detalicznych cen sprzedaży zegarków i nakazując zaniechania stosowania ww. praktyk. Grupa Kapitałowa nie zgadza się z decyzją Prezesa UOKiK, w ocenie którego producent i dystrybutorzy zegarków SWATCH ustalali warunki cenowe sprzedaży detalicznej zegarków (ustalenie maksymalnego rabatu). Stanowisko Grupy Kapitałowej pozostaje niezmiennie. Vistula Group S.A., w ramach której w danym momencie znajdowała się marka W.KRUK, nie zawierała i nie pozostaje stroną jakiegokolwiek porozumienia ograniczającego konkurencję, a ceny zegarków będących w ofercie ustalone są samodzielnie. Jedyną umową łączącą Vistula Group S.A. a obecnie W.KRUK S.A. jako osobną spółkę ze Swatch Group (Polska) Sp. z o.o. jest umowa dystrybucyjna, która nie nadaje Swatch Group (Polska) Sp. z o.o. uprawnienia do ingerowania w politykę cenową Vistula Group S.A./W.KRUK S.A. Vistula Group S.A. wniosła odwołanie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumenta w Warszawie. W sprawie nie został wyznaczony jeszcze pierwszy termin rozprawy.

Grupa Kapitałowa dopełnia należytej staranności w kontekście przechowywania i przetwarzania danych swoich klientów. W sklepach z segmentu odzieżowego proces papierowego zbierania danych z końcem 2017 roku został zamknięty. Obecnie, klienci salonów mogą wprowadzać i edytować swoje dane w systemie mobilnym. Przesyłanie danych jest szyfrowane, a serwery na których dane są przechowywane znajdują się w Grupie Kapitałowej lub u jej sprawdzonych dostawców. Ten model będzie również stopniowo wdrażany w salonach jubilerskich z uwzględnieniem preferencji klientów. Grupa Kapitałowa kończy też przygotowania do wprowadzenia nowych regulacji tzw. RODO dotyczących polityki ochrony danych osobowych, które zaczną obowiązywać 25 maja 2018 roku. Grupa dokonała analizy miejsc i systemów informatycznych, w których przetwarzane są dane jej klientów oraz pracowników oraz miejsc i sytuacji, w których dane klientów powierzone są do przetwarzania innym podmiotom. Obecnie następuje wdrażanie odpowiednich procedur i instrukcji oraz prowadzone będą szkolenia pracowników, a w razie konieczności zmiany organizacyjne i techniczne.

7. Polityka ochrony środowiska

Polityka ochrony środowiska jest ważną kwestią dla Spółki i Grupy Kapitałowej, która dąży do zrównoważonego rozwoju. Celem zarówno Spółki jak i Grupy Kapitałowej jest wzrost organiczny i akwizycyjny przy stopniowym zmniejszaniu swojego wpływu na środowisko. Grupa rozpoczęła prace dotyczące zmniejszenia swojego wpływu na środowisko od gruntownej analizy stanu obecnego. We wrześniu 2017 roku Grupa Kapitałowa przeprowadziła wszechstronny audyt energetyczny w Vistula Group S.A., W.KRUK S.A. oraz Wólczanka Shirts Manufacturing.

Celem zewnętrznego audytu było uzyskanie odpowiedniej wiedzy o profilu istniejącego zużycia energii (elektrycznej, ciepłej) w Grupie Kapitałowej oraz określenie, w jaki sposób i w jakiej ilości możliwe jest uzyskanie opłacalnej oszczędności energii. Zastosowanie zaleceń z audytu umożliwi zmniejszenie zużycia energii, a tym samym zredukuje pośredni wpływ Grupy Kapitałowej na środowisko. Oprócz zaleceń, w ramach audytu przygotowana została też lista możliwych do wykonania inwestycji wraz z ich kosztem oraz okresem zwrotu. Grupa Kapitałowa rozpoczęła stosowanie się do zaleceń audytu, a dodatkowo w ramach posiadanych możliwości finansowych, zamierza dokonać wybranych inwestycji. Celem Grupy Kapitałowej jest uzyskanie korzystniejszych wyników wpływu na środowisko w kolejnym kompleksowym audycie, zaplanowanym na 2021 rok. Ze względu na profil prowadzonej działalności i jej wpływ na środowisko Grupa Kapitałowa wyróżnia trzy miejsca ekspozycji na środowisko naturalne: salony, administracja oraz produkcja, o różnych charakterystykach działania i konsumpcji energii.



