

SKONSOLIDOWANE OŚWIADCZENIE GRUPY KAPITAŁOWEJ CDRL S.A. NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH

1. Zwięzły opis modelu biznesowego Grupy Kapitałowej CDRL S.A.

1.1. Działalność oraz otoczenie biznesowe

1.1.1. Podstawowa działalność

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. (dalej: Grupa) jest wiodącym na rynku polskim i w regionie Europy Środkowo-Wschodniej dystrybutorem odzieży dziecięcej i akcesoriów, które sprzedaje pod markami własnymi Coccodrillo, Lemon Explore, Petit Bijou oraz Broel. W skład grupy wchodzi także marki Buslik, oraz Enjoy Baby pod którymi dystrybuowany jest szeroki asortyment artykułów dziecięcych na rynku białoruskim.

Na ofertę Grupy składa się wiele produktów dla dzieci w wieku 0–12 lat oraz dla tych, którzy dopiero przygotowują się do rodzicielstwa: odzież, bielizna, obuwie, akcesoria, zabawki, żywność dla dzieci, artykuły higieniczne i pielęgnacyjne, artykuły papiernicze, wózki oraz łóżeczka.

Działalność Grupy Kapitałowej CDRL S.A. obejmuje:

- projektowanie kolekcji,
- zlecenie produkcji,
- dystrybucję produktów,
- działania marketingowe,
- sprzedaż produktów,
- obsługę posprzedażową.

Sprzedaż produktów Grupy odbywa się za pośrednictwem sieci sklepów, które zlokalizowane są między innymi: w Polsce, Czechach, Rumunii, krajach bałtyckich, na Białorusi, Węgrzech i Słowacji, w Bułgarii, Rosji i Kazachstanie, a także w Arabii Saudyjskiej, Mongolii i Omanie. Są to sklepy własne i franczyzowe (w tym w modelu *shop in shop*). Produkty marki Coccodrillo, Lemon Explore oraz Broel są oferowane również w sklepie internetowym coccodrillo.eu. W sklepie internetowym buslik.by oferowane są m.in. produkty marek własnych Buslik oraz Enjoy Baby.

Działalnością uzupełniającą Grupy jest sprzedaż wyrobów zewnętrznych producentów pod ich markami. Dotyczy to głównie zabawek i akcesoriów.

1.1.2. Organizacja i struktura

Grupa CDRL składa się z jednostki dominującej – CDRL S.A. – oraz spółek zależnych. Pierwotnie spółka dominująca funkcjonowała pod firmą Coccodrillo sp. z o.o. Nazwa spółki została zmieniona na CDRL w 2008 r.

W 2014 r. CDRL S.A. zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Akcje spółki wchodziły w skład WIG i subindeksu WIG-odzież.

Rok 2019 Grupa rozpoczęła licznymi akwizycjami. Do Grupy dołączyły 2 spółki mające siedzibę w Polsce, spółka mająca siedzibę w Białorusi oraz spółka z siedzibą w Rosji.

CDRL S.A. zajmuje się sprzedażą hurtową i detaliczną odzieży, obuwia, zabawek, żywności, artykułów higienicznych oraz pozostałych akcesoriów dla dzieci, a także prowadzi sprzedaż agencyjną tych towarów. Spółka dominująca posiada nie mniej niż 70% kapitałów w każdej ze swoich spółek zależnych.

Sieć detalicznych salonów własnych Grupy prowadzona jest za pośrednictwem spółek zależnych, które tworzą sklepy i zarządzają nimi. Na koniec 2019 r. liczba salonów marki Coccodrillo w Polsce wynosiła 252 a za granicą – 255 salonów i punkty typu *shop in shop*.

W 2010 r. Grupa uruchomiła sklep internetowy Coccodrillo. Od maja 2015 r. działa on pod nazwą coccodrillo.eu. W ostatnich latach sprzedaż za pośrednictwem internetowego kanału dystrybucji zyskuje coraz większy udział w przychodach Grupy – w 2019 r. wyniósł on 5,3% (10,1% bez uwzględnienia przychodów nowych spółek), podczas gdy w 2018 r. stanowił 10%. Od 2019 spółka posiada także platformę buslik.by. Strona działa od 2013 roku, a w 2018 roku dokonano jej przebudowy, poprawiając funkcjonalność oraz dostosowując wygląd do aktualnie panujących trendów. Buslik.by to nie tylko sklep internetowy lecz także platforma edukacyjna dla mam. Stronę odwiedza prawie 2 mln osób rocznie, a przychód z tego kanału w 2019 roku stanowił 1,5% przychodu Grupy.

Na koniec 2019 r. w Grupie Kapitałowej CDRL S.A. pracowało 1948 osób (zatrudnienie bez uwzględnienia nowych spółek 722 osób). Rok wcześniej Grupa zatrudniała 711 pracowników.

W skład Grupy Kapitałowej CDRL S.A. wchodzi następujące spółki zależne:

Spółka	Siedziba	Zakres działalności / umów
Coccodrillo Concepts sp. z o. o.	Polska	Spółka prowadzi działalność polegającą na tworzeniu i utrzymywaniu sklepów prowadzących sprzedaż wyrobów pod marką Coccodrillo oraz innego asortymentu oferowanego przez CDRL. Spółkę łączy z CDRL S.A. umowa na prowadzenie sklepów, umowa na wynajem powierzchni biurowych oraz umowa najmu mebli sklepowych, stanowiących wyposażenie placówek handlowych.
Smart Investment Group sp. z o. o.	Polska	Spółka prowadzi działalność polegającą na tworzeniu i utrzymywaniu sklepów prowadzących sprzedaż wyrobów pod marką Coccodrillo oraz innego asortymentu oferowanego przez CDRL. Spółkę łączy z CDRL S.A. umowa na prowadzenie sklepów, umowa na wynajem powierzchni biurowych oraz umowa najmu mebli sklepowych, stanowiących wyposażenie placówek handlowych.
Drussis sp. z o. o.	Polska	Spółka prowadzi działalność polegającą na tworzeniu i utrzymywaniu sklepów prowadzących sprzedaż wyrobów pod marką Coccodrillo oraz innego asortymentu oferowanego przez CDRL. Spółkę łączy z CDRL S.A. umowa na prowadzenie sklepów, umowa na wynajem powierzchni biurowych oraz umowa najmu mebli sklepowych stanowiących wyposażenie placówek handlowych.
Mt Power sp. z o. o.	Polska	Spółka prowadzi działalność polegającą na tworzeniu i utrzymywaniu sklepów prowadzących sprzedaż wyrobów pod marką Coccodrillo oraz innego asortymentu oferowanego przez CDRL. Spółkę łączy z CDRL S.A. umowa na prowadzenie sklepów, umowa na wynajem powierzchni biurowych oraz umowa najmu mebli sklepowych, stanowiących wyposażenie placówek handlowych.
Glob Kiddy sp. z o. o.	Polska	Spółka prowadzi działalność polegającą na tworzeniu i utrzymywaniu sklepów prowadzących sprzedaż wyrobów pod marką Coccodrillo oraz innego asortymentu oferowanego przez CDRL. Spółkę łączy z CDRL S.A. umowa na prowadzenie sklepów, umowa na wynajem powierzchni biurowych oraz umowa najmu mebli sklepowych, stanowiących wyposażenie placówek handlowych.
Vivo Kids sp. z o. o.	Polska	Spółka zajmuje się prowadzeniem sprzedaży internetowej produktów Coccodrillo. Spółkę łączy z CDRL S.A. standardowa umowa na wynajem powierzchni biurowych i magazynowych.
Coccodrillo Kids Fashion SRL	Rumunia	Spółka zajmuje się sprzedażą hurtową na terenie Rumunii. Spółkę nie łączy z CDRL S.A. umowa agencyjna. CDRL S.A. sprzedaje spółce towary jak innym klientom hurtowym z rabatem zastępującym prowizję. Spółka nabywa od CDRL S.A. meble sklepowe do wyposażenia placówek. Spółka zawiera z innymi podmiotami (niewchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej) umowy najmu powierzchni sklepowych, umowy o pracę oraz inne umowy niezbędne do prowadzenia działalności.

