

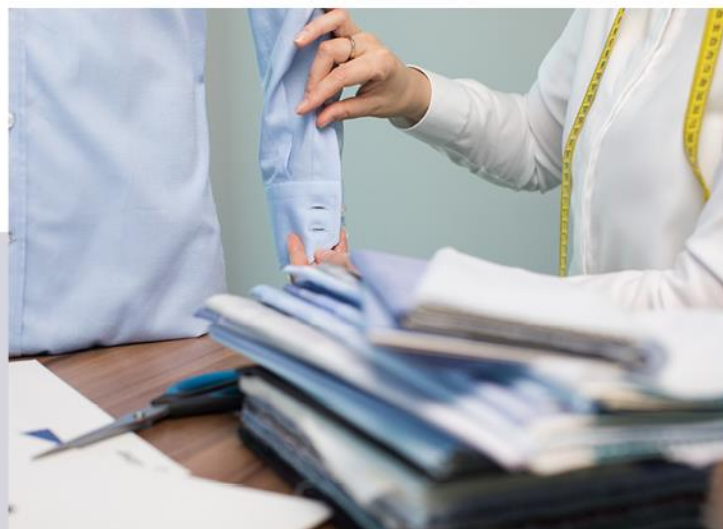
VISTULA

BYTOM
SZTUKA KRAWIECTWA OD 1945

WÓLCZANKA

DENICLER
MILANO

W.KRUK
1 8 4 0



VRG
VISTULA RETAIL GROUP

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH

Grupy Kapitałowej
VRG S.A. i VRG S.A. za 2020 rok

Kraków, 16 kwietnia 2021 roku

SPIS TREŚCI

1.	WPROWADZENIE	3
2.	MODEL BIZNESOWY	4
2.1.	Opis działalności Grupy Kapitałowej.....	4
2.2.	Łańcuch wartości.....	7
2.3.	Strategia Grupy Kapitałowej i jej wyniki.....	14
2.4.	Nagrody i wyróżnienia.....	19
2.5.	Organizacje i stowarzyszenia.....	20
3.	ŁAD KORPORACYJNY	20
4.	INTERESARIUSZE	23
5.	KWESTIE SPOŁECZNE I PRACOWNICZE	26
5.1.	Polityki.....	27
5.2.	Ryzyka.....	39
6.	KWESTIE ZWIĄZANE Z POSZANOWANIEM PRAW CZŁOWIEKA	39
6.1.	Polityki.....	39
6.2.	Ryzyka.....	44
7.	KWESTIE ŚRODOWISKOWE I KLIMATYCZNE	45
7.1.	Polityki.....	45
7.2.	Ryzyka.....	53
8.	PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I ŁAPOWNICTWU	59
8.1.	Polityki.....	59
8.2.	Ryzyka.....	60
9.	ZARZĄDZANIE RYZYKIEM	60
10.	WSKAŹNIKI NIEFINANSOWE	63

1. Wprowadzenie

Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna to tematy istotne dla Grupy Kapitałowej VRG S.A. oraz VRG S.A. jak i jej interesariuszy. Jako trzecia największa nieżywnościowa grupa detaliczna notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, zarządzająca pięcioma rozpoznawalnymi w Polsce markami, zarówno odzieżowymi jak i jubilerskimi, Grupa Kapitałowa VRG S.A. ma świadomość swojego wpływu na otoczenie oraz wagi prowadzonych działań na możliwości obecnych i przyszłych pokoleń do realizacji ich celów. Prowadząc swoją działalność Grupa Kapitałowa VRG S.A. jak i VRG S.A. wykorzystują zarówno kapitał finansowy jak i naturalny, produkcyjny, intelektualny, ludzki i społeczny. Z tego względu Zarząd angażuje się w działania, które mają na celu pogłębienie zrozumienia oczekiwań nie tylko swoich akcjonariuszy, ale wszystkich interesariuszy. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom, Zarząd VRG S.A. prezentuje Sprawozdanie na temat Informacji Niefinansowych Grupy Kapitałowej VRG S.A. oraz VRG S.A. obejmujące okres od 1 stycznia 2020 roku do 31 grudnia 2020 roku jak i dane porównywalne.

Niniejsze Sprawozdanie zostało stworzone zgodnie z przepisami Ustawy o Rachunkowości, w szczególności zawartymi w artykule 49b ust. 1 oraz artykule 55 ust. 2b. W 2020 jak i w 2019 roku Grupa Kapitałowa zatrudniała powyżej 500 osób średniorocznie na etatach oraz przekroczyła 102 mln PLN w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego i 204 mln PLN w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy (przed dokonaniem wyłączeń konsolidacyjnych). W 2020 jak i 2019 roku VRG S.A. zatrudniała powyżej 500 osób średniorocznie na etatach oraz przekroczyła 85 mln PLN w przypadku sumy aktywów bilansu na koniec roku obrotowego i 170 mln PLN w przypadku przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów za rok obrotowy.

Lata 2020 i 2019 choć kalendarzowo bliskie, istotnie się od siebie różniły. Rok 2019 był rokiem znaczących zmian dla Grupy Kapitałowej VRG S.A. i VRG S.A. W dniu 30 listopada 2018 roku Sąd Rejestrowy w Krakowie wpisał do Krajowego Rejestru Sądowego połączenie Vistuli Group S.A. z Bytom S.A. oraz zmianę nazwy połączonej spółki na VRG S.A. W 2019 roku trwały intensywne prace polegające na fizycznym, a nie tylko formalnym połączeniu podmiotów, których celem było wygenerowanie zadeklarowanych akcjonariuszom synergii. W rezultacie wyniki finansowe pokazane za 2019 rok były najlepsze w historii Grupy Kapitałowej. Rok 2020 był przeciwieństwem 2019 pod względem wyników finansowych, na które istotny negatywny wpływ miała pandemia COVID-19. W jej wyniku przez prawie trzy miesiące 2020 roku nie działały stacjonarne salony marek Grupy Kapitałowej VRG S.A., podstawowe źródło jej przychodów, zysków i przepływów operacyjnych. Pogorszenie sytuacji gospodarstw domowych, konieczność przejścia na tryb pracy zdalnej oraz znaczące ograniczenia w organizacji imprez okolicznościowych (tj. wesela czy studniówki) przełożyło się na niższy popyt na towary marek Grupy. Na poziomie składu Grupy Kapitałowej nie było jednak zmian i dane zarówno finansowe jak i niefinansowe za 2020 rok są porównywalne do danych za 2019 rok.

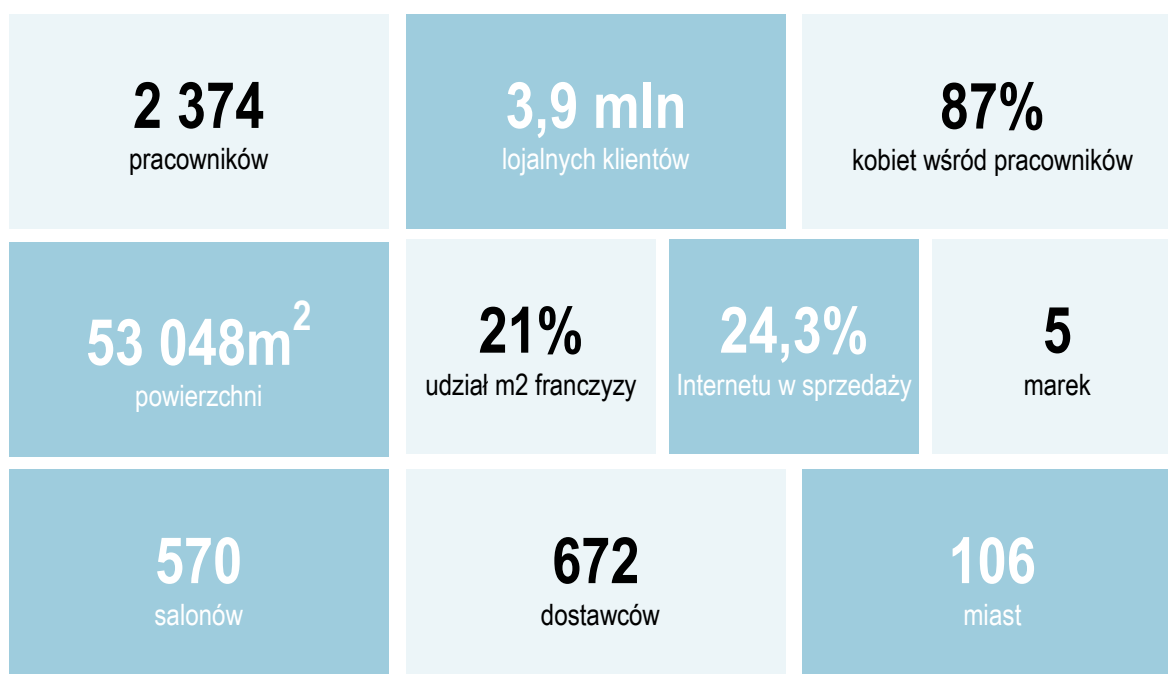
Podobnie jak w poprzednim roku, w 2020 roku podstawą do stworzenia Sprawozdania były praktyki i polityki spółki matki VRG S.A. (dla której właściwe opisy zaprezentowane są w segmencie odzieżowym) oraz jej spółek zależnych tworzących razem Grupę Kapitałową. Mimo intensywnych prac związanych z utrzymaniem stabilności finansowej Grupy Kapitałowej i dostosowaniem działań do pandemicznej rzeczywistości, Grupa Kapitałowa VRG S.A. i VRG S.A. w ciągu ostatniego roku kontynuowały działania zapisane w Strategii Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-22 oraz zwiększyły skalę ujawnień danych niefinansowych, w szczególności o kwestie związane z odpadami i opakowaniami. Podobnie jak rok temu, Sprawozdanie zawiera opis wybranych zagadnień klimatycznych, wychodząc naprzeciw niewiążącym Wytocznym dotyczącym sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych: Suplement dotyczący zgłaszania informacji związanych z klimatem (2019/C 209/01) wydanym przez Komisję Europejską w czerwcu 2019 roku.

Przygotowanie treści Sprawozdania z informacji niefinansowych przebiegało w pięciu etapach. Pierwszy etap to potwierdzenie aktualności grup interesariuszy oraz opisu relacji z otoczeniem. Etap drugi to potwierdzenie istotnych kwestii dla każdego z obszarów raportowania. Aby sprawdzić dostosowanie ujawnień do oczekiwań interesariuszy oraz zbadać czy nastąpiły zmiany ich oczekiwań w wyniku pandemii COVID-19, Grupa Kapitałowa VRG S.A. ponownie przeprowadziła ankietę wśród interesariuszy. Zdecydowana większość kwestii istotnych dla interesariu-

szy zawarta jest w niniejszym Sprawozdaniu. Etap trzeci to aktualizacja danych i informacji niefinansowych podanych w latach poprzednich wraz z analizą relacji i trendów. Etap czwarty to uzupełnienie informacji niefinansowych o nowe elementy podlegające raportowaniu. Etap piąty to zestawienie Sprawozdania na temat Informacji Niefinansowych.

Tworząc niniejsze Sprawozdanie Grupa i Spółka skorzystały z własnej metodologii wypracowanej w poprzednich latach. Choć Spółka i Grupa Kapitałowa nie skorzystały z międzynarodowych i krajowych metodologii, opracowując niniejszy materiał wzięły pod uwagę wytyczne GRI Standards jak i SIN. Przedstawione w niniejszym Sprawozdaniu informacje zawierają większość tematów, które uznane zostały za istotne w macierzy istotności SIN dla segmentu sieci handlowe. Przygotowując niniejszy dokument Zarząd starał się w jak największym stopniu uwzględnić Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych (metodyka sprawozdawczości niefinansowej) (2017/C 215/01) wydane przez Komisję Europejską w 2017 roku, tak aby zawrzeć informacje w stopniu niezbędnym do zrozumienia przez interesariuszy rozwoju, wyników i sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej. Zaprezentowane w niniejszym Sprawozdaniu dane, podobnie jak w latach poprzednich, nie podlegały niezależnej weryfikacji. W 2020 roku, podobnie jak w 2019 roku, Spółka i Grupa zdecydowały się na publikację informacji niefinansowych w formie sprawozdania.

PODSTAWOWE DANE NIEFINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ VRG S.A. ZA 2020 ROK



2. Model biznesowy

2.1. Opis działalności Grupy Kapitałowej

Grupa Kapitałowa VRG S.A. specjalizuje się w projektowaniu oraz dystrybucji wysokiej jakości kolekcji mody dla mężczyzn i kobiet oraz biżuterii i zegarków. Grupa jest właścicielem dobrze rozpoznawalnych znaków towarowych w pięciu głównych markach: Vistula, Wólczanka, Bytom, Deni Cler Milano (segment odzieżowy) oraz W.KRUK (segment jubilerski). Dodatkowo, w obrębie marek znajdują się linie i submarki. Grupa Kapitałowa koncentruje się na zarządzaniu markami, projektowaniu odzieży i biżuterii oraz rozwoju własnej sieci sprzedaży w dwóch kluczowych segmentach: odzieżowym i jubilerskim. Oferta Grupy kierowana jest zarówno do kobiet jak i mężczyzn.

**Spółki będące podstawą skonsolidowanego sprawozdania
finansowego i niefinansowego**



Za datę powstania samodzielnego przedsiębiorstwa, którego następcą prawnym jest VRG 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 Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Debiut giełdowy Spółki miał miejsce 30 września 1993 roku. W.KRUK S.A. (wraz ze spółką DCG S.A. i marką Deni Cler Milano) dołączył do Grupy Kapitałowej w 2008 roku w wyniku przejęcia. W 2018 roku Grupa powiększyła się o Bytom S.A. Akcje VRG S.A. notowane są na rynku podstawowym i należą do indeksów: sWIG80, sWIG80TR, WIG-ODZIEŻ, WIG-Poland, InvestorMS oraz WIG.

Grupa Kapitałowa opiera swą pozycję w segmencie odzieżowym na projektowaniu oraz sprzedaży eleganckiej odzieży męskiej i damskiej typu formalnego, smart-casual oraz casual. Wysokie kompetencje Grupy Kapitałowej w obszarze produkcji i sprzedaży klasycznej odzieży męskiej wywodzą się z wieloletniej tradycji projektowania i szycia sięgającej 1948 roku w przypadku Vistuli oraz 1945 roku w przypadku Bytomia. Sukces segmentu biżuterii opiera się na najstarszej firmie jubilerskiej w Polsce, której początki sięgają rodzinnego warsztatu założonego w 1840 roku w Poznaniu.

Spółka i Grupa Kapitałowa prowadzą działalność głównie na terenie Polski. Przy ulicy Pilotów 10 w Krakowie znajduje się nie tylko siedziba VRG 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 większość spółek zależnych, 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 DCG S.A. zarządzająca marką Deni Cler Milano, a W.KRUK S.A. biura. 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 Komornikach pod Poznaniem (zmiana lokalizacji w 2019, poprzednia Poznań) zakład produkcyjny (Manufaktura) należący do spółki W.KRUK S.A., wykonujący m.in. kolekcje jubilerskie oraz naprawę biżuterii. Dodatkowo wraz z połączeniem z Bytom S.A. pojawiła się piąta lokalizacja – Tarnowskie Góry. Choć zakład produkcyjny, specjalizujący się w garniturach nie jest już własnością Spółki i Grupy, Spółka wynajmuje w nim powierzchnię biurową, wykorzystywaną przez dział zakupów i przygotowania produkcji marki Bytom.



VISTULA

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.

VISTULA	VISTULA <i>Lantier</i>	VISTULA <small>RED</small>
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, również tej bardziej casual.	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.	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.
Liczba salonów	Powierzchnia salonów (m ²)	Średnia wielkość salonu (m ²)
2019: 154 2020: 149	2019: 19 320 2020: 18 695	2019: 125 2020: 125

WÓLCZANKA

marka istniejąca od 1948 roku, występuje na rynku jako butik z ofertą koszul męskich i damskich, w tym także ekskluzywnej linii submarki Lambert, oraz z coraz szerszą ofertą dzianin.

WÓLCZANKA	LAMBERT <small>LONDON STYLE SHIRTING</small>	
Damskie i męskie koszule, dzianiny i dodatki. Marka oferuje kolekcje koszul dedykowanych do pracy, na weekendy, a także przeznaczonych na specjalne okazje, jak również dzianin.	Marka skierowana do najbardziej wymagających klientów. Ekskluzywna linia koszul i dodatków, charakteryzująca się najwyższą jakością wykonania.	
Liczba salonów	Powierzchnia salonów (m ²)	Średnia wielkość salonu (m ²)
2019: 140 2020: 129	2019: 4 954 2020: 4 658	2019: 35 2020: 36

BYTOM	DENI CLER MILANO
to polska marka z historią sięgającą 1945 roku, kiedy powstała Państwowa Fabryka Konfekcyjna w Bytomiu. Bazując na 76-letnim dziedzictwie, marka oferuje kolekcje, w których tradycja spotyka się ze współczesną wizją krawiectwa i mody męskiej.	to marka wywodząca się z Mediolanu, oferująca luksusową odzież dla kobiet.
BYTOM	DENI CLER MILANO
Kolekcja mody męskiej, posiadająca szeroką ofertę garniturów, marynarek, spodni, koszul, płaszczy, kurtek oraz akcesoriów, umożliwiających skompletowanie męskiej garderoby. Flagowym produktem Bytomia są garnitury, stworzone ze szlachetnych włoskich tkanin i uszyte w polskich szwalniach.	Marka ubiera kobiety świadome własnej kobiecości a przez to również wartości i siły. W 1991 roku marka pojawiła się na polskim rynku wprowadzając nową jakość do rodzimego świata mody. Marka jest wierna klasycznemu włoskiemu stylowi oraz najwyższej jakości tkanin i wykonania.
Liczba salonów	
2019: 126 2020: 117	2019: 31 2020: 32
Powierzchnia salonów (m2)	
2019: 16 421 2020: 15 604	2019: 3 037 2020: 3 064
Średnia wielkość salonu (m2)	
2019: 130 2020: 133	2019: 98 2020: 96

SEGMENT JUBILERSKI

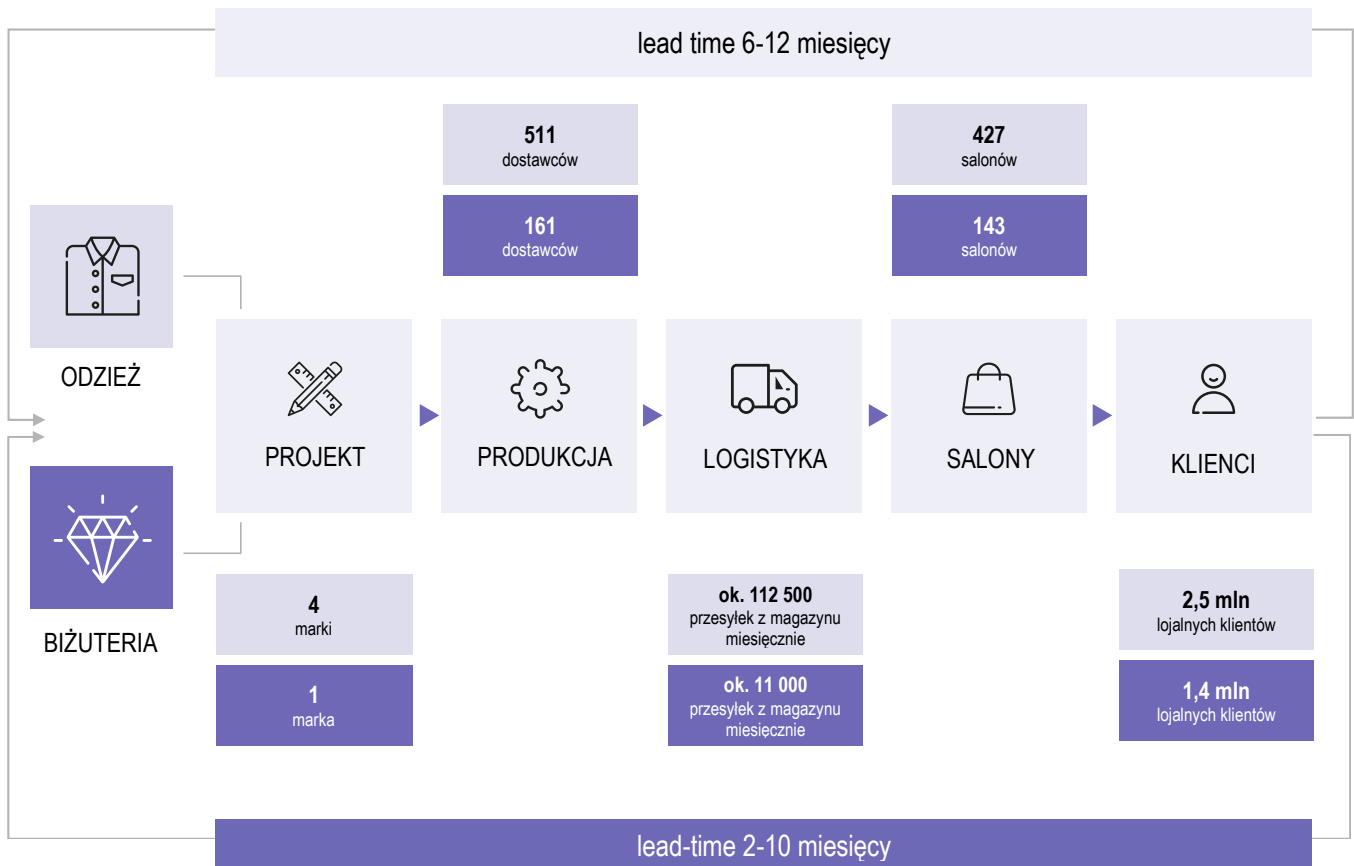
W.KRUK		
na najstarsza marka jubilerska w Polsce o rodowodzie sięgającym 1840 roku. Ekspert w dziedzinie brylantów, kamieni szlachetnych i wytwórstwa biżuterii. Oferuje zegarki najlepszych szwajcarskich producentów.		
		ZEGARKI
W.KRUK oferuje najwyższej jakości złotą i srebrną biżuterię, brylanty, kamienie 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, Patek Philippe (jako jedyny dystrybutor tej marki w Polsce), Cartier, Jaeger-LeCoultre, Hublot, Panerai, Chopard, Breitling, Girard-Perregaux, Omega, Tudor, Tag Heuer, Longines, Rado, Frédérique Constant, Tissot, Certina, Doxa, Gucci, Swatch i wielu innych.
Liczba salonów	Powierzchnia salonów (m2)	Średnia wielkość salonu (m2)
2019: 139 2020: 143	2019: 10 647 2020: 11 027	2019: 77 2020: 77

2.2. Łańcuch wartości

2.2.1. Opis łańcucha 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) wytworzenie produktów na bazie tych pomysłów, (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 6-12 miesięcy dla segmentu odzieżowego oraz 2-10 miesięcy dla segmentu jubilerskiego. W obu segmentach pandemia przyniosła zmiany w zakresie cyklu realizacji produktów, skracając go dla segmentu odzieżowego z 10-12 miesięcy, a dla segmentu

jubilerskiego wydłużając z pierwotnych 2-6 miesięcy. Najważniejszy jest klient, od którego łańcuch wartości się rozpoczyna (dla którego tworzone są projekty) i kończy w momencie dokonania zakupu odzieży i biżuterii.



Projekt

Spółka oraz spółki z Grupy Kapitałowej zatrudniają starannie dobrane zespoły specjalistów, których zadaniem jest tworzenie kolekcji odzieży i biżuterii chętnie noszonych przez świadomych i wymagających klientów oraz dbanie o wizerunek Spółki i Grupy i kreowanych przez nie 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, analizę asortymentu oraz 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 i kolorze. 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 Spółka i Grupa współpracują 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 2019 roku W.KRUK S.A. zaprezentował linię zapachów sygnowanych logo marki i dedykowanych dla kobiet i mężczyzn, które pozostawały częścią oferty w 2020 roku.

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 pozyskiwała dotychczas głównie na targach branżowych, które odbywają się w Europie, jak i na Dalekim Wschodzie oraz poprzez kontakty biznesowe partnerów handlowych. W roku 2020 ze względu na pandemię COVID-19, nawiązywanie nowych kontaktów odbywało się w zdecydowanej większości drogą mailową oraz w formie spotkań on-line. Nowi potencjalni dostawcy sprawdzani są pod kątem ich możliwości produkcyjnych, doświadczenia, standardów jakościowych i technologicznych, wymaganych certyfikatów, jak również kwestii cenowych i innych warunków handlowych. 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 przede wszystkim średnie i duże firmy, które zatrudniają od kilkuset do kilku tysięcy osób, ale także małe przedsiębiorstwa, w tym firmy rodzinne.

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 VRG S.A. Spółka nabywa asortyment uzupełniający: dzianiny, kurtki, spodnie, koszule, obuwie, krawaty, dodatki skórzane oraz inne akcesoria u sprawdzonych dostawców zewnętrznych, produkujących z własnych materiałów, w większości według jej projektów. Odzież i akcesoria kupowane przez VRG S.A. produkowane są w wielu krajach Europy, Azji oraz Afryki Północnej, w zależności od asortymentu i specyfiki danego produktu. W roku 2020 ze względu na pandemię COVID-19 zmniejszyła się sprzedaż, a co za tym idzie, również produkcja odzieży formalnej, która w dużej części jest realizowana w Polsce i innych krajach europejskich. Niemniej jednak Polska jest nadal najważniejszym rynkiem produkcyjnym i zakupowym, a spośród innych krajów europejskich, gdzie Spółka realizuje swoją produkcję należy wymienić Włochy, Portugalię, Hiszpanię, Turcję oraz Czechy. Wraz z rosnącą popularnością wyrobów typu casual i smart-casual, wytwarzanych głównie w Azji, wzrosła także liczba zamówień na tego typu produkty, w efekcie czego prawie połowa zakupów została zrealizowana na rynkach azjatyckich. W Azji Spółka korzysta głównie z dostawców z Chin, Bangladeszu, Kambodży, Myanmaru, Indii, a także rozwija sourcing na Mauritiusie i w Korei Południowej. Ważnym miejscem produkcji stają się kraje basenu Morza Śródziemnego, przede wszystkim Egipt, w mniejszym stopniu Tunezja. 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 Portugalii, Hiszpanii, Czech, Wielkiej Brytanii i Francji. Część tkanin Spółka kupuje w Chinach, w Indiach, oraz w Turcji, w mniejszym stopniu korzystając z dostawców tajlandzkich czy koreańskich (Korea Południowa). 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 Spółce w roku 2020 ok. 26% dostawców z obszaru produkcji to dostawcy, z którymi marki Vistula, Wólczanka i Bytom współpracują od ponad 10 lat, ok. 29% to dostawcy z historią współpracy 5-10 lat, a pozostałe 45% to dostawcy, z którymi pracujemy poniżej 5 lat. W Deni Cler sam proces produkcji przebiega podobnie. Inne są jednak kluczowe źródła zakupów – główne kraje produkcji odzieży i obuwia 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 obecnie około 300 tysięcy sztuk koszul rocznie. Zakład realizuje zamówienia zarówno dla marki Wólczanka i Vistula, jak i zagranicznych podmiotów w ramach eksportu przerobowego. W 2020 roku ze względu na sytuację pandemiczną zmianie uległa struktura produkcji zakładu. Popyt na koszule zmalał, ale zakład wykorzystał swoje zdolności produkcyjne do szycia masek ochronnych. Z tego względu udział koszul szytych dla VRG wzrósł z około 11% produkcji zakładu w 2019 roku do ok. 15% w 2020 roku.

Liczba dostawców kooperujących z VRG w 2020 roku zmniejszyła się znacząco r/r ze względu na: pandemię, która wymusiła poważne korekty zamówień i tym samym dostaw w 2020 roku, rezygnację z produkcji pod markami Vesari i Intermoda- dla tych marek Spółka pracowała z dedykowanymi dostawcami tkanin oraz zmianę sposobu współpracy ze szwalniami- zakładami produkcyjnymi. Zakupy surowców do produkcji zostały przesunięte na szwalnię, które są zobowiązane do ich realizacji bezpośrednio od producentów. Tym samym część naszych dostawców, obecnie fakturuje zakupy na zakłady produkcyjne zamiast na VRG S.A. Dodatkowo, w zakresie wyrobów gotowych, zmniejszenie liczby dostawców r/r w roku 2020 wynikało przede wszystkim z przyjętej strategii kumulacji zamówień u wybranych dostawców, w celu osiągnięcia lepszych cen i warunków płatności (dłuższych terminów płatności) czyli wygenerowania efektów synergii po fuzji z Bytom.

