

SKONSOLIDOWANE OŚWIADCZENIE NA TEMAT
INFORMACJI NIEFINANSOWYCH
GRUPY KAPITAŁOWEJ
GINO ROSSI S.A.

ZA ROK 2018

Słupsk, 30.04.2019 rok





Raport obejmuje dane za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2018 roku. Raport nawiązuje do dobrych praktyk realizowanych w latach poprzednich w Grupie Gino Rossi. Spełniamy również wymogi Dyrektywy UE 2014/95 i wynikające z niej zmiany wprowadzone do Ustawy o Rachunkowości w zakresie ujawniania danych niefinansowych. Raport niefinansowy zasięgiem obejmuje Grupę Kapitałową Gino Rossi zgodnie z wymogiem regulacyjnym.

W kolejnych latach, odpowiadając na wymogi Ustawy o Rachunkowości, raportować będziemy w cyklu rocznym.

Dane kontaktowe do osoby odpowiedzialnej za raportowanie i kwestie objęte niniejszym oświadczeniem:

Joanna Białas

tel.: +48 795 592 231

e-mail: j.bialas@gino-rossi.com

Spis treści

Wprowadzenie	6
Rozdział 1. Nasz biznes	6
1.1 O Grupie Gino Rossi	8
1.2. Model biznesowy i strategia biznesowa	10
1.3. Akcjonariat, relacje inwestorskie oraz skład ciał nadzorczych	11
1.4. Ład korporacyjny.....	13
1.5. Ochrona danych osobowych	14
1.6. Etyka i prawa człowieka.....	15
1.7. Zarządzanie ryzykiem	15
1.8. Główni interesariusze.....	16
1.9. Współpraca z dostawcami.....	18
Rozdział 2. Nasza działalność.....	20
2.1. Klient w centrum uwagi.....	21
2.1.1 Główne grupy klientów	21
2.1.2 Obecne priorytety w kontekście działań podejmowanych na rzecz klienta i poszerzenia oferty	22
2.2. Portfolio produktów i marek oraz struktura sprzedaży	22
2.3. Jakość obsługi	23
2.4. Odpowiedzialna sprzedaż, komunikacja marketingowa i informacja o usługach.....	23
2.5. Bezpieczeństwo klienta	24
Rozdział 3. Miejsce pracy	25

3.1. Podejście Grupy do zagadnień pracowniczych	26
3.2. Motywacja, zaangażowanie i dialog.....	27
3.3. Rozwój pracowników, edukacja i szkolenia.....	28
3.4. Równe szanse i różnorodność	28
3.5. Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	28
Rozdział 4. Wpływ na otoczenie.....	30
4.1. Podejście do zagadnień ochrony środowiska.....	31
4.2. Podejście do zagadnień społecznych	32

Wprowadzenie

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. Corporate Social Responsibility, CSR) to odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, zapewniana przez przejrzyste i etyczne postępowanie które:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa;
- uwzględnia oczekiwania interesariuszy;
- jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania;
- jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach.

Źródło: odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/spoleczna-odpowiedzialnosc-biznesu-csr/

Niniejsze oświadczenie Grupy Gino Rossi zostało sporządzane zgodnie z wymaganiami dotyczącymi raportowania informacji niefinansowych zawartymi w Ustawie o rachunkowości z dnia 29 września 1994r. (tekst jednolity Dz.U.2019.351) oraz z wykorzystaniem części wytycznych do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju (Global Reporting Initiative – GRI).

Oświadczenie obejmuje okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2018 roku i jest kolejnym raportem Grupy dotyczącym aspektów niefinansowych. W Oświadczeniu zawarto informacje na temat modelu biznesowego i ryzyk związanych z działalnością Grupy. Ujęto politykę stosowaną przez Grupę w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji. W dokumencie zaprezentowano wybrane dane obrazujące rezultaty prowadzonych działań.

ROZDZIAŁ 1.



NASZ BIZNES

1.1 O Grupie Gino Rossi

Gino Rossi to elegancja, szyk i modne wzornictwo. Marka Gino Rossi zapracowała sobie na taką opinię doskonałą znajomością najnowszych trendów w modzie i kreatywnym spojrzeniem na klasykę.

Dziś jest jedną z najwyżej cenionych polskich marek w segmencie produkcji i sprzedaży obuwia oraz akcesoriów najlepszej jakości. Firma została założona dzięki współpracy polskich i włoskich partnerów, którzy postanowili połączyć doświadczenie i wykorzystać je do stworzenia skórzanego obuwia męskiego i damskiego dla wymagających klientów. Spółka zawdzięcza swoją nazwę jednemu z sześciu założycieli, włoskiemu fabrykantowi signorowi Gino Rossi, który wraz z udziałami podarował firmie swoje imię i nazwisko.

Firma powstała w 1992 roku w Słupsku. Do dnia dzisiejszego znajduje się tam główna siedziba Spółki Grupy Gino Rossi tj. Gino Rossi S.A. Spółka została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców KRS dla RHB 1867 Sądu Rejonowego VIII Wydział Gospodarczo-Rejestrowy. Stamtąd wywodzą się początki naszego biznesu i tam też znajduje się zakład produkcyjny z nowoczesnym parkiem maszynowym wytwarzającym buty marki Gino Rossi. Druga nasza fabryka obuwnicza jest w pobliskim Łosinie, a trzecia – produkująca skórzane torby - znajduje się w Elblągu.

Doskonała renoma produktów marki Gino Rossi w świecie mody jest przykładem, w jaki sposób najlepsza sztuka szewska może wpisać się w nowoczesny model biznesowy. Pierwszy sklep firmowy Gino Rossi został otwarty w 1994 roku w Sopocie. Obecnie firma Gino Rossi dysponuje szeroko rozbudowaną siecią sprzedaży salonów firmowych w Polsce i za granicą (między innymi w Berlinie, Pradze..

Początkowo firma specjalizowała się głównie w produkcji obuwia dla mężczyzn, ale już wkrótce w ofercie znalazły się oryginalne i eleganckie buty damskie, a także skórzane dodatki z najwyższej półki, takie jak damskie torebki, teczki i portfele oraz praktyczne akcesoria do pielęgnacji obuwia.

Większość butów marki Gino Rossi produkowana jest w fabryce w Słupsku. Kolekcja jest uzupełniana także damskimi i męskimi wzorami importowanymi od zaprzyjaźnionych dostawców z m. in. Włoch. Buty z logo Gino Rossi są wytwarzane z troską o najwyższą precyzję i staranność wykonania oraz dobór dekoracyjnych detali. Znakiem rozpoznawczym wszystkich kolekcji Gino Rossi są naturalne skóry oraz wykwintne eleganckie wzornictwo. W każdym sezonie pojawiają się nowe, zachwycające bogatą kolorystyką i niebanalnym wzornictwem modele butów dla kobiet i mężczyzn, stanowiące połączenie klasyki i tradycji z nowoczesnym spojrzeniem na modę.

Z kolei Simple Creative Products to ekskluzywna marka moda. Kolekcje Simple obejmują odzież damską oraz akcesoria, które w unikalny sposób łączą prostotę i elegancję oraz wyznaczają odważne kierunki w modzie.

Siedzibą spółek zależnych, w tym Simple Creative Products S.A. jest Warszawa.

Konsekwentnie realizowana strategia rozwoju, oparta na budowie silnych marek i szerokiej sieci salonów firmowych, wysoka jakość i bogactwo asortymentu zapewniła nam pozycję lidera w segmencie

ekskluzywnego markowego obuwia w Polsce. Nasze produkty dystrybuujemy przez sieć 138 salonów firmowych własnych oraz franczyzowych zlokalizowanych w Polsce i za granicą. Jednostką dominującą w naszej Grupie jest spółka Gino Rossi S.A.

Grupa Kapitałowa Spółki składa się z jednostki dominującej tj. Spółki oraz podmiotów zależnych.

Nazwa jednostki	Siedziba	Zakres działalności	Kapitał zakładowy	Udział w kapitale zakładowym %	Udział w prawach głosu %
SIMPLE CREATIVE PRODUCTS S.A.	Warszawa	sprzedaż odzieży	500	100,0%	100,0%
GARDA Sp. z o.o.	Stupsk	produkcja wyrobów kaletniczych i rymarskich; handel obuwem i akcesoriami skórzanymi	373	100,0%	100,0%
Gino Rossi S.R.O.	Praga	sprzedaż obuwia	1 924	100,0%	100,0%
GR Trade Mark Sp. z o.o.	Stupsk	działalność holdingów finansowych, usługowa działalność finansowa gdzieindziej niesklasyfikowana	10	100,0%	100,0%
S Trade Mark Sp. z o.o.	Warszawa	działalność holdingów finansowych, usługowa działalność finansowa gdzieindziej niesklasyfikowana	10	50,0%	50,0%
Gino Rossi Sp. z o.o.	Stupsk	wynajem i zarządzanie nieruchomościami	5	100,0%	100,0%
Gino Rossi Sp. z o.o. Sp. komandytowa	Stupsk	produkcja wyrobów kaletniczych i rymarskich; handel obuwem i akcesoriami skórzanymi	10	90,9%	90,9%
MB SHOPS Sp. z o.o. w likwidacji	Stupsk	nie prowadzi działalności	50	100,0%	100,0%

Co nas wyróżnia:

- Najlepsza jakość produktów wielokrotnie doceniana przez klientów i partnerów biznesowych.
- Największa rozpoznawalność marki wśród firm obuwniczych w Polsce.
- Polskie i włoskie skóry i komponenty.
- Wybitne rzemiosło z długą tradycją.
- Własny zespół technologów i konstruktorów.
- Własny zakład produkcyjny.
- Zespół projektowy tworzący autorską kolekcję butów i toreb.
- Współczesna stylistyka łącząca klasykę i modne wzornictwo zaczerpnięte ze światowych wybiegów.
- Codzienne linie nawiązujące do współczesnej mody męskiej i damskiej.