CDRL Trade spol. SRO	Czechy	Spółka zajmuje się sprzedażą hurtową na terenie Czech. Spółkę nie łączy z CDRL S.A. umowa agencyjna. CDRL S.A. sprzedaje spółce towary jak innym klientom hurtowym z rabatem zastępującym prowizję. Spółka nabywa od CDRL S.A. meble sklepowe do wyposażenia placówek. Spółka zawiera z innymi podmiotami (niewchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej) umowy najmu powierzchni sklepowych, umowy o pracę oraz inne umowy niezbędne do prowadzenia działalności.
LLC DPM sp. z o.o.	Białoruś	Firma LLC DPM jest hurtowym dystrybutorem artykułów dziecięcych, posiada grupę sklepów detalicznych dla dzieci: Buslik, Yarki Buslik i Nest Buslik, a także sklep internetowy Buslik.by. Spółkę nie łączy z CDRL S.A. umowa agencyjna. CDRL S.A. sprzedaje spółce towary jak innym klientom hurtowym z rabatem zastępującym prowizję. Spółka zawiera z innymi podmiotami (niewchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej) umowy najmu powierzchni sklepowych, umowy o pracę oraz inne umowy niezbędne do prowadzenia działalności.
Lemon Fashion sp. z o.o. sp. k.	Polska	Spółka zajmuje się projektowaniem, zlecaniem produkcji i sprzedażą hurtową towarów marek własnych Lemon Fashion oraz Petit Bijou. Spółka sprzedaje towary spółkom powiązanym CDRL S.A., LLC DPM oraz CDRL RUS. Spółka zawiera z innymi podmiotami (niewchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej) umowy najmu powierzchni, umowy o pracę oraz inne niezbędne umowy do prowadzenia działalności.
Broel sp. z o.o.	Polska	Spółka zajmuje się projektowaniem, produkcją i sprzedażą hurtową produktów marki własnej Broel. Broel sp. z o.o. sprzedaje produkty spółkom powiązanym CDRL S.A. oraz LLC DPM oraz innym, niepowiązanym, podmiotom. Spółka zawiera z innymi podmiotami (niewchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej) umowy najmu powierzchni, umowy o pracę, umowy o usługi szycia oraz inne niezbędne umowy do prowadzenia działalności.
CDRL RUS sp. z o.o.	Rosja	Spółka zajmuje się sprzedażą hurtową na terenie Rosji. Spółkę nie łączy z CDRL S.A. umowa agencyjna. CDRL S.A. sprzedaje spółce towary jak innym klientom hurtowym z rabatem zastępującym prowizję. Spółka zawiera z innymi podmiotami (niewchodzącymi w skład Grupy Kapitałowej) umowy najmu powierzchni biurowej, umowy o pracę oraz inne umowy niezbędne do prowadzenia działalności.

1.1.3. Opis oferty

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. oferuje odzież na każdą okazję – codzienną, sportową i elegancką. Wszystkie sprzedawane ubrania charakteryzują się wysoką jakością i funkcjonalnością, dzięki czemu zaspokajają potrzeby dzieci na każdym etapie rozwoju.

Wyspecjalizowany zespół projektuje spójne, kompletne kolekcje ubrań na 2 sezony: wiosenno-letni oraz jesienno-zimowy. Odzież tworzona jest według ściśle określonych wymagań dotyczących wzornictwa, bezpieczeństwa i funkcjonalności. Są one różne dla każdej z poniższych grup, dla których przeznaczony jest asortyment:

- niemowlęta (56–86 cm),
- dzieci (92–116 cm),
- juniorzy (122–158 cm).

Produkowana odzież spełnia wymogi w zakresie stylistyki, zastosowanych rozwiązań konstrukcyjnych, doboru asortymentu oraz normy w zakresie bezpieczeństwa wprowadzone przez Komisję Europejską.

Pod marką Coccodrillo, oprócz odzieży dla najmłodszych, sprzedawana jest również bielizna dla niemowląt. Grupa oferuje bogaty wybór body, śpiochów, piżamek i kaftaników. Podobnie jak odzież także kolekcje bielizny są przygotowywane z myślą o trzech grupach wiekowych: niemowlętach, dzieciach i juniorach. Do produkcji bielizny stosowane są specjalne rodzaje surowców najwyższej jakości oraz specjalne rodzaje splotów dzianinowych gwarantujące wysoką jakość.

W swoim portfolio Grupa posiada również markę Broel, która produkuje wysokiej jakości okrycia głowy, na każdą porę roku. Dla zachowania spójności marka przygotowuje swoje kolekcje dla takich samych grup wiekowych jak Coccodrillo. Każda kolekcja marki Broel jest szyta wyłącznie w Polsce, a doskonałej

jakości materiały są importowane z Włoch, Francji oraz Hiszpanii. Dzięki temu marka zapewnia najwyższą jakość wykończenia oraz komfort noszenia.

Uzupełnieniem odzieżowej oferty Grupy jest marka Lemon Explore, która stawia przede wszystkim na wygodę oraz sportowy wygląd swoich kolekcji. Nadrzędnym celem marki jest produkcja odzieży, która pozwala małym odkrywcom na eksplorację świata w każdych warunkach pogodowych. Korzystając z wysokiej jakości materiałów marka dostarcza komfortowe ubrania na każdą pogodę dla dwóch grup wiekowych – dzieci oraz juniorów.

Do Grupy Kapitałowej CDRL S.A. dołączyła także marka Petit Bijou, pod którą tworzone są akcesoria dla dzieci. Wyłącznym dystrybutorem tej marki była sieć sklepów Buslik. Wraz z dołączeniem do Grupy produkty tej marki mogą trafić do szerszego grona odbiorców poprzez sieć salonów stacjonarnych Coccodrillo oraz sklep internetowy coccodrillo.eu

W zakresie produkcji odzieży Grupa Kapitałowa CDRL S.A. uzyskała następujące certyfikaty:

- **Certyfikat ECO5** – wydawany przez Instytut Technologii Tekstylnych CERTEX.

Certyfikat poświadcza, że oznaczone nim produkty zapewniają bezpieczeństwo użytkowania, charakteryzują się dobrymi właściwościami użytkowymi i nie zawierają substancji uznanych za szkodliwe w ilościach przekraczających wartości dopuszczalne. Ponadto producent zapewnia stabilność produkcji gwarantującą spełnienie określonych wymagań i podejmuje działania proekologiczne związane m.in. z gospodarką odpadami, oszczędnym zużyciem zasobów naturalnych i niską emisją zanieczyszczeń do środowiska naturalnego. Produkcja wyrobów z tym certyfikatem jest realizowana zgodnie z przepisami prawnymi regulującymi warunki środowiska pracy.

- **Certyfikat „Bezpieczne dla niemowląt”** – wydawany przez Instytut Włókiennictwa, Zakład Certyfikacji TEXTIL-CERT.

Certyfikat potwierdza bezpieczeństwo użytkowania wyrobów tekstylnych dla najmłodszych dzieci. Poświadcza również, że wyrób spełnia wymagania określone w normach, przepisach prawnych i kryteriach technicznych.

Grupa oferuje ponadto szeroki wybór obuwia dziecięcego na każdą porę roku: sandały, tenisówki, kalosze i buty zimowe (z zabezpieczającą membraną lub zimowym ociepleniem). Obuwie przeznaczone jest dla tych samych grup wiekowych co odzież Coccodrillo.

W ofercie Grupy Kapitałowej CDRL S.A. znajduje się również wiele innych produktów dla dzieci – skarpety, rajstopy, czapki, kapelusze, stroje kąpielowe, zestawy przeciwdeszczowe (parasole, kalosze, peleryny), zestawy szkolne (plecaki, worki na buty, fartuszki), ozdoby do włosów oraz pluszowe maskotki.

Do Grupy dołączyła w 2019 roku grupa marek Buslik, która oferuje szeroki asortyment produktów dla dzieci oraz niemowląt: artykuły spożywcze, a w szczególności żywność dla niemowląt, pieluchy, produkty do pielęgnacji, ubrania, buty, bieliznę, zabawki, książki, artykuły szkolne, wyposażenie pokoju dziecięcego oraz wózki dziecięce.

Sklepy marki Buslik dzielą się na:

- Buslik – w sklepie z tym logo znajdziemy wszystkie oferowane przez markę grupy towarów. Wyjątkiem jest wyposażenie pokoju dziecięcego oraz wózki dziecięce, które ze względu na ograniczenie powierzchniowe znajdują się w wybranych sklepach.
- Yarki Buslik – w ofercie tych sklepów znajdziemy wyłącznie ubrania, buty, zabawki oraz artykuły szkolne.
- Gnezdyszko Buslik – sklepy prowadzone są z myślą o najmłodszej grupie klientów. Rodzice maluchów mogą tu zakupić żywność, pieluchy, artykuły pielęgnacyjne, ubrania dla

noworodków, zabawki dla najmłodszych, wózki dziecięce oraz artykuły do wyposażenia pokoju dziecięcego.

1.1.4. Opis branży i rynków, na których działa Grupa

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. działa na rynku produktów dla dzieci, głównie w branży odzieżowej. Według raportu PMR „Rynek produktów dla dzieci w Polsce 2016. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2016–2021” rynek produktów dla dzieci w Polsce osiągnął w 2015 r. wartość 9,48 mld zł. To wzrost o 4,6% w porównaniu z poprzednim rokiem¹.

Z doświadczeń Grupy wynika, że z roku na rok rośnie świadomość konsumencka rodziców. Wybierają oni dla dzieci produkty wysokiej jakości. Rodzice w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, w której usytuowana jest większość sklepów Grupy, nie oszczędzają na wydatkach na dzieci, jednocześnie zaś chcą kupować mądrze. Częściej niż klienci z innych segmentów rynku wybierają produkty z wyższej półki cenowej (uznanych marek, z odpowiednimi atestami). Nadal jednak wydają na produkty dla dzieci mniej niż mieszkańcy innych krajów wysoko rozwiniętych².