Segment jubilerski

Biżuteria wytwarzana jest przez sprawdzonych dostawców krajowych i zagranicznych, przy czym część biżuterii, w tym większość kolekcji autorskich, wytwarzana jest w Manufakturze W.KRUK w Komornikach pod Poznaniem oraz w innych polskich pracowniach. W.KRUK współpracuje ze sprawdzonymi dostawcami biżuterii, z których żaden nie przekracza poziomu istotności. W 2020 roku kluczowymi dostawcami byli jubilerzy z Polski, Włoch, Chin, Hong Kongu, Tajlandii, Hiszpanii, Turcji, Korei Południowej i Indii. W segmencie zegarków dostawcami są bezpośrednio właściciele, operatorzy lub polscy przedstawiciele operatorów poszczególnych marek. Wybór dostawcy biżuterii jest uzależniony od specyfiki towaru. Dostawcy najczęściej specjalizują się w produkcji konkretnego rodzaju biżuterii. Główny podział przebiega pomiędzy dostawcami produkującymi złoto lub srebro. Ponadto dostawcy W.KRUK wyspecjalizowani są w zależności od tego jakich kamieni używają do produkcji. Podział współpracy z dostawcami jest odmienny niż w segmencie odzieżowym. Na potrzeby obliczeń wzięci zostali zarówno dostawcy kamieni szlachetnych, biżuterii jak i gotowych produktów, których W.KRUK jest dystrybutorem tzw. external brands. Ok. 37% dostawców to dostawcy, z którymi W.KRUK współpracuje mniej niż 5 lat, ok. 34% to dostawcy, współpraca z którymi trwa między 5 a 10 lat, natomiast ok. 29% to firmy, z którymi W.KRUK współpracuje powyżej 10 lat. Wysoki udział dostawców ze stażem niższym niż 5 lat wynika ze strategii modyfikacji portfolio dostawców i dążenia do współpracy z dostawcami z nowymi możliwościami technicznymi oraz rosnący udział zakupów tzw. external brands.

W.KRUK zbiera oświadczenia od swoich dostawców biżuterii złotej i z kamieniami szlachetnymi, potwierdzające, że złoto i platyna oraz kamienie użyte w biżuterii są naturalne, pozyskane z legalnych źródeł. Ponadto, autentyczność komponentów potwierdzana jest również na etapie kontroli jakości przez rzeczoznawców W.KRUK. Spółka prowadzi też rejestr certyfikatów i podobnych dokumentów, jakimi dysponują kontrahenci i które gwarantują rzetelność oraz transparentność ich usług.

Logistyka

Logistyka Grupy Kapitałowej to proces dostawy produktów od producenta do centrów logistycznych/ magazynów centralnych a poprzez nie 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 transportem morskim, lotniczym, kolejowym i drogowym. Przyjmowany jest w magazynie centralnym zewnętrznego operatora logistycznego. Dla kanału sprzedażowego off-line towar jest kompletowany przez operatora logistycznego i wysyłany do salonów własnych i franczyzowych za jego pośrednictwem/jego transportem. W kanale on-line towar do klientów indywidualnych wysyłany jest za pośrednictwem firm kurierskich. Towar może także zostać zwrócony do magazynu z salonu lub może być przesuwany pomiędzy salonami wyłącznie za pośrednictwem firm kurierskich lub operatora logistycznego. 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. W 2018 roku w magazynie centralnym wdrożony został system automatyki kompletacji zamówień dla kanału off-line. W 2019 roku wdrożono automatykę do kontroli jakości towaru (rozumianej jako jego przydatności do sprzedaży) wycofywanego z kanału tradycyjnego, a docelowo kierowanego do kanału internetowego. W 2020 roku wdrożono automatyzację przyjęcia zwrotów od klientów on-line dla marki Wólczanka. Zoptymalizowano także poprzez poprawę procesów komplementacyjnych wysyłkę towarów zakupionych w sklepach internetowych marek, dzięki czemu znacznie skrócono czas dostawy zamówień e-commerce do klientów a także przyspieszono i zwiększono dostępność produktów w e-sklepach. W Deni Cler Milano dostawy do salonów realizowane są własnym transportem.

Segment jubilerski

W segmencie jubilerskim towar od dostawców po sprawdzeniu przyjmowany jest do własnego magazynu biżuterii i zegarków. Towar następnie przesyłany jest w części wymaganej (od 1g w złocie i platynie oraz 5g w srebrze) do Urzędu Probierczego w celu potwierdzenia deklarowanej jakości biżuterii (kompozycji metali szlachetnych), następnie po ocechowaniu odbierany jest z Urzędu Probierczego. Po odbiorze produktów następuje szczegółowa kontrola jakości przez certyfikowanych rzeczoznawców. 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. Od 2020 roku wszystkie produkty są dostępne do sprzedaży on-line już w momencie potwierdzenia kontroli jakościowej w magazynie centralnym. Dla kanału sprzedaży on-line, towar wydawany jest z magazynu centralnego oraz magazynu sklepu 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 (głównie poprzez monobrandowe e-sklepy poszczególnych marek). Grupa Kapitałowa posiada sieć salonów stacjonarnych własnych jak i franczyzowych. Sklepy firmowe poszczególnych marek 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.

W 2020 roku ze względu na pandemię COVID-19 i związany z nią lock-down i czasowe zamknięcia salonów stacjonarnych, Spółka i Grupa Kapitałowa koncentrowały się na optymalizacji sieci sprzedaży i zamykaniu nierentownych placówek. Marki zarówno Spółki jak i Grupy Kapitałowej posiadają zarówno własne jak i franczyzowe salony. Dodatkowo, dla marki Deni Cler Milano rozwijany był concept shop-in-shop (odzież marki dostępna jest w wybranych sklepach multibrandowych). Mimo zamknięć, w 2020 roku miały miejsce selektywne otwarcia salonów, w szczególności marki W.KRUK. W rezultacie, Grupa Kapitałowa kolejny rok z rzędu poszerzyła liczbę miast, w których znajdują się salony. Grupa stawia na długoterminowe relacje ze sprawdzonymi partnerami, których pozyskuje na targach franczyzowych, przy pomocy własnych kontaktów oraz zgłoszeń, które trafiają do Spółki i Grupy poprzez stronę internetową. Franczyzobiorcy prowadzą salony w imieniu spółek z Grupy, za co otrzymują wynagrodzenie prowizyjne. Podążając za posiadanymi procedurami i wytycznymi, Spółka i Grupa upewniają się,

iż wszystkie salony franczyzowe (mimo iż nie są prowadzone bezpośrednio przez nią) spełniają wyznaczone standardy. W rezultacie dynamicznego rozwoju sieci detalicznej, liczba miast, w których znajdują się salony Grupy wzrosła z 104 w 2019 roku do 106 w 2020 roku. Na koniec 2020 roku, sieć Grupy Kapitałowej obejmowała 570 salonów (w porównaniu do 590 na koniec 2019 roku). Powierzchnia Grupy Kapitałowej wyniosła 53 048 m² (w porównaniu do 54 378 m² na koniec 2019 roku, spadek o 2% r/r).

Umowy najmu negocjowane są przez dział inwestycji, 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 pół roku, 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 2020 na poziomie Grupy Kapitałowej to 6,15 lata w porównaniu do 5,2 w 2019 roku (dla salonów własnych). Na poziomie VRG S.A. analogiczne wielkości wynoszą 6,0 dla 2020 roku i 5,0 dla 2019. Wzrosty te wynikają z negocjacji prowadzonych w 2020 roku jak również z ustawy antykrzysowej z marca 2020 roku, w ramach której zwolnienie z czynszów za okres pandemii obowiązywało w zamian za przedłużenie umów czynszowych.

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

Udział powierzchni franczyzowej	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	19%	21%
Segment odzieżowy	22%	24%
Segment jubilerski	8%	10%
VRG S.A.	22%	24%

Udział internetu w sprzedaży	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	13,6%	24,3%
Segment odzieżowy	17,0%	31,9%
Segment jubilerski	7,4%	13,4%
VRG S.A.	17,6%	33,8%

Klienci

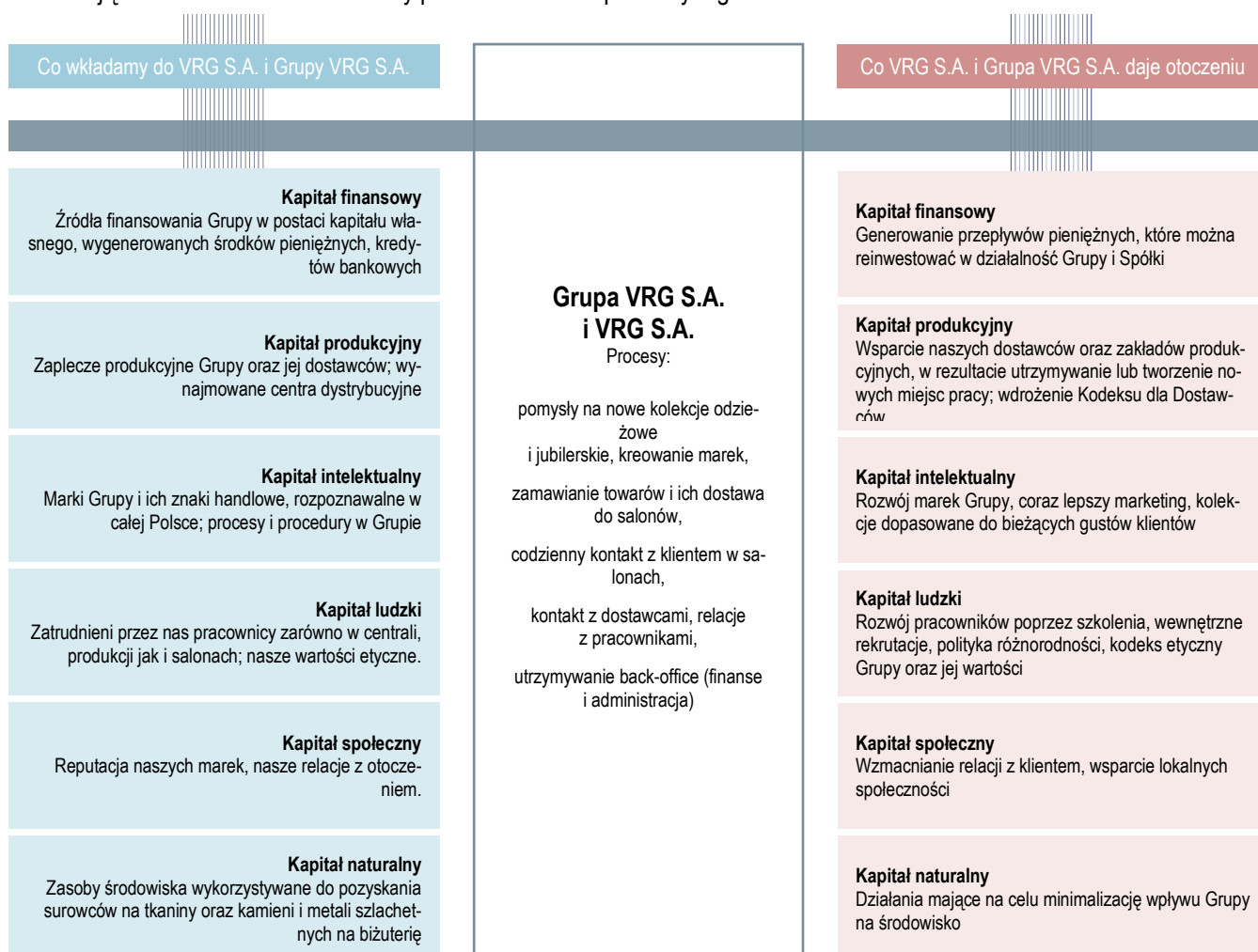
Klienci to najważniejszy element łańcucha wartości. Są to osoby, które identyfikują się z markami posiadanymi przez Grupę Kapitałową, które odwiedzają salony oraz sklepy internetowe tych marek oraz kupują i korzystają z produktów oferowanych przez te marki. Ze względu na korzystne pozycjonowanie marek oraz umiejętny marketing, Grupa Kapitałowa każdorocznie konsekwentnie notowała znaczące wzrosty zainteresowania klientów jej markami do momentu wystąpienia pandemii. W 2020 roku z uwagi na pandemię COVID-19 salony Grupy Kapitałowej odwiedziło około 13,9 mln osób. Patrząc bez uwzględnienia marki Bytom, w której w 2019 roku miała miejsce wymiana liczników wizyt w salonach, nastąpił 41% r/r spadek. Część z klientów przeniosło się do kanału on-line, co spowodowało dynamiczny rozwój sprzedaży w tym kanale, część bała się wrócić do centrów handlowych lub zmniejszyło skalę zakupów.

Atrakcyjność marek w oczach klientów zwiększają również dobrze sprofilowane programy lojalnościowe. Do września 2020 roku marki Vistula i Wólczanka posiadały wspólny program lojalnościowy The Men's World Club. Obecnie

programy zostały rozdzielone. Program lojalnościowy marki Vistula nazywa się VISTULA Community Club, a program lojalnościowy Wólczanka nazywa się „My Wólczanka”. Przystępując do każdego z tych programów klient rejestruje się poprzez aplikację mobilną Vistula lub Wólczanka, dzięki której może zbierać punkty oraz wymieniać je na rabaty przy zakupach w salonach tych marek. Lojalni klienci otrzymują pierwszeństwo korzystania z wyprzedaży, specjalne akcje promocyjne i rabatowe oraz bieżącą informację o kolekcjach. Na koniec 2020 roku łącznie programy marek Vistula i Wólczanka posiadały ok. 1,76 mln uczestników, co dało wzrost o 5% r/r. Marka Bytom posiada dedykowany program lojalnościowy Bytom Klub, w którym na koniec 2020 roku zarejestrowanych było ok. 0,7 mln lojalnych klientów (wzrost o 5% r/r). Osobny program lojalnościowy posiada marka Deni Cler Milano. Deni Club oferuje rabaty i prezenty jak również dostęp do unikatowej oferty produktów i usług przeznaczonych dla uczestniczek. Program marki zgromadził ok. 48 tys. uczestniczek, 5% więcej r/r na koniec 2020 roku. Popularnością cieszy się też program lojalnościowy marki W.KRUK – Klub Dla Przyjaciół W.KRUK. Na koniec 2020 roku posiadał on ponad 1,37 mln uczestników, co dało wzrost o 4% 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 3,88 mln osób na koniec 2020 roku, wzrost o 5% r/r.

2.2.2. Zależności i wykorzystanie kapitałów

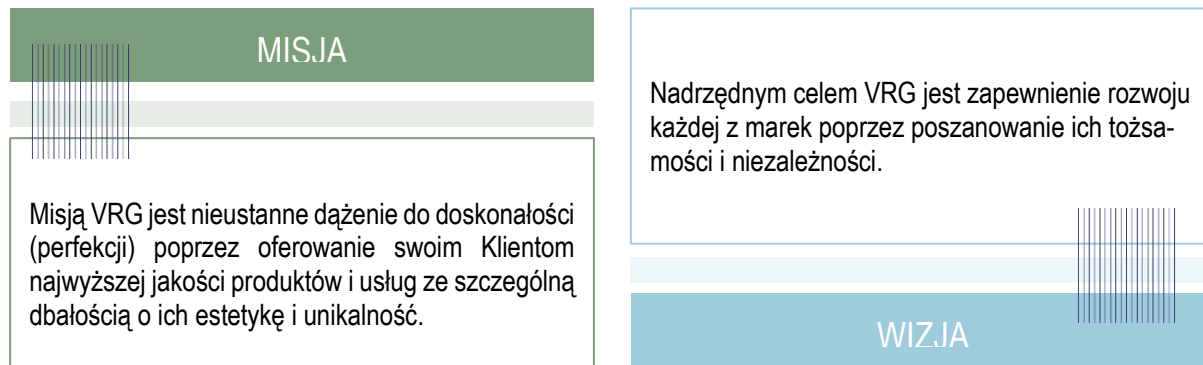
W swoim łańcuchu wartości zarówno Spółka jak i Grupa korzystają z wielu rodzajów kapitałów oraz na nie wpływają. Kluczowe zależności zostały przedstawione na poniższym grafie.



2.3. Strategia Grupy Kapitałowej i jej wyniki

2.3.1. Misja i Wizja Grupy Kapitałowej

Wyznacznikami działania Grupy Kapitałowej są jej misja, wizja i strategia. Misja to uniwersalny cel naszych działań, określający sens istnienia i aktywności Grupy Kapitałowej. Wizja jest wyobrażeniem naszych dążeń i motywuje nas do działania na rzecz jej realizacji.



2.3.2. Strategia Grupy Kapitałowej

Strategia jest planem, przybliżającym nas do realizacji wizji. 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) 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 w średnim-terminie kontynuować rozwój powierzchni handlowej w kraju poprzez pozyskiwanie nowych lokalizacji na salony własne oraz franczyzowe najważniejszych marek. Będzie to możliwe po ustabilizowaniu sytuacji związanej z koronawirusem. Niezmiennym celem Grupy Kapitałowej jest bycie jak największym beneficjentem popularyzacji zakupów przez internet. Celem Grupy Kapitałowej pozostaje też utrzymanie dyscypliny kosztowej w obu segmentach (a w krótkim terminie minimalizacja kosztów stałych).

CELEM GRUPY JEST BUDOWA DOMU MAREK

HOUSE OF BRANDS

STRATEGICZNY CEL:

zebranie pod swoim szyldem wielu pokrewnych marek, które są mocne na lokalnych rynkach.

NAJWAŻNIEJSZA PRZEWAGA STRATEGII:

przeniesienie strategii realizowanej z sukcesem w Polsce na rynki zagraniczne, wykorzystując siłę lokalnych marek oraz wspólnych synergii.

Jednocześnie, zgodnie z wizją Grupy Kapitałowej, po zakończeniu pandemii Zarząd planuje powrócić do realizacji strategii Domu Marek (ang. House of Brands). Celem jest uzyskanie, również poprzez przejęcia, portfela marek, które byłyby silne na lokalnych dla siebie rynkach. Strategia ta pozwoliłaby na przyśpieszenie wzrostu Grupy Kapitałowej, umożliwiła jej dywersyfikację poprzez wyjście poza Polskę oraz realizację synergii z nowymi podmiotami. 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 nieżywnościowej sprzedaży detalicznej.

Realizacją tej strategii było z sukcesem przeprowadzone połączenie z Bytom S.A., które zakończyło się 30 listopada 2018 roku. W jego wyniku powstała Grupa Kapitałowa VRG S.A., posiadająca pięć marek o mocnej pozycji na polskim rynku odzieżowym. Zadaniem dla Zarządu na 2021 rok jest utrzymanie bezpiecznej pozycji płynnościowej Spółki i Grupy w obliczu kontynuacji zawirowań spowodowanych epidemią koronawirusa oraz dalsze dostosowanie modelu biznesowego do zmieniającego się otoczenia.

Istotnym wyróżnikiem działań Grupy Kapitałowej pozostanie łączenie tradycji z nowoczesnością we wszystkich swoich markach. W modzie męskiej oznacza to współczesną wizję krawiectwa, w modzie damskiej przywiązanie do klasyki w nowoczesnym wydaniu, a w jubilerstwie zachowanie tradycji rzemieślniczej w połączeniu z innowacyjnymi technologiami wytwórcstwa.



2.3.3. Strategia Zrównoważonego Rozwoju Grupy Kapitałowej

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom swoich interesariuszy, Zarząd Grupy VRG w 2020 roku przyjął Strategię Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-2022. Ta trzyletnia strategia jest pierwszą taką strategią stworzoną przez Grupę Kapitałową VRG S.A. Jej celem jest zasygnalizowanie ważności kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem zarówno interesariuszom zewnętrznym jak i wewnętrznym. Zarówno dla Grupy jak i Spółki istotnym jest, aby przyszłe pokolenia, które będą reprezentować zarówno jej klientów, pracowników jak i dostawców mogły realizować swoje marzenia, cele i potrzeby. Strategia ta nie jest strategią środowiskową ani klimatyczną. Grupa i Spółka kontynuowały zbieranie danych oraz działania, które pozwolą w przyszłości sformułować taką strategię.

Pierwszy rok obowiązywania Strategii zbiegł się z pandemią COVID-19, która odcisnęła swoje piętno na realizacji części z zawartych w niej celów. Oszacowanie skali zaawansowania realizacji Strategii dla poszczególnych jej punktów znajduje się na grafach poniżej. W odniesieniu do kwestii związanych z produktami należy podkreślić, że gros naszych wyrobów z segmentu odzieży wytworzone jest z surowców naturalnych (m.in. wełna, bawełna, len, jedwab, wiskoza), a nie sztucznych czy syntetycznych surowców, więc podlegają one łatwiejszej biodegradacji, jak i recyklingowi. W naszych kolekcjach wprowadzamy stopniowo nowoczesne i ekologiczne tkaniny i inne surowce. Stałe kolekcje ekologiczne dostępne są w marce Vistula, a od kolekcji Wiosna/Lato 2021 będą dostępne w marce Wólczanka i Deni Cler Milano. Marka jubilerska W.KRUK wykorzystuje diamenty wytworzone w laboratoriach, nowoczesną alternatywę dla diamentów wydobywanych z płaszcza ziemi (metodą tradycyjną). W pierwszym roku realizacji Strategii dokonał się też postęp w uzyskiwaniu podpisanych oświadczeń o spełnianiu Kodeksu dla Dostawców przez kontrahentów Spółki. W odniesieniu do VRG już 53% dostawców tkanin i produktów podpisało Kodeks. Odpowiadają oni za ponad 70% zakupów wartościowo. Wdrożenie Kodeksu będzie też postępować wśród spółek zależnych VRG.

Od marca 2020 w znacznej części pracownicy pracowali w ramach pracy zdalnej – w biurze fizycznie pojawiali się w większości tylko ci pracownicy, których obowiązki nie mogły być realizowane w warunkach domowych. W niektórych działach praca została podzielona na dyżury polegające na przeplataniu tygodnia pracy zdalnej i tygodnia pracy w biurze. Osoby w poszczególnych grupach nie miały ze sobą kontaktu, aby zmniejszyć prawdopodobieństwo zakażenia się

W 2020 roku kontynuowane były prace dotyczące zmniejszania wpływu na środowisko w kluczowych miejscach, w których Grupa posiada swoje operacje (szczegóły przedstawione są w sekcji poświęconej wpływowi na środowisko i klimat). Działania dotyczące promocji ekologicznych postaw wśród pracowników często jednak zostały zastąpione promocją działań pro-zdrowotnych ze względu na panującą pandemię. Zmianom uległo też podejście do salonów w centrach handlowych – zamiast otwarć, w segmencie odzieżowym prowadzone były zamknięcia. Kwestie restrukturyzacji sieci były więc priorytetem.

Product
Nasze produkty

Chcemy, aby nasze produkty były bezpieczne, ekologiczne i etyczne.
Promujemy odpowiedzialną konsumpcję.

Stałe linie ekologiczne w ofercie wszystkich marek.



Nacisk na wykorzystanie nowoczesnych i ekologicznych tkanin lub surowców, stanowiących minimum 10% kolekcji.



Wdrożenie Kodeksu dla Dostawców i mocniejsza kontrola nad łańcuchem dostaw (100% dostawców zgodnych z naszym Kodeksem). Nacisk na kwestie ekologiczne.



People
Nasi pracownicy

Chcemy zapewniać naszym pracownikom jak najlepsze miejsce,
w którym mogą się rozwijać.

Więcej możliwości szkoleń dla pracowników, w szczególności z zakresu odpowiedzialnego projektowania i etyki.



Większa elastyczność pracy, łatwiejsza możliwość pracy zdalnej.



Nowe perspektywy dla młodych osób – szersza współpraca z uczelniami wyższymi i zawodowymi.



Places
Nasza przestrzeń

Chcemy, aby nasze salony były coraz bardziej ekologiczne a nasze
działania miały korzystny wpływ na lokalną społeczność.

Wprowadzenie nowych bardziej ekologicznych konceptów salonów wszystkich marek.



Promocja ekologicznych postaw wśród pracowników.



Zmniejszanie wpływu na środowisko w kluczowych miejscach grupy (Kraków, Poznań, Warszawa, Ostrowiec Świętokrzyski).



zaawansowana



średnio-zaawansowana



początek wdrażania

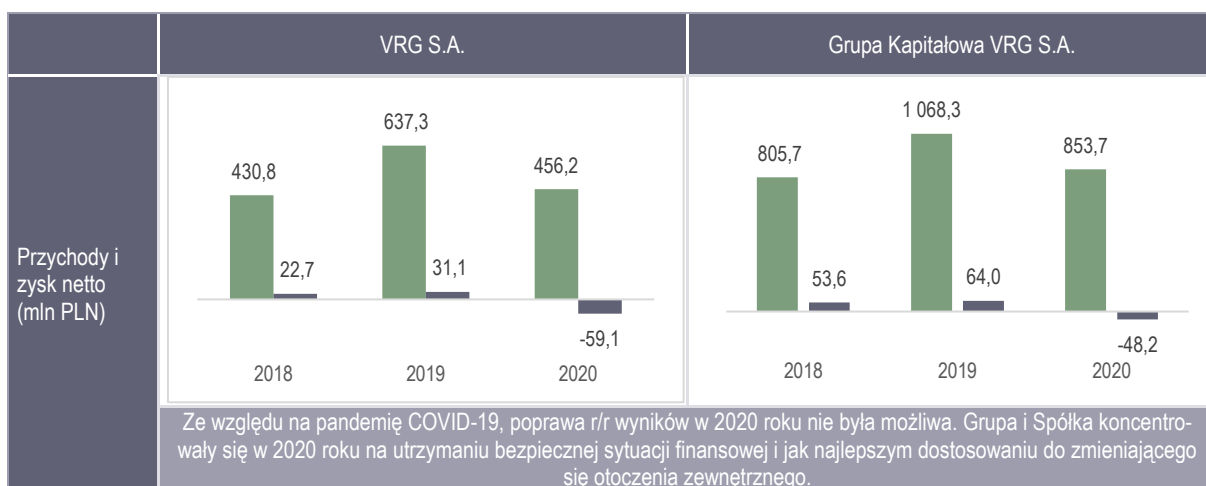
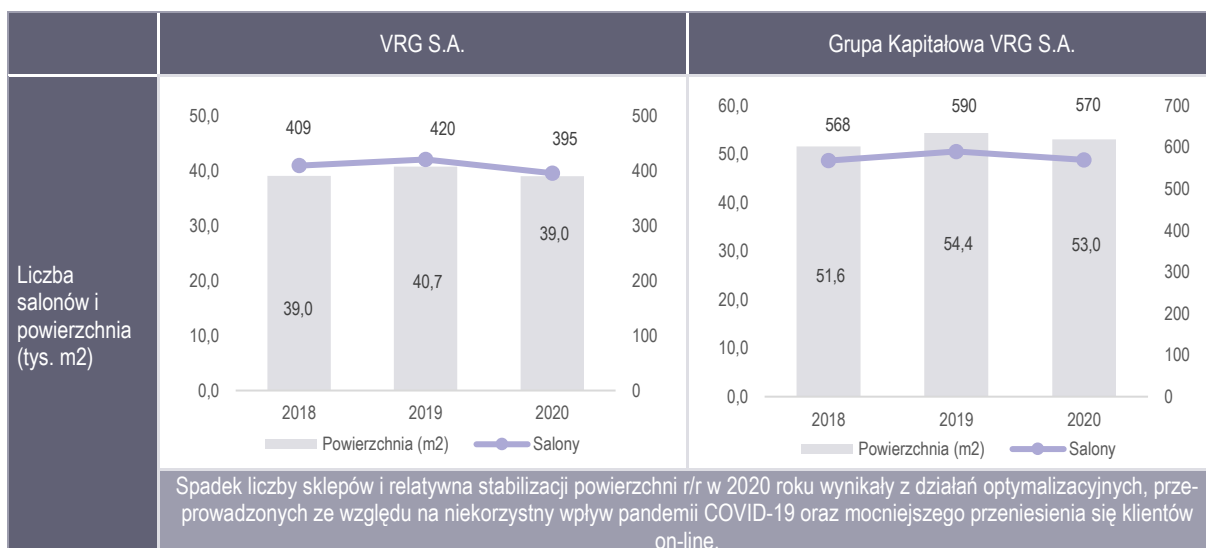
2.3.4. Cele zrównoważonego rozwoju ONZ

Choć kluczowa działalność operacyjna VRG S.A. i Grupy Kapitałowej VRG S.A ograniczała się w 2019 i 2020 roku do Polski, Zarząd nie pozostaje obojętny na globalne wyzwania dotyczące zrównoważonego rozwoju. Swoimi działaniami opisanymi w niniejszym Sprawozdaniu Grupa Kapitałowa VRG S.A. i VRG S.A. przyczyniają się do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ na lata 2015-2030. Realizacja Strategii Zrównoważonego Rozwoju Grupy Kapitałowej powinna się dodatkowo przyczynić do wsparcia poniżej opisanych celów ONZ.