Salony Grupy Kapitałowej

Salony Grupy Kapitałowej zlokalizowane są w znaczącej większości w centrach handlowych. Ich największy wpływ na środowisko to zużywana energia elektryczna, ze względu na konieczność odpowiedniego oświetlenia salonów w godzinach pracy. Grupa Kapitałowa systematycznie podejmuje nowe działania dotyczące zużycia energii elektrycznej, aby zracjonalizować wpływ rosnącej liczby salonów na środowisko. Po pierwsze, od połowy 2013 roku Grupa stosuje oświetlenie led w salonach firmowych. Dotyczy to zarówno nowych lokali, jak i remontowanych/modernizowanych. Na koniec 2017 roku Vistula Group S.A. posiadała 137 salonów Vistula i Wólczanka, w których zainstalowano oświetlenie led, co stanowiło 75% własnych salonów (salony franczyzowe nie są zobligowane do instalacji oświetlenia led). Na poziomie Grupy Kapitałowej liczba salonów, w których zainstalowano oświetlenie led na koniec 2017 roku to 242 salony czyli 76% liczby salonów własnych.

Drugim obszarem minimalizacji wpływu salonów na środowisko są zapisy w umowach z centrami handlowymi. Od 2015 roku w umowach zawieranych z centrami handlowymi Grupa Kapitałowa uwzględnia klauzule dotyczące poszanowania środowiska. W zależności od umów, ochrona środowiska tożsama jest z katalogiem opłat eksploatacyjnych, które Grupa Kapitałowa zobowiązana jest uiszczać i wymieniana jako jedna ze składowych ponoszonych opłat lub ujęta jest jako element szczegółowych wytycznych. Wytyczne takie dotyczą: ograniczenia zużycia lub efektywniejszego wykorzystania pobieranej energii, wyboru alternatywnych źródeł energii, zmniejszenia ilości lub efektywniejszego wykorzystania wody lub ścieków, zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów oraz ich sortowanie, jak również zwiększenia lub poprawy efektywności wtórnego wykorzystania odpadów lub surowców. W deklaracjach umownych znajdują się wzajemne zobowiązania do udostępniania informacji, podejmowania wspólnych inicjatyw przy określaniu celów ekologicznych czy organizowanie spotkań mających na celu wymianę informacji pomiędzy wynajmującym a najemcą. Na koniec 2017 roku zarówno na poziomie Vistula Group S.A. jak i Grupy Kapitałowej ok. 34% umów salonów własnych zawierało klauzulę dotyczącą poszanowania środowiska.

Oprócz dwóch najważniejszych inicjatyw, Grupa Kapitałowa prowadzi również szereg innych działań zorientowanych na zmniejszenie wpływu na środowisko. W systemach klimatyzacji w salonach zastosowane są automatyczne czujniki temperatury, dzięki czemu zużycie energii jest minimalizowane. W wybranych lokalach zainstalowane są automatyczne systemy oszczędzania wody. Wszystkie odpady oświetleniowe z salonów utylizowane są przez specjalistyczne firmy zajmujące się utylizacją. Odpady bieżące (papier i plastik) są segregowane i utylizowane przez centra handlowe. Dodatkowo, część opakowań dla klientów wykonanych jest z papieru, choć w wybranych markach używane są też opakowania plastikowe.