Kim jesteśmy dzisiaj:

- Jednym z największych producentów wysokiej jakości obuwia skózanego w Polsce.
- Firmą produkującą tylko i wyłącznie we własnych fabrykach wyposażonych w najbardziej zaawansowany park maszynowy, zlokalizowanych na północy Polski.
- Jedną z najwyżej cenionych i rozpoznawalnych polskich marek.
- Firmą, której wszystkie produkty sygnowane logo Gino Rossi i innych marek, słyną z perfekcyjnego wzornictwa i nieszablonowej stylistyki, nawiązują do najnowszych trendów i pokazują w jaki sposób łączyć klasyczną elegancję z kreatywnym spojrzeniem na modę.

- Wiarygodnym i stabilnym partnerem handlowym dla wielu firm, dla których produkujemy obuwie i akcesoria.

Wchodząca w skład naszej Grupy spółka **Simple Creative Products S.A.** należy do czołowych polskich firm w segmencie eleganckiej odzieży damskiej. Swoją ofertę kieruje do kobiet aktywnych zawodowo, które preferują nowoczesny, a jednocześnie klasyczny wygląd. W ofercie firmy znajdują się wzory biznesowe, wizytowe, jak i stroje mniej formalne. Produkty Simple CP charakteryzują się ciekawym designem, wysoką jakością, perfekcyjnym wykonaniem oraz funkcjonalnością.

1.2. Model biznesowy i strategia biznesowa

Działalność Grupy Gino Rossi opiera się na wypracowanym modelu biznesu, który obejmuje kolejne etapy przygotowania, produkcji i sprzedaży kolekcji obuwia, toreb oraz odzieży. Na każdym etapie tego procesu promujemy postawy, które budują silne marki Gino Rossi oraz SIMPLE CP wśród wszystkich interesariuszy.

PROJEKTOWANIE – zespół projektowy, który analizuje trendy i innowacyjne rozwiązania technologiczne przygotowuje założenia kolekcji dla całego sezonu, która jest oryginalna, spójna, z ciekawym designem i dostosowana do potrzeb naszych klientów. Na podstawie założeń przygotowywane są projekty, które łączą prostotę i elegancję oraz wyznaczają odważne kierunki w modzie.

PRZYGOTOWANIE WZORÓW – zespół doświadczonych konstruktorów i technologów wraz z udziałem projektanta przygotowuje wzory projektów, które są wykonywane z najwyższej jakości głównie włoskich i polskich komponentów. Każdy nowopowstały wzór jest oceniany pod względem zgodności z projektem, jakości zastosowanych surowców, stosowanej technologii, jak również w zakresie funkcjonalności.

PRODUKCJA – obuwie i torby są produkowane w trzech nowoczesnych fabrykach w północnej Polsce, natomiast odzież jest produkowana w kilku fabrykach na terenie całej Polski.

LOGISTYKA – stan produkcji jest na bieżąco kontrolowany dzięki nowoczesnym systemom magazynowym, natomiast na podstawie bieżących analiz sprzedaży realizowane są dostawy do salonów, co pozwala elastycznie dostosowywać się do potrzeb rynku.

SPRZEDAŻ – nasze produkty sprzedajemy poprzez sieć salonów Gino Rossi (78 salonów na koniec 2018 r.) oraz Simple CP (60 salonów na koniec 2018 r.), które charakteryzują się wzorową jakością obsługi klienta, z doskonałą znajomością produktów, z profesjonalnym doradztwem w zależności do stylu klienta, które budują lojalność klienta. Obie firmy prowadzą sprzedaż również poprzez dynamicznie rozwijający się sklep internetowy. Nasi klienci także w ramach obsługi posprzedażowej (w salonach lub poprzez kontakt telefoniczny/stronę internetową) mogą uzyskać wsparcie zarówno w zakresie zwrotu lub wymiany towaru jak również rozpatrzenia reklamacji.

Rynek obuwniczy i odzieżowy jest bardzo dynamicznym, trudnym do przewidzenia rynkiem, zależnym od wielu czynników - od przemian makroekonomicznych, zmian w populacji, szybkich zmian trendów w modzie, po styl życia, które mają wpływ na zachowania konsumentów. Obserwując wspomniane trendy Grupa Gino Rossi konsekwentnie realizuje założony plan rozwoju, który przyczyni się do wzrostu wartości sprzedaży, rozwoju produktów oraz zmniejszenia jednostkowego kosztu wytworzenia. Strategia Grupy w dalszym ciągu koncentruje się na:

1. dywersyfikacji kanałów sprzedaży, poprzez dynamiczny wzrost e-commerce, zwiększenie roli segmentu B2B oraz selektywny rozwój salonów sprzedaży detalicznej w Polsce i Czechach;
2. selektywnych akcjach promocyjnych, dostosowanych do oczekiwań klientów;

3. przygotowaniu krótkich kolekcji, uzupełnianych bogatą ofertą akcesoriów;
4. projektowaniu i produkcji dla marek zewnętrznych;
5. współpracy z zagranicznymi klubami sprzedażowymi.

Ważnym projektem realizowanym w 2018 r. w obu firmach jest projekt dotyczący świadomego rozwijania kultury organizacyjnej budującej różne formy współpracy opartej na empatii, który jest prowadzony z udziałem doświadczonych coach'ów i trenerów. W ramach warsztatów wypracowane zostały podzielane przez pracowników wartości, które zostały wspólnie nazwane, opisane i przełożone na język codziennych zachowań. W oparciu o nie stworzony zostanie model zarządzania i wynikający z niego model przywództwa, jak również ustalane będą pożądane u każdego lidera kompetencje. Projekt ten ma bardzo duże znaczenie dla współpracy i komunikacji pomiędzy działami, pracownikami, jak również przyczynia się do rozwoju osobistego pracowników, jak również firm.

1.3. Akcjonariat, relacje inwestorskie oraz skład ciał nadzorczych

Akcjonariat

Największymi akcjonariuszami Gino Rossi S.A. są Fundusze Inwestycyjne zarządzane przez Forum Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. z liczbą głosów 8 590 147 co daje 17,07 % w ogólnej liczbie głosów, Pan Jan Pilch jako podmiot dominujący nad akcjonariuszem spółki tj. FRM „4E Capital Spółka z o.o.” z liczbą głosów 6 514 850 co daje 12,94% ogólnej liczbie głosów. Trigon TFI zmniejszyły zaangażowanie w akcjonariacie Gino Rossi z 5,0 do 4,54 % ogólnej liczbie głosów. Towarzystwa Zarządzane przez Quercus TFI zmniejszyły swój łączny udział w akcjonariacie Gino Rossi poniżej progu 5 % i mają obecnie 3,94 % akcji . Przed zmniejszeniem zaangażowania Quercus TFI miał 5,52 % akcji Gino Rossi ogólnej liczbie głosów.

Relacje inwestorskie

W całej Grupie Gino Rossi rygorystycznie przestrzegamy polityki otwartości informacyjnej – dbamy o równy dostęp do informacji dla wszystkich uczestników rynku kapitałowego. Naszym celem jest kierowanie Grupą w sposób przejrzysty, przewidywalny i skoncentrowany na tworzeniu wartości. Wierzymy, że tylko tak możemy zbudować zaufanie wśród naszych krajowych i zagranicznych inwestorów oraz klientów i partnerów biznesowych.

Chcemy prowadzić skuteczną komunikację z obecnymi i potencjalnymi akcjonariuszami. Przekazujemy tylko rzetelne i sprawdzone informacje wykorzystując najlepsze standardy i praktyki znane na rynku.

Podstawową platformą komunikacyjną jest nasz internetowy serwis relacji inwestorskich dostępny na stronie głównej www.inwestor.gino-rossi.com. Do dyspozycji interesariuszy regularnie zamieszczamy w nim raporty bieżące z działalności spółki Gino Rossi S.A. oraz raporty okresowe dotyczące wyników finansowych Gino Rossi S.A. i Grupy Kapitałowej Gino Rossi w poszczególnych kwartałach roku. Serwis jest również platformą informowania o znaczących zmianach zachodzących w Spółce, planach oraz zamieszczania ogłoszeń związanych m.in. ze zwoływaniem zgromadzeń akcjonariuszy. Użytkownicy znajdą w nim również komplet informacji związanych z ładem korporacyjnym Grupy, sprawozdania rady nadzorczej oraz zarządu.

Skład akcjonariatu - stan na dzień 31 grudnia 2018 r.

w tysiącach sztuk

Akcjonariusz	Liczba akcji	liczba głosów na WZA	Udział w kapitale zakładowym	Udział w liczbie głosów
Fundusze Inwestycyjne zarządzane przez Forum Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.	8 590	8 590	17,07%	17,07%
Jan Pilch jako podmiot dominujący nad akcjonariuszem spółki tj., FRM "4E Capital spółka z o.o." spółka komandytowo-akcyjna	6 515	6 515	12,94%	12,94%
Pozostali Akcjonariusze	35 228	35 228	69,99%	69,99%
Ogólna liczba głosów	50 333	50 333	100,00%	100,00%

Skład akcjonariatu - stan na dzień 30 kwietnia 2019 r.

w tysiącach sztuk

Akcjonariusz	Liczba akcji	Liczba głosów na WZA	Udział w kapitale zakładowym	Udział w liczbie głosów
CCC S.A.	33 284	33 284	66,13%	66,13%
Pozostali Akcjonariusze	17 050	17 050	33,87%	33,87%
Ogólna liczba głosów	50 333	50 333	100%	100%

Skład ciał nadzorczych dla Gino Rossi S.A.¹**Zarząd:**

Na dzień 31.12.2018 r. skład Zarządu Spółki był następujący:

- Tomasz Malicki - Prezes Zarządu
- Paweł Urbaniak - Wiceprezes Zarządu
- Mariusz Drużyński – Członek Zarządu

W okresie od 01.01.2018 do 31.12.2018 nastąpiły zmiany w składzie Zarządu Spółki Gino Rossi S.A., co zostało przedstawione w raporcie bieżącym nr 29/2018 z dnia 28 czerwca 2018 r. W skład Zarządu Spółki na okres kolejnej kadencji Rada Nadzorcza powołała Pana Tomasza Malickiego na stanowisko Prezesa Zarządu, Pana Pawła Urbaniak na stanowisko Wiceprezesa Zarządu oraz Pana Mariusza Drużyńskiego na stanowisko Członka Zarządu.