Cel zrównoważonego rozwoju ONZ	Działania Grupy Kapitałowej VRG S.A. i VRG S.A.
 <p>4 DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wsparcie dla programów edukacyjnych związanych z zawodem konstruktora odzieży. 2. Uczestnictwo pracowników Spółki w szkolnictwie wyższym. 3. Organizacja na terenie Spółki warsztatów tematycznych z zakresu odzieżownictwa dla uczniów i studentów.
 <p>8 WZROST GOSPODARCZY I GODNA PRACA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wsparcie wzrostu gospodarczego w kraju poprzez wszechstronną działalność (od produkcji po sprzedaż, posiadanie sieci salonów w całym kraju, e-sklepy wszystkich marek). 2. Nacisk na uczciwe i godne traktowanie pracowników podwykonawców (wdrażanie Kodeksu Postępowania dla Dostawców i Kontrahentów). 3. Korzystne warunki zatrudnienia w całej Grupie, mimo pandemii.
 <p>9 INNOWACYJNOŚĆ, PRZEMYSŁ, INFRASTRUKTURA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wykorzystanie najnowszych metod produkcji, zarówno w kraju jak i u zagranicznych podwykonawców. 2. Oferta dla klientów zawierająca innowacyjne rozwiązania, zarówno materiałowe w sektorze odzieżowym, jak i kruszcowe w segmencie jubilerskim (np. diamenty wytworzone w laboratoriach).
 <p>12 ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocja odpowiedzialnej konsumpcji – sprzedaż jakościowej odzieży i biżuterii na lata. 2. Ekologiczne materiały i kolekcje w ofercie większości marek. 3. Żadna z marek nie wykorzystuje futer od sezonu Wiosna/Lato 2020.
 <p>13 DZIAŁANIA W DZIEDZINIE KLIMATU</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oświetlenie led w coraz większej liczbie salonów. 2. Umowy na salony własne z klauzulą środowiskową. 3. Zmiana lokalizacji na bardziej ekologiczne (Manufaktura W.KRUK, magazyn e-commerce W.KRUK).

2.3.5. Wyniki finansowe Grupy i Spółki

Wyniki finansowe 2019 roku i kilku wcześniejszych lat pokazują, iż obrana przez Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej strategia była słuszna. Rok 2020 przyniósł wiele wyzwań zewnętrznych. Zarówno Spółka jak i Grupa Kapitałowa zachowały stabilną i bezpieczną sytuację płynnościową. Administracyjne wielotygodniowe zamknięcie salonów w centrach handlowych uniemożliwiło uzyskanie rosnących wyników r/r.



2.4. Nagrody i wyróżnienia

Marki Grupy Kapitałowej uzyskały szereg nagród i wyróżnień konsumentów. Poniżej zaprezentowano wybrane z nich dotyczące lat 2019 i 2020:

- W 2019 roku marka Vistula otrzymała nagrodę Doskonałość Mody Twojego Stylu za projekt „Vistula z pasją”.
- W 2019 roku marka Vistula otrzymała nagrodę Doskonałość Mody Twojego Stylu za kolekcję Vistula oraz Prosto.
- W 2020 roku marka Wólczanka zajęła III miejsce w Plebiscybie Top Avanti 2019 w kategorii Odzież za limitowaną Kolekcję inspirowaną Japonią - Wyróżnienie w konkursie Super Produkt Świata Kobiety 2019 w kategorii Odzież.
- W 2019 roku marka Wólczanka zajęła III miejsce w Plebiscybie Top Avanti za kolekcję damską.
- Za 2020 marka Deni Cler otrzymała tytuł Doskonałość Mody miesięcznika Twój Styl w kategorii Zagraniczna marka ekskluzywna za kolekcję Modern Art Jesień/Zima 2020/21.
- W 2020 roku marka W.KRUK otrzymała nagrodę Doskonałość Mody Twojego Stylu 2020 w kategorii biżuteria premium za kolekcję jubileuszową „BLASK”.
- W 2019 roku Doskonałość Roku Twojego Stylu 2019 dla wody perfumowanej W.KRUK BLACK.

- W 2019 roku W.KRUK odebrał nagrodę Doskonałość Mody Twojego Stylu 2019 dla marki Chopard (jako dystrybutor marki).
- W 2019 roku W.KRUK otrzymał nagrodę Top Avanti 2019 w kategorii biżuteria za kolekcję OHELO.

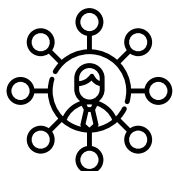
2.5. Organizacje i stowarzyszenia

Grupa Kapitałowa VRG S.A. poprzez spółkę matkę jest członkiem i wspiera działania kilku znaczących organizacji i stowarzyszeń. Są to:

- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych (SEG) to organizacja działająca od 1993, dbająca o rozwój polskiego rynku kapitałowego oraz reprezentująca interesy spółek giełdowych notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Będąc organizacją ekspercką, SEG zmierza do szerzenia i wymiany wiedzy umożliwiającej rozwój rynku kapitałowego i nowoczesnej gospodarki rynkowej w Polsce.
- PIOT – Związek Pracodawców Przemysłu Odzieżowego i Tekstylnego jest organizacją mającą ponad 70-letnią tradycję w pracy na rzecz rozwoju przemysłu odzieżowego i tekstylnego, zrzeszającą szereg firm z branży. PIOT prowadzi aktywną działalność w obszarze międzynarodowym i krajowym, kreując pozytywny wizerunek polskiego sektora oraz stwarzając możliwości do wzrostu konkurencyjności zarówno na rynku lokalnym jak i zagranicznym. Związek reprezentuje polskich producentów wobec instytucji publicznych i rządowych w kraju oraz organizacji międzynarodowych takich jak EURATEX (Europejska Konfederacja Przemysłu Tekstylnego i Odzieżowego) w Brukseli, czy Europejska Platforma Technologiczna. PIOT współpracuje również z Instytutami Naukowymi i Badawczymi związanymi z branżą odzieżowo-tekstylną m.in. w zakresie projektów badań i rozwoju. Wspiera także wiele innych działań międzynarodowych jako lider lub partner.
- Izba Bawełny w Gdyni - związana z przemysłem bawełniarskim od 1935 roku Izba Bawełny w Gdyni jest międzynarodowym zrzeszeniem o charakterze zawodowym, typu non-profit, nie prowadzącym działalności handlowej, którego członkami jest prawie 100 firm i organizacji z 11 krajów z całego świata. Misją Izby Bawełny w Gdyni jest kreowanie silnego ekonomicznie i organizacyjnie sektora bawełniarskiego w Polsce i na arenie międzynarodowej poprzez wspieranie działań swoich członków oraz instytucji, władz i organizacji zainteresowanych bawełną i innymi włóknami.
- Izba Przemysłowo-Handlowa w Krakowie, która reprezentuje interesy gospodarcze firm członkowskich, wobec administracji publicznej i organów Unii Europejskiej oraz wspiera je w podnoszeniu ich konkurencyjności, innowacyjności i promocji działalności gospodarczej w kraju i za granicą.
- Związek Polskich Pracodawców Handlu i Usług – związek polskich firm z sektora detalicznego powołany w 2020 roku w związku z negatywnym wpływem epidemii koronawirusa na wyniki polskich marek odzieżowych, obuwniczych i akcesoryjnych. Celem jest wspólne podejmowanie działań, które wspomogą te spółki w trudnym dla nich okresie zamknięcia centrów handlowych. Związek wystosował swoje postulaty dotyczące wsparcia ze strony Państwa do organów administracji państwowej.

3. Ład korporacyjny

VRG S.A. i Grupa Kapitałowa VRG 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 Spółek Notowanych na GPW 2016*.



▶
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 5-7 członków
- kadencja trwa 3 lata
- sprawuje nadzór nad działalnością Spółki i Grupy,
- powołuje Zarząd i zatwierdza wybrane najważniejsze decyzje
- posiedzenie odbywa się min raz na kwartał
- niezależni członkowie tworzą 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

Ipopema TFI	21,34%	Jerzy Mazgaj, Przewodniczący Rady Nadzorczej	Andrzej Jaworski Prezes Zarządu
PZU OFE i DFE	15,37%	Piotr Kaczmarek	Radosław Jakociuk Wiceprezes Zarządu
NN OFE i DFE	13,97%	Mateusz Kolański	Michał Zimnicki Wiceprezes Zarządu
Jerzy Mazgaj z podmiotem powiązanym	9,58%	Jan Pilch	Ernest Podgórski Członek Zarządu
Forum TFI	7,54%	Piotr Stępiak	Olga Lipińska-Długosz Członek Zarządu
Free-float	32,2%	Wacław Szary	
		Andrzej Szumański	

2 Komitety w Radzie Nadzorczej

57% Rady Nadzorczej to członkowie niezależni

Do Zarządu VRG S.A. raportuje 16 dyrektorów, z których 8 to kobiety.

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 – najwięksi akcjonariusze będący funduszami zarządzanymi przez Ipopema TFI przekraczają 21% głosów na Walnym Zgromadzeniu, a pięciu znaczących akcjonariuszy posiada łącznie 67,80% 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 7 członków a jej kadencja trwa 3 lata. Rada Nadzorcza VRG S.A. liczy 7 osób, zgodnie z decyzją NWZA z dnia 31 października 2018 roku, które zwiększyło skład Rady bieżącej kadencji ze względu na połączenie ze spółką Bytom S.A. Ze względu na znaczący udział inwestorów finansowych, 4 z 7 członków Rady Nadzorczej to członkowie niezależni. Rada Nadzorcza jest zróżnicowana pod kątem doświadczeń zawodowych jej przedstawicieli. 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. Od czerwca 2019 roku w ramach Rady Nadzorczej działa również Komitet Nominacji i Wynagrodzeń. Rada Nadzorcza wybiera 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 ewentualne wynagrodzenie zmienne (premie) uzależnione od wyników Grupy Kapitałowej i realizacji jej strategii rozwojowej i celów społecznych) oraz z wynagrodzenia w formie warrantów subskrypcyjnych uprawniających do objęcia akcji VRG S.A. w ramach programu motywacyjnego (opartego o wyniki Grupy Kapitałowej oraz kurs akcji), co uspołnia cel Zarządu z celem akcjonariuszy jakim jest budowanie wartości. Zasady regulujące wysokość stałych wynagrodzeń, wynagrodzeń zmiennych (premie) i innych świadczeń dla członków Zarządu Spółki określone zostały w Polityce wynagrodzeń dla członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej VRG S.A. przyjętej przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 29 czerwca 2020 r., zmienionej uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 17 marca 2021 roku.

P – Przewodniczący

	Jerzy Mazgaj (P)	Piotr Kaczmarek	Mateusz Kolański
Niezależny		✓	
Komitet Audytu		✓	
Komitet Nominacji i Wynagrodzeń	✓ (P)		✓

	Jan Pilch	Piotr Stępiak	Wacław Szary	Andrzej Szumański
Niezależny		✓	✓	✓
Komitet Audytu	✓	✓	✓ (P)	
Komitet Nominacji i Wynagrodzeń	✓	✓		✓

4. Interesariusze

Analiza interesariuszy na potrzeby Sprawozdania na temat Informacji Niefinansowych za 2020 rok wykazała, iż grupy interesariuszy nie uległy zmianie w stosunku do poprzednich lat. Zarząd przeprowadził analizę 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 potwierdzono, iż wyodrębnione w poprzednich latach siedem najważniejszych grup interesariuszy jest aktualne. Są nimi: (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.

Choć kluczowe grupy interesariuszy nie uległy zmianie, pandemia COVID-19 zmieniła sposób kontaktu z większością z nich, od bezpośredniego do kontaktu on-line. Jako że wpływ pandemii pozostaje znaczący na każdy element życia codziennego i biznesowego, Zarząd zdecydował o ponowieniu badania interesariuszy. Pierwsze badanie miało miejsce na potrzeby Oświadczenia Niefinansowego 2017, a następnie zostało rozszerzone o interesariuszy Bytom po połączeniu Vistuli Group i Bytom na potrzeby Oświadczenia Niefinansowego za 2018 rok. Łącznie w ankietach wzięło wtedy udział 353 interesariuszy.

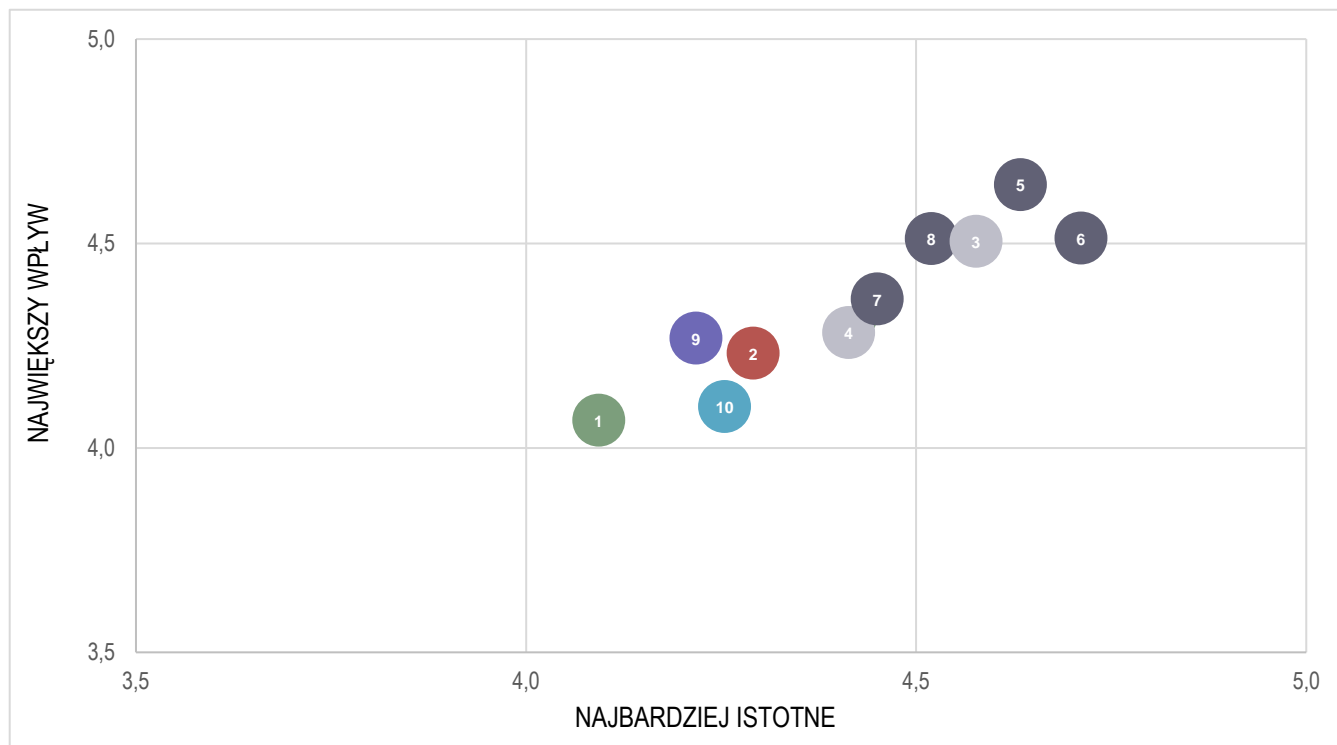
Aktualizacja badania interesariuszy była przeprowadzona między 3 lutego 2021 roku a 1 marca 2021 roku i ze względu na panujące warunki odbyła się poprzez publicznie dostępną na stronach VRG S.A. ankietę on-line (w polskiej i angielskiej wersji językowej). Dodatkowo, uwzględniając obowiązujące przepisy prawa, prośba o wypełnienie ankiet została wysłana do większości zidentyfikowanych grup interesariuszy. Ankieta przeprowadzona w 2021 roku zorientowana była na sześciu kluczowych obszarach tj.: 1) kwestie środowiskowe i klimatyczne, 2) kwestie związane z produktami i tzw. customer experience, 3) kwestie pracownicze i społeczne, 4) kwestie prawne i etyczne, 5) kwestie finansowe i zarządzanie ryzykiem oraz 6) kwestie związane z lokalną społecznością. W każdym z tych obszarów zostały wybrane kluczowe elementy, w stosunku do których interesariusze mogli wypowiedzieć się w skali od 0 (zero, najmniej) do 5 (pięć, najwięcej) jak bardzo to tematy są dla nich istotne, a poprzez to powinny być przedmiotem raportowania, oraz jaki będą miały one wpływ na Grupę VRG S.A. w trzy-letniej perspektywie. Łącznie w ankiecie wzięło udział 639 interesariuszy.



Tabela interesariuszy VRG S.A. i Grupy Kapitałowej VRG S.A.

	Kim są?	Dlaczego są dla nas ważni?	Jak się angażujemy?
Akcjonariusze i instytucje finansujące	Grono akcjonariuszy to zróżnicowana grupa, w której znajdują się osoby prywatne, inwestorzy instytucjonalni (fundusze TFI i OFE), analitycy giełdowi oraz inwestorzy indywidualni. Instytucje finansujące to głównie banki.	Akcjonariusze to właściciele Spółki, a dzięki instytucjom finansującym Grupa posiada środki na rozwój. Analitycy giełdowi wyceniają akcje Spółki, wydają raporty i rekomendacje, które wspomagają podejmowanie decyzji inwestycyjnych.	Priorytetem Zarządu jest budowanie wartości – ten nadrzędny cel przyswiewca decyzjom 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 lub wideokonferencjach wynikowych lub poświęconych spółkom giełdowym. Zarząd prowadzi też otwarty dialog z instytucjami kredytującymi.
Dostawcy	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.	Dostawcy są ważną częścią łańcucha wartości. To oni dostarczają towary i produkty, które sprzedawane są w salonach i e-sklepach marek Grupy Kapitałowej.	Grupa kładzie nacisk na długoterminowe relacje z dostawcami, oparte na wzajemnym szacunku oraz zaufaniu. Wychoząc 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 pozostał relatywnie stabilny (47 dni w 2020 roku; 49 za 2019 rok), mimo pandemii.
Klienci	Osoby, które identyfikują się z markami Grupy, odwiedzają salony oraz sklepy internetowe tych marek oraz kupują i korzystają z produktów oferowanych przez marki.	Zrozumienie i spełnianie potrzeb klientów to priorytet Grupy. To dla klientów pracownicy Grupy tworzą kolekcje, otwierają salony, to oni są najważniejszym elementem łańcucha wartości. To na ich satysfakcji koncentrują się wysiłki Grupy.	Celem Grupy jest jak najlepszy <i>customer experience</i> . Marki Vistula, Wólczanka i Bytom 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.
Partnerzy biznesowi	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.	Dzięki partnerom biznesowym Grupa może dotrzeć do swoich klientów i zaoferować im produkty w salonach stacjonarnych i internetowych.	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 lub renegeguje zmiany/ zamknięcia w posiadanych lokalizacjach ze względu na proces optymalizacji powierzchni, w szczególności w segmencie odzieżowym. Silna pozycja marek pozwala Grupie również na pozyskiwanie nowych franczyzobiorców, dzięki którym Grupa może rozwijać sieć, otwierać salony w nowych mniejszych miastach. Grupa stawia również na partnerskie relacje z operatorami logistycznymi, którzy wspierają ją w operacjach związanych z działalnością on-line i off-line.
Pracownicy	Pracownicy Grupy stanowią różnorodne grono. Grupa posiada zarówno pracowników salonów, jak i administracji i produkcji. Do grona wewnętrznych interesariuszy zaliczani są również kierownicy salonów Bytom i zatrudniani przez nich pracownicy (choć nie są oni pracownikami zgodnie z Kodeksem Pracy).	Pracownicy to najważniejsi wewnętrzni interesariusze. To oni są siłą napędową Grupy - zarządzają nią, rozwijają ją oraz kontaktują się z klientem.	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 czy też prywatnej opieki medycznej.
Instytucje państwowe	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.	Zarówno Spółka i Grupa to podmioty zarejestrowane, prowadzące działalność i płacące podatki w Polsce. Dla Spółki i Grupy ważna jest percepcja transparentnego podmiotu, którego podatki wykorzystywane są do rozwoju kraju.	Grupa terminowo dostarcza sprawozdania finansowe oraz rozliczenia podatkowe, reguluje zobowiązania społeczne i podatkowe. Przedstawiciele Grupy uczestniczą w dialogu z instytucjami państwowymi na każdym szczeblu.
Społeczność lokalna	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), Warszawa (biura) i Tamowskie Góry (biura).	Osoby żyjące i pracujące w regionach i miastach, w których Grupa posiada i/lub rozbudowuje swoją obecność, jak też rodziny pracowników Grupy.	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 dokłada starań, aby zakłady produkcyjne w jak najmniejszy sposób wpływały na środowisko.

Macierz istotności interesariuszy VRG S.A. i Grupy Kapitałowej VRG S.A.



Kwestie środowiskowe i klimatyczne

- 1 Skala generowanych odpadów i zarządzanie nimi

Produkt i customer experience

- 2 Źródła dostaw i przejrzysta informacja o miejscu produkcji

Kwestie pracownicze i społeczne

- 3 Godne warunki zatrudnienia pracowników w całym łańcuchu dostaw
- 4 Rozwój kapitału ludzkiego m.in. poprzez szkolenia i przejrzystą ścieżkę kariery

Kwestie prawne i etyczne

- 5 Przestrzeganie przepisów prawa
- 6 Respektowanie praw człowieka w całym łańcuchu dostaw
- 7 Etyczna i odpowiedzialna komunikacja z interesariuszami
- 8 Cyberbezpieczeństwo, ochrona danych osobowych

Kwestie finansowe i zarządzanie ryzykiem

- 9 Zarządzanie ryzykami finansowymi

Kwestie związane z lokalną społecznością

- 10 Działania na rzecz ochrony środowiska i klimatu

Z sześciu badanych obszarów pod kątem istotności dla interesariuszy najwyższej ocenione zostały kwestie związane z prawem i etyką, a najniższej kwestie środowiskowe i klimatyczne. Elementy, które zostały uznane za najistotniejsze przez interesariuszy to m.in.: respektowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości, przestrzeganie przepisów prawa, cyberbezpieczeństwo i ochrona danych osobowych, godne warunki zatrudnienia pracowników w całym łańcuchu dostaw, rozwój kapitału ludzkiego m.in. poprzez szkolenia i przejrzystą ścieżkę kariery, źródła dostaw i przejrzysta informacja o miejscu produkcji.

Odpowiedzi interesariuszy: 0 – najmniej istotne/ najmniejszy wpływ; 5 najbardziej istotne/ największy wpływ	Istotność i konieczność raportowania	Wpływ na model biznesowy w następnych 3 latach
Kwestie środowiskowe i klimatyczne	3,6	3,6
Zużycie energii elektrycznej i paliw	3,3	3,4
Emisje gazów cieplarnianych w całym łańcuchu dostaw	3,4	3,3
Skala generowanych odpadów i zarządzanie nimi	4,1	4,1
Działania z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego	3,3	3,4
Polityka zrównoważonego rozwoju z celami redukcji wpływu na środowisko	3,9	3,9
Kwestie związane z produktem i tzw. customer experience	4,1	4,1
Źródła dostaw i przejrzysta informacja o miejscu produkcji	4,3	4,2
Ekologiczność produktu i wykorzystanych materiałów i surowców	4,2	4,2
Ekologiczność opakowania produktu (on-line i off-line)	4,2	4,1
Zarządzanie substancjami chemicznymi w łańcuchu dostaw	3,7	4,1
Weryfikacja dostawców i większa odpowiedzialność za łańcuch dostaw	4,1	3,9
Kwestie pracownicze i społeczne	4,1	4,0
Godne warunki zatrudnienia pracowników w całym łańcuchu dostaw	4,6	4,5
Rozwój kapitału ludzkiego, m.in. poprzez szkolenia i przejrzystą ścieżkę kariery	4,4	4,3
Wsparcie dla różnorodności na każdym szczeblu Grupy	4,1	4,0
Projekty wolontariatu dla pracowników	2,9	3,0
Elastyczny czas i forma pracy	4,2	4,1
Kwestie prawne i etyczne	4,5	4,4
Przestrzeganie przepisów prawa	4,6	4,6
Poszanowanie zasad ładu korporacyjnego	4,2	4,2
Respektowanie praw człowieka w całym łańcuchu wartości	4,7	4,5
Prowadzenie działań przeciw korupcji i łapówkarstwu	4,4	4,3
Etyczna i odpowiedzialna komunikacja z interesariuszami	4,4	4,3
Cyberbezpieczeństwo, ochrona danych osobowych	4,5	4,5

Jeśli chodzi o wpływ poszczególnych obszarów na Grupę VRG S.A. w następnych trzech latach, interesariusze najwyżej ocenili również kwestie prawne i etyczne, a najniższej kwestie środowiskowe i klimatyczne. Bardzo podobne tematy zostały uznane za elementy, które będą miały największy wpływ na model biznesowy Grupy VRG S.A. w najbliższych trzech latach do tych, które uznane zostały za istotne.

Odpowiedzi interesariuszy: 0 – najmniej istotne/ najmniejszy wpływ; 5 najbardziej istotne/ największy wpływ	Istotność i konieczność raportowania	Wpływ na model biznesowy w następnych 3 latach
Kwestie finansowe i zarządzanie ryzykiem	4,0	4,1
Zarządzanie ryzykami i możliwościami klimatycznymi	3,8	3,8
Zarządzanie ryzykami w łańcuchu dostaw	3,9	4,0
Zarządzanie ryzykami finansowymi	4,2	4,3
Budowanie wartości spółki dla interesariuszy	4,1	4,1
Kwestie związane z lokalną społecznością	4,0	3,9
Wsparcie lokalnych inicjatyw i fundacji	3,8	3,7
Tworzenie nowych miejsc pracy w regionie	4,3	4,1
Dokonywanie inwestycji w regionie	4,0	3,9
Działania na rzecz kultury i nauki	3,6	3,5
Działania na rzecz ochrony środowiska i klimatu	4,3	4,1

Wyniki analizy interesariuszy jak i macierz istotności są wykorzystane przez Zarząd do dalszego ulepszania polityk, działań i raportowania mających na celu jak największe spełnienie oczekiwań interesariuszy. Zostały one też wykorzystane już w Sprawozdaniu za 2020 rok, w którym znajdują się dodatkowe, w stosunku do lat poprzednich, ujawnienia dotyczące odpadów i opakowań czy stopnia realizacji wdrażania Kodeksu Postępowania dla Dostawców i Kontrahentów. Elementy uznawane przez interesariuszy za istotne i o znaczącym wpływie są przedmiotem raportowania przez VRG S.A. i Grupę Kapitałową VRG S.A.

5. Kwestie społeczne i pracownicze

5.1. Polityki

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. 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 2020 roku Grupa Kapitałowa zatrudniała 2 374 osób, o 6,6% niżej r/r. Umowy o pracę były podstawowym sposobem zatrudniania pracowników. W 2020 roku stanowiły one 91% wszystkich umów na poziomie Grupy Kapitałowej, stabilnie r/r. Pozostałe umowy to umowy zlecenia lub inne umowy cywilne. Dodatkowo, wybrani członkowie zarządu sprawują swoją funkcję na podstawie powołania. Największym pracodawcą w obrębie Grupy Kapitałowej pozostała spółka matka VRG S.A. (Spółka), która na koniec 2020 roku zatrudniała 1 073 osób, spadek o 9,8% r/r. W 2020 roku Grupa Kapitałowa zatrudniła 510 osób (w przeliczeniu na etaty), spadek o 40% r/r. W przeliczeniu na etaty w 2020 roku Spółka przyjęła 200 osób, 51% mniej r/r. W przeliczeniu na etaty w 2020 roku z Grupy Kapitałowej odeszły 643 osoby, spadek o 24% r/r. Najwięcej osób, które odeszły pracowało w salonach i miało mniej niż 30 lat. W przeliczeniu na etaty w 2020 roku ze Spółki odeszło 293 osób, 27% mniej r/r. Niższa rotacja pracowników w 2020 roku wynikała z mniejszego ruchu na rynku pracy spowodowanego pandemią – etaty w Grupie VRG były zamrożone w 2020 roku.

Zatrudnienie na koniec roku (osoby)	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	2 541	2 374
Segment odzieżowy	1 571	1 414
Segment jubilerski	970	960
VRG S.A.	1 190	1 073

Zwracamy uwagę na różnice między działaniem salonów i liczbą pracowników poszczególnych marek. W salonach Vistula, Wólczanka, Deni Cler Milano i W.KRUK pracownicy salonów są zatrudnieni na umowę o pracę. Salony Bytomia natomiast są prowadzone przez przedsiębiorców, którzy współpracują ze Spółką na podstawie umów cywilno-prawnych. Zatrudnienie pracowników salonów leży po stronie przedsiębiorców prowadzących salony na podstawie umów o współpracy, których zadaniem jest zatrudnianie pracowników salonów na umowy o pracę. Zaprezentowane dane dla marki Bytom (obecnie część VRG S.A.) obejmują więc tylko dane dotyczące centrali czyli pracowników administracyjnych zatrudnionych na umowę o pracę. Nie obejmują kierowników salonów oraz personelu salonów, zatrudnianego przez kierowników. Dodatkowo, liczba pracowników zatrudnionych na koniec okresu podana jest w osobach bez uwzględnienia osób na urloпах wychowawczych. Liczba przychodzących i odchodzących pracowników podana jest w przeliczeniu na etaty. Nie uwzględnia osób odchodzących i powracających z urlopu wychowawczego. Ponadto, wartości dotyczące przychodzących i odchodzących osób w przeliczeniu na etaty nie uwzględniają danych o zmianie wymiaru czasu pracy u pracowników, które miały miejsce w 2019 i 2020 roku.