Zgodnie z metodologią PMR rynek produktów dla dzieci obejmuje łącznie 5 segmentów: odzież, obuwie, zabawki, kosmetyki, żywność. Największym spośród nich jest odzież dziecięca, która rocznie generuje około 35% sprzedaży całego rynku. PMR szacuje, że łącznie z obuwiem dziecięcym segment ten stanowi blisko połowę sprzedaży produktów dla dzieci w Polsce. Jak wynika z badania tej firmy, połowa rodziców będących beneficjentami programu „Rodzina500+” zadeklarowała wzrost wydatków związanych z zakupem odzieży i obuwia po otrzymaniu dodatkowych środków³.

Ekspansja internetu, w tym e-commerce, spowodowała, że na rynku w ostatnich latach pojawiło się wiele małych i średnich rodzinnych firm handlowych. Wzrost sprzedaży przez kanał e-commerce wynika m.in. z możliwości dokonania zakupów o dowolnej porze, porównania kilku ofert jednocześnie i zakupu produktu w atrakcyjnej cenie.

Otoczenie konkurencyjne

Rynek mody dziecięcej jest bardzo rozdrobniony. Dominują na nim małe i średnie przedsiębiorstwa, których głównym kanałem dystrybucji jest sprzedaż internetowa. Większe marki, takie jak 5.10.15., czy Smyk, poza dystrybucją swoich produktów przez internet oferują także sprzedaż za pośrednictwem własnej sieci salonów. Nie brakuje marek, które mają w ofercie linie produktów dziecięcych, np. marka Reserved z dziecięcą marką Re Kids.

Do głównych konkurentów Grupy w Polsce można zaliczyć między innymi:

- Komex S.A. – właściciel marki odzieżowej dla dzieci 5.10.15. Produkty sprzedawane w sieci sklepów 5.10.15. projektowane są z myślą o dzieciach w wieku do 12. roku życia. Ubranka dla niemowląt, przedszkolaków czy uczniów szkół podstawowych można kupić w około 220 sklepach 5.10.15. na terenie całego kraju oraz w sklepie internetowym 51015kids.eu. Sieć sklepów partnerskich w tej chwili liczy ponad 180 sklepów⁴.

¹ Źródło: ceo.com.pl, *Rynek produktów dla dzieci w Polsce 2016* [dostęp 03.03.2020].

² Tamże.

³ Źródło: wiadomoscihandlowe.pl, *Polski rynek produktów dla dzieci zyska dzięki 500+* [dostęp 03.03.2020].

⁴ Źródło: 51015kids.eu, *O firmie - Nasza misja* [dostęp 03.03.2020].

- SMYK S.A. – właściciel sieci sklepów specjalistycznych z artykułami dla dzieci funkcjonujących pod marką SMYK. W ofercie znajduje się duży wybór produktów (zabawek, akcesoriów oraz ubranek) dla dzieci od momentu urodzenia do 14. roku życia. Koncepcja rozwoju sieci zakłada otwieranie nowych placówek w największych centrach handlowych. Od 2006 r. SMYK poszerza działalność poza granicami Polski. Sieć sklepów franczyzowych liczy 170 punktów w 16 krajach. Obecnie sieć sklepów własnych SMYK obejmuje ponad 161 punktów sprzedaży zlokalizowanych w największych centrach handlowych w Polsce oraz sklep internetowy smyk.com. Sklepy SMYK działają również na Ukrainie (10 sklepów) i w Rumunii (10 sklepów)⁵.
- LPP S.A. – działa od ponad 20 lat, jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Od 2001 r. zarządza pięcioma markami odzieżowymi: Reserved, Cropp, House, Mohito i Sinsay. Reserved to najpopularniejsza marka spółki, która oferuje kolekcje dla kobiet, mężczyzn i dzieci (Re Kids). Pod koniec 2019 r. Spółka liczyła 1 700 salonów w Europie i na Bliskim Wschodzie⁶.

W Polsce swoją działalność rozwija firma Okaidi Poland sp. z o.o., która oferuje ubrania i akcesoria dla dzieci. Firma Okaidi powstała we Francji. Jest właścicielem marki Okaidi (ubrania i akcesoria dla dzieci w wieku 2–14 lat) oraz Obaibi (marka dla dzieci w wieku 0–3 lat). Firma należy do ID KIDS Group⁷. Podobną działalność prowadzi firma Mayoral, która jest liderem w branży mody dziecięcej na Półwyspie Iberyjskim. Zajmuje się projektowaniem, produkcją, sprzedażą i dystrybucją ubranek dziecięcych w ponad 100 krajach. Firma posiada 260 sklepów własnych oraz 250 sklepów franczyzowych⁸.

Na polskim rynku działalność prowadzą także duże zagraniczne firmy odzieżowe, które za pośrednictwem swoich marek sprzedają kolekcje dziecięce. Jedną z największych firm dystrybucyjnych na świecie jest Grupa Inditex. W Polsce dostępnych jest sześć marek odzieżowych z nią związanych: Zara, Bershka, Pull & Bear, Massimo Dutti, Stradivarius, Oysho. Zara jest największą i najpopularniejszą z nich, oferuje szeroki asortyment odzieży dla kobiet, mężczyzn i dzieci. Do tych samych grup swoją ofertę kieruje szwedzka firma Hennes & Mauritz (Grupa H&M).

Konkurencja sieci detalicznej Buslik występuje w kilku segmentach, jednak trzeba zaznaczyć, że bardzo znacząca jest w segmencie sprzedaży on-line. Aktualnie na rynku Białorusi funkcjonują 2 duże marketplace'y:

1. „Wildberries”, www.wildberries.by - sklep internetowy z modną odzieżą, obuwiem, akcesoriami oraz kosmetykami działający na Białorusi od 2012 roku. Ma w swojej ofercie 15 tys. marek, 30 mln sztuk towaru w magazynach, a dziennie obsługuje 400 tys. zamówień. Główny przedmiotem działalności tej platformy internetowej była modna odzież i obuwie dla kobiet. Jednak w ciągu ostatnich lat „Wildberries” zaczęło aktywnie promować modną odzież dziecięcą, obuwie, zabawki i dodatki. Główną zaletą sklepu internetowego www.wildberries.by stała się cena i duża ilość punktów odbioru - praktycznie we wszystkich miastach w kraju. W dużych miastach, w tym także w stolicy, „Wildberries” posiada punkty odbioru w każdej dzielnicy, na skrzyżowaniu się głównych węzłów komunikacyjnych.

2. Triowist, hipermarket online, www.21vek.by, założony w 2004 roku. Ta platforma również wpisuje się w formułę marketplace i oferuje setki kategorii, wśród których przodują elektronika (kluczowy asortyment), artykuły dla domu i potrzebne do przeprowadzenia remontu, akcesoria dla samochodów, kosmetyka i artykuły dziecięce. Biorąc pod uwagę ogromny przepływ odwiedzających, platforma posiada dużą bazę klientów, a także przoduje w rankingach zaufania klientów. Kategoria „artykuły dziecięce” obejmuje takie kategorie, jak: higiena i kosmetyka, meble i wózki/wyposażenie spacerowe i zabawki. Warto zaznaczyć że ten hipermarket online posiada dobrze rozwinięty program lojalnościowy z dużą ilością zniżek i ofert specjalnych dla klientów. Ponadto klient może każdy towar nabyć na kredyt

⁵ Źródło: smykgroup.com, *O firmie* [dostęp 03.03.2020].

⁶ Źródło: lppsa.com/relacje-inwestorskie/o-spolce, *O SPÓŁCE* [dostęp 03.03.2020].

⁷ Źródło: okaidi.pl [dostęp 03.03.2020].

⁸ Źródło: mayoral.com, *Informacje o Mayoral* [dostęp 03.03.2020].

lub w ratach na wystarczająco długi okres. W zależności od wartości towaru, raty mogą być spłacane od 2 do 36 miesięcy. W realiach białoruskich ta opcja jest aktywnie wykorzystywana przez klientów.

Warto również odnotować pojawienie się na rynku Fix Price — rosyjskiej sieci sklepów w formie „sklep stałych cen” należących do spółki Best Price. Sieć obejmuje 3 306 sklepów działających w 830 miejscowościach w 74 regionach Rosji, a także w Gruzji, Kazachstanie, Łotwie, Białorusi. Na Białorusi Fix Price działa tylko jako sieć sklepów detalicznych. Biorąc pod uwagę politykę cenową sieci, można argumentować, że nie jest ona bezpośrednią konkurencją dla supermarketu dla dzieci Buslik. Jednak w niektórych podkategoriach produktów oferta Fix Price staje się atrakcyjna dla określonego segmentu klientów.

Kluczową kategorią w sprzedaży detalicznej jest moda dziecięca. W ostatnich latach wiele światowych brandów pojawiło się na Białorusi. Są to globalni potentaci detalicznej asortymentu odzieżowego i obuwniczego, tacy jak Inditex S.A., H&M, Koton, LC Waikiki, Mothercare, Sportmaster, Tvoe, a także białoruska marka Mark Formelle. Wiele z tych firm aktywnie rozwija kanały e-commerce (LC Waikiki, Mothercare, Mark Formelle).