W dniu 08.04.2019 r. Pan Paweł Urbaniak złożył rezygnację z członkostwa w Zarządzie i pełnienia funkcji Wiceprezesa Zarządu Spółki ze skutkiem na dzień 30 kwietnia 2019 roku (RB 23/2019)

Rada Nadzorcza:

¹ Biogramy Członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej dostępne są w Internecie na stronach związanych z relacjami inwestorskimi spółki Gino Rossi (www.inwestor.gino-rossi.com).

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie w dniu 31.07.2017 r. powołało na Członków Rady Nadzorczej nowej trzyletniej wspólnej kadencji następujące osoby.

Jan Pilch	- Przewodniczący Rady Nadzorczej
Krzysztof Bajołek	- Członek Rady Nadzorczej
Mateusz Rodzynkiewicz	- Członek Rady Nadzorczej
Izabella Jędrzejewska- Gołąb	- Członek Rady Nadzorczej
Katarzyna Klusa	- Członek Rady Nadzorczej

W 2018 r. nie uległ zmianie skład Rady Nadzorczej Gino Rossi.

Po dniu 31.12.2018 roku nastąpiły zmiany w składzie Rady Nadzorczej Gino Rossi S.A., o czym spółka poinformowała w komunikacie nr 17/2019 z dnia 20 marca 2019 r.

W dniu 20.03.2019 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Gino Rossi S.A. dokonało następujących zmian w składzie Rady Nadzorczej:

1. Ze składu Rady Nadzorczej odwołani zostali: Pan Jan Pilch, Pan Krzysztof Bajołek, Pani Izabella Jędrzejewska-Gołąb, Pani Katarzyna Klusa,
2. Do składu Rady Nadzorczej powołani zostali na Członków Rady Nadzorczej, na aktualną kadencję, następujące osoby: Pani Mariola Franus-Brankiewicz, Pan Marcin Szyguła, Pan Eryk Karski, Pan Piotr Miednik.

W dniu 17.04.2019 r. do Spółki wpłynęła rezygnacja Pana Eryka Karskiego - Członka Rady Nadzorczej Emitenta z członkostwa w Radzie Nadzorczej ze skutkiem na dzień odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki za rok obrotowy 2018 (RB 28/2019).

W Grupie nie została opracowana formalna polityka różnorodności w odniesieniu do władz Spółki. Decyzje personalne podejmowane są na podstawie indywidualnych kwalifikacji i umiejętności z poszanowaniem polityki równych szans.

1.4 Ład Korporacyjny

Jesteśmy spółką publiczną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych, która od lat buduje swoją wartość w sposób transparentny, dzieląc się najważniejszymi informacjami z naszymi interesariuszami. Staramy się, aby we wszystkim co robimy przestrzegać zasad Ładu Korporacyjnego, będącego zbiorem zasad postępowania Spółki, Rady Nadzorczej, Zarządu oraz Akcjonariuszy.

Zasady Ładu Korporacyjnego określa dokument pn. „*Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016*”, nawiązujący i wyrażający tradycję polskiego ruchu corporate governance, którego pierwszym sformalizowanym dokumentem był zbiór zasad „*Dobre Praktyki w Spółkach Publicznych 2002*”.

Spółka przestrzega wszystkich rekomendacji zawartych w Dobrych Praktykach, które dotyczą Spółki oraz stosuje się do zasad w nich zawartych za wyjątkiem zasad:

III.R.1. Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za realizację zadań w poszczególnych systemach lub funkcjach, chyba że wyodrębnienie jednostek organizacyjnych nie jest uzasadnione z uwagi na rozmiar lub rodzaj działalności prowadzonej przez spółkę.

Spółka nie wyodrębnia w swojej strukturze odrębnych komórek odpowiedzialnych za zarządzanie ryzykiem. Z uwagi na strukturę i rozmiar Spółki funkcję zarządzania ryzykiem sprawuje Zarząd w oparciu o informacje płynące z wyodrębnionych działów w Pionie Finansowym.

IV.R.2. *Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu lub zgłaszane spółce oczekiwania akcjonariuszy, o ile spółka jest w stanie zapewnić infrastrukturę techniczną niezbędną dla sprawnego przeprowadzenia walnego zgromadzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, powinna umożliwić akcjonariuszom udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu takich środków, w szczególności poprzez:*

- 1) transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym,*
- 2) dwustronną komunikację w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad walnego zgromadzenia.*

Decyzja w przedmiocie nie stosowania ww. rekomendacji jest uzasadniona przede wszystkim faktem, że w chwili obecnej statut Spółki nie zawiera postanowień umożliwiających udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Z uwagi na niedostatecznie rozpowszechnioną w tym przedmiocie praktykę rynkową Spółka obawia się, że nie jest w stanie zapewnić takiej obsługi walnego zgromadzenia, która będzie gwarantowała bezpieczeństwo techniczne oraz bezpieczeństwo prawne dwustronnej komunikacji w czasie rzeczywistym. W opinii Spółki obowiązujące zasady udziału w walnym zgromadzeniu Spółki umożliwiają wszystkim akcjonariuszom efektywną realizację wszelkich praw z akcji i zabezpieczają ich interesy w sposób należyty. W ocenie Spółki brak stosowania przedmiotowej zasady w żaden sposób nie wpływa i nie wpłynie na rzetelność polityki informacyjnej Spółki ani kompletność istotnych informacji przekazywanych przez Spółkę akcjonariuszom.

I.Z.1.16. *informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia - nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia.*

I.Z.1.20. *zapis przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub wideo.*

W ocenie Spółki zarówno dotychczasowy przebieg walnych zgromadzeń jak i struktura akcjonariatu nie wskazuje na konieczność ani zasadność umieszczania na stronie internetowej zapisu przebiegu obrad walnego zgromadzenia w formie audio lub wideo.

III.Z.2. *Z zastrzeżeniem zasady III.Z.3, osoby odpowiedzialne za zarządzanie ryzykiem, audyt wewnętrzny i compliance podlegają bezpośrednio prezesowi lub innemu członkowi zarządu, a także mają zapewnioną możliwość raportowania bezpośrednio do rady nadzorczej lub komitetu audytu.*

Spółka nie ustanowiła odrębnego stanowiska dotyczącego zarządzania ryzykiem czy compliance.

III.Z.5. *Rada nadzorcza monitoruje skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, w oparciu między innymi o sprawozdania okresowo dostarczane jej bezpośrednio przez osoby odpowiedzialne za te funkcje oraz zarząd spółki, jak również dokonuje rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji, zgodnie z zasadą II.Z.10.1. W przypadku gdy w spółce działa*

komitet audytu, monitoruje on skuteczność systemów i funkcji, o których mowa w zasadzie III.Z.1, jednakże nie zwalnia to rady nadzorczej z dokonania rocznej oceny skuteczności funkcjonowania tych systemów i funkcji.

Spółka nie wyodrębnia w swojej strukturze odrębnych komórek odpowiedzialnych za zarządzanie ryzykiem.

IV.Z.2. Jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na strukturę akcjonariatu spółki, spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

W ocenie Spółki zarówno dotychczasowy przebieg walnych zgromadzeń jak i struktura akcjonariatu nie wskazuje na konieczność ani potrzebę transmisji obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

V.Z.6. Spółka określa w regulacjach wewnętrznych kryteria i okoliczności, w których może dojść w spółce do konfliktu interesów, a także zasady postępowania w obliczu konfliktu interesów lub możliwości jego zaistnienia. Regulacje wewnętrzne spółki uwzględniają między innymi sposoby zapobiegania, identyfikacji i rozwiązywania konfliktów interesów, a także zasady wyłączenia członka zarządu lub rady nadzorczej od udziału w rozpatrywaniu sprawy objętej lub zagrożonej konfliktem interesów.

Obecnie Spółka nie posiada regulacji wewnętrznych dotyczących konfliktu interesów. Spółka nie wyklucza wprowadzenie takiej regulacji w przyszłości.

VI.Z.2. Aby powiązać wynagrodzenie członków zarządu i kluczowych menedżerów z długookresowymi celami biznesowymi i finansowymi spółki, okres pomiędzy przyznaniem w ramach programu motywacyjnego opcji lub innych instrumentów powiązanych z akcjami spółki, a możliwością ich realizacji powinien wynosić minimum 2 lata.

Obecnie Spółka nie stosuje Programów Motywacyjnych dla pracowników.

1.5. Ochrona danych osobowych

Grupa Kapitałowa dba o ochronę danych osobowych swoich klientów. Podstawą prawną podejmowanych działań jest Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych, powszechnie określane jako RODO), które weszło w życie 25 maja 2018 r. Zadanie dostosowania funkcjonowania Spółek do nowych przepisów powierzono niezależnemu podmiotowi zewnętrznemu, który pełni również funkcję Inspektora Ochrony Danych. Efektem podjętych działań była m.in. modyfikacja systemów informatycznych i uchwalenie przez zarząd zaktualizowanych procedur wewnętrznych w zakresie bezpieczeństwa i ochrony danych osobowych, do przestrzegania których są zobowiązani wszyscy pracownicy Spółek.