Administracja

Administracja Grupy Kapitałowej stanowi drugi obszar, który posiada wpływ na środowisko naturalne. Działania podejmowane w zakresie kwantyfikacji wpływu na środowisko zorientowane są na trzy obszary: auta służbowe, wyjazdy służbowe oraz zużycie materiałów biurowych, w szczególności papieru. Część z polityk jest spisana, część z nich pozostaje kwestią zwyczajową. W ramach swoich obowiązków służbowych, pracownicy koordynujący pracę w terenie korzystają w większości z samochodów służbowych. Przy wyborze aut służbowych Grupa Kapitałowa koncentruje się na leasingu, jako najbardziej efektywnej kosztowo formie.

Choć Grupa nie posiada spisanej polityki dotyczącej podróży służbowych, preferowanym środkiem transportu jest komunikacja kolejowa. Dodatkowo, liczba podróży jest minimalizowana przez zastosowanie nowoczesnych narzędzi na różnych szczeblach i na wielu polach. Po pierwsze, rekrutacje prowadzone do lokalizacji oddalonych geograficznie od centrali Grupy Kapitałowej w Krakowie na pierwszym etapie prowadzone są często z wykorzystaniem nowoczesnych technologii (skype), ograniczając w ten sposób konieczność podróży, zarówno po stronie rekrutera jak i osoby rekrutowanej. Po drugie, dział IT w zakresie wsparcia informatycznego świadczony dla pracowników Grupy Kapitałowej wykorzystuje oprogramowanie umożliwiające zdalny dostęp do komputerów, eliminując konieczność podróży służbowych związanych z serwisem sprzętu i oprogramowania. Po trzecie, w ramach możliwości Grupa wykorzystuje też rozmowy przez skype'a i wideokonferencje do komunikacji z dostawcami.

Grupa Kapitałowa prowadzi nadzór nad zamówieniami papieru, co powoduje, że jego zużycie jest monitorowane. Podstawowym wyznacznikiem jest koszt zakupu. Urządzenia wielofunkcyjne wykorzystywane w Spółce są skonfigurowane domyślnie na drukowanie w trybie monochromatycznym. Grupa wprowadziła wytyczne dotyczące zasad selektywnego zbierania, magazynowania i przekazywania odpadów. Dodatkowo w spółkach Grupy Kapitałowej wdrożony został system do elektronicznego obiegu dokumentów.

	Pojazdy służbowe	Liczba przejechanych km
Grupa Kapitałowa Vistula Group S.A.	2016: 61 2017: 61	2016: 1 776 241 2017: 1 906 052
Segment odzieżowy	2016: 43 2017: 40	2016: 1 324 096 2017: 1 390 530
Segment jubilerski	2016: 18 2017: 21	2016: 452 145 2017: 515 522
Vistula Group S.A.	2016: 34 2017: 30	2016: 827 740 2017: 879 091

Produkcja

W obrębie Grupy Kapitałowej znajdują się dwa zakłady produkcyjne, pierwszy z nich to WSM (Wólczanka Shirts Manufacturing) a drugi to Manufaktura (obiekt należący do W.KRUK), których profil zużycia energii i wody różni się od salonów oraz administracji. WSM prowadzi szereg działań związanych ze zmniejszeniem jej wpływu na środowisko. Obejmują one następujące obszary: (1) zmniejszenie zużycia energii elektrycznej (m.in. wdrożenie oświetlenia led, napędy energooszczędne we wszystkich nowych maszynach), (2) przekazywanie odpadów poprodukcyjnych (tj. makulatura, kartony, ścinki) firmie, która zajmuje się recyklingiem, (3) wykonywanie pomiarów hałasu i zapylenia na halach produkcyjnych (poziom hałasu, zapylenia nie przekracza NDN, NDS), (4) zmniejszenie zużycia wody poprzez zainstalowanie w kranach perlatorów oraz (5) zwiększenie przepływu informacji w formie e-mailowej, a tym samym zredukowanie ilości papieru. WSM monitoruje swój wpływ na środowisko poprzez przeprowadzanie

audytów energetycznych (w 2017 r), wykonywanie pomiarów środowiska pracy oraz gromadzenie protokołów potwierdzających odbiór odpadów.