Grupa firm Detskyj Mir, która zaczęła otwierać swoje sklepy na Białorusi (w Mińsku) w lutym 2019 r. jest pierwszym i jedynym bezpośrednim konkurentem pod względem kategorii przedstawionych produktów. W kategoriach higieny i opieki nad dziećmi głównymi konkurentami są: ZapadKhimTorg, dyskont Ostrov Chistoty ze swoim sklepem internetowym założonym w 2011 roku i 550 sklepami detalicznymi. W latach 2018-2019 firma ta próbowała wprowadzić do swoich sklepów kategorię żywności dla dzieci, a także produktów spożywczych, które nie wymagają specjalnych warunków przechowywania w określonych temperaturach. Jednak strategia ta nie została zaakceptowana przez kupujących i firma musiała wycofać te towary z sieci.

Na rynku białoruskim działa także firma Perfume Trade (sieć „Mila”, ponad 130 sklepów). Sieć dysponuje szerokim wsparciem promocyjnym, oferując kupującemu znaczną zniżkę i specjalną cenę na wszystkie produkty dla uczestników sieciowego programu lojalnościowego. Oficjalna strona internetowa jest prezentowana w formie „witryny sklepowej”, wraz z cenami i opisem produktu.

W kategorii żywności dla niemowląt konkurentami są wszyscy sprzedawcy detaliczni żywności w kraju, tacy jak firmy: GRINroznitsa (sieć Green), Tabak-invest (sieć Korona), Eurotorg (sieć Euroopt, a także firmowy sklep internetowy), Libretik (sieć Sąsiedzi) i wiele innych, mniejszych firm. Rodziny, kupując produkty żywnościowe do codziennej konsumpcji, zwykle kupują jedzenie dla niemowląt w ramach wspólnego dla całej rodziny koszyka zakupów. Jednak żadna sieć nie ma obecnie tak szerokiego i różnorodnego asortymentu żywności dla niemowląt - preparaty dla niemowląt, substytuty mleka matki, suplementy wspomagające, preparaty specjalistyczne – tak bogaty i obszerny asortyment prezentowany jest tylko w supermarkecie dla dzieci Buslik.

1.1.5. Główne tendencje i czynniki mające wpływ na rozwój branży i Grupy

Znaczący wpływ na branżę odzieżową w najbliższych latach będą miały:

- sytuacja demograficzna,
- poziom zamożności społeczeństwa,
- kursy walutowe,
- wzrost stawek czynszu,
- rozwój e-commerce,
- regulacje prawne.

Dla krajowych producentów mody dziecięcej ostatnie lata nie należały do łatwych. Nie sprzyjała im malejąca liczba urodzeń i wprowadzona w 2012 r. podwyżka stawki VAT na odzież dla niemowląt

i obuwie dla dzieci z 8 do 23%. Podniesienie podatków zachęciło niektóre spółki z branży do zlecenia produkcji w Azji. Same zajmują się jedynie projektowaniem ubrań, marketingiem i dystrybucją⁹.

Według przewidywań PMR od 2018 r. i w następnych latach rynek zwiększy dynamikę wzrostu i aż do 2021 r. będzie rósł w średnim tempie 4,5–5% rocznie. Na sytuację rynkową w Polsce pozytywnie będą wpływać ożywienie gospodarcze i wzrost wydatków konsumentów¹⁰.

Szybko rosnąca konsumpcja będzie efektem:

- korzystnej sytuacji na rynku pracy (nadal spadające bezrobocie oraz oczekiwane przyspieszenie tempa wzrostu płac);
- znaczącego wzrostu transferów socjalnych zorientowanych bezpośrednio na gospodarstwa domowe (m.in. program „Rodzina 500+”).

Według najnowszych prognoz Głównego Urzędu Statystycznego w kolejnych latach poprawi się sytuacja demograficzna w Polsce. Już teraz obserwuje się wyższą liczbę urodzeń i rosnący współczynnik dzietności. W latach 2015-2017 współczynnik ten wzrastał z poziomu 1,289 do poziomu 1,453. W 2018 roku współczynnik dzietności wyniósł 1,435¹¹.

Przewiduje się, że rynek odzieży i obuwia wciąż będzie odnotowywał wzrosty w wyniku między innymi zwiększenia się poziomu dobrobytu społeczeństwa. Na świecie oczekuje się kontynuacji wzrostu gospodarczego. Międzynarodowy Fundusz Walutowy przewiduje, że w 2020 r. światowa gospodarka będzie się rozwijać w tempie około 3,5% (w 2019 r. było to 3,2%)¹². Analitycy Funduszu prognozują też, że szybciej rozwijać się będą gospodarki europejskie – zarówno te wysoko rozwinięte, jak i rozwijające się; mają wzrosnąć o 4,7% w 2020 r. Z kolei Narodowy Bank Polski prognozuje, że w 2020 r. Produkt Krajowy Brutto w Polsce wyniesie 3,2%, a w kolejnym roku – o 3,1%¹³.

Głównym motorem rozwoju pozostanie spożycie indywidualne – przewiduje się jego wzrost na poziomie 3,7% w 2020 r. i 2,7% w 2021 r., które będzie stymulowane przez korzystną sytuację na rynku pracy (dalszy spadek stopy bezrobocia i wzrost płac nominalnych), optymistyczne nastroje konsumentów oraz możliwość finansowania konsumpcji kredytem z uwagi na utrzymujące się niskie stopy procentowe. Siłę nabywczą ludności będzie nieznacznie ograniczać wzrost inflacji do poziomu około 3,3% w ujęciu rocznym. Wzrost dobrobytu społeczeństwa spowoduje natomiast, że coraz mniejsza część dochodów będzie przeznaczana na żywność i mieszkanie, a coraz większa – na odzież i obuwie, kulturę, sport oraz wypoczynek.

W trudnej sytuacji mogą się znaleźć firmy, dla których podstawowym kanałem sprzedaży są sklepy stacjonarne. Wpływ na ich sytuację finansową od marca 2020 będą miały skutki rozprzestrzeniania się koronawirusa COVID-16. W większości krajów wprowadzone zostały rekomendacje dotyczące ograniczania przemieszczania się, co znacząco wpłynie na obroty w handlu detalicznym.

Założyć można, że wiele firm zdecyduje się na intensyfikację sprzedaży produktów przez internet. Handel za pośrednictwem tego kanału notuje wzrosty sprzedaży na poziomie kilkunastu procent, e-commerce stanowi zatem najbardziej dynamicznie rozwijający się kanał dystrybucji produktów dla

⁹Źródło: rp.pl, *Maluch nadaża za trendami mody* [dostęp 03.03.2020].

¹⁰ Źródło: rp.pl, *Rynek produktów dla dzieci wart miliardy* [dostęp 03.03.2020].

¹¹ Źródło: gov.pl, *Wskaźnik dzietności wyższy niż przed wprowadzeniem programu Rodzina 500+* [dostęp 03.03.2020].

¹² Źródło: imf.org, *Transcript of the Press Conference on the Release of World Economic Outlook Update* [dostęp 03.03.2020].

¹³ Źródło: nbp.pl, *Projekcje inflacji i PKB – listopad 2019* [dostęp 04.03.2020].

dzieci. Prognozy pokazują, że sklepy internetowe utrzymają ten trend i stopniowo będą zwiększały udział w rynku, co może pozytywnie wpłynąć na kondycję całej branży¹⁴.

Ponieważ większe firmy odzieżowe w Polsce korzystają w znacznym stopniu z outsourcingu i zlecają produkcję zagranicznym firmom, wpływ na ich wyniki będą mieć także notowania złotego w stosunku do euro i dolara amerykańskiego. NBP przewiduje, że w kolejnych latach utrzyma się trend aprecjacyjny polskiej waluty¹⁵, co powinno oddziaływać korzystnie na koszty zakupu towarów wyprodukowanych za granicą.

1.2. Główne cele strategiczne, misja i wartości

Strategia Grupy Kapitałowej CDRL S.A. zakłada rozwój w dwóch głównych obszarach działalności: sprzedaży w segmencie krajowym oraz sprzedaży w segmencie zagranicznym.

Grupa cały czas pracuje nad wzmocnieniem wszystkich marek Grupy i umocnieniem pozycji lidera na rynku odzieży dziecięcej w Europie Środkowo-Wschodniej. Szczególny nacisk kładziony jest na rozwój sieci sprzedaży na rynkach polskim, białoruskim, czeskim i rumuńskim. Strategia Grupy zakłada otwieranie punktów sprzedaży w centrach handlowych oraz przy głównych ulicach handlowych średnich i dużych miast. Grupa koncentruje się na modernizacji i relokacji salonów w bardziej korzystne miejsca. Od 2017 r. Grupa otwiera sezonowe sieci salonów czynne tylko w okresie wakacyjnym. Są one zlokalizowane w popularnych miejscowościach wypoczynkowych zlokalizowanych głównie nad Bałtykiem.