1.6. Etyka i prawa człowieka

W GK nie funkcjonuje formalna polityka zarządzania ryzykiem nadużyć. W ramach prowadzenia bieżącej oceny prawdopodobieństwa i skutków materializacji ryzyk związanych z działalnością operacyjną Spółek, ryzyko nadużyć i działań korupcyjnych jest jednym z ryzyk podlegających ocenie. W ramach zarządzania ryzykiem nadużyć są wdrażane mechanizmy kontrolne mające na celu uszczelnienie systemów operacyjnych oraz śledzenia historii wykonywanych operacji w celu zachowania właściwego śladu rewizyjnego. Jednocześnie zgodnie z przyjętą praktyką Zarząd jest na bieżąco informowany przez kadre menadżerską o występujących, domniemanych i potencjalnych nadużyciach. Tryb postępowania jest ustalany indywidualnie, w zależności od charakteru i znaczenia zgłoszonego incydentu. Standardowo są przeprowadzane wyjaśnienia oraz w zależności od ustaleń podejmowane działania korygujące wraz z wyciągnięciem konsekwencji osobowych w przypadku potwierdzonych oszustw lub próby ich dokonania, a także działania prewencyjne mające na celu mitygację oraz zapobieżenie wystąpienia zidentyfikowanych zagrożeń w przyszłości.

Co prawda w GK nie funkcjonuje sformalizowany program motywujący do zgłaszania nadużyć, jednak Zarząd Spółek poprzez propagowanie zachowań etycznych, podkreślanie ważności identyfikowania się pracowników z organizacją dba o utrzymywanie otwartych, szczerych relacji z podwładnymi. Taka postawa wzbudza zaufanie i umożliwia procedowanie incydentów związanych z występującymi, potencjalnymi i domniemanymi nieprawidłowościami bez potrzeby wprowadzania specjalnych programów dedykowanych tematyce zgłaszania nadużyć.

W 2018 roku podjęliśmy działania mające na celu wprowadzenie formalnych procedur wewnętrznych wspierających praktyki antykorupcyjne oraz zabezpieczające interesy GK przed nawiązywaniem współpracy z niepewnymi kontrahentami (procedura weryfikacji wiarygodności obecnych i przyszłych kontrahentów). Ich zakończenie uzależnione jest od przebiegu procesów legislacyjnych poświęconych tej tematyce, które najprawdopodobniej w 2019 roku nałożą na przedsiębiorców dodatkowe obowiązki związane z przeciwdziałaniem korupcji, nadużyciom, odpowiedzialnością zbiorową oraz propagowaniem zachowań etycznych. Nieprzerwanie w najbliższych latach będziemy kontynuować prace mające na celu dalsze podnoszenie standardów etycznych w organizacji oraz podejmowanie środków organizacyjnych, kadrowych i technicznych mających na celu przeciwdziałanie tworzeniu otoczenia sprzyjającego przypadkom popełnienia przestępstw.

W 2018 roku sytuacje związane z potencjalnymi nadużyciami w GK GR miały charakter incydentalny i w zależności od ich wagi zostały podjęte adekwatne działania korygujące i prewencyjne.

1.7. Zarządzanie ryzykiem

Funkcjonowanie naszych Spółek w konkurencyjnym i dynamicznie zmieniającym się otoczeniu biznesowym wymaga dużego zaangażowania w procesy zarządzania ryzykiem. Chcemy, aby potencjalne zagrożenia zostały odpowiednio wcześnie identyfikowane, a nasza organizacja była przygotowana na właściwą na nie reakcję. Zarządzanie ryzykami operacyjnymi jest realizowane przez naszych wysoko wyspecjalizowanych menadżerów liniowych podczas wykonywania codziennych obowiązków. Identyfikują oni potencjalne ryzyka, oceniają prawdopodobieństwo ich materializacji i ewentualne skutki finansowe, organizacyjne, proponują sposób reakcji na te zagrożenia oraz po podjęciu decyzji co do planowanego sposobu działania, zarządzają tymi ryzykami, odpowiadają za wdrożenie rozwiązań prewencyjnych a także monitorują skuteczność wprowadzonych mechanizmów kontrolnych mających

za zadanie mitygacją zagrożeń. A w przypadku materializacji zidentyfikowanych ryzyk podejmują działania korygujące. O realizowanych działaniach i ich efektach informowany jest na bieżąco Zarząd. Dodatkowo, aby zwiększyć transparentność prowadzonych działań – wprowadziliśmy mechanizmy kontrolne wspierane narzędziami typu ERP.

Ważnymi elementami naszego systemu zarządzania ryzykiem są Dział Analiz Operacyjnych oraz Dział Controllingu. Swoimi działaniami wspierają one Zarząd i Kadrę Kierowniczą w sprawowaniu bieżącego nadzoru nad procesami wewnętrznymi zarówno w aspekcie operacyjnym jak i finansowym. Umożliwiają także analizę potencjalnych, możliwych do zmaterializowania zagrożeń oraz wystąpienia potencjalnych szans. Wsparciem Zarządu w zakresie zarządzania ryzykami jest również praca Audytora Wewnętrznego, który na bieżąco monitoruje funkcjonowanie Grupy i dba o minimalizację prawdopodobieństwa wystąpienia danego ryzyka poprzez informowanie Zarządu o niebezpieczeństwach związanych z jego wystąpieniem i ewentualnych konsekwencji.

W 2018 roku rozpoczęliśmy prace projektowe mające na celu wdrożenie w GK zintegrowanego systemu zarządzania ryzykiem opartego na metodyce COSO ERM. Prace nad tym projektem będziemy kontynuować również w 2019 roku.

Wśród czynników najbardziej narażonych na ryzyka niefinansowe należy wymienić:

- rosnącą konkurencyjność na rynku branżowym – utrzymanie pozycji na rynku wymaga dużej elastyczności i wysokich nakładów finansowych i ludzkich, co przy występujących ograniczeniach wewnętrznych może wpływać negatywnie na wynik finansowy,
- potrzeby klientów branży odzieżowo – obuwniczej – rosnące wymagania dotyczące wysokiej jakości produktu za przystępną cenę przy wysokich kosztach produkcyjnych, może generować zagrożenia związane z niespełnianiem potrzeb konsumentów, a tym samym z ich stratą,
- fluktuacja kadr w salonach sprzedaży detalicznej oraz deficyt na rynku wysoko wyspecjalizowanych pracowników branżowych może wywoływać zagrożenia w osiągnięciu celów strategicznych i operacyjnych,
- kompetencje menadżerskie – podstawą działalności GK są pracownicy o wysokich umiejętnościach menadżerskich, wyróżniający się wysokim zaangażowaniem w pracę i przywiązaniem do Spółek, nie mniej jednak rosnąca presja związana z utrzymaniem wartości Marek i pozycji na rynku branżowym wymaga utrzymania kadry o wysokich kompetencjach menadżerskich, co przy aktualnym rynku pracy stanowi duże wyzwanie dla Zarządu Spółek,
- zmieniające się uwarunkowania prawne dla przedsiębiorców – niestabilne otoczenie prawne, dynamicznie zmieniające się uwarunkowania prawne i nakładane przez legislatorów na coraz większą skalę wymagania na przedsiębiorców mogą w przyszłości powodować ograniczenia w swobodnym funkcjonowaniu rynkowym, w związku z czym GK śledząc i analizując na bieżąco czynniki prawne i ekonomiczne wdraża rozwiązania mające na celu przygotowanie się do nowych wyzwań wynikających ze zmieniającego się otoczenia zewnętrznego.

1.8. Główni interesariusze

Kluczowi interesariusze Grupy Gino Rossi to wszystkie podmioty, które wywierają istotny wpływ na funkcjonowanie naszej organizacji oraz na których oddziałujemy funkcjonując w przestrzeni biznesowej i społecznej.

INTERESARIUSZE GRUPY GINO ROSSI



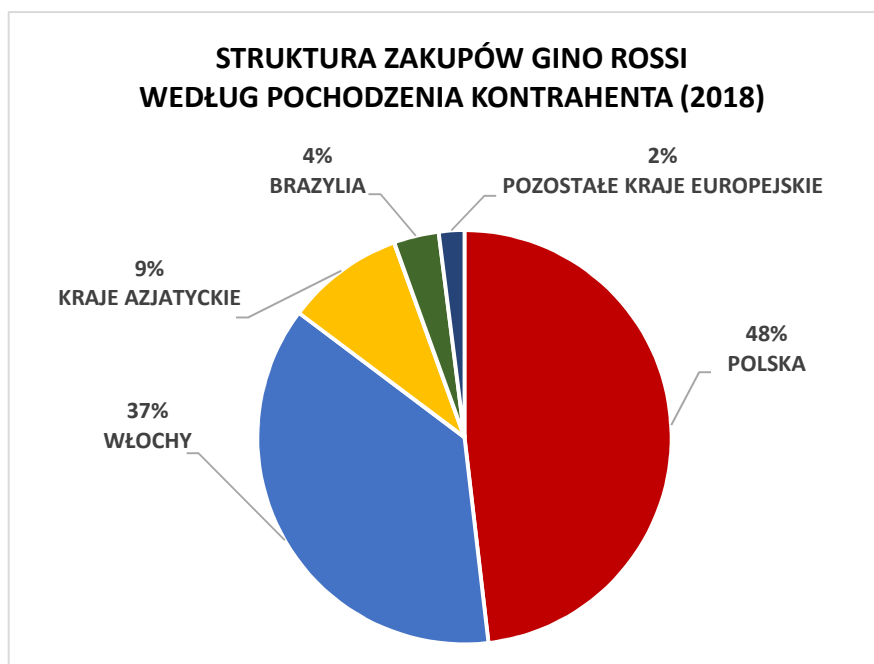
1.9. Współpraca z dostawcami

Charakter relacji Grupy Gino Rossi oraz naszych Spółek z dostawcami ma dla nas kluczowe znaczenie. Naszych dostawców dobieramy niezwykle starannie. Dostarczany przez nich towar musi spełniać wysokie standardy jakości, oni sami zaś powinni prowadzić działalność w poszanowaniu praw człowieka i norm społecznych dotyczących wielu aspektów, w tym warunków pracy i płacy. Współpracujemy tylko z wiarygodnymi dostawcami, których produkty spełniają nasze wysokie wymagania dotyczące jakości i bezpieczeństwa. Równie ważna jest dla nas terminowość produkcji i dostaw. Zabiegamy o to, aby nasi partnerzy przestrzegali zarówno lokalnych, jak i europejskich praw człowieka oraz kryteriów społecznych.