Polityka zarządzania personelem opiera się 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, Kodeks Etyki, Procedura Antykorupcyjna, Procedura anonimowego zgłaszania naruszeń. W Spółce 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 wytyczne dotyczące ochrony życia i zdrowia pracowników. W szczególności Regulamin Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych określa zasady przeznaczenia środków z ZFŚS na poszczególne cele i rodzaje działalności socjalnej oraz zasady i warunki korzystania z tych świadczeń. Środki z ZFŚS przeznaczone są na dofinansowanie wypoczynku pracowników i ich rodzin oraz na udzielanie pomocy finansowej przyznawanej w wypadkach losowych np. utrata zdrowia, ciężka sytuacja rodzinna, życiowa czy materialna. Jednocześnie, zarówno Spółka jak i Grupa Kapitałowa pozwalają na zrzeszanie się pracowników w związki zawodowe. W 2020 roku związek zawodowy w Spółce na podstawie wniosku zakończył swoją działalność. Na koniec 2020 roku nie działał w Spółce żaden związek zawodowy w porównaniu do 1 związku w 2019 roku. W Grupie Kapitałowej działały na koniec 2020 roku 2 związki (o 1 mniej r/r, oba w Wólczanka Shirts Manufacturing). W 2020 roku w Spółce nie było więc pracowników, którzy tworzyliby związek zawodowy – w 2019 roku związek skupiał 23 osoby. Na poziomie Grupy Kapitałowej na koniec 2020 roku 148 pracowników było skupionych w związkach zawodowych (190 osób rok wcześniej). Zarówno w 2020 roku i w 2019 roku nie miały miejsca spory zbiorowe z pracownikami ani na poziomie Spółki ani Grupy Kapitałowej.

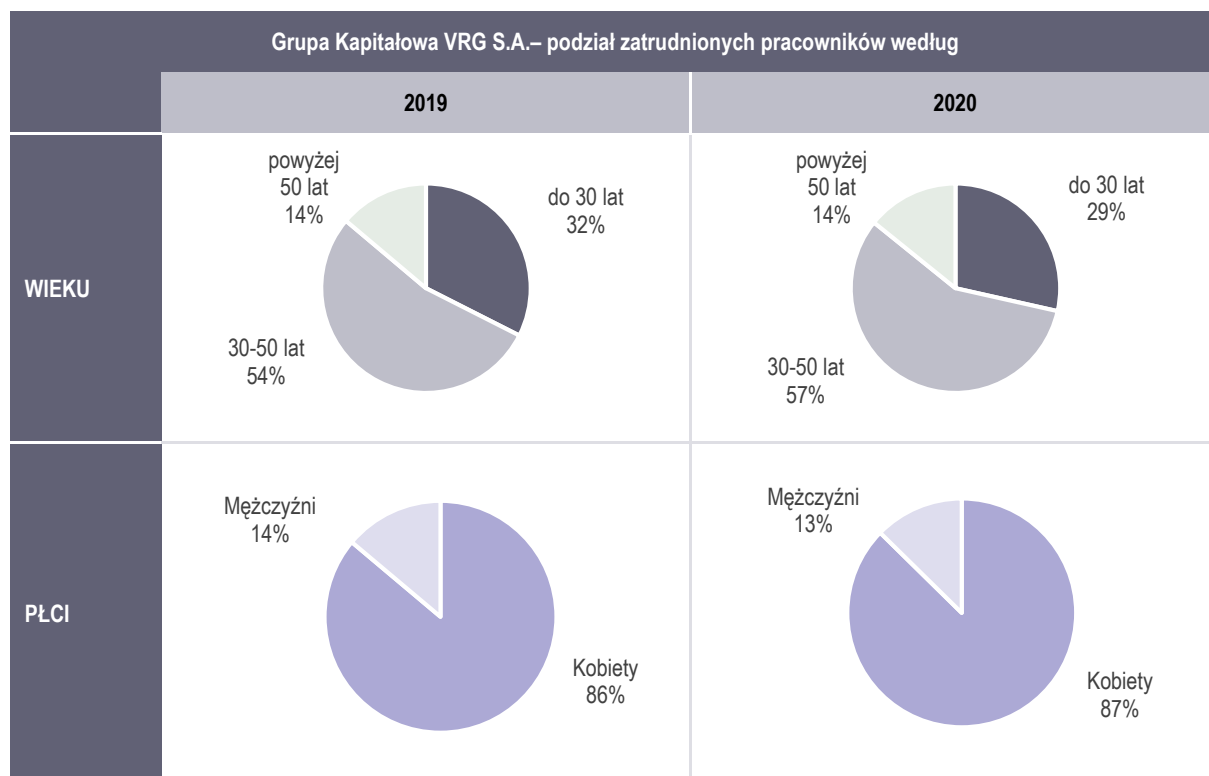
Cenimy różnorodność, dajemy równe szanse

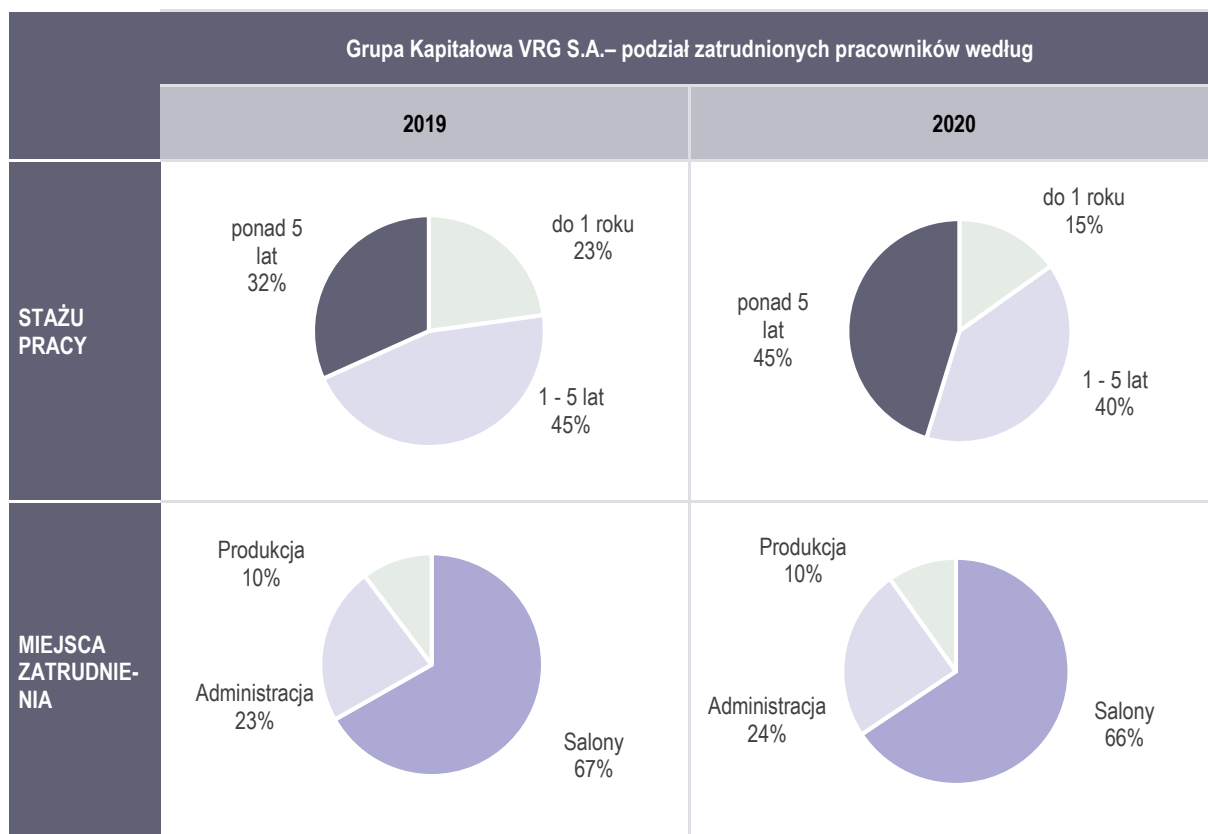
Grupa Kapitałowa uznaje, że dostępność szerokiej puli talentów pomaga w rozwoju organizacji jako całości. Z tego względu odmienność i różnorodność są cenione wśród pracowników. To właśnie efekt kumulacji i współdziałania różnych doświadczeń i kompetencji pozwala na nieustanny rozwój organizacji. Zarząd 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 przykłada

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 promowane jest przez wprowadzoną Politykę różnorodności i odzwierciedlone we wskaźnikach niefinansowych. 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 (87% pracowników to kobiety), (3) zatrudnione osoby posiadają różny staż pracy (40% pracowników posiada staż pracy między 1 a 5 lat). Grupa zatrudnia również osoby niepełnosprawne. W 2020 roku w Grupie Kapitałowej zatrudnione było 75 osób niepełnosprawnych, spadek o 11% r/r, a w Spółce 8 osób na koniec 2020 roku, stabilnie r/r.

W 2020 roku nastąpiły zmiany w strukturze doświadczenia pracowników zarówno na poziomie Spółki jak i Grupy Kapitałowej. Zauważalny większy udział pracowników z wyższym stażem wynikał z dwóch powodów. Po pierwsze w czasie pandemii zarówno Spółka jak i jej spółki zależne zamiast zwalniać pracowników podejmowały decyzje o nieprzedłużaniu umów, które się kończyły. Automatycznie zatem najczęściej zakończenie współpracy dotyczyło osób o najkrótszym stażu (pracownicy wieloletni mają umowy na czas nieokreślony). Kolejnym powodem było też nieprzedłużanie umów o pracę przez osoby z niskim stażem pracy nawet w sytuacji pandemii.

Na koniec 2020 roku liczba kobiet przebywających na urlopie macierzyńskim/ rodzicielskim wyniosła 113, o 53% więcej r/r, na poziomie Grupy Kapitałowej (dla Spółki 60, +11% r/r). Jednocześnie 85 kobiet (18% więcej r/r) wróciło z urlopow macierzyńskich/ rodzicielskich w 2020 roku na poziomie Grupy Kapitałowej, a 42 na poziomie Spółki, 16% mniej r/r. W 2020 roku 57 kobiet powracających po urlopie macierzyńskim przepracowało dłużej niż 12 miesięcy – w 2019 roku były to 32 kobiety. Na poziomie Spółki w 2020 roku były to 33 kobiety, 120% więcej r/r. W 2020 roku w Spółce 5 panów zdecydowało się na wykorzystanie urlopu a na poziomie Grupy, a w 2019 roku 11.





Celem stworzenia i funkcjonowania polityki różnorodności w spółkach należących do Grupy Kapitałowej VRG jest wykreowanie takiego miejsca i środowiska pracy, w którym każda zatrudniona osoba czuje się szanowana, akceptowana i doceniana, w którym może w pełni realizować swój potencjał, rozwijać się i w efekcie przyczynić się do sukcesu organizacji jako całości. Polityka różnorodności stawia sobie również za cel budowanie zaufania i sprzyjającej atmosfery pracy oraz przeciwdziałanie ewentualnej dyskryminacji. Podejmowane i promowane przez Grupę działania to m.in.: (1) budowanie różnorodnych zespołów pod kątem płci i wieku; brak preferencji w tym wymiarze umożliwia budowanie szerszej perspektywy w procesie rozwiązywania problemów, lepszą atmosferę pracy, wyższą kreatywność zespołów oraz możliwość transferu istotnej wiedzy, (2) wspieranie w godzeniu ról zawodowych i prywatnych poprzez: możliwość pracy z domu, możliwość wyjścia z pracy w nagłych okolicznościach rodzinnych, udzielanie urlopów w nagłych przypadkach, realizowanie zadań służbowych elastycznie do posiadanych możliwości rodzinnych, elastyczny czas pracy; oraz (3) kreowanie kultury, w której panuje atmosfera dialogu, otwartości, tolerancji i pracy zespołowej, a także podejście minimalizujące ryzyka związane z utratą wartościowych pracowników, zapewnienie równego dostępu do oferowanych przez spółkę benefitów.

Oferujemy możliwości rozwoju

Ścieżki kariery w Grupie Kapitałowej i Spółce 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 liczbową tych stanowisk). Każdy pracownik posiada równe szanse w drodze do awansu. Grupa Kapitałowa maksymalizuje liczbę 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, najczęściej bowiem stanowiska te wymagają specjalistycznej wiedzy dostępnej niewielkiemu gronu ekspertów. W sytuacji, gdy pracownik jest zainteresowany opublikowanym wakatem, bierze udział w rekrutacji na zasadach równych w stosunku do kandydatów zewnętrznych, po uprzednim otrzymaniu zgody swojego przełożonego na taki krok.



Możliwości rozwoju pracowników nie ograniczają się do awansów. Grupa Kapitałowa i Spółka oferują pracownikom również dostęp do szkoleń. Grupa oferuje szkolenia stanowiskowe, w tym związane z pełnionymi obowiązkami, szkolenia rozwojowe oraz szkolenia menedżerskie. Przed pandemią dostępny były również szkolenia językowe, natomiast ze względu na COVID-19 zostały one zawieszono. 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 uzyskać kompetencje rzeczywistego 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, zakupów, przygotowania produkcji, obsługi klienta sklepów internetowych, w dziale produktu) jak i szkolenia dla działów finansów i sprawozdawczości. Szkolenia te są objęte systemem lojalnościowym z pracownikami. W 2020 roku praktycznie wszystkie te szkolenia przeniosły się do sfery on-line. 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. Poniżej prezentujemy dane dotyczące szkoleń pracowników (wszystkich poza szkoleniami BHP). W 2020 liczba przeszkolonych pracowników wyniosła 2 331 osób na poziomie Grupy Kapitałowej. Spadek o 11% r/r wynikał z mniejszej liczby osób przyjmowanych do pracy, z relatywnie wysokiej bazy 2019 roku, kiedy to Grupa wprowadzała Kodeks Etyki i Procedurę Antykorupcyjną oraz z rezygnacji z części szkoleń w 2020 roku (preferencja, aby odbywały się off-line a nie on-line i brak takiej możliwości podczas pandemii). Na poziomie Spółki liczba osób przeszkolonych wyniosła 1 336 w 2020 roku, spadając o 17% r/r z analogicznych powodów jak te obserwowane na poziomie Grupy Kapitałowej. Liczba dni szkoleniowych na poziomie Grupy Kapitałowej w 2020 roku spadła o 12% r/r, analogicznie jak liczba osób przeszkolonych. Na poziomie Spółki spadek liczby dni szkoleniowych był mocniejszy i wyniósł 32% r/r ze względu na krótsze szkolenia prowadzone on-line. Dodatkowo działy szkoleniowe nie były rozwijane, wręcz przeciwnie uległy zmniejszeniu, co obniżyło możliwości realizacyjne. Różnica w liczebności dni szkoleniowych między segmentem odzieżowym a jubilerskim wynika z charakteru szkoleń – w spółkach zależnych będących częścią segmentu odzieżowego dominowały krótkie szkolenia dotyczące tematyki COVID-19.

Liczba przeszkolonych pracowników i współpracowników	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	2 622	2 331
Segment odzieżowy	1 948	1 601
Segment jubilerski	674	730
VRG S.A.	1 603	1 336
Liczba dni szkoleń	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	1 077	943
Segment odzieżowy	445	293
Segment jubilerski	632	650
VRG S.A.	374	256

Promujemy sport i zdrowy styl życia

Grupa Kapitałowa i Spółka angażują się w kampanie oraz inicjatywy, które uważają za wartościowe dla swoich interesariuszy a także zgodne z wizerunkiem marek oraz wartościami Grupy Kapitałowej. VRG 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 2020 roku Spółka kontynuowała współpracę ze sportowcami. Po kooperacji w poprzednich latach z Robertem Lewandowskim, Kamilem Stochem, Piotrem Żyłą czy Dawidem Kubackim, marka nadal angażuje się w promowanie zdrowego stylu życia i wartościowych postaw mężczyzn, zaangażowanych w różne dziedziny sportu. Nieprzerwanie od 2016 roku Vistula jest Oficjalnym Partnerem Polskiego Związku Piłki Nożnej ubierając polską reprezentację w formalne stroje podczas Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej czy na Mistrzostwa Europy. Vistula poprzez projekt „Vistula z Pasją” zwraca również uwagę na sporty niszowe m.in. motocross czy freerunning.

Mając na uwadze nie tylko aktywność fizyczną, ale rozwój osobisty i samorealizację, marka Vistula na swoich ambasadorów wybrała także mężczyzn, którzy reprezentują jej wartości. Od 2018 roku Vistula uruchomiła wspomniany już ambasadorski program „Vistula z Pasją”. Powstał on z myślą o inspirujących mężczyznach, dla których pasja to całe życie. Projekt ma na celu przedstawienie sylwetek bohaterów, którzy biorąc udział w sesji zdjęciowej i filmie wideo, opowiadają o sobie, swoich pasjach i zainteresowaniach. Każdy z mężczyzn reprezentuje różne dziedziny życia. Znajdują się wśród nich sportowcy, muzycy czy pasjonaci kuchni. Do tej pory w projekcie wzięli udział m.in.: Jakub Przygoński (ceniony kierowca rajdowy i driftingowy, który w rajdzie Dakar 2019 zajął 4. miejsce), Robert Karaś (mistrz świata na dystansie potrójnego Ironmana), Paweł Tarnacki (mistrz Polski i świata w żeglarskim), Paweł Kaczmarczyk (muzyk jazzowy), David Gaboriaud (kucharz i trener kulinarny), Bartłomiej Mirecki (kierowca rajdowy), Robert Tarnowski (windsurfer), Arnold Rutkowski (śpiewak operowy), Karol Kłos (jeden z najlepszych polskich siatkarzy, zawodnik reprezentacji Polski w piłce siatkowej), Przemysław Świercz (kapitan reprezentacji Polski w AMP Futbol – rodzaj piłki nożnej rozgrywanej przez zawodników po jednostronnej amputacji kończyny dolnej), Maciej Dreszer (kierowca wyścigowy), Maciej Synówka (trener tenisa), Krzysztof Starnawski (ekstremalny nurek jaskiniowy, ratownik TOPR), Bartek Królik (muzyk i kompozytor), Mikołaj Tempka (zawodnik freestyle motocross), Krystian Kowalewski (freerunner). Marka Vistula pragnie zwrócić uwagę, że warto rozwijać w życiu swoje pasje i zainteresowania, ma to ogromny wpływ na inne sfery życia.

Inicjatywy związane z promocją polskich sportowców, to nie jedyny obszar związany z promocją aktywnego trybu życia. W 2017 roku Spółka 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. Ze względu na pozytywny oddźwięk akcji wśród pracowników, drużyny z VRG sukcesywnie wspierają tę akcję swoją sportową obecnością. W 2019 roku wzięło udział w akcji aż siedem drużyn, zajmując wysokie miejsca w klasyfikacji. W 2020 roku, pomimo trudności wynikających z pandemii pięć drużyn wzięło udział w akcji uczestnicząc w zdalnie organizowanym biegu, ponownie zajmując wysokie miejsca w klasyfikacji.

Oprócz wspomnianego zaangażowania Spółki, 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. W 2018 przeprowadzono program profilaktyki kardiologiczno-dietetycznej dla pracowników w centrali we współpracy z PZU „Serce pod kontrolą”. W ramach tego programu pracownicy mogli się zapisywać na badania przesiewowe u kardiologa i dietetyka, zrobić EKG, badanie krwi, dokonać pomiarów ciała z rozbiciem na tkanki i uzyskać dopasowane do siebie i swojego stylu życia porady dietetyka. W 2020 roku Spółka zaprosiła swoich pracowników do zdalnego szkolenia z zakresu zarządzania czasem i umiejętności godzenia pracy z życiem prywatnym. Szkolenie odbywało się w formie zdalnej. Grupa współfinansuje pracownikom karty Multisport na trzech różnych poziomach intensywności jej użytkowania, a część pracowników objęta jest programem opieki zdrowotnej (wszyscy pracownicy w centrali VRG S.A. oraz wszyscy pracownicy salonów zatrudnieni na umowę o pracę po okresie próbnym) 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. Rok 2020 wprowadził bardzo duże zmiany w zakresie pracy zdalnej. Począwszy od marca 2020 roku zdecydowana większość pracowników centrali Spółki jak i Grupy pracuje w formie świadczenia pracy z domu ze względu na zagrożenie epidemiologiczne. Zarówno Grupa, jak i jej pracownicy bardzo dobrze odnaleźli się w powyższej sytuacji a możliwość częściowej przynajmniej realizacji pracy zdalnej na stałe wpisze się w działanie przedsiębiorstwa.

Zmiana stylu pracy wpłynęła także na liczbę raportowanych nadgodzin. Łącznie w 2020 roku pracownicy Spółki przepracowali 1 048 nadgodzin, spadek o 81% r/r ze względu na wysoką bazę w postaci dodatkowych obowiązków związanych z połączeniem z Bytom S.A. (prawne połączenie w 2018 roku, prace połączeniowe trwające w 2019 roku). W 2020 roku pracownicy Grupy Kapitałowej przepracowali 7 018 nadgodzin, spadek o 38% r/r. Mniejszy

spadek na poziomie Grupy Kapitałowej niż na poziomie Spółki wynika ze wzrostu liczby nadgodzin r/r na poziomie WSM (ze względu na zmiany w miksie produktowym, szycie maseczek) oraz na W.KRUK. Niższa liczba nadgodzin w spółkach nieprodukcyjnych wynika również z tego, że w 2020 część roku objęta była zakazem handlu w galeriach handlowych, w których znajduje się większość punktów sprzedaży, przez co pracownicy tam zatrudnieni (znakomita większość pracowników), jak i powiązani zawodowo z tymi miejscami nie mogli automatycznie generować nadgodzin. Ponadto, znacząca część pracowników biurowych pracowała w trybie pracy zdalnej, co mogło wpłynąć in minus na liczbę raportowanych nadgodzin. Dodatkowo, ze względu na pandemię, działy zajmujące się obsługą sprzedaży miały mniej pracy, analogicznie obniżając liczbę nadgodzin.

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 VRG S.A. prowadzi działania wspierające proces budowania postrzegania marki Vistula jako „Narodowego Krawca”, czyli marki, która kontynuuje tradycję polskiego krawiectwa, dbając o elegancki wygląd Polaków w sytuacjach oficjalnych oraz codziennych. Grupa Kapitałowa i Spółka regularnie ubierają czołowych polskich aktorów i artystów na najważniejsze wydarzenia kulturalne. W misję tę wpisuje się także współpraca z państwowymi instytucjami kultury i sztuki. VRG S.A. sponsoruje stroje do wybranych sztuk teatralnych, ubierała pracowników Muzeum Narodowego w Krakowie, a w ramach współpracy ubrała pracowników Łazienek Królewskich w Warszawie. W 2019 roku Vistula została partnerem przedstawienia „Lalka”, które było wystawiane przez Teatr im. Juliusza Słowackiego w Krakowie, ubierając aktorów do spektaklu. W roku 2020 Vistula nawiązała współpracę z Och teatr, w ramach której przekazała odzież aktorom do spektaklu „Oszuści”. Po raz kolejny marka Vistula ubrała czołowych polskich artystów na ceremonię wręczenia Polskich Nagród Filmowych Orły 2020.

Dodatkowo, Spółka poprzez markę Bytom promuje polską kulturę i wizję nowoczesnego krawiectwa prezentując w swoich kolekcjach i przekazie marketingowym twórczość oraz wybitne postacie polskiej sztuki, w tym m. in. Zbigniew Rogalski, Tomasz Musiał, aktorzy (Jacek Koman i Maciej Musiałowski, ambasadorowie kampanii w sezonie Wiosna/Lato 2020; Jan Frycz i Kamil Nożyński, ambasadorowie kampanii w sezonie Jesień/Zima 2019/20; Dawid Ogródnik, ambasador kampanii Wiosna/Lato 2019), fotografowie, muzycy (kampania Wiosna/Lato 2019 z udziałem Tomka Lipińskiego oraz pisarze (Szczepan Twardoch, ambasador kolekcji wieczorowej Zima 2020). Marka od wielu lat prezentuje również w swoich kolekcjach Ikony polskiej kultury - limitowana seria produktów z postacią Chopina (Zima 2020). Marka Bytom promuje sztukę także poprzez współpracę z różnymi instytucjami – zdjęcia do kampanii Jesień/Zima 2020 zostały zrealizowane w Muzeum Narodowym w Warszawie.

VRG S.A. współpracuje z biurem karier wybranych uczelni, a część pracowników współpracuje z uczelniami zawodowymi dzieląc się posiadaną wiedzą dotyczącą sztuki krawiectwa i projektowania ze studentami. Ponadto, różne działy w strukturze organizacyjnej Grupy pomagają studentom w tworzeniu wybranych prac magisterskich, dostarczając dane i wyjaśnienia, jak i oferując staże. W 2020 roku Spółka gościła w centrali uczniów z ostatnich klas Technikum Odzieżowego w Krakowie – w ramach współpracy z EASME (Agencją Wykonawczą ds. Małych i Średnich Przedsiębiorstw) pokazując im praktyczną stronę pracy projektanta i konstruktora odzieży. Niestety pandemia uniemożliwiła kontynuację podobnych spotkań w Spółce. Na poziomie Grupy Kapitałowej ta działalność jest wzbogacona przez segment jubilerski.

Marka W.KRUK niezmiennie kieruje swoją komunikacją w przeważającej mierze do kobiet. W działaniach marketingowych mówi językiem bliskim wartościom współczesnych Polek. Od kilku lat marka co roku prezentuje autorskie kolekcje biżuterii zaprojektowane we współpracy ze znanymi i wpływowymi kobietami. Kolekcje te inspirowane są wartościami takimi jak przyjaźń czy też wolność (w realizacji marzeń) i symbolizują przesłania, takie jak np. motywowanie do wytrwałego dążenia do osobistych celów. W działaniach marketingowych W.KRUK poświęca wiele miejsca na treści i aktywacje związane z w/w wartościami i przesłaniami, których wyjątkowym symbolem pozostaje biżuteria marki. Najstarsza polska firma jubilerska jest też od lat partnerem plebiscytu Srebrne Jabłko PANI. Jako marka ponadczasowa i skupiona na emocjach takich jak miłość, W.KRUK wspiera aktywność redakcji PANI w nagradzaniu wyjątkowych historii miłości opisywanych co roku na łamach magazynu. Wśród ambasaderek

W.KRUK, które stworzyły swoją autorską kolekcję biżuterii są Ewa Chodakowska, Martyna Wojciechowska, Magdalena Cielecka, Maja Ostaszewska, Alicja Bachleđa-Curuś, Kinga Rusin, Anna Maria Jopek.

Projekty realizowane
dzięki współpracy z
PIOT

Rada Sektorowa ds. Kompetencji Moda i Innowacyjne Tekstylia powstała w październiku 2016 roku jako inicjatywa wypływająca z potrzeb branży polegających na dostosowaniu wiedzy, umiejętności i kompetencji do wymogów zmieniającego się rynku. Jest to projekt finansowany z Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój Oś priorytetowa II – Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji. Liderem projektu jest Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody LEWIATAN a partnerem projektu, który ma trwać w latach 2016-2023 jest Związek Pracodawców Przemysłu Odzieżowego i Teksylnego – PIOT.