Istotnym elementem strategii Grupy jest rozwój działalności sklepu internetowego. Grupa planuje udostępnienie strony w kolejnych wersjach językowych i ciągłe pozyskiwanie klientów poza granicami kraju, tak by zasięg sprzedaży miał charakter globalny. Cały czas trwają prace związane z rozbudową tego kanału dystrybucji, jego unowocześnieniem i poszerzeniem oferty. Na koniec 2019 r. sklep internetowy funkcjonował w pięciu językach – polskim, angielskim, niemieckim, słowackim i czeskim. Ważnym elementem strategii rozwoju Grupy jest wzbogacenie oferty i dostosowanie jej do różnych grup odbiorców, w tym do odbiorców z różnych krajów. Prowadzony jest portal informacyjny „Buslik Baby”, na którym rodzice mogą otrzymać profesjonalne wsparcie, zapoznać się z szeroką gamą artykułów informacyjnych. Bezpłatne, profesjonalne porady dotyczące żywienia, często pomagały rodzicom w trudnej sytuacji. Od 2019 roku Grupa zaczęła prowadzić na terenie sklepów Buslik bezpłatne szkoły dla przyszłych mam. Cały czas trwają prace nad optymalizacją procesu produkcji, który docelowo ma polegać na realizacji zamówień Grupy przez zewnętrznych producentów głównie w okresach, w których nie są oni obciążeni zbyt dużą liczbą zamówień. Rozwiązanie to pozwoli zmniejszyć koszty wytworzenia produktów. Dodatkowo w celu zwiększenia konkurencyjności cenowej oraz większej dywersyfikacji produkcja Grupy jest stopniowo przenoszona z Chin do krajów takich jak Indie, Bangladesz czy Turcja.

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. kieruje się w swojej działalności następującymi wartościami:

- Sprawne zarządzanie – struktura Grupy zbudowana jest na szybkim i sprawnym przepływie informacji. Skrupulatnie dobiera się doświadczonych menedżerów i określa jasny podział obowiązków.
- Doskonała znajomość rynku – wieloletnie doświadczenie zdobyte podczas działalności na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej zapewnia Grupie swobodę działań. Grupa dobrze orientuje się w potrzebach konsumentów, potrafi przewidzieć zmiany w trendach odzieżowych

¹⁴ Źródło: wiadomoscihandlowe.pl, *Polski rynek produktów dla dzieci zyska dzięki 500+* [dostęp 04.03.2020].

¹⁵ Źródło: nbp.pl, *Projekcje inflacji i PKB – listopad 2019* [dostęp 04.03.2020].

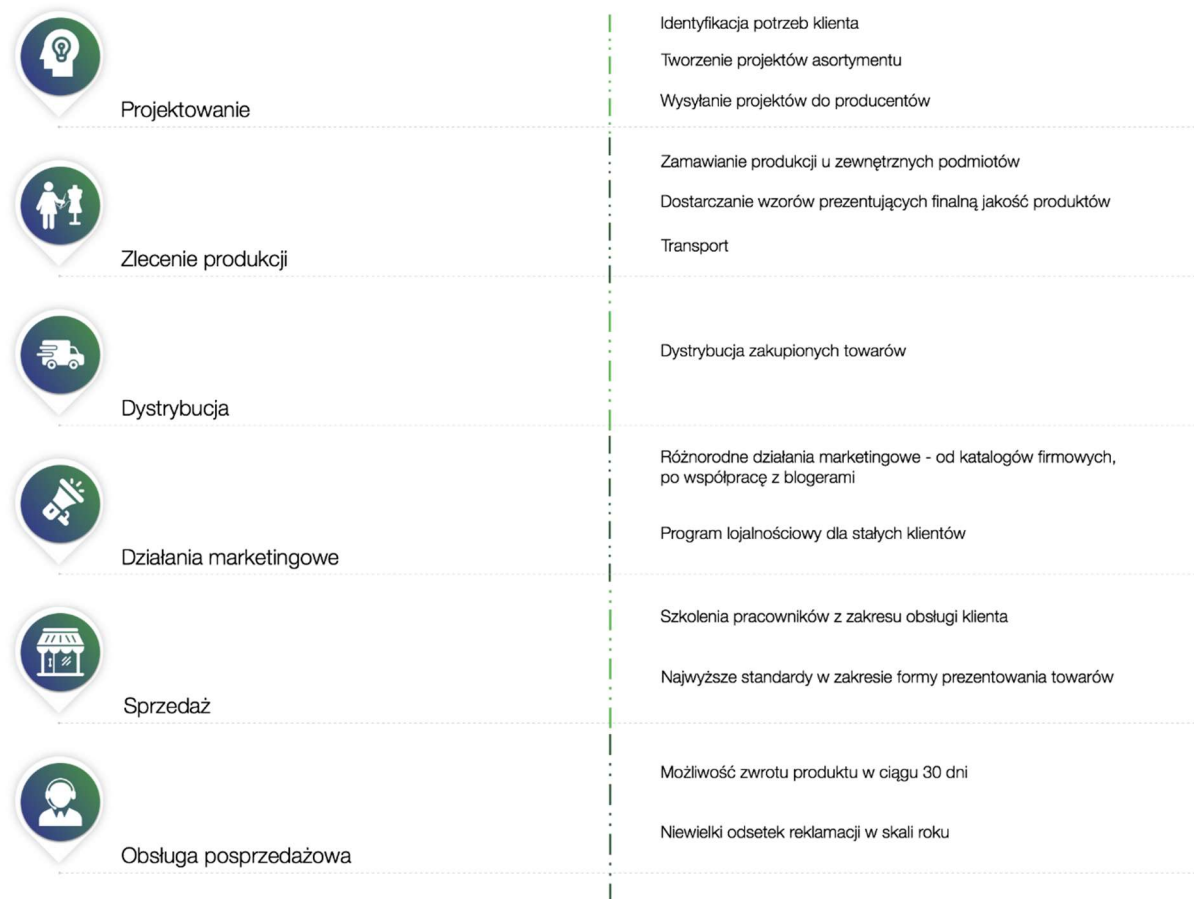
i wyprzedzać konkurencję. Grupa jest jednym z liderów w branży odzieżowej, czego dowodzi stały rozwój sieci sklepów własnych oraz franczyzowych na całym świecie.

- Obsługa klienta – Grupa przywiązuje należytą wagę do formy i jakości obsługi klienta. Pracownicy przechodzą specjalne szkolenia, dzięki którym potrafią sprostać oczekiwaniom klientów i pomóc im w znalezieniu produktu. Miła i fachowa obsługa zarówno znacznie poprawia wizerunek firmy, jak i przyczynia się do dobrych wyników sprzedaży.
- Dobre kontakty z partnerami – Grupa wyjątkowo ceni biznesowych partnerów i utrzymuje z nimi jak najlepsze relacje. O dobre kontakty z partnerami dbają wyspecjalizowani pracownicy mający fachową wiedzę o rynku odzieżowym oraz duży zakres umiejętności interpersonalnych.
- Wysoka jakość produktów – kluczem do sukcesu na rynku, który stawia coraz wyższe wymagania, jest wysoka jakość oferowanych produktów. Grupa zatrudnia ekspertów, którzy na każdym etapie powstawania produktu dbają o zachowanie najwyższych standardów. Kreatywny Dział Projektów dba, by każdy element oferty Grupy znalazł uznanie w oczach dzieci i rodziców. Zadaniem Grupy jest nie tylko przewidywanie trendów na nadchodzący sezon, lecz także ich kreowanie i promocja.
- Dobre lokalizacje sklepów – znajomość polskiego rynku pozwala Grupie odpowiednio dobierać lokalizacje nowych sklepów. Podejmując decyzje o rozbudowie sieci, Grupa kieruje się przemyślaną strategią i analizami rynku.
- Zakupy to przyjemność – sklepy Grupy są urządzone tak, aby klienci bez trudu i w miłej atmosferze znajdowali potrzebne produkty. Dla dzieci przygotowane zostały specjalne kąciki zabaw. Dzięki temu rodzice mogą spokojnie zapoznać się z ofertą, skonsultować z kompetentnym sprzedawcą i bez pośpiechu dokonać wyboru. Osoby regularnie odwiedzające salony mogą przystąpić do programu lojalnościowego.
- Kompleksowe podejście – Grupa kompleksowo podchodzi do produkcji odzieży dziecięcej. Specjaliści wybierają materiały, przygotowują projekty i dbają o to, by zostały one prawidłowo zrealizowane, a także nadzorują wszelkie działania logistyczne. Takie podejście do działalności gwarantuje najwyższy standard na każdym etapie produkcji, transportu i sprzedaży.
- Wszystko zaczyna się od komunikacji – firma przywiązuje dużą wagę do informacji zwrotnej od klientów, nieustannie działa centrum kontaktowe, a rekordy są zapisywane i przetwarzane w formularzach na stronie internetowej, na profilach sieci społecznościowych firmy i na stronach osób trzecich (mapy Google i t.d.). W miejscach sprzedaży znajdują się punkty, w których klienci także mogą pozostawić informację zwrotną.
- Jasna wizja przyszłości – Grupa ma określoną strategię rozwoju i konkretne plany na przyszłość. Skrupulatnie ocenia bieżącą sytuację rynkową i na jej podstawie wyznacza kierunki zmian, konsekwentnie dążąc do realizacji sprecyzowanych celów.
- Przejrzystość – CDRL S.A. jako spółka publiczna, której akcje są notowane na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, ma zamiar konsekwentnie budować wartość z myślą o wszystkich swoich akcjonariuszach. Zarząd przywiązuje szczególną wagę do przejrzystości i stawia sobie za cel równe traktowanie wszystkich akcjonariuszy oraz sprawną komunikację zarówno z instytucjami finansowymi, jak i inwestorami indywidualnymi.