Przykładając dużą wagę do partnerów biznesowych od 2018 roku prowadzimy bazę kwalifikowanych kontrahentów, która pozwala nam agregować dane historyczne w zakresie doświadczeń z wieloletnimi i nowymi kontrahentami. Ponadto w celu rozpowszechnienia zasad, wartości jakimi kierujemy się w relacjach biznesowych podjęliśmy działania związane z wprowadzeniem w Spółkach od 2019 roku Dobrych Praktyk Zakupowych.

Aby oferować klientom produkty najwyższej jakości, potrzebujemy materiałów i surowców na najlepszym, światowym poziomie. Każdą decyzję o nawiązaniu współpracy z dostawcą komponentów do produkcji odzieży i obuwia poprzedza staranny proces kontroli oferowanych towarów, ich jakości, pochodzenia oraz zgodności z potrzebami firmy. Staramy się, aby materiały pochodziły od najlepszych kontrahentów cieszących się wieloletnim uznaniem i zaufaniem na rynku. Wszędzie tam, gdzie jest to konieczne oczekujemy dokumentów zaświadczających brak niebezpieczeństw związanych z produkcją surowca i późniejszym jego użytkowaniem przez klientów.

W Grupie Gino Rossi produkujemy buty i odzież w Polsce. Chcemy, aby korzyści z lokalizacji naszych fabryk w maksymalnym stopniu dotyczyły polskich dostawców i podwykonawców. Dlatego wszędzie tam, gdzie może to się odbyć bez straty na jakości naszych produktów, korzystamy z usług lokalnych kontrahentów. Z Polski pochodzi większość wykorzystywanych materiałów.



Marka Simple CP przykładą wielką wagę do jakości i pochodzenia kupowanych tkanin oraz dodatków wykorzystywanych do produkcji odzieży.

Procedura dokonywania zakupów opiera się na zaplanowanym i celowym procesie, który cechuje dbałość o optymalizację kosztów, przy utrzymaniu wysokiej jakości wszystkich składowych do produkcji odzieży.

Punktem wyjściowym każdego postępowania zakupowego jest ustalenie potrzeb. Proces zakupowy składa się z wnikliwej analiza rynku – rozpoznanie firm, w tym określenie wszystkich możliwych

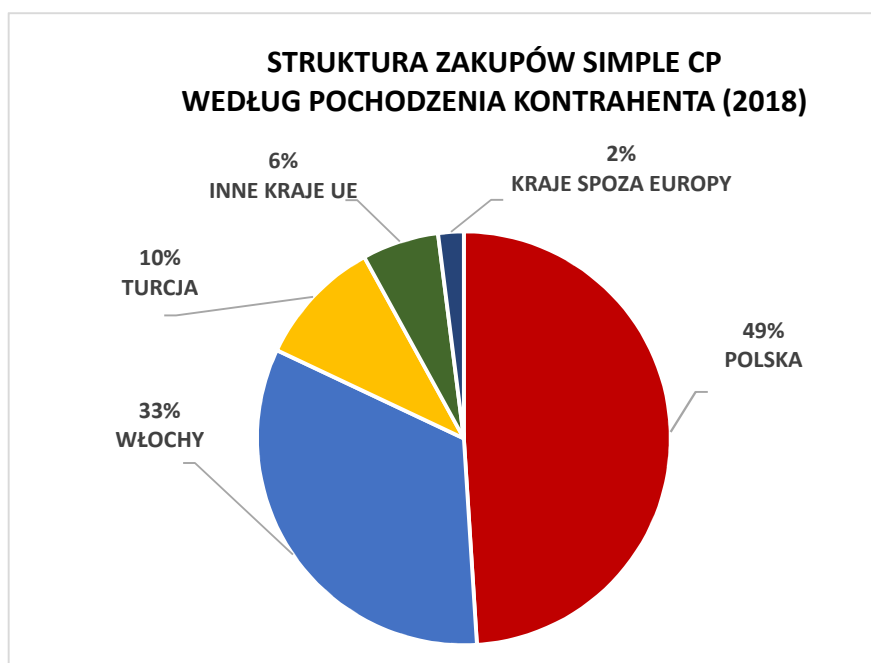
producentów i dostawców, którzy są w stanie spełnić określone wymagania w odniesieniu do estetyki i tradycji marki Simple CP.

Przy wyborze tkanin i akcesoriów do kolekcji bierze udział zarówno projektant, kupiec jak i kontroler jakości. Taka procedura zapewnia czuwanie nad wybranymi elementami kolekcji już od samego początku procesu. Kierowane są zapytania ofertowe do kontrahentów, a także organizowane spotkania w celu znalezienia najlepszych ofert poprzez selektywny wybór zawieszek i próbek tkanin. Po zebraniu i analizie wszystkich danych wybierana jest najkorzystniejsza oferta pod kątem potrzeb kolekcji, ceny, czasu produkcji oraz jakości.

Zamówienia składane do dostawców dzielą się następujące etapy:

- zamówienia kuponowe (kilkumetrowe partie w celu odszywania wzorów),
- zamówienia produkcyjne (które są dodatkowo poprzedzone kilkumetrową próbą produkcyjną w celu weryfikacji prawidłowości wykonanej produkcji).

Na każdym etapie ma miejsce nadzór nad realizacją zamówienia zgodnie z ustalonymi warunkami.



Opis łańcucha dostaw

Łańcuch dostaw jest złożonym procesem, który obejmuje wszelkie czynności związane z transportem oraz przetwarzaniem produktów, zarówno na początkowym etapie, czyli pozyskiwaniu wszelkiego rodzaju surowców oraz etapie końcowym tj. dostarczeniu finalnego produktu konsumentom. Łańcuch składa się z grupy wykonawców, podwykonawców oraz dostawców współpracujących ściśle ze sobą zarówno w dziedzinie produkcji, transportu, logistyki, dystrybucji, jak również marketingu. Niezwykle istotną rolę odgrywa przepływ informacji pomiędzy wszystkimi komórkami całego łańcucha dostaw.

Głównymi celami łańcucha dostaw są:

- **Minimalizacja kosztów** wynikających z przepływu towarów i informacji przy zachowaniu dobrego poziomu obsługi klienta.
- **Krótki czas realizacji zamówień** oraz bezproblemowość i elastyczność dostaw.
- **Optymalizacja poziomu zapasów** wraz z dostosowaniem się do potrzeb rynku.

ROZDZIAŁ 2.



NASZA DZIAŁALNOŚĆ

2.1. Klient w centrum uwagi

Każdy klient jest dla nas klientem wyjątkowym. Naszą ofertą chcemy możliwie najlepiej zaspokajać jego potrzeby obuwnicze i galanteryjne. Nasze kolekcje, te klasyczne, wizytowe i na co dzień, nie tylko podążają za modą i najnowszymi trendami. Wierzymy, że odważnymi propozycjami przygotowanymi przez doskonałych projektantów możemy również kształtować gusty i budować społeczne wzorce modowego designu.

Cieszymy się z faktu, że Gino Rossi jest marką szeroko znaną i wysoko ocenianą przez klientów. Z przeprowadzonych badań marketingowych wynika, że uznanie w oczach nabywców zdobywają przede wszystkim wygoda, komfort, jakość oraz wzornictwo naszych produktów.

Kolekcje Simple CP w unikalny sposób łączą prostotę i elegancję oraz wyznaczają odważne kierunki w modzie. Zespół Projektowy Simple CP tworzy z myślą o kobietach, które śledzą najnowsze trendy i kreatywnie je wykorzystują dopasowując do własnego stylu życia oraz osobowości.

2.1.1. Główne grupy klientów

Naszą ofertę kierujemy do wszystkich grup wiekowych klientów. Mimo wszystko w ujęciu statystycznym w grupie klientów Gino Rossi jest nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Są to osoby świadome i dojrzałe (25-40 lat), ze średnim i wyższym wykształceniem, mieszkanki średnich i dużych miast, które dobrze oceniają swoją sytuację materialną.

Klientka marki Simple CP to kobieta w przedziale wiekowym 25-50. Wśród klientek znajdują się te lojalne związane z brandem od lat, jak również ciągle przybywające nowe klientki.

2.1.2. Obecne priorytety w kontekście działań podejmowanych na rzecz klienta i poszerzenia oferty

Znamy wysoką jakość naszych produktów i z dumą prezentujemy je klientom. Zdjęcia naszych sezonowych kolekcji powstają przy współpracy z najlepszymi polskimi fotografami. Swoje autorskie kolekcje tworzy z nami m.in. znany projektant Tomasz Ossoliński. Współpracujemy z uznanymi tytułami modowymi i lifestylowymi – to m.in. takie tytuły jak Elle, Harpers, Bazaar, Twój Styl, Esquire, Instyle i Glamour oraz najpopularniejszymi blogerami modowymi.

Stałym klientom oferujemy atrakcyjne benefity. Sięgamy też po nowoczesne metody komunikacji – informacje o promocjach i nowościach w ofercie przekazujemy poprzez e-mail oraz sms. Zachęcamy także do instalacji na telefonach komórkowych aplikacji mobilnej Gino Rossi (platformy Google Play i iOS), która umożliwia zapoznanie się z pełną ofertą produktową Spółki, śledzenie nowości, sprawdzanie dostępności produktów oraz dostęp do atrakcyjnych dedykowanych promocji.