W 2020 roku przeprowadzono m.in. następujące działania z udziałem VRG S.A.:

- (1) przygotowano Dni Kariery – kształtowanie współpracy producentów ze szkołami przemysłu Mody,
- (2) opracowano aktualizację strategii komunikacji mającą na celu usprawnienie przepływu informacji pomiędzy interesariuszami sektora a organami władzy i administracji oraz wzmocnienie przekazu społecznego poprzez kanały medialne do społeczeństwa w zakresie odbudowy wizerunku sektora,
- (3) opracowano rekomendacje strategiczne dla sektora do roku 2027 w zakresie rozwoju m.in. wzrost znaczenia e-commerce, poszukiwanie nisz produktowych, internacjonalizacja, rozwój gospodarki cyrkularnej w sektorze,
- (4) uaktualniono rekomendacje rady o zmiany bieżące w obszarze edukacji sektorowej w zakresie rozwoju centrów kompetencji, w których podnoszone będą kompetencje i kształtowane nowe umiejętności kadr sektorowych,
- (5) opracowano kompetencje kluczowe dla sektora w podziale na sektor odzieżowy i tekstylny ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju e-commerce i zielonych technologii,
- (6) wyprodukowano kolejne 2 filmy edukacyjno – informacyjne na dedykowane kanały internetowe m.in. w zakresie podejścia do aspektów ekologicznych w sektorze,
- (7) opublikowano 4 artykuły sponsorowane obrazujące rozwój kompetencji w sektorze i działań promujących sektor jako atrakcyjne miejsce do rozwoju kariery,
- (8) przeprowadzono badania w zakresie potrzeb kadrowych i poszukiwanych kompetencji pracowników w sektorze oraz w zakresie zapotrzebowania na szkolenie kadr,
- (9) przeprowadzono trzy badania na grupie ponad 900 przedsiębiorstw w związku z pandemią COVID-19, aspekt działalności przedsiębiorstw, głównie problem zatrudnionych i produkcji;
- (10) dokonano aktualizacji Rekomendacji Rady do PARP w zakresie modyfikacji programu dla przedsiębiorstw na szkolenia kadr i doradztwo techniczno – technologiczne. Wynikiem aktualizacji są dwa realizowane projekty dla sektora MODA 1 i Moda 2 – „Przepis na Sukces – Kompetencje szyte na miarę”.

We wszystkich powyższych działaniach Spółka VRG brała udział jako pracodawca sektorowy, doradca sektorowy, bądź konsultant opracowanych przez ekspertów dokumentów.

Program DG GROW i EASME „Plan współpracy sektorowej w zakresie umiejętności: rozwój kariery w sektorze tekstylnym i odzieżowym”

Projekt w roku 2020 poświęcony był kampanii informacyjnej i serii wydarzeń mających na celu:

- odbudowę reputacji sektora jako dobrego środowiska pracy z wieloma możliwościami,
- zwiększenie świadomości na temat możliwości rozwoju kariery w sektorze,
- zmianę stereotypowego postrzegania sektora, pokazując jego nowe kierunki rozwoju cyfryzację, robotykę, zrównoważony rozwój, międzynarodowy charakter, innowacje,
- łączenie szkół i uczniów z branżą, dające szansę zdobywania wiedzy o sektorze z „pierwszej ręki”.

W 2020 roku przeprowadzono m.in. następujące działania z udziałem VRG S.A.:

- przygotowano i przeprowadzono międzynarodową konferencję on-line promującą potencjał sektora;
- zorganizowano regionalne warsztaty uczniów i studentów z branżowymi ekspertami „Moje kompetencje a oczekiwania pracodawców”.

Projekt ENTeR (CE 1136) finansowany z Unii Europejskiej w ramach programu Interreg dla Europy Środkowej

Projekt ENTeR koncentrował się na redukcji odpadów w sektorze odzieżowym i tekstylnym, aby zapobiec wyczerpaniu nieodnawialnych zasobów. Podejście to opierało się na współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami i regionalnymi systemami innowacji. Projekt miał znaleźć: nowe ekologiczne rynki zbytu na odpady sektorowe, możliwości recyklingu materiałów tekstylnych lub alternatywne rozwiązania dla surowców.

W roku 2020 VRG SA: w ramach wsparcia działań projektowych uczestniczyła w:

- tworzeniu i pilotażowym wykorzystaniu Platformy M3P - Material Match Making Platform. Jest to platforma on-line, tzw. „one-stop shop” dla usług symbiozy przemysłowej o zasięgu ponadsektorowym i ponad terytorialnym. Jest ona użyteczna do: identyfikacji udanych przypadków pilotażowych między przedsiębiorstwami oferującymi strumienie odpadów a tymi, które potrzebują ich jako materiałów wyjściowych (surowce wtórne). Wólczanka Shirts Manufacturing Sp. z o.o. została wpisana na tę platformę i oferuje dla potencjalnych odbiorców odpady poprodukcyjne za zakładu odzieżowego w Ostrowcu Świętokrzyskim,
- szkoleniu modułowym kadr w zakresie wykorzystania możliwych i dostępnych technologii do recyklingu odzieży i tekstyliów, kształtowania proekologicznego łańcucha dostaw oraz możliwości uzyskania wsparcia w ramach UE na działania proekologiczne,
- opracowaniu „Partners Agreement” na rzecz ustanowienia płaszczyzny współpracy, w którym przeanalizowano kompetencje każdego z partnerów związane z Circular Economy, połączono wyniki Agendy Strategicznej w zakresie Modelu współpracy, w którym skoncentrowano zasoby, funkcje oraz wartość dodaną z wymiany. Model współpracy - porozumienie zakłada wdrożenie następujących linii aktywności: a) utrzymanie i rozwój platformy M3P, b) komunikacja i rozpowszechnianie informacji, c) matchmaking i tworzenie sieci kontaktów, d) wsparcie dla transferu technologii, e) dzielenie się modułami szkoleniowymi.

Udział w Projekcie ENTeR to wykazanie świadomej odpowiedzialności biznesu przez spółkę i ukierunkowanie na Gospodarkę Cyrkularną będącą częścią odpowiedzialności społecznej. Projekt zakończył się 30 listopada 2020 roku.

Dbamy o bezpieczeństwo pracy

Bezpieczeństwo pracy pracowników oraz współpracowników jest priorytetem dla Zarządu Spółki i dla Grupy Kapitałowej. W Grupie wdrożone są regulaminy BHP (Bezpieczeństwo i Higiena Pracy) jak i wytyczne dotyczące bezpieczeństwa przeciwpożarowego. Zatrudnione są również dedykowane osoby (pracownicy służby BHP), których zadanie polega na upewnianiu się, iż wszelkie regulaminy są stosowane w praktyce. VRG S.A. wraz ze spółkami z Grupy Kapitałowej posiadają Politykę Bezpieczeństwa Pracy, która określa długoterminowe cele i zasady, którymi kieruje się Zarząd w realizacji postawionych zadań w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy oraz bezpieczeństwa pożarowego. Celem jest zapewnienie jak najbezpieczniejszych warunków pracy, a w ślad za tym minimalizacja ryzyka zawodowego oraz wyrobienie wśród pracowników nawyków zmierzających do maksymalnego ograniczenia ryzyka przy realizowanych zadaniach. Skuteczność zarządzania bezpieczeństwem pracy wynika z dokładnego sprecyzowania, kto za co odpowiada oraz w jaki sposób przebiega współpraca przy realizacji zadań. System obejmuje więc Zarząd (który jest odpowiedzialny za całokształt zagadnień związanych z BHP i ochroną przeciwpożarową), dyrektorów i kierowników (odpowiedzialnych m.in. za opracowywanie i wdrażanie instrukcji, organizowanie stanowisk pracy, egzekwowanie przestrzegania przepisów i zasad przez pracowników) oraz pracowników (których obowiązkiem jest m.in. znać zasady BHP i brać udział w szkoleniach, zawiadamiać przełożonych o zagrożeniach i ryzykach, wykonywanie pracy w sposób zgodny z przepisami i zasadami bezpieczeństwa).

Służba BHP realizuje postanowienia Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 02.09.1997 roku w sprawie służby bezpieczeństwa i higieny pracy, z późniejszymi zmianami. Posiadana polityka precyzuje zadania i obowiązki pracownika i osób kierujących. Kładzie ona nacisk na odpowiednią identyfikację ryzyka zawodowego (czyli prawdopodobieństwa wystąpienia niepożądanego zdarzenia związanych z wykonywaną pracą powodujących straty, w szczególności wystąpienie u pracowników niekorzystnych skutków zdrowotnych w wyniku zagrożeń zawodowych występujących w środowisku pracy lub sposobu jej wykonywania). Analiza ryzyka zawodowego realizowana jest przez powoływane zespoły przy współpracy ze służbą BHP. Jest ona aktualizowana: obowiązkowo raz na dwa lata, w związku z zmianą technologii, w przypadku stwierdzenia przekroczenia czynników szkodliwych i niebezpiecznych w środowisku pracy lub na wniosek uprawnionych instytucji zewnętrznych. Wszystko to przyczynia się do niskiej liczby wypadków zarówno w Spółce jak i w Grupie Kapitałowej. W VRG S.A. jak i w Grupie Kapitałowej w analizowanych latach nie zanotowano ciężkich i śmiertelnych wypadków przy pracy. Poniżej zaprezentowane są podstawowe statystyki dotyczące obszaru. Spadki liczby wypadków r/r mają miejsce zarówno na poziomie Spółki jak i Grupy Kapitałowej. Wynikają one z większego wykorzystania pracy zdalnej oraz mniejszej liczby dni, przez które otwarte były centra handlowe – oba elementy powiązane są z pandemią COVID-19.

Liczba wypadków przy pracy	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	11	6
Segment odzieżowy	8	5
Segment jubilerski	3	1
VRG S.A.	5	2

Wskaźnik częstości wypadków	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	4,3	2,5
Segment odzieżowy	5,1	3,5
Segment jubilerski	3,1	1,0
VRG S.A.	4,2	1,9

Liczba dni z niezdolnością do pracy	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	870	85
Segment odzieżowy	588	82
Segment jubilerski	282	3
VRG S.A.	305	31
Wskaźnik ciężkości wypadków	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	79,1	14,2
Segment odzieżowy	73,5	16,4
Segment jubilerski	94,0	3,0
VRG S.A.	61,0	15,5

Niska wypadkowość i szkodowość jest również wynikiem regularnie i skrupulatnie prowadzonych szkoleń BHP. Znaczące spadki liczby dni z niezdolnością do pracy jak i w rezultacie wskaźnika ciężkości wypadków w 2020 roku również powiązane były z pandemią i mniejszą liczbą dni pracujących. Szkolenia z zakresu BHP uregulowane są także zarządzeniem VRG S.A. i w Grupie Kapitałowej. Wewnętrzne wytyczne w tym zakresie zapewniają uczestnikom szkoleń: (1) zaznajomienie się z czynnikami środowiska pracy mogącymi powodować zagrożenia dla bezpieczeństwa i zdrowia pracowników podczas pracy oraz z odpowiednimi środkami i działaniami zapobiegawczymi, (2) poznanie przepisów oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy, ppoż., w zakresie niezbędnym do wykonywania pracy w zakładzie pracy i na określonym stanowisku pracy, a także związanych z pracą obowiązków i odpowiedzialności w dziedzinie bezpieczeństwa i higieny pracy, ppoż. oraz (3) nabycie umiejętności wykonywania pracy w sposób bezpieczny dla siebie i innych osób, postępowania w sytuacjach awaryjnych oraz udzielenia pomocy osobie, która uległa wypadkowi. W celu prawidłowego przekazania wiedzy i umiejętności pracownikom, programy opracowywane są dla określonych grup stanowisk. Programy szkolenia wstępnego oraz szkolenia okresowego, określające szczegółową tematykę, formy realizacji i czas trwania szkolenia, dla poszczególnych grup stanowisk opracowuje służba BHP. W 2020 roku VRG S.A. przeszkoliła w zakresie BHP łącznie 414 osób (-45% r/r), a Grupa Kapitałowa 802 (-54% r/r). Spadek całkowitej liczby przeszkolonych osób wynika ze spadku liczby szkoleń wstępnych (mniej osób przyjętych r/r) oraz wpływu COVID-19. Dodatkowym elementem było wprowadzenie tzw. pakietu antykryzysowego w marcu 2020 roku, dzięki któremu m.in. terminy ważności szkoleń, które upływały w czasie stanu zagrożenia epidemiologicznego lub stanu pandemii, zostały przedłużone na cały okres pandemii i dodatkowo 60 dni po zakończeniu stanu wyjątkowego. W związku z tym szkolenia, których realizacja przypadła na czas nieobecności pracowników w salonach ze względu na ograniczenie ich działalności, realizowane są w 2021 roku, odkąd salony zostały ponownie otwarte.

Liczba przeszkolonych pracowników w ramach wstępnych szkoleń BHP	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	856	386
Segment odzieżowy	473	226
Segment jubilerski	383	160
VRG S.A.	425	194

Liczba przeszkolonych pracowników w ramach okresowych szkoleń BHP	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	876	416
Segment odzieżowy	562	284
Segment jubilerski	314	132
VRG S.A.	325	220

Całkowita liczba przeszkolonych pracowników w ramach szkoleń BHP	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	1 732	802
Segment odzieżowy	1 035	510
Segment jubilerski	697	292
VRG S.A.	750	414

Osobne zarządzenie reguluje działania Komisji ds. bezpieczeństwa i higieny pracy, w skład której wchodzi osoby wyłonione z grona pracowników. Zadaniem Komisji jest dokonywanie przeglądów warunków pracy, oceny stanu bezpieczeństwa i higieny pracy, opiniowanie podejmowanych przez Zarząd Spółki środków zapobiegających wypadkom przy pracy i chorobom zawodowym, formułowanie wniosków dotyczących poprawy warunków pracy oraz współdziałanie z Zarządem Spółki w realizacji obowiązków w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy.

Wspieramy ważne społecznie akcje

Grupa Kapitałowa i Spółka angażują się w szereg społecznie istotnych działań dla pracowników, społeczności lokalnych oraz swoich klientów. W 2019 roku Grupa Kapitałowa i Spółka współpracowały z WOŚP (Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy) – na licytację Aukcji Rzeczy od Serca przekazano profesjonalną metamorfozę oraz możliwość wzięcia udziału w sesji zdjęciowej w roli modela. Podczas trwającej ponad miesiąc licytacji osiągnięto kwotę 8 600 zł. Marka Bytom poprzez swoje projekty szerzyła znajomość sztuki i przypominała o dziełach wybitnych artystów a także o wybitnych osobowościach, m.in. Fryderyku Chopinie. W.KRUK w 2019 roku angażował się jako partner w szeregu wydarzeń jako ekspert w dziedzinie najwyższej jakości wzornictwa oraz produkcji biżuterii i akcesoriów (m.in. projekty i produkcja wyjątkowych statuetek i nagród w projektach, przykładowo dla Plebiscytu Srebrne Jabłka magazynu PANI, wyróżniającym znane pary, które w danym roku na łamach magazynu PANI opowiedziały historie swojej miłości).

Ze względu na pandemię, rok 2020 przyniósł zmiany w sposobie zaangażowania. Wszystkie marki Grupy Kapitałowej VRG S.A. podjęły działania wspierające inne podmioty. Marka Vistula zorganizowała akcję sprzedaży specjalnie zaprojektowanych T-shirtów „cegielek”, których 100% przychodu przekazano Szpitalowi Uniwersyteckiemu w Krakowie. Marka Bytom w marcu 2020 roku uruchomiła akcję prospołeczną, w ramach której wprowadziła do sprzedaży T-shirty "MISSION: HELP", z których 100% przychodu przekazane zostało dla Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego w Tychach Megrez Sp. z o.o. na walkę z COVID-19. Wólczanka w ramach akcji #MyWólczankaPomagamy przekazała na rzecz Szpitala im. Wł. Biegańskiego w Łodzi wsparcie pieniężne zebrane w ramach sprzedaży kolekcji koszul i T-shirtów z dedykowanej mini kolekcji. Marka Deni Cler przeprowadziła akcję charytatywną Pomagam z Deni. 100% przychodu ze sprzedaży rzeczy oznaczonych #PomagamzDeniCler zostało przekazane fundacji Siepomaga.pl na wsparcie polskiej służby zdrowia w walce z COVID-19. W.KRUK natomiast wprowadził akcję charytatywną #Blask z pomagania. Marka wsparła Naczelną Izbę Pielęgniarek i Położnych w celu wyposażenia w niezbędne produkty ochronne.

Produkujemy i sprzedajemy odpowiedzialnie

Pod koniec 2019 roku VRG S.A. przystąpiła do programu Otwarte Klatki i tym samym zrezygnowała z wykorzystywania naturalnych futer w swoich kolekcjach od sezonu Wiosna/Lato 2020. Jest to częścią działań, które Grupa

podjęła w ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju. Mając na uwadze kwestie ekologiczne i etykę w modzie oraz coraz większą świadomość dotyczącą kwestii ochrony praw zwierząt i oczekiwania klientów wszystkie marki należące do Grupy zdecydowały o przystąpieniu do kampanii informacyjnej prowadzonej przez Stowarzyszenie Otwarte Klatki. Przyjęta polityka fur-free jest potwierdzeniem zaangażowania VRG S.A. i Grupy w działania na rzecz oferowania etycznych rozwiązań i produktów, które wykonano z poszanowaniem zwierząt i środowiska naturalnego.

5.2. Ryzyka

Najważniejsze zidentyfikowane przez Grupę i Spółkę ryzyka związane z kwestiami społecznymi i pracowniczymi to:

- rotacja pracowników,
- niemożność przyciągnięcia odpowiednich pracowników,
- oczekiwana presja na płace, mimo dalszych możliwych obostrzeń związanych z COVID-19.

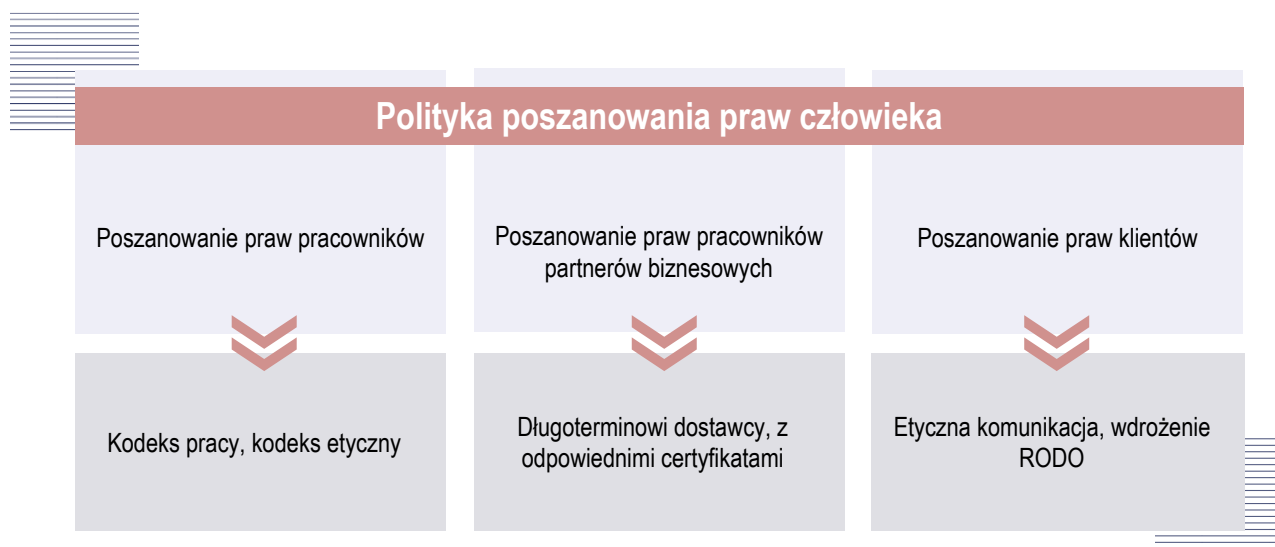
Ryzyko dotyczące obszaru społecznego i pracowniczego jest istotne zarówno dla Spółki jak i Grupy Kapitałowej. Wysoka rotacja pracowników oznacza rosnące koszty wynagrodzeń oraz niesie za sobą możliwość pogorszenia jakości obsługi. Niemożność przyciągnięcia talentów do firmy wystawia VRG i Grupę Kapitałową na ryzyko, iż jej projekty oraz działania będą mniej innowacyjne i mniej efektywne niż konkurencji. Oba te czynniki ryzyka w połączeniu ze znaczną presją na płace, nawet podczas pandemii, mogą mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe realizowane przez Spółkę jak i Grupę Kapitałową, co osłabiłoby jej pozycję konkurencyjną.

Zarząd i kadra zarządzająca przywiązują znaczącą wagę do komfortu, warunków i bezpieczeństwa pracy pracowników na każdym szczeblu kariery. Pracownicy otrzymują równe szanse, rynkowe wynagrodzenie oraz możliwości rozwoju wraz z przejrzystą ścieżką kariery. Pracownicy w większości zatrudniani są na umowę o pracę, a praca w nadgodzinach nie jest promowana. Jednocześnie, Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej stara się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom pracowników oferując również pozapłacowe benefity tj. dopłaty do kart Multisport, bezpłatny dostęp do lekarzy specjalistów w ramach ogólnofirmowego pakietu medycznego, możliwość szkoleń, dalszego rozwoju oraz zaangażowania w ważne akcje społeczne, dostosowując benefity do możliwości ich wykorzystania podczas pandemii COVID-19.

6. Kwestie związane z poszanowaniem praw człowieka

6.1. Polityka

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



Poszanowanie praw pracowników

W Grupie Kapitałowej i Spółce 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/teki 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 (74% aplikacji do centrali VRG S.A. w 2020 roku pochodziło od kobiet, w W.KRUK S.A. ten wskaźnik to 83%). 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 Zarząd W.KRUK S.A. i Rada Nadzorcza VRG S.A. nominowana przez akcjonariuszy). Grupa skupia się na kompetencjach i umiejętnościach pracowników, zatrudniając osoby w różnym wieku, bez względu na ich płeć, wyznanie 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. W marce Bytom osoby pracujące w salonach zatrudniane są na umowę o pracę przez kierowników salonów, a nie przez Spółkę.

Grupa Kapitałowa wdrożyła w 2019 roku Kodeks Etyki na bazie występujących w spółce dominującej i spółkach zależnych utwalonych praktyk oraz wieloletnich zwyczajów. Szczegóły kodeksu przedstawione są w tabeli poniżej. Porusza on kluczowe tematy dla Grupy oraz prezentuje cztery wartości Grupy Kapitałowej: współpracę, profesjonalizm, szacunek, transparentność.

Poszanowanie praw pracowników naszych partnerów biznesowych

Grupa Kapitałowa i Spółka mają 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. Z tego względu Grupa Kapitałowa uczestniczy w działaniach, których celem jest poszanowanie praw człowieka. W sierpniu 2017 roku VRG S.A. przystąpiła do partnerstwa na rzecz tłumaczenia Wytycznych OECD dotyczących należytej staranności w odpowiedzialności łańcucha dostaw w sektorze tekstylny-odzieżowym i skórzanym. Inicjatorem akcji było Ministerstwo Rozwoju. Grupa Kapitałowa, wspólnie z innymi partnerami, przetłumaczyła i opracowała wytyczne, które pomogą polskim przedsiębiorstwom w tworzeniu odpowiedzialnych łańcuchów dostaw. Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych dotyczące należytej staranności w zakresie odpowiedzialności łańcuchów dostaw w sektorze tekstylny-odzieżowym i obuwniczym pomagają 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.

Chcąc sformalizować wymagania dla swoich dostawców i kontrahentów, w większy sposób wywierać na nich wpływ oraz przenieść wartości Grupy VRG, Zarząd w 2020 roku stworzył Kodeks Postępowania dla Dostawców i Kontrahentów Grupy Kapitałowej VRG S.A. (zwany dalej: Kodeksem), który określa wymagania Grupy wobec jej dostawców, ich poddostawców oraz pozostałych kontrahentów, zarówno krajowych jak i zagranicznych. Przy konstrukcji Kodeksu Grupa Kapitałowa posłużyła się m.in. wytycznymi OECD dla segmentu odzieżowego oraz wymogami RJC (Responsible Jewellery Council) w segmencie jubilerskim jak również zasadami UNGC (United Nations Global Compact) dla obu segmentów. Jego podstawowym celem jest zapewnienie bezpieczeństwa w zakładach produkcyjnych, jak najlepszych warunków pracy oraz jak najbardziej kompleksowej ochrony środowiska naturalnego. Kodeks został wdrożony w Spółce i w Grupie Kapitałowej w marcu 2020 roku. Kodeks jest sukcesywnie wdrażany u dostawców. Ponad 50% dostawców segmentu odzieżowego podpisało zobowiązania wynikające z Kodeksu dla Dostawców i Kontrahentów VRG S.A. Kluczowe elementy Kodeksu zawarte są w tabeli poniżej.



Kodeks etyczny Grupy Kapitałowej VRG S.A.

Kodeks zawiera 4 podstawowe wartości Grupy Kapitałowej

Cel: promocja preferowanych postaw wśród wszystkich pracowników Grupy Kapitałowej, norm i wartości Grupy Kapitałowej. Kodeks jest publicznie dostępny, zamieszczony na stronie internetowej VRG S.A. Obejmuje swoim zasięgiem nie tylko spółkę matkę, ale również wszystkie spółki zależne. Osobom zgłaszającym naruszenia kodeksu zapewniana jest anonimowość i bezpłatna porada prawna.

WSPÓLPRACA

Współpraca na zasadzie równowagi, wzajemnego poszanowania i uwzględniania potrzeb obu stron, a także dążenia do kompromisu kształtuje nie tylko relacje Grupy z podmiotami zewnętrznymi, ale przede wszystkim wewnątrz niej samej, na poziomie relacji pomiędzy współpracownikami.

PROFESJONALIZM

Nieustanne zwiększanie kwalifikacji połączone z rzetelnym podejściem do powierzonych obowiązków pozwala efektywnie realizować zadania, z korzyścią dla Grupy i jej partnerów biznesowych, wpływając pozytywnie na wizerunek i reputację Grupy w oczach podmiotów zewnętrznych, a w szczególności klientów.

SZACUNEK

Respektowanie zarówno współpracowników, jak i podmiotów zewnętrznych, poszanowanie ich godności i uwzględnianie potrzeb stanowi jedną z podstawowych zasad wyznaczających kierunek działań Grupy. Grupa podkreśla, że z różnorodnością jej Pracowników związana jest ich równość. Wszelkie formy dyskryminacji, bez względu na narodowość, wiek, płeć, rasę, stopień sprawności, orientację seksualną, religię czy przekonania polityczne zasługują jedynie na potępienie.

TRANSPARENTNOŚĆ

Grupa nie może funkcjonować bez jasnego i czytelnego określenia wymagań i uprawnień. Informowanie Pracowników na temat ich statusu, zakresu obowiązków oraz decyzji podjętych w stosunku do nich odbywa się w sposób zrozumiały dla pracownika. Ta sama idea przyświeca Grupie w relacjach z podmiotami zewnętrznymi, gdzie transparentność jest niezbędna do unikania nieporozumień i sporów.

Kodeks porusza tak istotne kwestie jak unikanie konfliktu interesu, wskazuje pożądane działania pracowników oraz kształtuje relacje z podmiotami zewnętrznymi (partnerami biznesowymi, klientami, otoczeniem konkurencyjnym). Kodeks adresuje również istotność społeczności lokalnych dla Grupy, zaangażowanie w inicjatywy lokalne, jak również świadomość ekologiczną i promowanie aktywnych postaw w celu osiągnięcia zrównoważonego wzrostu.

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. Zdecydowana 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. Na koniec 2020 roku 73% dostawców VRG S.A. posiadało certyfikaty OEKOTEX i/lub zgodność z normą REACH (85% w ujęciu wartościowym). Stosowne certyfikaty są przez Spółkę weryfikowane. Certyfikaty zbierane są na bieżąco, w momencie wysyłania zapytań ofertowych oraz składa-

nia zamówień. Zwyczajowo wysyłane są one przez dostawców drogą elektroniczną lub udostępniane na ich stronach internetowych. 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.

W latach poprzednich Spółka nie zawierała w swoich umowach dotyczących zakupów w segmencie odzieżowym zobowiązań odnoszących się do przestrzegania praw człowieka oraz niezatrudniania i niekorzystania z pracy dzieci, niemniej jednak wymagała od swoich dostawców, aby w ich zakładach produkcyjnych te prawa były przestrzegane oraz aby posiadali oni stosowne certyfikaty (np. BSCI, SMETA/SEDEX) i byli w stanie je przedstawić na żądanie VRG S.A. Stosowne certyfikaty posiadają wszyscy najwięksi dostawcy dla marek VRG. Są one także wymagane dla wszystkich nowych dostawców i stanowią kryterium rozpoczęcia współpracy. 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 VRG 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 VRG S.A. współpracuje również z zakładami, które historycznie były jej częścią. W obszarze raportów audytów socjalnych (w szczególności BSCI/Sedex, rzadziej STeP by OEKOTEX) certyfikację posiadało 34% najszych dostawców, wartościowo 62%.

W segmencie jubilerskim, producenci biżuterii W.KRUK mają na uwadze etyczny wymiar biznesu – około 50% dostawców zagranicznych posiada międzynarodowe certyfikaty lub przynależy do organizacji zrzeszających odpowiedzialnych przedsiębiorców. Wybrani dostawcy regulują kwestie standardów wewnętrznie tworząc dokumenty typu Code of Conduct, określające wymagania w zakresie standardów i warunków pracy. Czołowi kontrahenci należą do RJC (Responsible Jewellery Council, rozszerzona nazwa: Council for Responsible Jewellery Practices Ltd.) – międzynarodowej organizacji non-profit, która wyznacza standardy etyczne w branży jubilerskiej i certyfikuje firmy spełniające najwyższe kryteria. Organizacji zależy przede wszystkim na wprowadzaniu do sprzedaży metali i kamieni szlachetnych, które posiadają certyfikat potwierdzający pozyskanie surowca w sposób odpowiedzialny oraz z przestrzeganiem warunków pracy. Wielu dostawców W.KRUK spełnia normy ISO: ISO 14001, ISO 9000 oraz ISO 9001, niektórzy przynależą do Sedex, w konsekwencji czego poddawani są procedurze SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit).