1.3. Łańcuch wartości

1.3.1. Główne procesy

Łańcuch wartości Grupy Kapitałowej CDRL S.A.



Projektowanie

Odzież jest projektowana w Dziale Projektów, który tworzą osoby mające wykształcenie plastyczne i bogate doświadczenie. Co roku przygotowywane są kolekcje na 2 sezony: wiosenno-letni oraz jesienno-zimowy. Na każdy sezon przygotowuje się kilkadziesiąt nowych kolekcji.

Proces rozpoczyna się od szczegółowej identyfikacji potrzeb klienta, na co składają się: przeprowadzenie wewnętrznej analizy, pozyskanie informacji dotyczących trendów w modzie prognozowanych na nadchodzące sezony, a także zasięgnięcie opinii partnerów handlowych Grupy. Projektanci wybierają trzy główne trendy, na podstawie których tworzona jest kolekcja. Decydują także, jaki asortyment produktów wejdzie w skład danej kolekcji.

Następny etap polega na tworzeniu projektów asortymentu, które poddaje się ocenie wewnętrznej pracowników Działu Projektów oraz Działu Sprzedaży. Równocześnie przebiega tworzenie dokumentacji technicznej projektów wraz ze strategią zakupów. Na kolejnym etapie projekty są wysyłane do zagranicznych producentów, celem odszycia wzorów. Później odbywa się ocena wewnętrzna wzorów w ramach Działu Sprzedaży Grupy, a także ocena zewnętrzna znaczących dystrybutorów współpracujących z Grupą. Po wyłonieniu projektów tworzących ofertę pod marką Coccodrillo na dany sezon szacowany jest popyt na nie.

Identyfikacja potrzeb klientów, trendów danego sezonu oraz prognozowanie popytu na produkty są kluczowe z punktu widzenia atrakcyjności danej kolekcji i jej sukcesu sprzedażowego

Zlecenie produkcji

Po zaprojektowaniu asortymentu oraz oszacowaniu popytu Grupa składa zamówienie na produkcję u podmiotów zewnętrznych. Dywersyfikacja produkcji zmienia się w zależności od sezonu. Grupa współpracuje m.in. z podwykonawcami z Chin, Bangladeszu i Indii. W 2019 r. 48% całego asortymentu zostało wyprodukowane w Bangladeszu, 32% w Indiach, a 19% w Chinach. Niewielka część produkcji odbywała się w Polsce (około 1%).

Grupa nie jest bezpośrednio zaangażowana w proces produkcyjny, ale na bieżąco kontroluje jego przebieg oraz jakość wyrobów końcowych. Każdy producent otrzymuje standardy jakości wypracowane przez Grupę narzucające kryteria, jakie muszą spełniać materiały i akcesoria, a także komentarze do wykonanych wcześniej wzorów kolekcji. Przed rozpoczęciem produkcji masowej na podstawie komentarzy do uszytych wzorów producent dostarcza poszczególne elementy składowe produktu (materiały, akcesoria, elementy aplikacji) do weryfikacji Grupy. Producent dostarcza również wzory prezentujące finalną jakość produktów, które oceniane są przez projektantów oraz konstruktorów Grupy. Jeśli pojawią się wątpliwości co do jakości materiału lub akcesoriów, na każdym etapie produkcji może być ona sprawdzona przez certyfikowane laboratoria międzynarodowe. Przebieg procesu produkcyjnego kontrolowany jest również przez działające na zlecenie Grupy firmy zewnętrzne lub bezpośrednio przez oddelegowanego na miejsce produkcji pracownika Grupy. Produkty są dodatkowo sprawdzane po przyjęciu do magazynu, zanim zostanie podjęta decyzja o dystrybucji.

Grupa stosuje się do wymogów Polskiego Komitetu Normalizacyjnego oraz dyrektyw Komisji Europejskiej w aspektach dotyczących konstrukcji oraz składu chemicznego produktów. Jedną z najistotniejszych norm bezpieczeństwa jest norma PN-EN 14682 dotycząca sznurów i sznurków ściągających w odzieży dziecięcej. Norma ta bardzo szczegółowo reguluje kwestie dotyczące na przykład długości sznurków ściągających wystających poza tunel w pasie, nogawce lub kapturze czy sposobu mocowania gumek ściągających oraz stoperów w bluzach, spodniach i kurtkach.

Podobnie jak w przypadku produkcji transport jest zlecany firmom zewnętrznym. Grupa współpracuje z kilkoma globalnie działającymi firmami logistycznymi. Zgodnie z wewnętrznymi standardami ładunki rozdzielane są do różnych armatorów, a na jeden statek może zostać załadowany towar o wartości nieprzekraczającej ustalonego limitu. Każdy transport morski przewożący towary Grupy jest ubezpieczony. Wszelkiego rodzaju opłaty środowiskowe ponoszą przewoźnicy. Zakupione produkty są w pierwszej kolejności transportowane drogą morską do portu w Gdańsku, Hamburgu albo Rotterdamie, a następnie transportem drogowym do centralnego magazynu Grupy w Pianowie koło Poznania. Towar przeznaczony do sprzedaży poza Unię Europejską przewożony jest do składu celnego należącego do Grupy.

Dystrybucja

Obecnie na sieć dystrybucji Grupy Kapitałowej CDRL S.A. składają się następujące kanały:

- sklepy własne w Polsce i za granicą,
- sklepy franczyzowe w Polsce i za granicą (w tym w modelu *shop in shop*),
- sklep internetowy w Polsce, sklep internetowy na Białorusi oraz własne zagraniczne sklepy internetowe,
- sprzedaż przez przedstawicieli zagranicznych,
- sprzedaż hurtowa w Polsce i na Białorusi.

Struktura sklepów Grupy Kapitałowej CDRL S.A.

Obszar	Typ sklepu	2019 (liczba sklepów)	2018 (liczba sklepów)	Zmiana (%)
Polska	Franczyzowy	143	146	-2%
	Własny	109	105	3%
Razem		252	251	0%
Europa	Franczyzowy	69	67	3%
	Własny	1	1	-
	Shop in shop	77	77	-4%
Razem		147	145	1%
Poza UE	Monobrandowy	29	27	7%
	Shop in shop	33	78	-57%
	Własny	46	0	-
Razem		108	105	3%
Łącznie		507	501	1%

Grupa nieustannie koncentruje się na rozwijaniu sklepów własnych i wzmacnianiu tego kanału dystrybucji. W 2019 r. sieć sklepów własnych liczyła 109 salonów w Polsce, 1 na terenie Czech oraz 47 na Białorusi.

Równoległe z siecią salonów własnych Grupa rozwija sieć salonów prowadzonych na podstawie umów franczyzowych. W 2019 r. na terenie polski funkcjonowały 143 sklepy w tym modelu sprzedażowym. Sklepy franczyzowe poprawiają proces dystrybucji towarów oferowanych przez Grupę oraz przyczyniają się do umocnienia marek Grupy. Salony prowadzone przez franczyzobiorców nie odbiegają standardem od sklepów własnych Grupy. Franczyzobiorca musi spełniać określone wymagania, takie jak: powierzchnia sklepu, jego lokalizacja, wystrój, oświetlenie czy odpowiednie meble do ekspozycji towaru. Sklepy franczyzowe zlokalizowane są w mniejszych miejscowościach (powyżej 20 tys. mieszkańców), przy głównych ulicach miasta. Lakiery, którymi pokryte są meble wykorzystywane w sieciach sprzedaży Grupy, posiadają atesty i spełniają normy bezpieczeństwa.

Do grupy sklepów franczyzowych poza granicami Polski zalicza się zarówno salony prowadzone pod szyldem Coccodrillo, jak i sklepy typu *shop in shop*, których koncepcja polega na wydzieleniu w ramach większej powierzchni handlowej przestrzeni z produktami marki. Aranżuje się je tak, by oddawały charakter typowego sklepu Grupy.

Ekspert odzieży pod marką Coccodrillo odbywa się również za pośrednictwem przedstawicieli zagranicznych – są to podmioty działające na danym rynku hurtowym lub właściciele sklepów monobrandowych. Osobną kategorię partnerów zagranicznych stanowią przedstawiciele rozwijający sieć salonów pod marką Coccodrillo. Takie formy współpracy Grupa stosuje przede wszystkim w krajach nienależących do Unii Europejskiej. Dystrybucja przez przedstawicieli zagranicznych prowadzona jest obecnie w wielu krajach Europy Wschodniej i Południowo-Wschodniej: Rosji, Rumunii, na Ukrainie i Białorusi oraz w innych regionach: Arabii Saudyjskiej, Libii, Omanie, Azerbejdżanie, Kazachstanie, Mongolii, Egipcie, Iranie.