Monitorowanie wpływu na środowisko ma również miejsce w zakładzie jubilerskim W.KRUK. Manufaktura prowadzi następujące działania: (1) bada swój bilans energetyczny, prowadzi wewnętrzny audyt środowiskowy (przez zlecenie cyklicznych badań oświetlenia, zapylenia, hałasu, stężeń substancji szkodliwych), badanie ścieków i emisji oraz pomiary środowiskowe (przez zlecenie cyklicznych badań zewnętrznemu parterowi biznesowemu w zakresie bezpieczeństwa i ochrony środowiska), (2) zmniejsza zużycie wody poprzez system szkoleń i procedur (uczulanie na sprawdzanie faktycznego stanu zaworów, niekorzystanie z wody w sposób nadmiarowy, procedury wyłączania obiegu wody przed zakończeniem pracy), (3) stosuje czasowe wyłączniki do maszyn wykorzystując jedynie ich aktywny czas pracy, (4) gromadzi odpady poszlifierskie (we filtrach maszyn wyciągowych oraz w zbiornikach przy szlifierniach), które oddawane są do rafinacji/odzysku/utylicacji przez firmy zewnętrzne (które w sposób zorganizowany prowadzą oczyszczanie zgromadzonego materiału do frakcji metali powtórnie użytecznych oraz odpadów) oraz (5) ogranicza zużycie preparatów chemicznych przez dostosowanie wielkości naczyń roboczych do wielkości produkcji oraz poprawę efektywności pracy (mniej zanieczyszczone środowisko pracy oraz dokładniej prowadzona regeneracja).

8. Polityka przeciwdziałania korupcji i łapownictwu

Grupa Kapitałowa sprzeciwia się korupcji i łapówkarstwu. Działania takie stanowią czyny zabronione w polskim prawie. Niezgodne z prawem działania nie są tolerowane na żadnym z poziomów zarządzania, zarówno w strukturach Grupy Kapitałowej, jak i w kontaktach ze światem zewnętrznym. Dotyczy to w szczególności: przyjmowania lub dawania korzyści majątkowych, wykonywania przysług w zamian za korzyści pieniężne, wykorzystywania swoich funkcji lub pozycji czy przekupstwa (łapownictwo).

Grupa Kapitałowa jest w trakcie uspoźniania swojej polityki dotyczącej przeciwdziałaniu nieprawidłowościom. Vistula Group S.A. na chwilę obecną nie posiada wyodrębnionej jednostki odpowiedzialnej za funkcje audytu wewnętrznego ani compliance. Czynności te wykonywane są w ramach każdego z pionów organizacyjnych w Vistula Group S.A. Obecnie, kwestie związane z nieprawidłowościami pracownicy mogą raportować do działu prawnego, swojego bezpośredniego przełożonego lub członka zarządu odpowiedzialnego za dany obszar. Zarząd Spółki uważa potrzebę wzmocnienia funkcji audytu wewnętrznego w związku ze wzrostem regulacji prawnych odnoszących się do przedsiębiorców, w szczególności spółek publicznych. W Grupie Kapitałowej, w spółce zależnej W.KRUK S.A. od 1 stycznia 2018 roku powołano managera ds. bezpieczeństwa i audytu. Dodatkowym wsparciem w przeciwdziałaniu korupcji i łapówkarstwu będzie sformalizowanie obecnych praktyk w formie Kodeksu Etycznego Grupy Kapitałowej, które Zarząd zamierza stopniowo wprowadzać w następnych miesiącach.

9. Zarządzanie ryzykiem

Specyfika segmentu odzieży i segmentu jubilerskiego w Polsce jak i globalne trendy wpływające na otoczenie biznesowe w kraju powodują, iż zarządzanie ryzykiem jest jednym z priorytetów Grupy Kapitałowej. Celem jest minimalizowanie możliwego niekorzystnego wpływu czynników zewnętrznych i wewnętrznych, przy jednoczesnej akceptacji wybranego poziomu ryzyka, która pozwala na wzrost wartości Spółki i Grupy Kapitałowej oraz osiągnięcie celów strategicznych.

Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej identyfikuje ryzyka, analizuje prawdopodobieństwo ich wystąpienia oraz monitoruje w trybie ciągłym wyzwania w otoczeniu zewnętrznym i wewnętrznym. W Vistula Group S.A. obowiązuje regulamin zarządzania ryzykiem (analogiczne regulaminy są wdrażane w spółkach zależnych, aby osiągnąć spójność na poziomie Grupy Kapitałowej), w którym zebrany jest rejestr zidentyfikowanych ryzyk wraz z odpowiadającymi im mapami ryzyka. Grupa Kapitałowa wyróżnia trzy poziomy ryzyka: strategiczne, operacyjne i finansowe. Zarządzanie ryzykiem strategicznym jest w kwestii Zarządu. Wiceprezes ds. Finansowych sprawuje pieczę nad ryzykiem finansowym, natomiast ryzyka operacyjne zarządzane są przez poszczególne departamenty. Tabela poniżej prezentuje najważniejsze ryzyka niefinansowe dotyczące strategii i działań operacyjnych (ryzyka te wraz z obszarem finansowym zostały również omówione w Skonsolidowanym i Jednostkowym Sprawozdaniu Finansowym Vistula

Group S.A.). Kolejna tabela prezentuje najważniejsze ryzyka związane z obszarami omówionym w niniejszym oświadczeniu.

Dodatkowo, w ramach Rady Nadzorczej Vistula Group S.A. od maja 2012 roku działa wewnętrzny trzyosobowy Komitet Audytu. Komitet Audytu jako stały organ kolegialny Rady Nadzorczej sprawuje stały nadzór nad działaniami Zarządu w zakresie zarządzania ryzykiem, które ma na celu identyfikację i zapobieganie lub ograniczanie w największym możliwym stopniu niekorzystnych skutków ryzyk związanych z działalnością Spółki w trzech kluczowych obszarach finansowym, operacyjnym oraz strategii rozwoju. Komitet Audytu doradza Radzie Nadzorczej w kwestiach właściwego wdrażania zasad sprawozdawczości budżetowej i finansowej, kontroli wewnętrznej Spółki oraz w sprawach związanych ze współpracą z firmami audytorskimi oraz biegłymi rewidentami. W szczególności do zadań Komitetu Audytu należy monitorowanie procesu sprawozdawczości finansowej, skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem.

Rodzaj ryzyka	Prawdopodobieństwo	Siła oddziaływania	Zarządzanie ryzykiem
Ryzyka strategiczne			
Przyjęcie niewłaściwej strategii	●●○○○	●●●○○	Zarząd na bieżąco monitoruje realizację strategii w postaci realizacji planów otwarć, pozyskiwania powierzchni pod przyszły wzrost, zajmuje się wyznaczeniem celów dla e-commerce oraz rozwojem marek. Ewentualne odchylenia od planów są na bieżąco analizowane, a podejmowane działania zaradcze komunikowane Radzie Nadzorczej.
Zmiana gustu nabywców	●●○○○	●●●●○	Zarząd koncentruje się na rozwoju posiadanych marek, których celem jest jak najlepiej trafić w gusta grup docelowych. W markach formalnych coraz szerzej wprowadzana jest oferta casualowa, a oferta segmentu jubilerskiego poszerzana jest o nowe kolekcje okazjonalne i dostawców zegarków.
Potencjalny projekt akwizycyjny	●●●○○	●○○○○	Oprócz wzrostu organicznego, celem Zarządu jest wykorzystanie potencjału Grupy Kapitałowej do przejęć oraz konsolidacji rynku odzieży w Polsce. Zarząd dokłada starań, aby obecnie realizowane połączenie ze spółką Bytom S.A. doszło do skutku na korzystnych warunkach.
Ryzyka operacyjne			
Zarządzanie zapasami	●●○○○	●●●●○	Celem Grupy Kapitałowej jest jak największa sprzedaż kolekcji odzieżowych w pierwszej cenie podczas trwania sezonu. W okresie wyprzedażowym celem jest upłynnienie jak największej ilości towarów przed zmianą sezonu i wysłaniem towarów do outletów. Biżuteria jest mniej sezonowo wrażliwym towarem niż odzież i cechuje się dłuższą rotacją. Akcje marketingowe są podejmowane w przypadku wolno rotujących towarów.
Ryzyko błędnych decyzji biznesowych zarządów spółek zależnych wchodzących w skład Grupy Kapitałowej objętych konsolidacją sprawozdań finansowych	●●○○○	●●●●○	Najważniejszymi podmiotami w Grupie Kapitałowej poza Vistula Group S.A. są W.KRUK S.A., DCG S.A. oraz WSM. Zarząd Grupy Kapitałowej na bieżąco monitoruje działalność spółek zależnych poprzez analizę wyników operacyjnych w stosunku do planów oraz nadzór właścicielski.
Ryzyko związane z zakłóceniami w funkcjonowaniu systemów informatycznych	●●●○○	●●●●○	Systemy informatyczne rejestrują zdarzenia gospodarcze w postaci sprzedaży, danych klientów, zakupu towarów oraz rozliczeń. Zarząd dba o systemy informatyczne zatrudniając kompetentnych pracowników, utrzymując nowoczesną infrastrukturę oraz korzystając z centrum backupowego.