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, Grupa Kapitałowa kładzie szczególny nacisk na etykę działań tworząc komunikację marketingową w oparciu o najwyższe standardy. Zespoły marketingu poszczególnych marek w codziennej pracy korzystają ze stworzonych przez Grupę procedur i zbioru dobrych praktyk. W zależności od skali działań, pomysły konsultowane są na różnych poziomach organizacyjnych Spółki i Grupy. Strategiczne projekty konsultowane są z zarządem Spółki. Zanim komunikat lub kreacja zostaną upublicznione, każdorazowo podlegają weryfikacji merytorycznej i wizualnej przez zespół danej marki. Pojawiające się wątpliwości, uwagi i opinie poddawane są dyskusji, dzięki czemu przygotowanie nieodpowiedniego przekazu marketingowego jest minimalizowane.

Kodeks dla Dostawców i Kontrahentów VRG i Grupy VRG – poniżej prezentowane są jego wybrane fragmenty. Pełna wersja dostępna jest na stronie internetowej www.vrg.pl

1 Wymagania prawne

Dostawca Grupy zobligowany jest także do przestrzegania wszelkich innych unormowań i standardów obowiązujących w branży, a także odpowiednich konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy (ILO), Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) oraz postanowień Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, a ponadto Wytycznych OECD dotyczących należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylno-odzieżowym i obuwniczym.

2 Warunki zatrudnienia, dobrowolność i warunki pracy, pracownicy niepełnoletni

Zerowa tolerancja wobec wszelkich form pracy przymusowej, Grupa nie toleruje zatrudniania dzieci. Z tego powodu dostawcy i kontrahenci powinni traktować wszystkich swoich pracowników z należyłym szacunkiem, a także poszanowaniem ich godności. Niedopuszczalne jest stosowanie przez dostawców i podwykonawców lub innych kontrahentów Grupy praktyk dyskryminacyjnych w odniesieniu do osób rekrutowanych, starających się o awans, zatrudnionych u danego pracodawcy oraz nie powinny być one przyczyną do rozwiązania umowy o świadczenie pracy.

niedozwolone jest zatrudnianie pracowników w przypadku braku dostatecznie jasnych warunków, które określałyby wynagrodzenie i zasady jego przyznawania, przewidziany okres trwania umowy, zakres wykonywanych obowiązków oraz czas pracy.

3 Prawa pracowników

Dostawcy oraz inni kontrahenci są zobowiązani przestrzegać wszystkich przepisów prawa pracy. Dostawcy mają obowiązek uznawać, a także respektować prawa pracowników do zawierania zbiorowych układów pracy oraz wolnego członkostwa w organizacjach takich jak rady pracownicze, związki zawodowe czy stowarzyszenia których celem jest reprezentowanie interesów pracowników.

4 Bezpieczeństwo i higiena pracy

Dbłość o bezpieczeństwo pracowników powinna być priorytetem każdego pracodawcy, dlatego dostawcy współpracujący z Grupą są zobowiązani do zachowania najwyższej staranności w trosce o zapewnienie zatrudnionym bezpiecznych i higienicznych warunków wykonywanej pracy.

5 Środowisko naturalne

Grupa oczekuje od dostawców i kontrahentów przestrzegania zapisów prawa w zakresie wpływu swojej działalności na środowisko naturalne. Powinni oni również oceniać swoją działalność pod kątem ryzyka negatywnego wpływu na środowisko i dążyć do zapobiegania temu ryzyku.

6 Miejsca produkcji; Podzlecenie produkcji (podwykonawstwo)

Celem Grupy jest zapewnienie przestrzegania Kodeksu oraz przepisów prawa nie tylko przez bezpośrednich dostawców i kontrahentów Grupy, ale również przez podwykonawców. W związku z tym Dostawca Grupy powinien udzielić pełnej informacji na temat faktycznego miejsca produkcji wyrobów dla Grupy, zwłaszcza w przypadku, gdy działa jako agent lub biuro zakupowe. Kodeks ma zastosowanie zarówno dla kontrahenta i dostawcy Grupy, jak i ich podwykonawców faktycznie realizujących produkcję.

Szczególne zasady dotyczące dostawców segmentu jubilerskiego marki W.KRUK

7 Dostawcy wyrobów jubilerskich marki W. KRUK S.A. powinni ponadto stosować się do zasad, które odnoszą się do etycznych praktyk tej branży, wyrażonych w dokumencie Code of Practices sformułowanym przez RJC.

Polityka Antykorupcyjna

8 Grupa nie akceptuje przejawów korupcji. Pracownicy Grupy nie udzielają, nie przyjmują ani nie obiecują udzielenia żadnych korzyści osobistych lub majątkowych w związku lub przy okazji wykonywanych obowiązków. Powyższe zasady obowiązują w odniesieniu do relacji z dostawcami, podwykonawcami i innymi kontrahentami. Grupa oczekuje od dostawców, podwykonawców i innych kontrahentów wdrożenia skutecznych mechanizmów przeciwdziałania wszelkim przejawom korupcji.

Zgodność z międzynarodowymi standardami

9 Grupa w swojej polityce wobec dostawców nie poprzestaje jedynie na wymaganii respektowania podstawowych regulacji prawnych dotyczących zatrudnienia, procesów produkcyjnych czy ochrony środowiska. Dostawcy Grupy są zobowiązani do przeprowadzania oraz udostępniania procesów (analiz) należytej staranności w segmencie odzieżowym, obuwniczym i jubilerskim które obejmują procedury umożliwiające przedsiębiorstwom identyfikację, zapobieganie, minimalizowanie, a także określenie sposobu reagowania na rzeczywiste i potencjalne negatywne skutki swojej działalności.

Implementacja Kodeksu przez dostawców i kontrahentów

10 Grupa oczekuje od dostawców oraz kontrahentów dołożenia należytej staranności w przestrzeganiu postanowień Kodeksu na polu swojej działalności, a także wdrożenia systemów zarządzania ułatwiających przestrzeganie obowiązujących przepisów oraz wspierających dokonywanie usprawnień w odniesieniu do oczekiwań wskazanych w niniejszym Kodeksie.

Kontrola przestrzegania postanowień Kodeksu i działania naprawcze

11 W ramach odpowiedzialności za łańcuch dostaw, Grupa zastrzega sobie prawo do niezapowiedzianej uprzednio wizytacji fabryk i obiektów głównych dostawców przynajmniej raz w roku. Grupa oczekuje od swoich dostawców oraz kontrahentów poszanowania standardów zawartych w Kodeksie i dąży do podejmowania współpracy na przejrzystych zasadach, a przekazywane przez dostawców informacje oraz dane nie będą świadomie zmieniane i będą w sposób uczciwy przekazywane organom spółek wchodzących w skład Grupy oraz jej audytorom.

Postanowienia końcowe

12 Obowiązujące dotychczas zasady, które dotyczą dostawców i partnerów biznesowych Grupy pozostają w mocy, o ile nie są sprzeczne z postanowieniami niniejszego Kodeksu.

Grupa Kapitałowa szanuje wolną i uczciwą konkurencję, jako podstawowy element prawa klienta do szerokiego wyboru towarów w każdym z segmentów, w których działa. W grudniu 2015 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), nałożył na VRG S.A. 0,86 mln zł kary pieniężnej, uznając za praktykę ograniczającą konkurencję zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję na krajowym rynku detalicznej sprzedaży internetowej zegarków, polegającego na ustalaniu minimalnych detalicznych cen sprzedaży zegarków i nakazując zaniechania stosowania ww. praktyk. Na skutek wniesionego przez Spółkę odwołania, Sąd Okręgowy w Warszawie XVII Wydział Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 19 października 2018 roku wydał wyrok zmieniający zaskarżoną decyzję w stosunku do VRG S.A. stwierdzający zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 31 marca 2015 roku, a ponadto obniżający nałożoną karę pieniężną do kwoty 0,7 mln zł. Apelacja Spółki od tego wyroku została oddalona wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 21 września 2020 r.

Grupa Kapitałowa dopełnia również należytej staranności w kontekście przechowywania i przetwarzania danych swoich klientów. Przesyłanie danych klientów jest szyfrowane, a serwery na których dane są przechowywane znajdują się w Grupie Kapitałowej lub u jej sprawdzonych dostawców. Obecnie, klienci salonów mogą wprowadzać i edytować swoje dane w systemie mobilnym. Dotyczy to wszystkich marek, także Bytomia. Jedyny wyjątek stanowi marka Deni Cler Milano. W salonach marki Deni Cler Milano w dalszym ciągu obowiązuje forma papierowa rejestracji klientów. Aplikacja mobilna Vistula i Wólczanka została wdrożona w 2017 roku, aplikacja W.KRUK została wdrożona w 2018 roku. W 2020 roku nastąpiło wdrożenie systemu mobilnego w salonach Bytom. W 2020 wdrożono nową funkcjonalność w aplikacji Wólczanka, pozwalającą na zakupy przez klientów bezpośrednio z urządzenia mobilnego. W marcu 2021 roku wdrożona aplikację sprzedażową marki Vistula, a wdrożenie dla marki Bytom planowane jest na 2021 rok. W 2018 roku Grupa Kapitałowa wdrożyła nowe procedury dotyczące polityki ochrony danych osobowych w związku z wejściem w życie w dniu 25 maja 2018 roku Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku 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). Grupa prowadzi coroczny audyt zarówno przez wyspecjalizowanych audytorów zewnętrznych, jak i komórkę kontrolingu wewnętrznego. Dokonywana jest analiza miejsc, procedur i systemów informatycznych, w których przetwarzane są dane jej klientów oraz pracowników oraz miejsc i sytuacji, w których dane klientów powierzane są do przetwarzania innym podmiotom. Na 2020 planowano wdrożenie platformy e-learningowej do szkolenia w zakresie przepisów RODO obecnych i nowych pracowników. Z uwagi na pandemię COVID-19 termin został przesunięty na 2021 rok. W 2020 roku zanotowano kilka incydentów związanych z ochroną danych, podobnie jak w 2019 roku. Naruszenia miały charakter incydentalny i spełniały przesłankę małego prawdopodobieństwa wystąpienia skutku w postaci naruszenia praw lub wolności osób fizycznych. Spółka starała się jej szybko wyjaśnić. W 2020 w Spółce i w Grupie zgłoszono 1 naruszenie ochrony danych osobowych do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych (w 2019 roku nie zgłoszono naruszeń).

Spółka i Grupa Kapitałowa dbają również o etyczny kontakt z klientami. W salonach w wyborze produktów klientom pomagają pracownicy salonów, których zadaniem jest dbanie o odczucia klientów oraz dostarczenie fachowej wiedzy o produktach oraz wsparcie w wyborze. Pracownicy salonów zobowiązani są do zapoznania się z regulaminami i wewnętrznymi procedurami, tzw. standardami pracy salonu. Uczestniczą również w szkoleniach. Sprawdzianem dla relacji Grupy z klientami są reklamacje, które każda z marek Grupy Kapitałowej realizuje zgodnie z polskim prawem, zapewniając klientom możliwie jak najszerszy dostęp do możliwości zgłoszeń oraz kontaktu.

6.2. Ryzyka

Najistotniejsze ryzyka zidentyfikowane przez Spółkę i Grupę w tym zakresie obejmują:

- poszanowanie praw człowieka u dostawców i partnerów biznesowych,
- poszanowanie praw klientów i pracowników,
- ryzyko reputacyjne.

Ryzyko praw człowieka jest ryzykiem o szerokim zasięgu zarówno dla Spółki jak i Grupy Kapitałowej, dotyczy ono bowiem tak kluczowej sprawy jaką jest reputacja Spółki i Grupy Kapitałowej. Choć VRG S.A. i Grupa VRG S.A. działają głównie na terenie Polski, kraju będącego członkiem UE, w którym prawa człowieka regulują zarówno krajowe kodeksy jak i międzynarodowe konwencje, sprzedawane produkty oraz tkaniny czy surowce, z których są tworzone, kupowane są częściowo w krajach, w których prawa człowieka mogą być nie w pełni przestrzegane.

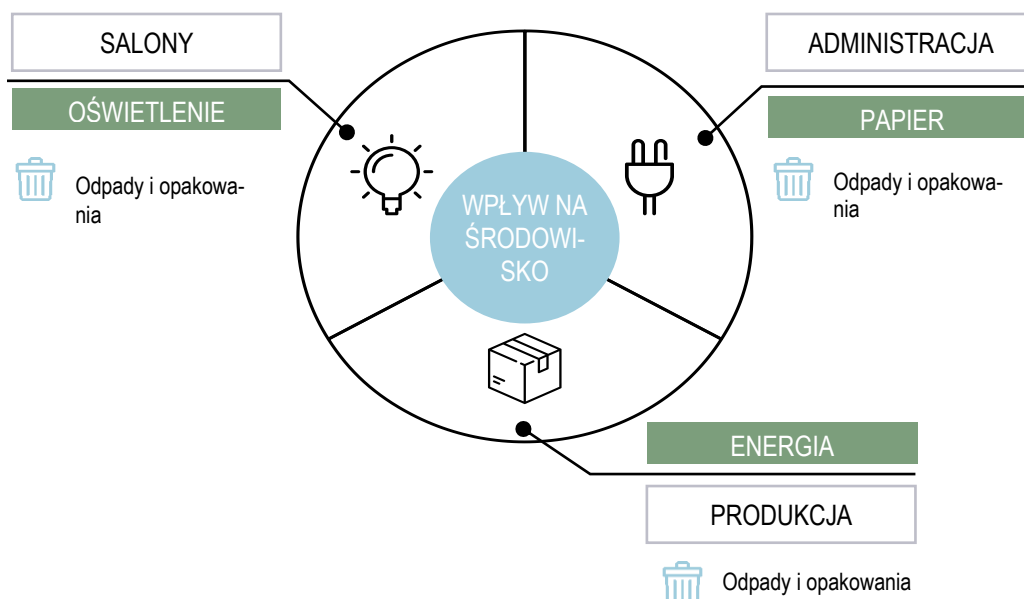
Dodatkowo, istnieje ryzyko, iż naruszymy prawa naszych klientów lub pracowników do etycznego traktowania lub do prywatności.

VRG S.A. i Grupa Kapitałowa VRG S.A. bardzo poważnie traktują kwestie związane z przestrzeganiem praw człowieka. Zarząd kładzie nacisk na długoterminowe relacje ze swoimi dostawcami i partnerami biznesowymi, stawiając jakość wykonania i warunki panujące u partnerów biznesowych ponad koszt. Ponadto, Grupa jest dystrybutorem produktów światowych marek, dla których społeczna odpowiedzialność biznesu jest również istotna. Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej zwraca też uwagę na etykę działania, zarówno w stosunku do klientów marek jak i swojej konkurencji, stawiając reputację Grupy i poszczególnych marek na pierwszym miejscu. Wdrożenie Kodeksu dla Dostawców i Kontrahentów przyczyni się do minimalizacji tego ryzyka u partnerów biznesowych. W Spółce i w Grupie Kapitałowej wdrożone są wewnętrzne procesy, których celem jest maksymalizacja bezpieczeństwa klientów i pracowników, ich danych osobowych oraz formy kontaktu (np. unikanie nieetycznej reklamy). Istotnym elementem jest też Kodeks Etyki wdrożony w Spółce i w Grupie Kapitałowej, który zawiera wytyczne oraz wartości, które przyświecają działaniom wszystkich pracowników.

7. Kwestie środowiskowe i klimatyczne

7.1. Polityki

Polityka ochrony środowiska i klimatu jest ważną kwestią dla Spółki i Grupy Kapitałowej, które dążą do zrównoważonego rozwoju. Celem zarówno Spółki jak i Grupy Kapitałowej jest wzrost organiczny i akwizycyjny przy stopniowym zmniejszaniu swojego wpływu na środowisko i klimat. Grupa rozpoczęła prace dotyczące zmniejszenia swojego wpływu na środowisko i klimat 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 Sp. z o.o.. Bytom S.A., podobnie jak DCG S.A., nie był zobligowany do przeprowadzenia audytu energetycznego ze względu na niską liczbę pracowników. 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. W ramach audytu przygotowana została lista zaleceń i możliwych do wykonania inwestycji wraz z ich kosztem oraz okresem zwrotu. Grupa Kapitałowa stosuje się do wybranych zaleceń audytu, a w ramach posiadanych możliwości finansowych, dokonuje 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 i klimat Grupa Kapitałowa wyróżnia trzy miejsca ekspozycji na środowisko naturalne: salony, administracja oraz produkcja, o różnych charakterystykach działania i konsumpcji energii jak również skalą i rodzajem generowanych odpadów i opakowań.



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 i klimat. Po pierwsze, od połowy 2013 roku Grupa stosuje oświetlenie led w salonach firmowych. Dotyczy to zarówno nowych lokali, jak i remontowanych/modernizowanych. Na koniec 2019 roku 224 salony VRG S.A. (marki Vistula, Wólczanka, Bytom) posiadały oświetlenie led, co przekłada się na 75% salonów własnych. Na poziomie Grupy Kapitałowej na koniec 2019 roku 359 salonów posiadało oświetlenie led, co stanowi 81% salonów własnych. W 2020 roku ze względu na pandemię inwestycje w oświetlenie led nie były priorytetem, podobnie jak remonty – oprócz zamknięcia centrów handlowych, Spółka i Grupa ograniczały również inwestycje w celu utrzymania stabilności finansowej. Na koniec 2020 roku 213 salonów Spółki posiadało oświetlenie led. Choć nominalnie liczba ta jest mniejsza niż rok wcześniej, przekłada się na wyższy procentowy udział w liczbie salonów własnych (79%) ze względu na zamknięcia salonów prowadzone ze względu na COVID-19. Na poziomie Grupy Kapitałowej liczba ta wyniosła 341 salonów, 82% salonów własnych na koniec 2020 roku.

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 2019 roku w VRG S.A. odsetek umów wyniósł ok. 45% salonów własnych, a na poziomie Grupy Kapitałowej ok. 44% umów na salony własne. W 2020 roku wskaźniki te uległy dalszej poprawie – wynosząc ok. 48% zarówno na poziomie Spółki jak i Grupy Kapitałowej.

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. Z salonami powiązany jest proces logistyki. Spółka W.KRUK ze względu na planowany rozwój zmieniła na początku 2020 roku lokalizację swojego magazynu dystrybucyjnego. Obecny magazyn jest bardziej funkcjonalny, spełniający kryteria nowoczesnego punktu dystrybucyjnego. Został on zaaranżowany według obecnych potrzeb spółki W.KRUK. Zamontowane zostały nowocześniejsze systemy oświetleniowe, wentylacyjne oraz klimatyzacyjne.

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.

W zakresie aut służbowych, zarówno Spółka jak i Grupa dopuszczają trzy sposoby ich funkcjonowania: własność, leasing oraz najem.auta służbowe przyznawane są nielicznym osobom w organizacji. Na koniec 2020 roku było ich 77 na poziomie Grupy Kapitałowej VRG S.A. (+2 r/r) oraz 43 na poziomie VRG S.A. (+3 r/r). 23% r/r spadek liczby przejechanych kilometrów na poziomie Grupy i 11% spadek na poziomie Spółki wynika z mniejszego wykorzystania aut służbowych podczas pandemii COVID-19, ze względu na częstszą pracę na home-office. Spółka i Grupa posiadają również Instrukcję dotyczącą korzystania z służbowych samochodów.

Pojazdy służbowe	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	75	77
Segment odzieżowy	52	55
Segment jubilerski	23	22
VRG S.A.	40	43

Liczba przejechanych km	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	2 306 783	1 766 013
Segment odzieżowy	1 696 245	1 368 710
Segment jubilerski	610 538	397 303
VRG S.A.	1 143 225	720 825

Choć Grupa nie posiada spisanej polityki dotyczącej podróży służbowych, preferowanym środkiem transportu jest komunikacja kolejowa. W Spółce i w Grupie istnieje Procedura rozliczania krajowych i zagranicznych podróży służbowych. Liczba podróży jest minimalizowana przez zastosowanie nowoczesnych narzędzi na różnych szczeblach i na wielu polach. Rok 2020 wymusił też bardzo szybkie zmiany w tym zakresie wprowadzając do organizacji zdalne rozmowy i spotkania jako standard ogólnofirmowy. Po pierwsze, rekrutacje prowadzone zarówno do lokalizacji oddalonych geograficznie od centrali Grupy Kapitałowej w Krakowie jak i na wszystkie stanowiska w centrali Spółki na pierwszym etapie (a nierzadko kompleksowo – aż do decyzji o zatrudnieniu) prowadzone są obecnie z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, 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 obecnie w zdecydowanej większości rozmowy przez narzędzia IT i wideokonferencje do komunikacji z dostawcami.

Poniżej przedstawione zostały dane dotyczące delegacji rozumianych jako służbowy wyjazd pracownika Spółki lub Grupy Kapitałowej. Jedna delegacja odpowiada minimum dwóm przejazdom lub przelotom czyli poruszaniu się z miejsca wyjazdu/wylotu do miejsca docelowego oraz z powrotem. Dane dotyczące Grupy Kapitałowej obejmują wszystkie spółki z Grupy czyli VRG S.A., DCG S.A., WSM (segment odzieżowy) oraz W.KRUK S.A. Dane pokazują spadek r/r liczby wyjazdów służbowych w 2020 roku w Spółce jak i Grupie Kapitałowej, którego główną przyczyną była pandemia. Znaczące ograniczenie możliwości podróży do wielu zagranicznych krajów, z których znajdują się kluczowi dostawcy spowodowało, iż delegacje w większości zredukowane były (poza kilkoma wyjątkami) do podróży krajowych. Redukcja objęła podróże i delegacje wszystkimi środkami, najmniej przejazdy autami służbowymi i prywatnymi, ze względu na ich relatywne bezpieczeństwo w okresie pandemii. Większe r/r spadki w segmencie jubilerskim niż odzieżowym wynikają m.in. z wysokiej bazy dla W.KRUK w 2019 roku, kiedy część wyjazdów powiązana była ze wprowadzeniem rozszerzonej oferty produktowej (brylanty produkowane w laboratoriach oraz perfumy). Najbardziej popularnym środkiem transportu pozostały koleje (PKP), a drugim w kolejności były podróże autem (pokazane jako suma przejazdów autami służbowymi i prywatnymi).

Liczba delegacji	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	4 077	1 366
Segment odzieżowy	2 247	934
Segment jubilerski	1 831	432
VRG S.A.	1 817	777

Liczba delegacji w podziale na środki transportu	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	4 077	1 366
PKP	2 319	652
PKS	544	172
Samolot	137	31
Samochód	1 077	511
VRG S.A.	1 817	777
PKP	960	400
PKS	233	66
Samolot	49	23
Samochód	575	288

Liczba przejechanych kilometrów pokazana jest jako suma kilometrów przejechanych we wszystkich delegacjach (z miejsca pracy do punktu docelowego i z powrotem). Struktura podziału przejechanych kilometrów na środki transportu jest odmienna od liczby delegacji. Choć najwięcej kilometrów przejechanych jest koleją, to na trzecim miejscu znajdują się przeloty samolotem, które dokonywane są na znaczące odległości, m.in. do Azji.

Liczba pokonanych km	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	2 846 975	771 055
Segment odzieżowy	1 654 426	584 810
Segment jubilerski	1 192 549	186 245
VRG S.A.	957 869	502 634

Liczba pokonanych km w podziale na środek transportu	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	2 846 975	771 055
PKP	1 166 466	328 361
PKS	159 869	40 153
Samolot	709 795	172 558
Samochód	810 845	229 983

Liczba pokonanych km w podziale na środek transportu	2019	2020
VRG S.A.	957 869	502 634
PKP	461 691	215 856
PKS	61 977	20 362
Samolot	219 466	142 436
Samochód	214 735	123 980

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, w opcji dwustronnego drukowania. W spółkach Grupy Kapitałowej wdrożony został system do elektronicznego obiegu dokumentów. W 2019 roku Spółka zużyła 23,98 tony papieru, a dodatkowo W.KRUK zużył 12,11 ton. W 2020 roku te wskaźniki te uległy polepszeniu m.in. ze względu na większą skalę pracy zdalnej. W 2020 roku Spółka zużyła 14,35 ton papieru, a W.KRUK 9,2 tony.

Aby zapewnić każdemu pracownikowi równy dostęp Spółka i Grupa wdrożyły w 2019 roku również platformę, na której dostępne są wszystkie polityki. Polityki regulujące korzystanie przez pracowników ze sprzętów służbowych. Grupa posiada dodatkowo: Regulamin korzystania ze służbowych telefonów komórkowych, który reguluje godziny, w których telefony służbowe powinny być utrzymywane w stanie aktywności, pokrywanie przez Spółkę kosztów telefonów oraz kwartalne limity dotyczące kosztów.

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 oraz niektórych starszych), (2) bieżącej kontroli pracy sprężarki, wytwornic pary, wężła ciepłego; dzięki takim działaniom możliwa jest szybka reakcja w przypadku powstania jakiegokolwiek awarii np. niepożądanego wyciekania wody w miejscu powstania, (3) zmniejszeniu zużycia wody poprzez zainstalowanie w kranach perlatorów, (4) zmniejszeniu zużycia wody i poboru energii poprzez przeprowadzanie instruktaży i uświadamianie pracowników o konieczności oszczędzania energii i wody np. wyłączanie maszyny, oświetlenia po wyjściu z pomieszczenia bądź gdy nie jest potrzebne, niekorzystanie z wody w sposób nadmiarowy, uczulanie na sprawdzanie faktycznego stanu kurków w kranie, (5) segregacji odpadów i ich utylizacji przez odpowiednie firmy (wszystkie rodzaje odpadów podlegają segregacji i są rejestrowane w Bazie Danych o Produktach i Opakowaniach oraz o Gospodarce Odpadami BDO); 6) wykonywaniu pomiarów hałasu i zapylenia na halach produkcyjnych (poziom hałasu, zapylenia nie przekracza NDN, NDS), (7) zwiększeniu przepływu informacji w formie e-mailowej, a tym samym zredukowanie ilości papieru, (8) zmniejszeniu wyjazdów

służbowych poprzez zastąpienie ich np. tele- i wideokonferencjami, (9) monitorowaniu wpływu firmy na środowisko poprzez przeprowadzanie audytów energetycznych (ostatni audyt energetyczny przeprowadzony w 2017 roku). Dodatkowo, w 2020 WSM przystąpiło do programu ENTeR pilotowanego przez Związek Pracodawców Przemysłu Odzieżowego i Tekstylnego PIOT. Projekt ENTeR koncentruje się na przygotowaniu i wdrożeniu narzędzia – platformy M3P – służącego redukcji odpadów w przemyśle włókienniczym. Projekt obejmuje kraje Europy Środkowej.

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), (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) jak również (6) zmniejsza zużycie ciepła – w zakładzie zainstalowano urządzenie nawiewno-wywiewne wyposażone w moduł rekuperacji powietrza. Zainstalowany wymiennik powietrza charakteryzuje się wysoką sprawnością odzyskiwania ciepła, redukując za tym ilość energii potrzebnej do ogrzania budynku; (7) zgodnie z operatem wodnoprawnym zainstalowana jest podczyszczalnia ścieków, gdzie ścieki z galwanizerni są monitorowane i podczyszczane do odpowiednich parametrów.

W 2019 roku zakład produkcyjny Manufaktura W.KRUK został przeniesiony z Poznania do Komornik pod Poznaniem. Dwa elementy, które zdecydowały o zmianie to: 1) kwestie urbanizacyjne – wraz z rozwojem miasta Poznań poprzednia lokalizacja zakładu została wyparta przez zabudowę mieszkaniową i 2) nieefektywność ekologiczna poprzedniego budynku, w szczególności jeśli chodzi o wykorzystywanie energii do ocieplania budynku z uwagi na jego przestarzałą konstrukcję (brak ocieplenia na elewacji, mostki cieplne, nieizolowany dach). W nowej lokalizacji w całym budynku zamontowane są światła LED. Zostały też do niej zakupione urządzenia, które w bardziej efektywny sposób wykorzystują energię (piec do topienia metali z 30 kW mocy znamionowej został zamieniony na 10 kW, a komora do wygrzewania półproduktów została zamieniona z 20 kW mocy znamionowej na 2,4kW). Wszystkie te działania po ponad roku od przeprowadzki mają swój realny wymiar. Dane za 2020 rok oraz dane z audytu energetycznego poprzedniej lokalizacji wskazują na spadek zużycia energii potrzebnej na wyprodukowanie jednej sztuki o 78% podczas gdy samo zużycie energii spadło o 66%. Obniżenie wpływu produkcji w Manufakturze W.KRUK na środowisko odbyło się bez obniżenia skali działalności lub spadku zatrudnienia.