Klientów zapraszamy także do dołączenia do klubów – Gino Rossi oraz Simple Club. Zapisy przyjmowane przez Internet gwarantują dostęp do specjalnych ofert, a także pozwalają na otrzymywanie bieżących informacji o nowych kolekcjach, przecenach i akcjach promocyjnych.

Zmieniają się także nasze salony. Wiemy, że dynamika współczesnego handlu sprawia, że klienci oczekują coraz bardziej wyszukanych doświadczeń zakupowych. Rozwój konceptu sklepów jest niezbędnym elementem bycia jedną z najlepszych i najbardziej rozpoznawalnych marek na rynku. Stworzyliśmy nowy, ekskluzywny koncept salonów Gino Rossi, zachęcający do zakupów szerokie spektrum klientów jakością i komfortem, a jednocześnie podkreślającego wartość i charakter kolekcji. Sklep charakteryzuje współczesny design, a jego aranżacja wspiera zachowania konsumenckie oraz skupia uwagę na poszczególnych produktach i kategoriach.

Marka Simple CP w każdym sezonie oferuje swoim klientkom szeroki wybór produktów. W strukturze kolekcji każdego sezonu pojawiają się nowe kierunki w modzie. Brand oferuje swoim klientkom linie ready to wear, business, nie brakuje również modeli weekendowych.

Każda kolekcja niesie za sobą komunikację wizualną. Przy współpracy z top modelkami i najlepszymi fotografami powstają sesje wizerunkowe. Marka na stałe współpracuje ze stylistami i gwiazdami. Kolekcje można zobaczyć w prasie drukowanej oraz na portalach internetowych w najlepszych tytułach w kraju: Vogue, Harpers Bazar, Twój Styl.

Poprzez program lojalnościowy Simple Club, nasze klientki jako pierwsze dowiadują się o najnowszych promocjach, nowościach. Obecnie silnie rozwijającym się kanałem sprzedaży jest e-commerce. Klientki mogą odbierać swoje zamówienia w salonach sprzedaży.

2.2. Portfolio produktów i marek oraz struktura sprzedaży

W Gino Rossi wiosną i latem w kolekcji damskiej królują klasyczne szpilki, smukłe czółenka oraz baleriny. Sezon jesienno-zimowy to czas skórzanych botków, kozaków i oficerek. Uzupełnieniem kolekcji są unikalne, modne i nieszablonowe akcesoria dla pań - torby.

Kolekcje męskie to przede wszystkim wykonane z naturalnych skór gustowne półbuty idealne na oficjalne okazje oraz modele na co dzień o charakterze sportowym i w stylu casual. Uzupełnieniem kolekcji są unikalne, modne i nieszablonowe akcesoria dla panów: stylowe i wygodne teczki oraz torby. Buty z logo Gino Rossi są wytwarzane z troską o najwyższą precyzję i staranność wykonania oraz dobór dekoracyjnych detali.

2.3. Jakość obsługi

Grupa Gino Rossi ma ściśle określoną wizję marki. To wysokiej jakości produkt, estetyczny wygląd salonów, dbałość o detale, przyjemna atmosfera oraz otwarta i kompetentna obsługa.

Naszym najważniejszym towarem handlowym jest zadowolenie klienta, które pozwala na zbudowanie długofalowych relacji i przynosi wymierne efekty dla Firmy.

Proces obsługi klienta w Grupie Gino Rossi podlega standaryzacji i jest procesem świadomym, przy użyciu technik sprzedaży takich jak cross selling, up selling czy sprzedaż alternatywna.

W celu zapewnienia profesjonalnej oraz kompleksowej obsługi oraz najwyższego standardu marki, nasz personel korzysta z czterech etapów obsługi klienta tj. budowanie relacji, badanie potrzeb klienta, prezentacja produktu językiem korzyści oraz zamykanie sprzedaży.

Stawiamy na stały rozwój naszych zespołów, w związku z tym zapewniamy szkolenia dla kadry kierowniczej prowadzone przez firmy zewnętrzne oraz tworzymy projekty wspierające rozwój w strukturach marki tj. „Ścieżka kariery” czy „Trener Sprzedaży”.

Regularnie monitorujemy poziom obsługi w salonach poprzez audyty zewnętrzne oraz na bieżąco weryfikujemy wyniki pracy poprzez analizę parametrów jakościowych m.in. konwersja, średnia wartość paragonu czy koncentracja pojedynczych sztuk.

Stworzyliśmy narzędzia, które wspierają zdrową rywalizację tj. ranking salonów w sieci, karta salonu, prowizyjna sprzedaż indywidualna.

Całość tych działań sprawia, że nasz personel sprawnie posługuje się technikami sprzedaży oraz rozumie pojęcie i zastosowanie wskaźników sprzedażowych, co przekłada się na wysoką jakość obsługi Naszego Klienta.

W badaniu IQS z 2018 Gino Rossi zostało najlepiej ocenione pod względem obsługi klienta w salonach. Obsługa została określona przez klientów jako miła i profesjonalna. Asortyment Gino Rossi na tle konkurencji został najlepiej oceniony pod względem jakości, wygody, stylu, wyjątkowości. Obuwie i torby Gino Rossi kojarzą się klientom z prestiżem.

2.4. Odpowiedzialna sprzedaż, komunikacja marketingowa i informacja o usługach

Jesteśmy w stałym kontakcie z naszymi klientami. Dzięki ich pytaniom i wątpliwościom stale poprawiamy jakość naszych produktów i świadczonych usług. Nasi pracownicy sklepów chętnie doradzają przy wyborze obuwia, jak również udzielają informacji w zakresie reklamacji, aktualnych promocji, dostępności obuwia i nowych kolekcji.

Umożliwiamy im również kontakt telefoniczny. Numer do naszej centrali podajemy na stronie internetowej Gino Rossi.

W Gino Rossi opracowaliśmy kodeks etyki reklamy i komunikacji marketingowej, który stanowi zbiór zasad, jakimi kierują się pracownicy odpowiedzialni za kształtowanie wizerunku marki oraz przekazu reklamowego związanego z ofertą.

2.5. Bezpieczeństwo klienta

Staramy się, aby materiały pochodziły od najlepszych dostawców cieszących się wieloletnim uznaniem i zaufaniem na rynku. Wszędzie tam, gdzie jest to konieczne oczekujemy dokumentów zaświadczających brak niebezpieczeństw związanych z produkcją surowca i późniejszym jego użytkowaniem przez klientów.

Simple CP korzysta z najlepszych jakościowo materiałów pochodzących od starannie wybranych partnerów. Dodatkowo, każdorazowo przed przyjęciem dostawy wykwalifikowany personel sprawdza jakość tkanin, materiałów i porównuje je z wzorcem referencyjnym.

Już na samym początku przy wyborze materiałów i akcesoriów do kolekcji bierze udział zarówno projektant, kupiec jak i kontroler jakości, który już w pierwszej fazie zatwierdza lub odrzuca daną propozycję. Taka procedura zapewnia czuwanie nad wybranymi elementami już od samego początku ich selekcji.

Nasza kontrola jakości bada technologię wykonania materiałów już na etapie otrzymania ich w formie próbek. Po ich zatwierdzeniu dostarczane są partie w celu ponownej kontroli jakości. Przed wysłaniem dostawy producenci mają obowiązek wystać próbę produkcyjną, która stanowi dla nas kolejny bufor bezpieczeństwa w celu weryfikacji prawidłowości wykonanej produkcji. Etap kończący kontrolę jakości materiałów to badanie ich stanu po otrzymanej dostawie.

Wykwalifikowana kadra weryfikuje wyroby gotowe przybyłe na magazyn, zgłasza nieprawidłowości lub gotowość do sprzedaży.

Grupa Gino Rossi od początku współpracuje tylko z krajowymi producentami, co daje nam możliwość ścisłej kontroli na etapie produkcyjnym. Kadra pracownicza posiadająca ogromne doświadczenie i wiedzę potrafi wyeliminować lub zminimalizować wszelkie problemy, które mogą powstać na etapie produkcji czy dystrybucji.

Chcemy mieć pewność, że każdy produkt opuszczający nasze fabryki jest bezpieczny dla zdrowia naszych klientów. Rygorystycznie przestrzegamy zasad produkcji i współpracy z dostawcami, a materiały używane w fabrykach są skrupulatnie kontrolowane w całym procesie wytwórczym. Nie stosujemy w naszych zakładach żadnych składników chemicznych ani procesów, które mogłyby w konsekwencji negatywnie odbić się nie tylko na zdrowiu, ale również komforcie Klientów.

Wiele tkanin, których używamy do produkcji naszej odzieży posiada certyfikaty potwierdzające bezpieczeństwo i jakość. Jakość naszych tkanin bardzo często potwierdzona jest certyfikatem Oeko-Tex 100. Jest to niezależny system certyfikacji dla branży tekstylnej. Tkaniny posiadające ten certyfikat, po procesie produkcyjnym, są badane w specjalnie do tego przeznaczonych jednostkach badawczych na obecność substancji szkodliwych. Dzięki temu kupując tkaninę z takim certyfikatem możemy mieć pewność, że jest ona bezpieczna.

Dostawcy dodatków, u których dokonujemy zakupu posiadają certyfikaty potwierdzające wysoką jakość produktów. Używane np. w naszych kolekcjach kryształ Svarovskiego posiadają Certyfikat Autentyczności, zaświadczający o tym, że produkt został wykonany z autentycznych kryształów firmy Swarovski, odznaczających się najwyższą jakością, szlifem i brylancją.

Aby podnieść świadomość naszych Klientów, do wielu naszych produktów dołączamy etykiety specjalne bądź informacyjne, zawierające informację o produkcie np. ścieranie, mechacenie, pilingowanie itp. Przy niektórych rodzajach włókien są to naturalne procesy. Nie stanowią jednak wad. Chcemy, aby nasi Klienci mieli pełną wiedzę i byli świadomi jaki produkt nabywają.

ROZDZIAŁ 3.