●○○○○ bardzo niskie ●●○○○ niskie ●●●○○ średnie ●●●●○ wysokie ●●●●● krytyczne

Rodzaj ryzyka	Obszary ryzyka	Zarządzanie ryzykiem
Obszar społeczny i pracowniczy	<ul style="list-style-type: none"> - rotacja pracowników, - niemożność przyciągnięcia odpowiednich pracowników, - znaczna presja na płace 	<p>Zarząd i kadra zarządzająca dba o komfort i warunki pracy pracowników na każdym szczeblu kariery. Pracownicy otrzymują równe szanse, rynkowe wynagrodzenie oraz przejrzystą ścieżkę kariery. Jednocześnie, Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej stara się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom pracowników dopłacając do kart Multisport, oferując zatrudnienie w wygodnym biurze czy też angażując się w WOSP.</p>
Prawa człowieka	<ul style="list-style-type: none"> - poszanowanie praw człowieka u dostawców i partnerów biznesowych, - ryzyko reputacyjne, - poszanowanie praw klientów i pracowników 	<p>Spółka i Grupa Kapitałowa kładą nacisk na długoterminowe relacje ze swoimi dostawcami i partnerami biznesowymi, stawiając jakość wykonania ponad jego koszt. Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej zwraca też uwagę na etykę działania, zarówno w stosunku do klientów marek jak i swojej konkurencji. Istnieją odpowiednie wewnętrzne procesy, aby uniknąć nieetycznej reklamy czy działań.</p>
Ochrona środowiska	<ul style="list-style-type: none"> - kwestie związane z produkcją, - zużycie energii i surowców, - wpływ codziennych działań na środowisko 	<p>Spółka i Grupa Kapitałowa zarządzają ryzykiem środowiskowym koncentrując się na: redukcji zużycia surowców i energii przez salony wszystkich marek (energooszczędne żarówki, nacisk na papierowe a nie plastikowe opakowania). Dodatkowo Spółka i Grupa Kapitałowa monitorują zużycie papieru oraz paliwa w administracji, koncentrując się na wykorzystywaniu przez pracowników komunikacji publicznej. Spółka i Grupa Kapitałowa koncentrują się też na wdrażaniu wybranych działań efektywnościowych, zasugerowanych przez audyt energetyczny.</p>
Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu	<ul style="list-style-type: none"> - otrzymanie pracy za korzyść, - nieuczciwe wygranie przetargu, - nieuczciwy wybór dostawcy czy partnera biznesowego. 	<p>Ryzyka wydają się być minimalizowane ze względu na nieznaczną ekspozycję Spółki i Grupy Kapitałowej na segment B2B po stronie klienckiej. Po stronie zakupowej, współpraca z dostawcami oparta jest na długoterminowych relacjach. Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej zamierza minimalizować ryzyko poprzez wprowadzenie odpowiednich polityk oraz szkolenia.</p>