Znaczącym dla Grupy kanałem sprzedaży jest sklep internetowy. W 2019 r. sprzedaż za pośrednictwem tego kanału odpowiadała za 6,9% całości przychodów Grupy.

Obecnie sprzedaż hurtowa w Polsce odpowiada jedynie za 0,31% przychodów Grupy. Ze względu na dynamiczny rozwój własnej sieci dystrybucji (wielu właścicieli sklepów multibrandowych decyduje się na otwarcie sklepów franczyzowych pod szyldem Coccodrillo) oraz pojawienie się na rynku innych marek udział kanału hurtowego w sprzedaży Grupy systematycznie maleje.

Obroty kanałami Grupy Kapitałowej CDRL S.A.

Kanały sprzedaży	2019 (w tys. PLN)	2018 (w tys. PLN)	Zmiana (%)
Polska sklepy	157 789	151 601	4,1%
EU franczyza	52 374	46 109	13,6%
Eksport	18 949	24 930	-24,0%
E-commerce Polska	23 374	21 905	6,7%
E-commerce zagranica	4 011	3 508	14,3%
Białoruś sklepy	221 183	-	-
Białoruś hurt	21 944	-	-
E-commerce Białoruś	7 963	-	-
Pozostałe	6 535	3 217	103,1%
Razem	514 121	251 271	104,6%

Działania marketingowe

Prowadzone działania marketingowe mają na celu wzmocnienie i utrwalenie pozytywnego wizerunku marki Coccodrillo jako przyjaznej dzieciom. Grupa wykorzystuje różnorodne formy komunikacji marketingowej – od katalogów firmowych i plakatów wizerunkowych po kampanie promocyjne w mediach społecznościowych czy współpracę z blogerami.

W 2008 r. Grupa uruchomiła program lojalnościowy skierowany do stałych klientów. Karty lojalnościowe umożliwiają klientom zdobycie stałego rabatu na zakupy. Grupa organizuje także przeceny dostosowane do sytuacji na rynku. W 2019 nastąpiło odnowienie i odświeżenie programu lojalnościowego klientów marki Buslik. Akcja miała na celu zwiększenie liczby stałych klientów, którzy stanowią podstawę w komunikacji z konsumentami.

Istotną rolę marketingową w działalności Grupy odgrywają media społecznościowe, m.in. profil Coccodrillo oraz Buslik na Facebooku. Za pośrednictwem portalu społecznościowego Grupa informuje o akcjach rabatowych i promocjach oraz organizuje konkursy z nagrodami.

Grupa aktywnie angażuje się w działania lokalne skierowane do dzieci. Wspiera takie inicjatywy sportowe, jak: Święto Biegania z Coccodrillo, Champion Kids Duathlon i Junior Poznań Triathlon.

Sprzedaż

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. prowadzi szkolenia pracowników zatrudnionych w sieci salonów własnych i franczyzowych. Każdego pracownika obowiązują standardy obsługi klienta. Grupa dokłada wszelkich starań, aby zachować najwyższe standardy także w zakresie formy prezentacji towarów. Wystrój oraz wyposażenie salonów Grupy utrzymane są w jednakowej kolorystyce i stylistyce. Powierzchnia sklepów Coccodrillo zajmuje najczęściej około 70m².

Grupa stosuje wysokie standardy także w przypadku obsługi klientów robiących zakupy za pośrednictwem sklepu internetowego. Kontakt z obsługą sklepu jest ułatwiony dzięki usłudze live chat, która umożliwia szybką i profesjonalną poradę podczas przeglądania oferty. Na stronie buslik.by prowadzony jest także blog z poradami dla rodziców. Ponadto klienci mają do wyboru różne formy

wysyłki kupionego towaru. Grupa cały czas rozwija funkcjonalność sklepu, tak by stawał się jeszcze bardziej przyjazny klientowi.

Obsługa posprzedażowa

Dział Reklamacji przyjmuje reklamacje od klientów, organizuje naprawy i zwroty, prowadzi dokumentację reklamacyjną oraz korespondencję zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie procedurami. Klient od momentu zakupu towaru ma możliwość dokonania jego zwrotu w ciągu 30 dni w przypadku zakupów dokonanych w sklepie internetowym oraz 14 dni, jeśli produkty zostały zakupione w sklepie stacjonarnym. W 2019 r. reklamacje dotyczyły 0,48% sprzedawanego asortymentu, zaś w 2018 r. – 0,52%.

1.4. Pozostałe informacje

Opis modelu biznesowego Grupy Kapitałowej CDRL S.A. został opracowany na podstawie materiałów wewnętrznych, w tym dokumentów i procedur obowiązujących w Grupie.

W 2019 r. zmiany, które zaszły w modelu biznesowym Grupy związane były z dołączeniem do Grupy nowych spółek.

2. Opis poszczególnych polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania

2.1. Ogólne założenia działalności Grupy w obszarze zrównoważonego rozwoju

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. realizuje swoje działania w duchu zrównoważonego rozwoju, dążąc do minimalizacji negatywnego wpływu na otoczenie. Kluczowym założeniem Grupy jest działanie w obrębie własnego wpływu oraz koncentracja na działaniach lokalnych – w społeczności lokalnej Kościana i okolic. Kluczowe rodzaje ryzyka Grupy związane z aspektami niefinansowymi zostały opisane w punkcie 3, w którym wymienione zostały również grupy interesariuszy angażowane przez Grupę.

Grupa posiada spisane polityki działań w kluczowych obszarach aspektów niefinansowych, tzn. w zakresie:

- zagadnień społecznych,
- zagadnień pracowniczych,
- poszanowania praw człowieka,
- różnorodności,
- środowiska naturalnego,
- przeciwdziałania korupcji.

Szczegółowy opis każdej z polityk przedstawiony na kolejnych stronach zawiera cele Grupy dotyczące poszczególnych tematów, a także opis procedur należytej staranności, działań i rezultatów tych działań.

2.2. Niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością Grupy Kapitałowej CDRL S.A.

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. w ramach prac nad Oświadczeniem na temat danych niefinansowych dokonała analizy i wyboru kluczowych niefinansowych wskaźników efektywności w poszczególnych obszarach polityk.

Jednym z kluczowych obszarów wskaźników niefinansowych, wynikającym ze specyfiki modelu biznesowego Grupy, jest jakość, bezpieczeństwo i funkcjonalność odzieży, w tym zgodność produktów z normami w tym zakresie. Wskaźnikiem bezpośrednio powiązany jest poziom reklamacji sprzedawanego asortymentu.

W obszarze zarządzania kapitałem ludzkim kluczowe wskaźniki zdefiniowane przez Grupę to poziom zatrudnienia pracowników wg płci i poziomu sprawności, szkolenia pracowników oraz poziom zgłoszonych przypadków dyskryminacji.

Ochrona środowiska w Grupie koncentruje się na aspektach będących pod bezpośrednim wpływem działań Grupy, co w odniesieniu do salonów sprzedaży oznacza posiadane atesty i certyfikaty oraz odsetek salonów własnych z oświetleniem LED. Wskaźniki zdefiniowano również w odniesieniu do gospodarki odpadami oraz zarządzania energią:

- Zużycie energii w kWh
- Masa opakowań wprowadzonych na rynek i spełniony poziom recyklingu
- Masa opakowań wielokrotnego użytku wywiezionych za granicę (w Mg.)

Istotne dla Grupy jest również uczestnictwo w lokalnych działaniach społecznych spójnych z polityką w tym zakresie. Grupa corocznie angażuje się w wydarzenia dla lokalnej społeczności, cyklicznie bierze udział w inicjatywach sportowych dla dzieci i dorosłych.

Wszystkie wskaźniki zostały szczegółowo opisane w punkcie 2.3, w ramach opisów poszczególnych obszarów polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania.

2.3. Szczegółowy opis polityk, procedur należytej staranności oraz rezultatów ich stosowania

2.3.1. Zagadnienia społeczne

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. posiada spisana politykę działań społecznych, aby zebrać standardy postępowania w odniesieniu do zaangażowania społecznego. Lokalizacja Centrali Grupy w Pianowie koło Kościana jest jednym z głównych wyznaczników kierunków działań społecznych.

Cele

Celem działań społecznych jest budowa rozpoznawalności marki w społeczności lokalnej oraz wśród potencjalnych pracowników, umacnianie wizerunku firmy oraz propagowanie aktywności sportowej. Grupa dąży do zaangażowania się w pierwszej kolejności w inicjatywy lokalne, które często są inicjowane przez pracowników. W związku z poczuciem bycia ważną częścią lokalnej społeczności Grupa stara się odpowiadać na jej oczekiwania w miarę swoich możliwości. Dodatkowo, w zależności od bieżących potrzeb kadrowych, Grupa Kapitałowa CDRL S.A. angażuje się w edukację zawodową młodzieży (np. poprzez współpracę ze szkołami i uczelniami; praktyki i staże). Daje to okazję przybliżenia młodym osobom specyfiki pracy w branży odzieżowej oraz stwarza możliwość pozyskiwania wartościowych kandydatów do pracy. Szczególna uwaga poświęcana jest zaangażowaniu w akcje związane z tematami takimi jak promocja aktywności sportowej wśród dzieci i dorosłych.