MIEJSCE PRACY

O biznesowym sukcesie Grupy Gino Rossi decydują: wiedza, doświadczenie, umiejętności i kompetencje pracowników. Dlatego jest dla nas niezwykle ważne podejście do zarządzania zasobami ludzkimi, jak również wzajemne relacje między pracownikami. W Grupie Gino Rossi nie ma miejsca na dyskryminację ze względu na płeć, wiek czy niepełnosprawność. Wszyscy nasi pracownicy mają równy dostęp do szkoleń i awansów. Szczególnie duży nacisk kładziemy na poprawę kompetencji u osób, które mają bezpośredni kontakt z klientami, czyli sprzedawców i kierowników sklepów.

Jesteśmy przekonani, że zaangażowani pracownicy, którzy mogą rozwijać się i spełniać zawodowo poprzez wspólne działanie, umożliwiają realizację ambitnych celów i dalszy rozwój. Dzięki niemu będziemy mogli stworzyć jeszcze lepsze warunki pracy i życia dla naszych pracowników oraz ich rodzin.

Dużą uwagę przykładamy również do bezpieczeństwa i warunków pracy w naszych Spółkach. Regularnie szkolimy naszych pracowników w zakresie BHP oraz ułatwiamy im dostęp do kompleksowych badań medycznych.

3.1. Podejście Grupy do zagadnień pracowniczych

W Grupie Kapitałowej wyróżnia się trzy typy zatrudnionych: pracownicy bezpośrednio produkcyjni, nadzór i administrację oraz pracownicy salonów. W 2018 r. w Grupie Kapitałowej zatrudnionych ogółem było 1599 osób, w tym 1417 kobiet i 182 mężczyzn, tj. pracowników bezpośrednio produkcyjnych - 496 osób, w tym 387 kobiet i 109 mężczyzn; pracowników salonów - 836 osób w tym 811 kobiet i 25 mężczyzn; pracowników nadzoru i administracji - 267 osób w tym 219 kobiet i 48 mężczyzn.

Całkowita liczba pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony w całej Grupie Kapitałowej wynosi 809 osób, w tym 722 kobiety i 87 mężczyzn, tj. pracownicy bezpośrednio produkcyjni zatrudnieni na umowy na czas nieokreślony - 428 osoby w tym 375 kobiety i 53 mężczyzn; pracownicy salonów - 233 osoby w tym 218 kobiet i 5 mężczyzn; nadzór i administracja - 158 osób w tym 93 kobiety i 65 mężczyzn.

W Grupie Gino Rossi w 2018 roku łącznie zostało zatrudnionych 660 osób. Wskaźnik fluktuacji w 2018 r. w całej Grupie wyniósł 47,22.

Wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla w stosunku do płacy minimalnej wyniosły u kobiet 152,22% i u mężczyzn 165,80%.

Pracownicy zatrudnieni w Grupie Kapitałowej mają prawo do przystąpienia do pakietu medycznego, który w podstawowym wariantcie jest prawie w całości refundowany przez pracodawcę. Pracownik uiszcza symboliczną kwotę 1zł.

W Grupie Kapitałowej GR struktura zatrudnienia wg wieku kształtuje się następująco:

- w grupie pracowników produkcyjnych i salonów: 38,66% stanowią osoby w wieku do 30 lat, 31,74% osoby w wieku 30 - 40 lat, natomiast 29,61% osoby w wieku powyżej 40 lat,
- w grupie pracowników administracyjnych i nadzoru kierowniczego: 31,25% stanowią osoby w wieku do 30 lat, 29,70% osoby w wieku 30 - 40 lat, natomiast 39,05% osoby w wieku powyżej 40 lat.

Zatrudnienie – podstawowe informacje o pracownikach

Opis polityki HR

W Grupie Kapitałowej rekrutacje na stanowiska kierownicze są przeprowadzane przez firmę zewnętrzną HR Tarnów, pracowników salonów i pracowników administracyjnych oraz pracowników bezpośrednio produkcyjnych rekrutujemy poprzez zamieszczenie ogłoszeń na portalu praca.pl, olx.pl lub poprzez Powiatowe Urzędy Pracy. Preferujemy rekrutację wewnętrzną dając szansę na awans pracownikom zatrudnionym w Grupie wykazującym zaangażowanie do pracy.

3.2. Motywacja, zaangażowanie i dialog

Głównym narzędziem finansowego motywowania pracowników jest system premiowania. Pracownicy Gino Rossi otrzymują wynagrodzenia w stałej miesięcznej wysokości zgodnie ze stawkami określonym w umowie o pracę lub umowie agencyjnej. Premie i dodatki przyznawane są w zależności od przynależności do określonej komórki organizacyjnej i zajmowanego stanowiska.

Wynagrodzenie **pracowników produkcyjnych** składa się z płacy zasadniczej ustalonej według stawek godzinowych oraz premii uzależnionej od stopnia realizacji powierzonych zadań. Premie te stanowią średnio od 20 do 30 proc. płacy zasadniczej.

Pracownicy administracji i średniego szczebla zarządzania otrzymują wynagrodzenia w stałej miesięcznej wysokości oraz premie uznaniowe uzależnione od oceny pracy, wypłacane w okresach miesięcznych lub półrocznych.

Wynagrodzenie **pracowników salonów** składa się z dwóch elementów. Płacy podstawowej oraz części motywacyjnej - premiowej. Część motywacyjna oparta jest o indywidualne i zespołowe wyniki. Pracowników motywujemy również organizując dla nich konkursy - w roku 2018 zorganizowano konkurs Miesiąc Kobiet w GR i My Travel w GR.

Stale monitorujemy jakość pracy personelu salonów. Pomagamy pracownikom w tych obszarach, w których widzimy możliwość zwiększenia efektywności.

Kierownicy Regionalni nadzorujący i koordynujący pracę salonów otrzymują premię kwartalną zgodnie z obowiązującym ich regulaminem premiowania. Mogą oni także otrzymać premię sprzedażową uzależnioną od stopnia realizacji planu sprzedaży przez dany region, ustalonego przez Dyrektora Operacyjnego. Otrzymują także premie zadaniowe uzależnione od oceny ich pracy przez bezpośredniego przełożonego.

Wszyscy pracownicy Spółki mają możliwość zakupu obuwia oraz pozostałych artykułów po preferencyjnych cenach. Pracownicy salonów uprawnieni są również do bezpłatnego otrzymania jednej pary obuwia w sezonie i traktowania go jako obuwie służbowe. Otrzymują także komplet odzieży służbowej, w którym zobowiązani są pracować. Wyróżniający się pracownicy Gino Rossi uczestniczą w wyjazdach integracyjnych i spotkaniach okolicznościowych.

Naszym pracownikom oferujemy benefity w postaci:

- bonów okolicznościowych lub świadczeń pieniężnych z okazji Świąt,
- dopłat do zakupu okularów dla pracowników pracujących przy komputerze (200zł/osoba),
- pakietów medycznych finansowanych w znacznym stopniu przez Spółkę – wersja podstawowa, (pracownik płaci symboliczną złotówkę, a pozostałą kwotę firma).

Pracownicy Gino Rossi mogą korzystać z elastycznego czasu pracy umożliwiającego rozpoczęcie pracy w wybranym przez siebie przedziale czasowym. Istnieje także możliwość pracy zdalnej.

Słuchamy naszych pracowników, a opinie związane z warunkami pracy traktujemy jako ważne wskazówki. W spółce Gino Rossi platformą do wymiany doświadczeń są regularne wizyty Kierowników Regionów w podległych salonach oraz kwartalne zebrania kierowników salonów organizowane w ramach regionów. Do budowania kultury dzielenia się wiedzą wykorzystuje się również połączenia telekonferencyjne. Średnio raz w tygodniu Kierownik Regionalny organizuje telekonferencje z kierownikami podległych mu salonów. W tym samym cyklu organizowane są również telekonferencje Kierowników Regionalnych z Dyrektorem Operacyjnym.

3.3. Rozwój pracowników, edukacja i szkolenia

Dla pracowników naszych Spółek przygotowaliśmy atrakcyjne szkolenia pozwalające na podnoszenie zawodowych umiejętności i zapewniające biznesowy rozwój personelu. Nie ograniczamy szkoleń jedynie do menadżerów. Regularnie szkolimy pracowników Działu Logistyki, Oceny jakości i Reklamacji, Przygotowania Produkcji, Kadr i Płac, Księgowości oraz działów administracyjno-prawnych. W każdej z naszych wiodących Spółek w 2018 roku w szkoleniach związanych ze zmianą przepisów i rozwojem zawodowym przeszkolonych zostało około 45 pracowników z tych działów. W Simple CP organizowane są głównie szkolenia z nauki j. angielskiego. Korzysta z nich około 20 osób.

Rocznie w całej Grupie Kapitałowej pracownicy odbyli ponad 3000 godzin szkoleń.

Współpracujemy z GRUPĄ TROP, która posiada ponad 20 - letnie doświadczenie w przeprowadzaniu konsultacji, szkoleń trenerów, coachów, liderów. TROP wspomaga nas w rozwoju osobistym pracowników, w razie konieczności przeprowadza mediacje. Ponadto rozwija kulturę organizacyjną Grupy i pracuje z liderami.

3.4. Równe szanse i różnorodność

W Grupie Gino Rossi wszystkim pracownikom zapewniamy warunki pracy sprzyjające pełnemu wykorzystaniu i rozwijaniu unikalnych cech, umiejętności oraz zainteresowań. Wierzymy, że wartości wynikające z różnorodności pracowników stanowią nasz dodatkowy atut.

Jesteśmy pracodawcą otwartym na pracowników z niepełnosprawnościami. Obecnie, w Grupie Gino Rossi zatrudnionych jest 41 osób z niepełnosprawnościami.