10. Wskaźniki niefinansowe

Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej określił listę kluczowych wskaźników niefinansowych, które zostały zaprezentowane w niniejszym oświadczeniu. Wskaźniki zostały wyselekcjonowane pod kątem ich istotności dla interesariuszy i w celu stworzenia jak najpełniejszego obrazu polityk niefinansowych. Wskaźniki zostały przedstawione na poziomie Spółki, czyli spółki matki Vistula Group S.A. oraz na poziomie Grupy Kapitałowej. Dodatkowo, aby lepiej zobrazować charakter poszczególnych segmentów i ułatwić interesariuszom odniesienie danych niefinansowych do finansowych informacji zawartych w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym oraz Sprawozdaniu z działalności Grupy Kapitałowej, na poziomie Grupy Kapitałowej wybrane wskaźniki i dane niefinansowe zostały zaprezentowane w podziale na segment odzieżowy oraz segment jubilerski. Poniższa tabela obrazuje najważniejsze wskaźniki niefinansowe oraz metodologię przyjętą do obliczeń.

Wskaźnik niefinansowy	Metodologia	Strona
Sieć sprzedaży	Liczba salonów oraz powierzchnia w m2 salonów wszystkich marek (zarówno salony franczyzowe jak i własne)	2,5,6,7,10,13
Średnia wielkość salonu	Powierzchnia salonów podzielona przez liczbę salonów na koniec okresu	5,6
Liczba dostawców	Liczba dostawców o rocznym obrocie przekraczającym 10 tys. zł	2,7
Liczba przesyłek	Liczba przesyłek z magazynu centralnego wysłanych średnio w miesiącu w segmencie off-line i on-line	7
Liczba klientów	Traffic w salonach czyli suma osób wchodzących do salonów w roku kalendarzowym	2,7,10
Liczba lojalnych klientów	Klienci, którzy uczestniczą w jednym z programów lojalnościowych oferowanych przez marki Grupy Kapitałowej	11
Średnia długość umowy czynszu	Średnia długość trwania umów podpisanych dla salonów własnych	10
Udział powierzchni franczyzowej	Powierzchnia salonów franczyzowych danego segmentu/ podmiotu podzielona przez całościową powierzchnię segmentu/ podmiotu	10
Udział internetu w sprzedaży	Sprzedaż e-sklepów w proporcji do całości sprzedaży Spółki/ Grupy Kapitałowej	2,10
Liczba pracowników	Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę w przeliczeniu na pełen etat	19
Liczba odejść/ nowo zatrudnionych	Liczba pracowników, którzy odeszli lub zostali zwolnieni/ zostali przyjęci do pracy w danym roku kalendarzowym	19
Liczba osób niepełnosprawnych	Liczba zatrudnionych osób z orzeczonym stopniem niepełnosprawności	19
Liczba nadgodzin	Suma liczby godzin przepracowanych ponad standardowy czas pracy przez pracowników Spółki i Grupy Kapitałowej w danym roku	22
Procent salonów z zainstalowanym oświetleniem led	Liczba salonów, w których zainstalowano oświetlenie led w stosunku do liczby salonów własnych	26
Procent salonów z klauzulą środowiskową	Liczba salonów, dla która podpisana jest umowa środowiskowa w stosunku do liczby salonów własnych	26
Pojazdy służbowe	Liczba wynajmowanych, leasingowych lub posiadanych przez Spółkę/ Grupę Kapitałową pojazdów samochodowych	27
Liczba przejechanych km	Liczba kilometrów przejechanych przez wynajmowane, leasingowane i posiadane pojazdy w danym roku kalendarzowym	27

Grzegorz Pilch

Mateusz Żmijewski

Erwin Bakalarz

.....
Prezes Zarządu

.....
Wiceprezes Zarządu

.....
Członek Zarządu

Kraków, dnia 20 marca 2018 roku