Odpady i opakowania

Spółka i Grupa Kapitałowa wypełniają bieżące obowiązki z zakresu ochrony środowiska w kwestiach odnoszących się do odpadów. Zgodnie z obecnie obowiązującą ustawą o odpadach wszyscy przedsiębiorcy, którzy wytwarzają, zbierają, przetwarzają bądź transportują odpady, wprowadzają na rynek produkty, opakowania, wprowadzają na rynek sprzęt elektryczny, elektroniczny, pojazdy, baterie, akumulatory są zobligowani do prowadzenia ewidencji odpadów oraz są zobowiązani do rejestracji w Bazie Danych o Produktach i Opakowaniach oraz o Gospodarce Odpadami (BDO). Spółka i Grupa Kapitałowa gospodarując odpadami zgodnie z obowiązującymi przepisami prowadzi ewidencję odpadów za pośrednictwem indywidualnego konta w elektronicznym systemie BDO. Wytwarzane odpady (chemikalia, ścinki tekstyliów, papier tektura, odpady metali, złomu elektrycznego i elektronicznego (ZEiE), tonery) magazynowane są selektywnie, z zachowaniem obowiązujących wymagań z zakresu ochrony środowiska. Następnie w zależności od ich rodzaju przekazywane są innym podmiotom gospodarczym, które posiadają stosowne pozwolenia na dalsze gospodarowanie odpadami. Wytwarzane odpady po przekazaniu uprawnionym podmiotom zewnętrznym poddawane są według potrzeb procesom odzysku lub unieszkodliwienia. Dodatkowo, zakład w Komornikach (Manufaktura) prowadzi cykliczne badanie składu i stanu ścieków przemysłowych – odprowadzanych zgodnie z posiadanym pozwoleniem wodnoprawnym. Jeśli chodzi o salony Spółki i Grupy Kapitałowej, zlokalizowane w centrach handlowych, 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. Spółka i Grupa Kapitałowa dokładają wszelkich starań, aby w jak najlepszy sposób wywiązywać się z prawnych zobowiązań.

Ilość wytworzonych odpadów (tony)	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	22,5	43,3
Segment odzieżowy	19,5	42,7
Segment jubilerski	3,0	0,5
VRG S.A.	3,7	13,6

W 2020 roku nastąpił wzrost ilości wytworzonych odpadów zarówno na poziomie Grupy Kapitałowej jak i Spółki. W odniesieniu do Spółki, wzrost r/r wynikał z wyższej sprzedaży e-commerce jako konsekwencji pandemii a poprzez to większego zużycia materiałów opakowaniowych. Na segment odzieżowy wpływ miało również zwiększenie ilości odpadów wygenerowanych przez WSM. Odmienne tendencje widoczne były natomiast na poziomie spółki W.KRUK, w której znaczący r/r spadek wynikał ze zmiany lokalizacji produkcji – przeniesienie Manufaktury do nowej, bardziej ekologicznej lokalizacji z centrum Poznania do Komorników pod Poznaniem.

Kolejnym obszarem monitorowania wpływu na środowisko jest również liczba opakowań wprowadzanych na rynek. W 2020 roku nastąpił wzrost masy opakowań wprowadzanych na rynek polski, który wynikał z wyższych wolumenów sprzedaży e-commerce wywołanych pandemią COVID-19. W obliczeniach nie jest ujęte WSM, które nie wprowadza produktów w opakowaniach - produkuje wyroby i wypuszcza na rynek m.in. pod markami VRG S.A. i innymi obcymi markami, które to mają obowiązek rozliczyć opakowania we własnym zakresie.

Masa opakowań wprowadzonych na rynek polski (w kg)	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	535 266	1 152 303
Segment odzieżowy	296 707	918 092
Segment jubilerski	238 559	234 211
VRG S.A.	290 707	912 272

W 2020 nastąpiła znacząca zmiana w rodzaju wprowadzanych na rynek polski opakowań. Zarówno Spółka jak i Grupa Kapitałowa wyeliminowały plastikowe reklamówki (na koniec 2020 roku nie było ich w żadnej marce). Opisane tendencje potwierdzone są w danych dotyczących podziału opakowań wprowadzonych na rynek według rodzaju – spadkowi masy opakowań z tworzyw sztucznych w 2020 roku towarzyszy wzrost masy opakowań z papieru i tektury. W 2020 100% opakowań wykorzystywanych przez VRG do wysyłek e-commerce (Vistula, Wólczanka, Bytom) podlegało recyklingowi/posiadało certyfikat FSC.

Masa opakowań wprowadzonych na rynek polski w podziale na rodzaj (w kg)	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	535 266	1 152 303
Opakowania z papieru i tektury	484 529	1 131 995
Opakowania z tworzyw sztucznych	50 537	20 058
Opakowania z drewna	200	250
VRG S.A.	290 707	912 272
Opakowania z papieru i tektury	262 197	900 406

Opakowania z tworzyw sztucznych	28 510	11 866
Opakowania z drewna	0	0

Grupa Kapitałowa VRG S.A. wprowadzając na rynek produkty w opakowaniach, zgodnie z przepisami ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi zobowiązana jest do odzysku, w tym recyklingu odpadów opakowaniowych. Powyższy obowiązek wypełniany jest na podstawie stosownych umów zawartych z organizacjami odzysku opakowań, które to realizują w imieniu Grupy obowiązek odzysku i recyklingu poprzez współpracę z posiadaczami odpadów zajmującymi się recyklingiem odpadów, a także realizując w imieniu Grupy publiczne kampanie edukacyjne.

Odzysk i recykling odpadów opakowaniowych wprowadzonych na rynek polski (w kg)	2019	2020
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	283 314	638 758
Opakowania z papieru i tektury przekazane do recyklingu	271 336	633 917
Opakowania z tworzyw sztucznych przekazane do recyklingu	11 876	4 714
Opakowania z drewna przekazane do recyklingu	102	128

Łączny wpływ na środowisko i klimat

Od 2019 roku Spółka i Grupa rozpoczęły analizę swojego wpływu na środowisko i klimat w postaci szacunków zużycia energii elektrycznej, gazu ziemnego, ciepła, wody oraz emisji gazów cieplarnianych (w postaci ekwiwalentu CO₂). Przy poniżej przedstawionych obliczeniach i szacunkach uwzględniono wszystkie spółki zależne, podobnie jak przy innych danych niefinansowych. Zebrane dane pokazują spadek zużycia energii elektrycznej i ciepłej oraz zużycia wody, co wynika z większego wykorzystania pracy zdalnej w 2020 roku ze względu na pandemię.

Zużycie w 2019 roku	Energia elektryczna (MWh)	Gaz ziemny (GJ)	Energia cieplna (GJ)	Woda (m3)
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	10 902	820	4 688	5 461
Segment odzieżowy	8 010	671	3 673	3 712
Segment jubilerski	2 892	149	1 014	1 749
VRG S.A.	7 110	0	817	1 187
Zużycie w 2020 roku	Energia elektryczna (MWh)	Gaz ziemny (GJ)	Energia cieplna (GJ)	Woda (m3)
Grupa Kapitałowa VRG S.A.	7 990	921	4 151	4 507
Segment odzieżowy	5 698	635	3 909	3 192
Segment jubilerski	2 292	287	242	1 315
VRG S.A.	4 830	0	1 032	891

Analiza i szacunki dotyczące emisji gazów cieplarnianych zostały przeprowadzone w oparciu o GHG Protocol A Corporate Accounting and Reporting Standard. Standard ten dzieli emisje na Scope 1 (bezpośrednie), Scope 2 (pośrednie, ale w zakresie firmy) oraz Scope 3 (pośrednie, łańcuch wartości). Analiza działalności Spółki i Grupy wykazała, iż w zakres Scope 1 wchodzi auta służbowe oraz energia produkowana w zakładzie produkcyjnym Grupy (W.KRUK). Emisje Scope 2 to emisje związane ze zużyciem energii w miejscach będących pod kontrolą Spółki i Grupy, za które uznano wynajmowane powierzchnie administracyjne, magazynów oraz salony. Zarówno Spółka jak i Grupa Kapitałowa nie dysponowały pełnymi wartościami zużytej energii elektrycznej w salonach. Szacunków dotyczących każdej z sieci dokonano na podstawie reprezentatywnej próby salonów każdej marki. Na potrzeby szacunków danych za 2020 roku zastosowano większą grupę salonów niż za 2019 rok. Emisje Scope 2 obliczone

zostały zgodnie z tzw. location-method. W danych dotyczących emisji Scope 3 Spółka i Grupa pokazują za 2019 rok tylko dane dotyczące podróży służbowych pracowników (bez uwzględnienia aut służbowych, które ujęte są w Scope 1). Dane za 2020 rok zostały rozszerzone o szacunki emisji związanych z wpływem dojazdów pracowników do pracy. W zależności od zakresu, dla którego liczone były emisje ekwiwalentów CO₂, zastosowano wskaźniki emisyjności publicznie dostępne na stronach KOBiZE, URE, GHG Protocol oraz IPCC. Zastosowane współczynniki GWP (ang. global warming potential) pochodzą z materiałów publicznie dostępnych na stronach GHG Protocol. Emisje biogeniczne nie były obliczane.

Emisje gazów cieplarnianych (CO ₂ e) w tonach w 2019 roku	Grupa Kapitałowa VRG S.A.	VRG S.A.
Scope 1	497,2	217,4
Scope 2	8 850,2	5 068,0
Scope 3 (tylko delegacje)	223,9	87,5
Emisje gazów cieplarnianych (CO ₂ e) w tonach w 2020 roku	Grupa Kapitałowa VRG S.A.	VRG S.A.
Scope 1	362,2	165,6
Scope 2	6 529,0	3 767,0
Scope 3 (delegacje)	61,8	42,7
Scope 3 (dojazdy pracowników)	1 647,7	1 257,8

Pandemia wpłynęła korzystnie na emisje gazów cieplarnianych w ekwiwalentach dwutlenku węgla w zakresie 1 i 2, zarówno na poziomie Spółki jak i Grupy Kapitałowej. Wynika to z mniejszej pokonanej liczby kilometrów przez samochody służbowe (zakres 1) jak również mniejszego zużycia energii przez salony marek Grupy Kapitałowej ze względu na czasowe zamknięcia ze względu na lock-down (zakres 2). W zakresie 3 redukcje wynikały z mniejszej liczby delegacji, które zostały zamienione na wideokonferencje.

Ze względu na znaczące zmiany w otoczeniu, warto analizować emisje nie tylko w wartościach nominalnych, ale również w przeliczeniu na sztukę sprzedanego towaru. Do porównań wykorzystujemy emisje w zakresie 1 i 2 – emisje w zakresie 3 zostały w sprawozdaniu za 2020 rok policzone w szerszym ujęciu niż w sprawozdaniu za 2019 rok. Wyniki nie byłyby więc porównywalne. Emisje z zakresu 1 i 2 zostały znormalizowane przez liczbę sprzedanych produktów. 26% spadek emisji i 2% wzrost liczby sztuk sprzedanej odzieży przełożył się na 28% spadek emisji na sztukę, które wyniosły 0,8 kg CO₂e w 2020 roku w porównaniu do 1,1 kg CO₂e w 2019 roku. Dodatkowo, zwracamy uwagę, iż struktura sprzedanych produktów w 2020 roku uległa zmianie r/r. Kluczowym był wzrost produkcji w WSM ze względu na produkcję maseczek. Po wyłączeniu wpływu WSM z liczby sztuk, uzyskamy 9% spadek wolumenów w 2020 roku i 19% spadek emisji na sztukę sprzedanych produktów w 2020 roku.

Znormalizowane emisje gazów cieplarnianych Grupy Kapitałowej	2019	2020
Emisje Scope 1 + 2 (tony CO ₂ e)	9 347,4	6 891,2
Liczba sztuk sprzedanych produktów	8 464 126	8 615 513
Emisje Scope 1+2 na sztukę (kg CO ₂ e)	1,10	0,80
Liczba sztuk sprzedanych produktów bez WSM	8 149 564	7 375 863
Emisje Scope 1+2 na sztukę bez WSM (kg CO ₂ e)	1,15	0,93

Zarówno Spółka jak i Grupa będą w następnych latach pracować, aby rozbudować i uszczegółwić proces i sposób liczenia emisji gazów cieplarnianych.

7.2. Ryzyka

Poniżej zaprezentowane są najważniejsze zdaniem Zarządu ryzyka związane z kwestiami środowiskowymi i klimatycznymi:

- kwestie związane z produkcją,
- zużycie energii i surowców,
- wpływ codziennych działań na środowisko.

Ryzyko środowiskowe zawiera w sobie kilka obszarów, w których działania Spółki i Grupy Kapitałowej mogą wpłynąć na środowisko. Produkcja zarówno odzieży jak i biżuterii, jak również jej dostarczenie do salonów lub bezpośrednio do klienta, konsumuje surowce oraz energię elektryczną. Istnieje też ryzyko, iż w któryś z współpracujących zakładów normy środowiskowe nie będą przestrzegane. Dodatkowo, wraz z rosnącą skalą Spółki i Grupy Kapitałowej codzienne działania mogą bardziej obciążać środowisko.

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. Spółka i Grupa Kapitałowa skupiają się też na wdrażaniu wybranych działań efektywnościowych, zasugerowanych przez audyt energetyczny, w szczególności w obszarach produkcyjnych.

W związku z niewiązującymi Wytycznymi dotyczącymi sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych: Supplement dotyczący zgłaszania informacji związanych z klimatem (2019/C 209/01) wydanymi przez Komisję Europejską w czerwcu 2019 roku, Zarząd prezentuje analizę zależności, możliwości i ryzyk modelu biznesowego Spółki i Grupy w odniesieniu do wybranych kwestii klimatycznych. Ze względu na różnorodność czynników i zależności, które wpływają na segment odzieżowy i jubilerski, w miejscach gdzie jest to istotne, prezentowane są one osobno. W poniższych tabelach pokazano nie tylko wpływ możliwych zmian klimatycznych na kapitał naturalny, społeczny i pracowniczy oraz działania, które Zarząd zamierza podjąć, aby zminimalizować wpływ możliwych ryzyk przejścia i ryzyk fizycznych. Z grupy ryzyk przejścia za istotne Zarząd uważa ryzyka rynkowe i reputacyjne. Z grupy ryzyk fizycznych za istotne Zarząd uważa ryzyka długotrwałe.

Jednocześnie, Zarząd prezentuje również analizę dwóch scenariuszy klimatycznych oraz odporności modelu biznesowego (w podziale na segment odzieżowy oraz jubilerski) na zmiany klimatyczne. Scenariusze pochodzą z publicznie dostępnych i międzynarodowo rozpoznawalnych materiałów IPCC AR5 (ang. Assessment Report). Z czterech dostępnych scenariuszy pokazujących jak może zachowywać się koncentracja gazów cieplarnianych w atmosferze i jakie efekty wywoływać tzw. RCP (ang. Representative Concentration Pathways) RCP2.6, RCP4.5, RCP6.0 i RCP8.5 wybrano RCP2.6 i RCP6.0. Scenariusz RCP2.6 zakłada mocne ograniczenie ekwiwalentu CO₂ w atmosferze oraz to, iż podjęte działania pozwolą na utrzymanie temperatury na poziomie nie wyższym niż 2°C powyżej poziomu sprzed industrializacji (1850-1900). RCP8.5 to scenariusz zakładający wysokie emisje gazów cieplarnianych. Scenariusze RCP4.5 i RCP6.0 są scenariuszami pośrednimi. Scenariusz RCP6.0 i RCP8.5 pokazują co wydarzy się ze skumulowanym poziomem gazów cieplarnianych, jeśli nie zostaną podjęte odpowiednie działania redukcyjne. Analiza scenariuszy została przeprowadzona w sposób jakościowy a nie ilościowy. Zarząd będzie kontynuował i rozszerzał poniższe analizy dotyczące odporności modelu biznesowego na zmiany klimatyczne w następnych kwartałach. Zarząd będzie też reagował na zmiany dotyczące klimatu i dostosowywał zarówno strategię jak i działania taktyczne i operacyjne, aby zapewnić Spółce i Grupie Kapitałowej zrównoważony rozwój w każdym warunkach.



	Obszar wpływu zmian klimatycznych	Ryzyka i możliwy zakres wpływu zmian klimatycznych	Wpływ na różne rodzaje kapitałów	Sposób zarządzania ryzykami: działania Spółki i Grupy
Segment odzieżowy	Dostępność i koszt surowców i tkanin	Istnieje ryzyko, iż z uwagi na ochronę środowiska wprowadzane będą restrykcyjne regulacje prawne dla producentów odzieży i akcesoriów, które dotyczyć mogą zarówno produkcji surowców jak i ich przetwarzania, jak również całościowo wzrostu odpowiedzialności ich biznesu i wprowadzania zasad zrównoważonego rozwoju. Potencjalnie większe wymagania, nowe bardziej restrykcyjne certyfikaty jak również ich egzekwowanie mogą przyczynić się do rosnących kosztów produkcji, a tym samym przelożyć na wzrost cen oferowanych przez nich produktów. W rezultacie spółki z segmentu odzieżowego mogą być zmuszone do zakupu materiałów i towarów po wyższych cenach, co może wpłynąć na podwyższenie cen oferowanej odzieży i może nie być do zaakceptowania przez wszystkich klientów. Na wzrost kosztów towarów i materiałów mogą mieć też wpływ niekorzystne zjawiska pogodowe, zarówno krótko- jak i długoterminowe.	Kapitał naturalny: Wykorzystanie przez naszych dostawców technologii, które będą mniej szkodliwe dla środowiska powinno pozytywnie wpłynąć na kapitał naturalny. Same zmiany klimatyczne mogą potencjalnie doprowadzić do spadku bioróżnorodności oraz braku wody w niektórych obszarach, co może przyczynić się do zmniejszenia się powierzchni przeznaczonych pod uprawy surowców do tkanin. Zmiany klimatu mogą obniżyć poziom żyzności gleby, sprzyjać odporności szkodników i prowadzić do wzrostu zużycia nakładów na produkcję surowców, np. bawełny. Susze, pożary i powodzie mogą zagrozić plantacjom, a co za tym idzie mogą podnieść ceny i ograniczyć dostępność surowców do tkanin.	Ciągle poszukiwanie nowych dostawców, spełniających kryteria z Kodeksu Dostawców i Kontrahentów, produkujących w odpowiedzialny sposób oraz oferujących nowoczesne i ekologiczne produkty. Zarząd będzie dalej działał w kierunku dywersyfikacji geograficznej dostaw.
	Zmiany w zachowaniach Klientów	Istnieje ryzyko, iż trend dotyczący odpowiedzialnego kupowania nasili się, powodując, iż klienci będą bardziej świadomie dokonywać zakupów. Mogą położyć nacisk na zakupy tych produktów, które posiadają przejrzysty łańcuch dostaw i udostępniają informacje o pochodzeniu materiału, miejscu produkcji czy też posiadanych przez producenta i materiały certyfikatach. Dodatkowo, klienci mogą zacząć mocniej wybierać marki, które są przyjazne środowisku, deklarują znaczące redukcje swojego śladu węglowego czy też nawet posiadają cel neutralności wpływu na klimat. Może to przekładać się również na preferencje klientów dotyczące odzieży z materiałów z recyklingu czy też materiałów bardziej naturalnych, pozwalających „oddychać” podczas wysokich temperatur. Dodatkowo coraz większa świadomość dotycząca śladu węglowego może wpłynąć negatywnie na sprzedaż internetową, która wiąże się z większą liczbą dostaw niż do salonów. Istnieje ryzyko, iż klienci będą dłużej użytkować swoje ubrania i będą mniej podatni na trendy w modzie, co może negatywnie przelożyć się na sprzedaż Spółki i Grupy. Jednocześnie nasileniu mogą ulec trendy związane z zakupem odzieży używanej (tzw. pre-owned).	Kapitał ludzki i społeczny: Wraz ze wzrostem świadomości klientów dotyczącej zmian klimatycznych, mogą oni zacząć poszukiwać towarów pod względem ich jakości a nie ilości oraz pod względem ekologiczności materiałów. Wraz ze wzrostem świadomości konsumenta wzrasta też potrzeba wiedzy i informacji na temat produktów oferowanych przez marki. Spółka i Grupa, aby nie utraciła kapitału społecznego w postaci klientów i ich zaufania oraz kapitału ludzkiego w postaci pracowników i ich pomysłów, może być zmuszona sprostać tym oczekiwaniom. Coraz większy nacisk ze strony różnych interesariuszy może być kładziony na to, aby działania te były mierzalne, a nie stanowił jedynie przekazu marketingowego.	Wszystkie marki Grupy przystąpiły też do kampanii fur-free i nie będą oferować odzieży z naturalnych futer. W ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju Zarząd zobowiązał się, iż minimum 10% kolekcji każdej z marek odzieżowych będzie pochodzić z ekologicznych i nowoczesnych tkanin. Zarząd kontynuuje działania zmierzające do jak najszerzego mierzenia śladu węglowego Spółki i Grupy, które będą rozwijane w kolejnych kwartałach i latach.
	Zmiany w sezonach i kolekcjach	Możliwe dalsze zacieranie się pór roku i nasilenie nieprzewidywalnych anomalii pogodowych może wpłynąć na zmiany w strukturach kolekcji zwiększając popyt na ubrania całoroczne, typu casual, między-sezonowe. Asortyment typowo zimowy – ciepłe kurtki puchowe etc. może być coraz mniej popularny, a jego zamawianie obarczone coraz większym ryzykiem niesprzedania go w pierwszej cenie. Zmiany klimatyczne, a w szczególności cieplenie klimatu może mieć wpływ nie tylko na strukturę zamawianych towarów, ale również na cykl zatowarowania salonów. Coraz większym powodzeniem może cieszyć się odzież z włókien naturalnych, które w dobie zmian klimatycznych dają większe poczucie komfortu.	Kapitał finansowy: Kolekcja Jesień/Zima jest w segmencie odzieżowym ważniejsza niż Wiosna/Lato, choć 2020 rok posiada zaburzoną charakterystykę ze względu na pandemię. Dodatkowo kurtki i płaszcze stanowią istotny asortyment kolekcji Jesień/Zima dla marek Vistula i Bytom. Zmniejszenie się różnic między porami roku może spowodować mniejszy popyt na tą kategorię, a co za tym idzie możliwy negatywny wpływ na sprzedaż i zyski (są to kategorie produktów o wysokich cenach jednostkowych). Wzrost popytu na bawełnę może spowodować wzrost cen zakupu tego surowca, a tym samym firmy odzieżowe stają przed decyzją podwyżki cen sprzedaży lub zmniejszenia marży.	VRG z każdym sezonem Jesień/Zima racjonalnie podchodzi do zamawiania ubrań, które mogą sprzedaż się tylko w tym sezonie. Spółka monitoruje każdego roku zapotrzebowanie i jeśli jest taka potrzeba i możliwość modyfikując zamówienia poprzednich lat. Zarząd kontynuuje działania rozszerzające ofertę Spółki i Grupy nowy asortyment, podążający za gustami i oczekiwaniami klientów.

	Obszar wpływu zmian klimatycznych	Ryzyka i możliwy zakres wpływu zmian klimatycznych	Wpływ na różne rodzaje kapitałów	Sposób zarządzania ryzykami: działania Spółki i Grupy
Segment jubilerski	Dostępność i koszt surowców	Ponieważ kopalnie diamentów i metali szlachetnych znajdują się zazwyczaj na określonym obszarze od bardzo dawna, głównie ze względu na czas potrzebny do ich eksploracji, zaprojektowania, wydawania pozwoleń, budowę, produkcję oraz cykl życia kopalni po zamknięciu, zmiany klimatu mogą mieć znaczący wpływ na kopalnie. Woda opadowa, systemy oczyszczania i zbierania ścieków, a także budynki i infrastruktura oraz różnorodność biologiczna – wszystkie te elementy są nastawione na wpływ ekstremalnych warunków pogodowych spowodowanych zmianami klimatu. Jednym z ryzyk dla segmentu jubilerskiego mogą być rosnące ceny kruszców wykorzystywanych w przemyśle w ramach działań związanych z ochroną środowiska. Rosnące zapotrzebowanie na wybrane kruszce w zupełnie innych branżach, wpływa na kształtowanie cen kruszców na wszystkich rynkach. Dotyczy to palladu (wykorzystywanego w branży motoryzacyjnej, do katalizatorów w autach benzynowych) oraz platyny (wykorzystywanej w katalizatorach w autach na diesel).	Kapitał naturalny: Możliwe problemy z zasobami np. wodnymi mogą wpłynąć na proces wydobycia metali i kamieni szlachetnych pod kątem wydajności maszyn stosowanych przy wydobyciu lub infrastrukturę transportową, jak i niemożność pozyskania kruszców (np. z powodu zalanych przez powódzie kopalni, zmiennych warunków uniemożliwiających wydobycie, tajfunów uniemożliwiających szlifowanie diamentów czy ich dystrybucję). Globalne ocieplenie może jednak otworzyć na wydobycie tereny, które do tej pory nie mogły być eksploatowane, dając segmentowi jubilerskiemu szansę na dalszy rozwój.	W.KRUK, jako pierwsza w Polsce firma jubilerska, wprowadził na rynek na szeroką skalę (pełna kolekcja biżuterii) diamenty tworzone w laboratoriach. Ta nowość stanowi uzupełnienie diamentowej oferty marki i alternatywę dla klientów poszukujących kamieni niepozyskiwanych bezpośrednio z płaszcza ziemskiego. Zarząd będzie kontynuował działania dywersyfikujące ofertę w segmencie jubilerskim.
	Zmiany w zachowaniach Klientów	W związku z rosnącą świadomością konsumentów istnieje ryzyko, iż również w segmencie jubilerskim konsumenci będą coraz bardziej świadomi i wrażliwi na kwestię ekologii i zechcą wspierać producentów, które reagują na problem zmiany klimatu. Klienci mogą być skłonni zapłacić więcej za artykuły przyjazne środowisku. Na przyszłe wyniki sprzedaży może również wpływać trend ograniczenia konsumpcji lub poszukiwania alternatyw do zakupu nowej biżuterii lub zegarków na rynku wtórnym.	Kapitał ludzki i społeczny: Możliwe większe wymagania prawne lub naciski społeczne (coraz bardziej świadomych konsumentów, inwestorów) mogą przyczynić się do konieczności wprowadzania nowych technologii posiadających mniej szkodliwy wpływ na środowisko. Konsekwencją dla firm z branży jubilerskiej mogą być wysokie koszty wdrożenia zmian. Przyczynić się do tego może również czas niezbędny przy zastępowaniu dotychczasowych technologii. Czas nauki ich obsługi, przeszkolenie pracowników i okres ponownego dojścia do wydajności sprzed zmiany będzie generował dodatkowe koszty. Podejście pro-środowiskowe może być wymagane nie tylko przez partnerów, ale też pracowników W.KRUK.	W zakresie pozyskiwania diamentów luźnym wykorzystywanych do produkcji, firma W.KRUK współpracuje z dostawcami, którzy są członkiem RJC poddając się tym samym rygorystycznym audytom. Responsible Jewellery Council w istocie gromadzi firmy przestrzegające kodeksu postępowania związanych z odpowiedzialnym i moralnie nienaganym modelem prowadzenia przedsiębiorstwa. W.KRUK oferuje produkty ponadczasowe i trwałe, które dzięki swojej jakości starczą na pokolenia.
				Kapitał finansowy: Ryzyko ograniczenie zakupów biżuterii w połączeniu z wyższymi cenami biżuterii (jeśli wzrost kosztów miałby być przeniesiony na klienta), może negatywnie wpłynąć na rentowność segmentu jubilerskiego.