W żadnym obszarze naszej Grupy nie ma tolerancji dla dyskryminacji i mobbingu. Każdego pracownika obowiązuje polityka przeciwdziałania tym zjawiskom. Cele polityki zapobiegania mobbingowi i dyskryminacji w Gino Rossi:

- przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji w Spółce,
- podejmowanie działań interwencyjnych oraz niwelowanie skutków stwierdzonych przypadków mobbingu i dyskryminacji,
- wyciąganie konsekwencji wobec osób będących sprawcami mobbingu i dyskryminacji,
- umacnianie pozytywnych relacji interpersonalnych między pracownikami.

Chcemy wiedzieć i reagować na każde zdarzenie potencjalnie noszące znamiona mobbingu lub dyskryminacji. Zachęcamy pracowników, aby bezzwłocznie informowali o takim fakcie specjalnie

powołany w ramach Spółki Skład Orzekający. Przyjęta w Spółce procedura przewiduje, że zgłoszenia są rozpatrywane w ciągu 10 dni. Zapewniamy poufność zgłoszeń i przebiegu procedury.

W 2018 roku zgłoszono jeden przypadek mobbingu. W firmie podjęto wszystkie kroki zmierzające do wyjaśnienia sprawy. Sprawa została wyjaśniona pozytywnie dla firmy.

3.5. Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników

Bezpieczeństwo naszych pracowników jest dla nas bezwzględny i najwyższym priorytetem.

We wszystkich naszych zakładach wprowadzone zostały wysokie standardy bezpiecznej pracy. Wszyscy pracownicy już na etapie przyjęcia do pracy oraz na późniejszych szkoleniach są zapoznawani z instrukcjami BHP i ocenami ryzyka zawodowego. Od wszystkich pracowników wymagamy znajomości przepisów BHP i stosowania się do nich w czasie codziennej pracy. Prowadzimy szkolenia z zakresu BHP, podczas których ściśle realizujemy zasady ujęte w rozporządzeniu Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 27 lipca 2004 r. w sprawie szkolenia w dziedzinie bezpieczeństwa i higieny pracy. Wszyscy nowi pracownicy przechodzą szkolenie wstępne, a pozostali są szkoleni w cyklach: pracownicy fizyczni co 3 lata, pracownicy biurowi co 6 lat, inżynierjno – techniczni co 5 lat i kierujący pracownikami co 5 lat. W 2018 r. szkolenia okresowe w zakładach w Słupsku i Elblągu odbyło 220 pracowników z wszystkich wymienionych grup. Ponadto co 2 lata organizujemy szkolenia dla pracowników wyznaczonych do udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku przy pracy.

W naszej siedzibie głównej w Słupsku, a także w zakładach w Łosinie i Elblągu, powołana została Komisja BHP, która koordynuje politykę bezpieczeństwa w zakładach produkcyjnych. W 2018 roku planujemy rozpocząć implementację systemu zarządzania BHP do szerszego systemu zarządzania jakością i środowiskiem.

Fabryki należące do Spółek wchodzących w skład Grupy Gino Rossi wyposażone są w nowoczesny, spełniający rygorystyczne normy park maszynowy, a zastosowane rozwiązania technologiczne sprzyjają minimalizacji ryzyka wypadków przy pracy.

Zdrowie naszych pracowników jest dla nas priorytetem. Wszyscy pracownicy przechodzą profilaktyczne badania lekarskie wstępne i okresowe. Badania przeprowadzają lekarze medycyny pracy. Dodatkowo Komisja BHP, najczęściej z lekarzem medycyny pracy, przeprowadza okresowe przeglądy warunków pracy.

Co roku dokonywane są pomiary czynników szkodliwych na stanowiskach pracy. Z uzyskanych wyników wynika, że zostało przekroczone najwyższe dopuszczalne natężenie dla hałasu na 6 stanowiskach oraz drgań mechanicznych (wibracji) na 3 stanowiskach. Dla czynników chemicznych i pyłowych wyniki pomiarów są stosunkowo niskie, a nawet bardzo niskie (0,1 do 0,0001 krotności NDS) dzięki zastosowaniu skutecznej wentylacji mechanicznej.

Na stanowiskach, na których występuje przekroczenie hałasu pracownicy używają ochronników słuchu. W przypadku drgań mechanicznych w uzgodnieniu z lekarzem medycyny pracy wprowadzono rotację pracowników na tych stanowiskach, która w pełni zabezpiecza przed negatywnymi skutkami tego czynnika.

W zakładach w Słupsku, Łosinie i Elblągu funkcjonują również systemy sygnalizacji pożarowej połączone z lokalnymi jednostkami straży pożarnej. Sprawami z zakresu ochrony przeciwpożarowej zajmuje się inżynier pożarnictwa z wieloletnim stażem.

Od początku istnienia firmy nie odnotowano pożarów.

Od początku istnienia firmy nie odnotowano ciężkich, śmiertelnych lub zbiorowych wypadków pracowników.

W 2018 r. zdarzyło się 10 wypadków. Do najczęstszych wypadków, podobnie jak w latach poprzednich, należały potknięcia i upadki podczas poruszania się w czasie wykonywania obowiązków, a także wykorzystanie drabin oraz wypadki związane z obsługą maszyn i urządzeń w czasie wykonywania czynności produkcyjnych.

Wskaźniki wypadków w spółce Gino Rossi

Rok	2015	2016	2017	2018
Liczba dniówek straconych	248	270	361	208
Liczba wypadków	7	9	12	10
Ciężkość wypadków	35,5	30	30,1	20,8
Częstość wypadków	9,2	9,7	11,8	16,7
Zatrudnienie	757	926	1010	596

ciężkość wypadków - średnia liczba dni niezdolności do pracy przypadająca na 1 wypadek

częstość wypadków - ilość wypadków na 1000 zatrudnionych

ROZDZIAŁ 4.



WPŁYW NA OTOCZENIE

Troska o zachowanie równowagi pomiędzy wzrostem gospodarczym a ochroną środowiska, stanowi ważny aspekt w działalności Grupy Gino Rossi. Sukcesywnie wdrażamy projekty mające pozytywny wpływ na otoczenie, aby być jak najlepszym sąsiadem oraz partnerem, który z troską podchodzi do jakości życia społeczności lokalnych.

4.1. Podejście do zagadnień ochrony środowiska

Produkcja butów i odzieży nierozzerwalnie wiąże się z wpływem na środowisko. W Grupie Gino Rossi robimy jednak dużo, żeby maksymalnie ograniczyć to oddziaływanie. W 2019 r. planujemy przygotować politykę działania firmy w odniesieniu do zagadnień ochrony środowiska.

W Gino Rossi prowadzimy selektywną zbiórkę odpadów, które następnie są przekazywane firmom upoważnionym do ich przewozu i odbioru.

Odpady podlegające selektywnej zbiórce:

- odpady komunalne zmieszane,
- odpady skóry wygarbowanej zawierające chrom,
- odpady z tworzyw sztucznych,
- odpady ze szkła,
- opakowania z papieru i tektury,
- baterie i akumulatory.

Każde przekazanie odpadu jest dokumentowane Kartą Przekazania Odpadu. Na podstawie tych dokumentów do 15 marca każdego roku jest sporządzane zbiorcze zestawienie danych o rodzajach i ilościach odpadów oraz o sposobach gospodarowania nimi. Przedmiotowe zestawienie jest przesyłane do Marszałka Województwa Pomorskiego.

Lp.	Kod odpadów ¹³⁾	Rodzaj odpadów ¹³⁾	Masa wytworzonych odpadów [Mg] ¹⁴⁾
			masa odpadów
1	04 01 08	Odpady skóry wygarbowanej zawierające chrom	70,0
2	04 01 99	Inne nie wymienione odpady	44,8
3	15 01 01	Opakowania z papieru i tektury	26,4
4	15 01 02	Opakowania z tworzyw sztucznych	3,4
5	16 02 16	Elementy usunięte z zużytych urządzeń inne niż wymienione w 16 02 15	0,3
6	15 01 07	Opakowania ze szkła	0,3

Ustawowy obowiązek odzysku i recyklingu odpadów jakim są opakowania towarów wprowadzonych na rynek realizujemy za pośrednictwem organizacji odzysku tj. INTERSEROH i PIOIRO. Organizacja INTERSEROH przejęła też obowiązek jaki ciąży na przedsiębiorcy tj. prowadzenie publicznych kampanii edukacyjnych.

Poniżej dane o ilości wprowadzonych opakowań.

KRAJ				
<i>papier /kg/</i>	<i>tworzywo /kg/</i>	<i>stal /kg/</i>	<i>szkło /kg/</i>	<i>aluminium /kg/</i>
165203	16156	2960	2659	271

Zgodnie z ustawą z 27 kwietnia 2001 r. *Prawo ochrony środowiska* (tj. Dz. U. z 2018 r., poz. 799 ze zm.) wnosimy opłaty do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego za wprowadzanie gazów lub pyłów do powietrza (środki transportu, ogrzewanie, technologie powodujące emisję do powietrza). Dane na podstawie których wyliczana jest należna opłata służą jednocześnie do składania raportu w KOBiZE (Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami).

Standardy emisyjne dla produkcji obuwia (Rozporządzenie Ministra Środowiska z dnia 4 listopada 2014 r. w sprawie standardów emisyjnych dla niektórych rodzajów instalacji, źródeł spalania paliw oraz urządzeń spalania lub współspalania odpadów) zostały ustalone na poziomie 25 g LZO na jedną parę obuwia. Normę tę spełniamy.

4.2. Podejście do zagadnień społecznych

W Grupie Gino Rossi zdajemy sobie sprawę z wpływu jaki wywieramy na codzienne życie społeczności sąsiadujących z naszymi zakładami i sklepami. Swoimi decyzjami i działaniami chcemy zbudować jak najlepsze relacje ze wszystkimi interesariuszami – mamy ambicję być organizacją postrzeganą nie tylko jako dobry pracodawca, ale również jako dobry sąsiad.