	Opis scenariusza	Analiza odporności modelu biznesowego
	<p>W każdym z wybranych scenariuszy klimatycznych zaprezentowanych przez IPCC temperatura na świecie w XXI wieku wzrośnie. Według IPCC, jest prawie pewnym, iż będzie więcej ekstremalnie ciepłych temperatur a mniej ekstremalnie zimnych temperatur. Prawdopodobnym jest, iż fale upałów będą się pojawiać częściej i trwać dłużej, podobnie jak mocne opady. Oceany będą coraz cieplejsze i bardziej zakwaszone, a ich poziom będzie się podnosił. Tereny arktyczne będą ocieplać się szybciej niż średnia globu. W latach 2016-2035 w każdym ze scenariuszy wzrost temperatury jest podobny i wynosi między 0,3°C a 0,7°C w stosunku do 1986-2005.</p>	
<p>Scenariusz RCP2.6</p>	<p>Scenariusz RCP2.6 IPCC zakłada mocne ograniczenie ekwiwalentu CO₂ w atmosferze oraz to, iż podjęte działania pozwolą na utrzymanie temperatury na poziomie nie wyższym niż 2°C powyżej poziomu sprzed industrializacji. Scenariusz zakłada, iż mediana wzrostu temperatury to 1°C (możliwy przedział wzrostu temperatury to 0,4°C do 1,6°C w latach 2046-65 oraz 0,3°C do 1,7°C w latach 2081-2100). Według IPCC działania zmniejszające CO₂e mogą negatywnie odbić się na konsumpcji.</p>	<p>Segment odzieżowy: Możliwe, iż konieczność znacznego ograniczenia emisji w następnych kilkunastu latach wiązałyby się z znacznymi zmianami, w szczególności po stronie dostawców. Oznaczałyby konieczność ze strony Spółki wyboru tylko tych dostawców, którzy spełniają wysokie wymagania środowiskowe i klimatyczne oraz zmieniliby ofertę Spółki i Grupy, wymuszając zastosowanie tylko takich tkanin i materiałów, które pochodzą z ekologicznych upraw. Istnieje więc ryzyko, iż wiązałyby się to ze wzrostem cen surowców i produktów. Dodatkowo, aby dostawcy byli w stanie sprostać wymaganiom w stosunkowo szybkim czasie zapewne musieliby otrzymać dofinansowanie ze swoich rządów lub instytucji międzynarodowych. Kolejną kwestią jest transport. Istnieje ryzyko, iż dążąc do jak najszybszej redukcji emisji gazów cieplarnianych wybrane rządy nałożyłyby podatek na emitowane CO₂, co mogłoby podnieść ceny paliw a poprzez to koszt dostawy towarów od producenta. Istnieje więc możliwość, iż w tym scenariuszu Spółka musiałaby zredukować korzystanie z dostawców azjatyckich i przenieść produkcję albo do kraju albo do krajów ościennych (obecnie część produkcji segmentu odzieżowego ma miejsce w Polsce). Kolejnym elementem jest możliwa reakcja konsumentów. Zakładając, iż mnogość działań mających na celu zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych w wielu aspektach prowadziłyby do zmniejszenia dochodów rozporządzalnych, a co za tym idzie zakupów ubrań. Zapewne w tym scenariuszu klienci poszukiwaliby rzeczy, które byłyby bardziej ekologiczne i trwałe, może też używanych. VRG i Deni Cler oferują dobre jakościowo produkty, których trwałość można liczyć w latach. Wydaje się, iż w tym scenariuszu Spółka musiałaby przyspieszyć z wdrożeniem oferty ekologicznej oraz zmienić komunikację dotyczącą jakości swoich produktów oraz oferty dotyczącej recyklingu swoich produktów. W razie realizacji tego scenariusza Zarząd będzie podejmował wszystkie niezbędne działania.</p> <p>Segment jubilerski: Konieczność szybkiego wdrożenia zmian zmniejszających emisyjność sektora wiązałyby się zapewne z koniecznościami zmian u dostawców W.KRUK. Zastosowanie mniej emisyjnego paliwa do maszyn górniczych oraz mniejszej ilości chemikaliów przy wydobyciu wzmogłoby konieczność inwestycji w nowe maszyny i technologie. Mogłoby to zwiększyć koszt surowców, które dodatkowo mogłyby podrożeć ze względu na wykorzystanie ich w innych segmentach przemysłu. Podobnie wyższe koszty transportu zapewne musiałaby być przez W.KRUK odzwierciedlone w wyższych cenach dla klienta. Podobnie jak w przypadku segmentu odzieżowego, zmniejszający się dochód rozporządzalny mógłby negatywnie wpłynąć na zakupy biżuterii (w szczególności impulsywne). Spółka będzie kontynuować swój przekaz marketingowy opierający się na długowieczności jej produktów, może też w przyszłości dalej dywersyfikować swoją ofertę.</p>
<p>Scenariusz RCP6.0</p>	<p>Scenariusz RCP6.0 IPCC pokazuje co wydarzy się ze skumulowanym poziomem gazów cieplarnianych, jeśli nie zostaną podjęte odpowiednie działania redukcyjne. Z tego powodu w tym scenariuszu prawdopodobne jest, iż temperatura na świecie wzrośnie o więcej niż 2°C powyżej poziomu sprzed industrializacji. Scenariusz zakłada, iż mediana zmian wyniesie 1,3°C w latach 2046-65 (przedział 0,8°C do 1,8°C) oraz 2,2°C w latach 2081-2100 (przedział 1,4°C do 3,1°C). Opóźnienie działań związanych z redukcją ekwiwalentów CO₂ utrudni działania w dalszej przyszłości.</p>	<p>Segment odzieżowy: Scenariusz zakłada, iż w następnych kilkunastu latach nie zostaną podjęte znaczące działania dotyczące redukcji emisji gazów cieplarnianych. Nie oznacza to, iż kwestie klimatyczne nie będą istotne dla konsumentów. Kwestie slow fashion i zrównoważonego rozwoju mogą być coraz ważniejsze, w szczególności dla młodszych pokoleń. W tym scenariuszu to klienci i ich wybory będą dalej powoli wymuszać zmiany na producentach i dostawcach, a segment odzieżowy będzie przesuwal się w kierunku bardziej ekologicznych surowców i mniejszej ilości chemikaliów. W tym scenariuszu Spółka będzie kontynuować swoje działania zmierzające do rozszerzenia oferty ekologicznej oraz dopasowania w szczególności oferty kolekcji jesiennych i zimowych do zmieniających się warunków klimatycznych. Brak podjętych szybkich działań redukujących emisje gazów cieplarnianych prowadziłby jednak do znacznego nasilenia niekorzystnych zmian pogodowych w przeciągu kilkunastu lat i szybszego wzrostu temperatury w szczególności po 2035 roku, co mogłoby negatywnie wpłynąć zarówno na koszt surowców jak i popyt. W dalszych latach możliwe jest zaostrzenie ryzyk fizycznych w tym scenariuszu.</p> <p>Segment jubilerski: Podobna sytuacja miałaby miejsce w segmencie jubilerskim. Zmiany klimatyczne wraz z rosnącą świadomością społeczeństwa zapewne spowodowałyby stopniowe zmiany w podejściu konsumentów do zakupów biżuterii i zegarków. Również po stronie dostawców zapewne rozpoczęłyby się dostosowania do zmieniającego się otoczenia. Brak podjętych szybkich działań redukujących emisje gazów cieplarnianych prowadziłby jednak do znacznego nasilenia niekorzystnych zmian pogodowych w przeciągu kilkunastu lat i szybszego wzrostu temperatury w szczególności po 2035 roku, co mogłoby negatywnie wpłynąć zarówno na dostępność metali i kamieni szlachetnych. Wysokie temperatury lub powodzie mogłyby zagrozić terenom na których wydobywane są te surowce. Zarząd będzie reagował i dostosowywał swoją ofertę oraz źródła dostaw.</p>

8. Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu

8.1. Polityki

Grupa Kapitałowa i Spółka sprzeciwiają 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 we świecie 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). Spółka i Grupa Kapitałowa posiadają Procedurę Antykorupcyjną, szczegóły której opisane są w tabeli poniżej. Zarówno ww. dokument jak i Kodeks Etyki wprowadziły wartości Grupy Kapitałowej oraz procedury, uspołniając polityki przeciwdziałania nieprawidłowościom na poziomie całej Grupy Kapitałowej. Dokumenty te stanowią wytyczne dla wszystkich pracowników Grupy Kapitałowej oraz zwiększają przejrzystość Grupy w oczach nie tylko interesariuszy wewnętrznych ale i zewnętrznych.

Dodatkowo, korzystne zmiany nastąpiły również w obszarze compliance, co wspomogło Grupę w działaniach przeciw korupcji i łapownictwu. W październiku 2020 roku w Spółce powołano stanowisko ds. compliance i zarządzania ryzykiem, celem stanowiska jest zapewnienie zgodności działalności z normami, zaleceniami lub stosownymi praktykami, zapewnienie zgodności działania z prawem, przeciwdziałaniu korupcji, w tym aktualizacja systemu zarządzania ryzykiem w Grupie Kapitałowej. Wraz z rozwojem skali Grupy Kapitałowej i jej skomplikowania oraz wychodząc naprzeciw rekomendacjom Dobrych Praktyk Spółek Notowanych 2016 Zarząd zdecydował o rozbudowaniu Działu Audytu Wewnętrznego o kolejnych pracowników. Dział Audytu Wewnętrznego odpowiada za zachowanie zgodności we wszystkich spółkach Grupy Kapitałowej. Osoba na stanowisku Dyrektora ds. Audytu Wewnętrznego ma za zadanie przeprowadzenie weryfikacji posiadanych przez Spółkę i spółki z Grupy Kapitałowej procedur i ich skuteczności zarówno z zakresu biznesu, prawa jak i ryzyka. Dyrektor ds. Audytu Wewnętrznego posiada niezależne stanowisko i raportuje bezpośrednio do Zarządów spółek oraz do Komitetu Audytu. W rezultacie, kwestie związane z nieprawidłowościami pracownicy mogą raportować do działu prawnego, swojego bezpośredniego przełożonego, członka zarządu odpowiedzialnego za dany obszar, stanowiska compliance lub audytora wewnętrznego.

Procedura Antykorupcyjna Grupy Kapitałowej – celem procedury jest przeciwdziałanie korupcji oraz zmniejszenie ryzyka jej wystąpienia w Grupie Kapitałowej poprzez stworzenie zasad oraz trybu postępowania i odpowiedzialności pracowników w obszarach zagrożonych korupcją, ustalenie sposobu zgłaszania, rejestrowania i rozstrzygnięcia zaistniałych problemów korupcyjnych, a także budowanie świadomości zagrożeń korupcyjnych.

Kierownictwo Grupy Kapitałowej zobowiązuje się do informowania lub szkolenia pracowników w celu zwiększenia świadomości na temat zjawisk korupcyjnych oraz wyeliminowania zjawiska korupcji; podnoszenia świadomości pracowników w zakresie korupcji; zachęcania pracowników do zgłaszania zjawisk korupcyjnych; powiadamiania organów ścigania o naruszeniach prawa karnego, w szczególności o charakterze korupcyjnym; przeciwdziałania korupcji i innym nadużyciom gospodarczym przez zachęcanie i promowanie wśród podmiotów, z którymi Grupa prowadzi współpracę antykorupcyjnych postaw i zachowań.

Każdy pracownik Grupy, bez względu na zajmowane stanowisko ma obowiązek: zapobiegania i zgłaszania przypadków korupcji; unikania działań mogących spowodować podejrzenie korupcji; udziału w szkoleniach antykorupcyjnych lub akcjach informacyjnych organizowanych przez Grupę; natychmiastowego informowania o każdym zauważonym zachowaniu wzbudzającym uzasadnione podejrzenia korupcji; zapobiegania konfliktowi interesów poprzez zastosowanie się do wytycznych określonych w procedurze oraz postanowień Kodeksu etycznego VRG S.A.

Pracownicy Grupy zobowiązani są do prowadzenia kompleksowej dokumentacji obejmującej swoim zakresem także wszelkie relacje utrzymywane z kontrahentami, w której określony pozostaje cel wraz ze szczegółami transakcji. Procedura formalizuje również proces zgłaszania i wyjaśniania nadużyć.

Na skrzynkę przeciwdziałanie-korupcji@vrg.pl nie wpłynęły w 2020 roku żadne zgłoszenia. W 2019 roku miało miejsce jedno zgłoszenie nieprawidłowości (przez formularz on-line). Dotyczyło ono niezadowolenia z faktu podpisania przez Spółkę (VRG S.A.) umowy z inną firmą świadczącą usługi krawieckie. Po weryfikacji z osobami zaangażowanymi w proces decyzyjny wyboru świadczeniodawcy wyjaśniono, że za decyzją zmiany kooperanta stała niska jakość realizowanych usług. Po zakończeniu umowy z osobą zgłaszającą rzekomą nieprawidłowość podpisano więc umowę z inną firmą świadczącą podobne usługi na wyższym poziomie jakości. Postępowanie w tej sprawie zostało więc umorzone.

8.2. Ryzyka

Najważniejsze zidentyfikowane przez Spółkę i Grupę Kapitałową ryzyka obejmują:

- otrzymanie pracy za korzyść,
- nieuczciwe wygranie przetargu,
- nieuczciwy wybór dostawcy czy partnera biznesowego.

Ryzyka wydają się być minimalizowane ze względu na nieznaczną ekspozycję Spółki i Grupy Kapitałowej na segment B2B po stronie klienckiej. Występują natomiast po stronie zakupowej oraz w relacjach między pracownikami Spółki i Grupy Kapitałowej np. przy obsadzaniu nowych stanowisk, przy wyborze partnerów biznesowych.

Zarząd jest świadomy istotności przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, gdyż zarówno Spółka jak i Grupa prowadzą działania w coraz bardziej konkurencyjnym środowisku z coraz większymi podmiotami, co zwiększa presję na jakość i przejrzystość prowadzonych relacji biznesowych. Po stronie zakupowej, współpraca z dostawcami oparta jest na długoterminowych relacjach. Ryzyko jest minimalizowane przez wdrożenie Procedury Antykorupcyjnej, która określa niepożądane działania i uwypukla brak akceptacji dla niepożądanych działań przez Zarząd.

9. Zarządzanie ryzykiem

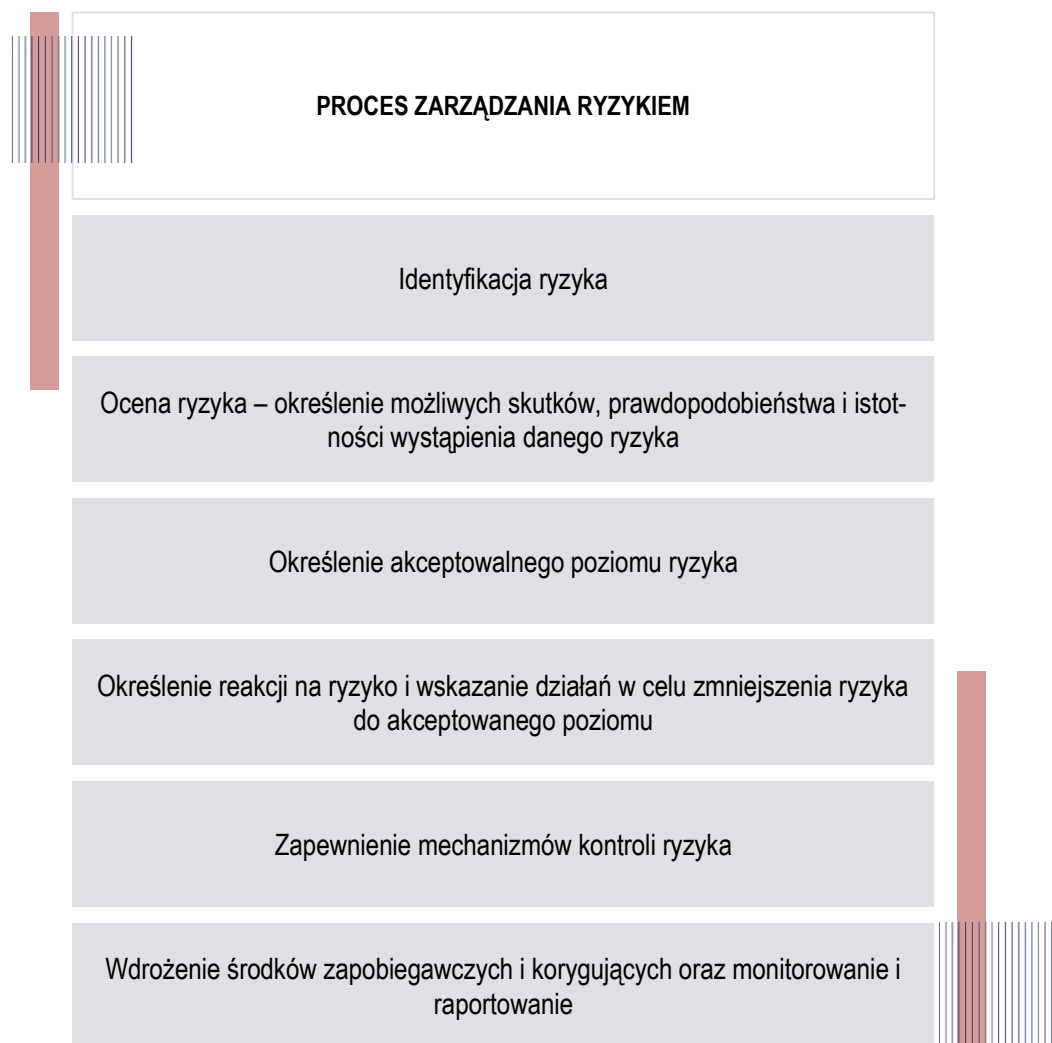
Specyfika segmentu odzieży i segmentu jubilerskiego w Polsce jak i globalne trendy wpływające na otoczenie biznesowe w kraju powodują, iż zarządzanie ryzykiem pozostaje jednym z priorytetów Grupy Kapitałowej. Celem jest minimalizowanie możliwego niekorzystnego wpływu czynników zewnętrznych i wewnętrznych, przy jednoczesnej akceptacji wybranego poziomu ryzyka, które pozwoli na wzrost wartości Spółki i Grupy Kapitałowej oraz osiągnięcie celów strategicznych. Ponadto, zarządzanie ryzykiem ma na celu usprawnienie procesów planowania, zwiększenia prawdopodobieństwa realizacji działań i osiągania celów jak również zapewnienie mechanizmów do kontroli zarządczej. Wszystko to powinno się przyczynić do otrzymywania przez Zarząd informacji o potencjalnych zagrożeniach realizacji celu, aby możliwa była odpowiednia reakcja.

Zarząd Spółki i Grupy Kapitałowej identyfikuje ryzyka, analizuje prawdopodobieństwo ich wystąpienia oraz monitoruje w trybie ciągłym wyzwania w otoczeniu zewnętrznym i wewnętrznym. W VRG S.A. i w Grupie Kapitałowej VRG S.A. obowiązuje regulamin zarządzania ryzykiem. Zgodnie z nim sporządzony został rejestr zidentyfikowanych ryzyk wraz z odpowiadającymi im mapami ryzyka. Grupa Kapitałowa wyróżnia trzy kategorie 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 szefów poszczególnych działów. W odniesieniu do każdego ryzyka ustalany jest właściciel ryzyka, wszyscy pracownicy zobowiązani są więc do aktywnego udziału w zarządzaniu ryzykiem. Tabela poniżej prezentuje najważniejsze ryzyka dotyczące strategii i działań operacyjnych. Ryzyka te wraz z obszarem finansowym zostały również omówione w Skonsolidowanym i Jednostkowym Sprawozdaniu Finansowym VRG S.A. Ryzyka niefinansowe zostały omówione przy poszczególnych sekcjach dotyczących polityk i zagadnień.

Dodatkowo, w ramach Rady Nadzorczej VRG S.A. od maja 2012 roku działa wewnętrzny 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 niekorzystnym skutkom 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 należą: monitorowanie procesu sprawozdawczości finansowej, skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem.

Dodatkowo, w Spółce i w Grupie znajdują się: Polityka Bezpieczeństwa Informacji (polityka ochrony danych osobowych), która określa sposób i zasady przetwarzania danych oraz obowiązki informacyjne związane z RODO, realizację praw osób, których dotyczy przetwarzanie danych. Z Spółce i Grupie znajduje się również Regulamin Przepływu Informacji Poufnych.



Rodzaj ryzyka	Prawdopodobieństwo	Siła oddziaływania	Zarządzanie ryzykiem
Ryzyka strategiczne			
Przyjęcie niewłaściwej strategii	● ● ○ ○ ○	● ● ● ○ ○	Zarządy na bieżąco analizują efekty wprowadzanych działań w ramach przyjętej strategii rozwojowej. Pozyskiwane są dane o dostępnych nowych lokalizacjach, jak również ocenie podlegają aktualnie posiadane. Podejmowane są działania optymalizujące, obserwowane są zachowania klientów, aby minimalizować ryzyko przyjęcia błędnej strategii i jej wpływ na działalność Grupy.
Zmiana gustu nabywców	● ● ○ ○ ○	● ● ● ● ○	Grupa i Spółka są świadome zachodzących zmian w gustach i preferencjach nabywców i podejmują szereg działań, mających na celu sprostanie wymaganiom dzisiejszych klientów rynku odzieżowego i jubilerskiego. Działaniami tymi są m.in.: rozwijanie kanału sprzedaży internetowej, dostosowywanie stron sklepów internetowych do oczekiwań klientów, wdrażanie rozwiązań dedykowanych dla urządzeń mobilnych i skracanie czasu realizacji zamówień.
Potencjalny projekt akwizycyjny	● ● ● ○ ○	● ○ ○ ○ ○	Oprócz wzrostu organicznego, celem Zarządu jest wykorzystanie potencjału Grupy Kapitałowej do przejęć oraz konsolidacji rynku odzieżowego w Polsce. Zarząd dokłada starań, aby z sukcesem zrealizowane połączenie ze spółką Bytom S.A. pozwoliło na realizację zakładanych synergii przychodowo/marżowych i kosztowych.
Ryzyka operacyjne			
Zarządzanie zapasami	● ● ○ ○ ○	● ● ● ● ○	Okresowo prowadzona jest analiza ilościowa i jakościowa posiadanych zapasów. Na jej bazie Grupa decyduje o akcjach rabatowych, wysokości wyprzedaży, jak i ewentualnych odpisach aktualizujących. Ponadto na bazie analizy posiadanego zapasu i odsprzedaży bieżących kolekcji, podejmowane są decyzje co do poziomu zakupów na kolejne okresy sprzedażowe
Ryzyko błędnych decyzji biznesowych zarządów spółek zależnych wchodzących w skład Grupy Kapitałowej objętych konsolidacją sprawozdań finansowych	● ● ○ ○ ○	● ● ● ● ○	Najważniejszymi podmiotami w Grupie Kapitałowej poza VRG 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

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 VRG 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 m ² salonów wszystkich marek (zarówno salony franczyzowe jak i własne)	4,6,7,8,12
Średnia wielkość salonu	Powierzchnia salonów podzielona przez liczbę salonów na koniec okresu	6,7
Liczba miast	Liczba miast, w których znajdują się salony marek na koniec okresu	4,12
Liczba dostawców	Liczba dostawców o rocznym obrocie przekraczającym 10 tys. zł	4
Liczba lojalnych dostawców	Podział dostawców w zależności od długości trwania współpracy	10
Terminy płatności	Średni termin płatności dostawcom w dniach	24
Liczba przesyłek	Liczba przesyłek z magazynu centralnego wysłanych średnio w miesiącu w segmencie off-line i on-line	8
Liczba klientów	Traffic w salonach czyli suma osób wchodzących do salonów w roku kalendarzowym	12
Liczba lojalnych klientów	Klienci, którzy uczestniczą w jednym z programów lojalnościowych oferowanych przez marki Grupy Kapitałowej	4,8,13
Średnia długość umowy najmu	Średnia długość trwania umów podpisanych dla salonów własnych	12
Udział powierzchni franczyzowej	Powierzchnia salonów franczyzowych danego segmentu/ podmiotu podzielona przez całościową powierzchnię segmentu/ podmiotu	4,12
Udział internetu w sprzedaży	Sprzedaż e-sklepów w proporcji do całości sprzedaży Spółki/ Grupy Kapitałowej	4,12
Liczba pracowników	Liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę bez uwzględnienia osób na urloпах wychowawczych	4,27,28
Liczba odejść/ nowo zatrudnionych	Liczba pracowników, którzy odeszli lub zostali zwolnieni/ zostali przyjęci do pracy w danym roku kalendarzowym (w etatach)	27
Liczba osób niepełnosprawnych	Liczba zatrudnionych osób z orzeczonym stopniem niepełnosprawności	29
Wskaźniki różnorodności	Podział pracowników ze względu na płeć, wiek, staż, miejsce zatrudnienia	4,29,30,31
Liczba nadgodzin	Suma liczby godzin przepracowanych ponad standardowy czas pracy przez pracowników Spółki i Grupy Kapitałowej w danym roku	33,34
Związki zawodowe	Liczba związków zawodowych oraz liczba osób, które wchodzą w ich skład	28
Liczba kobiet/mężczyzn na urloпах macierzyńskich/ rodzicielskich	Liczba kobiet i mężczyzn na urloпах macierzyńskich i rodzicielskich, liczba kobiet powracających z urloпов macierzyńskich i pozostających w Spółce/ Grupie dłużej niż 12 miesięcy	29
Liczba osób przeszkolonych	Liczba pracowników, którzy odbyli szkolenia, podana w podziale na szkolenia BHP (wstępne i okresowe) i rozwojowe. Przy szkoleniach innych niż BHP podano również liczbę dni, których dotyczyły.	32,37,38

Wskaźnik niefinansowy	Metodologia	Strona
Liczba wypadków	Liczba wypadków wśród pracowników grupy i pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu.	36
Wskaźnik częstości wypadków	Liczba wypadków przy pracy na 1000 zatrudnionych	36
Dni niezdolności do pracy	Łączna liczba dni niezdolności do pracy spowodowana wypadkami	37
Wskaźnik ciężkości wypadków	Liczba dni niezdolności do pracy/ liczba wypadków	37
Certyfikacja dostawców	Procent dostawców, którzy podpisali Kodeks Postępowania dla Dostawców i procent posiadających odpowiednie certyfikaty	16,40,41,42
Procent salonów z zainstalowanym oświetleniem led	Liczba salonów, w których zainstalowano oświetlenie led w stosunku do liczby salonów własnych	46
Procent salonów z klauzulą środowiskową	Liczba salonów, dla która podpisana jest umowa środowiskowa w stosunku do liczby salonów własnych	46
Pojazdy służbowe	Liczba wynajmowanych, leasingowych lub posiadanych przez Spółkę/ Grupę Kapitałową pojazdów samochodowych	46,47
Liczba przejechanych km	Liczba kilometrów przejechanych przez wynajmowane, leasingowane i posiadane pojazdy w danym roku kalendarzowym	47
Delegacje	Liczba delegacji	48
Liczba pokonanych km	Liczba kilometrów pokonanych podczas delegacji	48
Zużycie energii i wody	Zużycie energii elektrycznej, ciepłej, gazu ziemnego i wody	52
Odpady	Ilość wytworzonych odpadów (tony)	51
Opakowania	Kilogramy opakowań wprowadzone do obiegu w kraju i poddane do recyklingu	51,52
Emisje	Wyemitowane ekwiwalenty CO ₂ w podziale na Scope 1, Scope 2 i wybrane elementy Scope 3 oraz znormalizowane wielkości	53
Zgłoszone nieprawidłowości	Liczba zgłoszonych spraw na skrzynki dotyczące korupcji oraz nieprawidłowości	60

Andrzej Jaworski

Radosław Jakociuk

Michał Zimnicki

Ernest Podgórski

Olga Lipińska-Długosz

Prezes Zarządu

Wiceprezes Zarządu

Wiceprezes Zarządu

Członek Zarządu

Członek Zarządu

Kraków, dnia 16 kwietnia 2021 roku

VISTULA

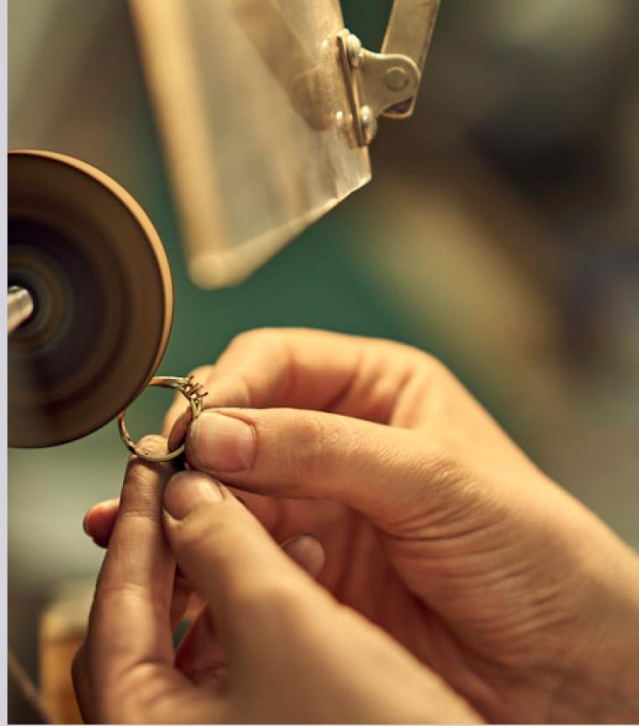
BYTOM

SZTUKA KRAWIECTWA OD 1945

WÓLCZANKA

DENICLER
MILANO

W.KRUK
1 8 4 0



VRG
VISTULA RETAIL GROUP