Zasady realizacji działań społecznych

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. wkłada dużo wysiłku w to, żeby działania społeczne przynosiły znaczący i pozytywny wpływ na społeczności lokalne, na najbliższe sąsiedztwo, czyli okolice Kościana, oraz na własnych pracowników. Aby zapewnić jak najwyższą wartość z realizowanych działań, Grupa kieruje się następującymi zasadami ich realizacji:

- współpraca ze sprawdzonymi partnerami społecznymi – z każdą organizacją, z którą rozpoczynana jest współpraca w obszarze działań społecznych, prowadzony jest intensywny dialog w celu poznania oczekiwań obu stron, sprawdzenia rzetelności partnerów oraz zapewnienia, że przekazywane środki są wykorzystywane w sposób maksymalnie efektywny;
- współpraca opiera się na ustalonych zasadach, aby przebiegała w sposób satysfakcjonujący dla wszystkich;
- finalna decyzja odnośnie współpracy podejmowana jest zawsze przez zarząd – bezpośrednie zaangażowanie zarządu w realizację działań społecznych jest kluczem do tego, aby motywacja do czynienia dobra była rozpowszechniona w całej organizacji;
- budowanie długofalowych relacji z partnerami społecznymi – w przypadku pozytywnej współpracy oraz za zgodą zarządu następuje kontynuacja obopólnie korzystnej relacji. W ten sposób Grupa może maksymalizować korzyści dla społeczeństwa związane z zaangażowaniem we wsparcie lokalne. Preferujemy długotrwałą współpracę ze sprawdzonymi podmiotami.

Do kluczowych projektów w obszarze działań społecznych Grupy Kapitałowej CDRL S.A. należą:

Promocja aktywności sportowej wśród dzieci i dorosłych:

- Święto Biegania z Coccodrillo oraz Bieg Coccodrillo w ramach Półmaratonu Kościańskiego (wsparcie w latach 2005-2019, planowana kontynuacja w 2020)

Co roku w pierwszy weekend listopada w Kościanie organizowane są imprezy biegowe. Pierwszego dnia obchodzone jest Święto Biegania z Coccodrillo dla najmłodszych mieszkańców powiatu. W ramach święta odbywają się zawody biegowe dla dzieci podzielone na kategorie wiekowe. W 2019 r. do biegu zapisało się 1050 dzieci. Pracownicy Grupy Kapitałowej CDRL S.A. angażują się w wydarzenie w ramach wolontariatu pracowniczego oraz odwiedzając imprezę z własnymi dziećmi. CDRL S.A. jako tytułowy sponsor wydarzenia już od pierwszej edycji imprezy w 2005 r. przekazuje koszulki dla każdego zawodnika – w roku 2019 było to 1170 koszulek. Dodatkowo każdy uczestnik otrzymuje medal uczestnictwa w biegu oraz drobne gadżety. Nowością podczas Święta Biegania była Strefa Finishera. Na każdego kto ukończył bieg czekał ciepły posiłek, owoce, warzywa oraz słodka przekąska. Dodatkową atrakcją była darmowa fotobudka oraz strefa chilloutu wyposażona w leżaki.

Drugiego dnia ma miejsce Międzynarodowy Kościański Półmaraton im. dra Henryka Florkowskiego oraz Bieg Coccodrillo (dystans około 6,5 km) przeznaczony dla osób powyżej 16. roku życia. W 2019 roku w biegu wzięło udział 90-stu pracowników Grupy. Organizacja biegu obejmowała przygotowanie strefy startu w dmuchaną bramę Coccodrillo oraz flagi Coccodrillo. Każdy uczestnik biegu otrzymał pakiet startowy zawierający koszulkę Coccodrillo, a na linii mety pamiątkowy medal.

W latach 2015-2019 tylko na te 3 imprezy biegowe wspierane przez markę Coccodrillo zapisało się łącznie blisko 8 500 uczestników.

	2019	2018	2017	2016
Bieg Coccodrillo	333	289	207	122
Półmaraton Kościański	1 017	1 002	1 276	1 220
Święto Biegania z Coccodrillo	1 037	900	1 046	brak danych

- Coccodrillo Champion Kids Duathlon (wsparcie w latach 2016-2019, planowana kontynuacja w 2020)

Coccodrillo Champion Kids Duathlon jest imprezą towarzyszącą i poprzedzającą zawody Champion Man Duathlon Czempion, czyli największych zawodów duathlonowych w Polsce. Pierwsze zawody dziecięce odbyły się w 2016 r. Wówczas w wydarzeniu wzięło udział 159 młodych pasjonatów sportu. W 2019 r. na linii startu stało 450 dzieci od 1-go do 15-go roku życia, podzielonych na osiem kategorii wiekowych. Grupa przygotowała dla każdego uczestnika pamiątkową koszulkę Coccodrillo Champion Kids Duathlon. Wydarzenie zostało urozmaicone strefą Coccodrillo, wyposażoną w stanowiska do kolorowania i rysowania oraz leżaki. Na terenie całego wydarzenia rozdawane były wiatraczki i balony.

- Junior Poznań Triathlon (wsparcie w roku 2017-2019, planowana kontynuacja w 2020)

Junior Poznań Triathlon to impreza towarzysząca Challenge Poznań Triathlon 2019, w której brało udział 440 dzieci od 1-szego do 12-stego roku życia. Triathlon zorganizowany jest na obiektach Poznańskich Ośrodków Sportu i Rekreacji „Chwiałce”. CDRL S.A. przekazało koszulki dla dzieci uczestniczących w zawodach. Wydarzenie zostało urozmaicone strefą Coccodrillo, wyposażoną w stanowiska do kolorowania i rysowania oraz leżaki. Na terenie całego wydarzenia rozdawane były wiatraczki i balony.

- Wsparcie finansowe dla Szkolnego Klubu Sportowego Jantar w Racocie (wsparcie w latach 2010-2019, planowana kontynuacja w 2020)

CDRL S.A. wspiera klub nieprzerwanie od 2010 r. W 2019 r. klub zrealizował XXVI Bieg Olimpijski im. Ireny Szewińskiej Racot 2019. Celem imprezy jest popularyzacja biegania i marszu wśród dzieci i dorosłych, zapobieganie chorobom układu krążenia, promocja idei olimpijskiej, uczczenie pamięci Ireny Szewińskiej, a także edukacja ekologiczna uczestników biegu. W XXVI Biegu Olimpijskim wzięło udział ponad 2 tysiące osób, głównie dzieci i młodzież. Po raz dziesiąty można było przejść trasę z kijkami w Olimpijskim Nordic Walking. Mottem imprezy było hasło: *Jeżeli stanąłeś na starcie – to już zwyciężyłeś, choćbyś przybiegł ostatni*. CDRL S.A. wspiera również Szkolny Klub Sportowy Jantar w Racocie w ramach organizowanej przez młodzież Olimpiady bez Barrier im. Ireny Naskręt, w której udział biorą osoby z niepełnosprawnościami z Wielkopolski (ok. 400 osób). Celem imprezy jest integracja poprzez gry i zabawy o charakterze sportowo-rekreacyjnym.

Wsparcie rodziców i dzieci:

- Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy (wsparcie w latach 2015-2019, planowana kontynuacja w 2020)

Coroczne wpieranie WOŚP poprzez licytację złotego serduszka jest tradycją Grupy Kapitałowej CDRL S.A. W 2019 roku zostało wylicytowane serduszko za 41 111 zł (w 2018 r. 39 999 zł).

- Fundacja Mam Marzenie (wsparcie w 2019 roku, planowana kontynuacja w 2020)

Grupa CDRL S.A. w marcu 2018 roku rozpoczęła współpracę z Fundacją Mam Marzenie. W ramach projektu „Z Coccodrillo po marzenia” przekazane zostało 95 717,08 zł, na spełnienie marzeń podopiecznych fundacji. Przekazane środki stanowią dochód ze sprzedaży toreb papierowych dostępnych w salonach Coccodrillo w całej Polsce.

- Szlachetna Paczka (wsparcie w latach 2017-2019, planowana kontynuacja w 2020)

Pracownicy Grupy dołączyli do ogólnopolskiego projektu, którego głównym celem jest materialna i mentalna pomoc rodzinom i osobom znajdującym się w trudnej sytuacji życiowej. W 2019 roku obdarowując rodzinę z Międzychodu pracownicy przekazali nie tylko paczki z najpotrzebniejszymi produktami ale spełnili również marzenia każdego członka rodziny.

2.3.2. Zagadnienia pracownicze

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. posiada spisana politykę zarządzania kapitałem ludzkim stworzoną po to, aby zebrać w jednym miejscu standardy postępowania w odniesieniu do pracowników wszystkich spółek Grupy. Obejmuje ona zobowiązania i starania względem pracowników, reguluje podstawowe procesy związane z zarządzaniem ludźmi, takie jak: rekrutacja, wdrożenie, motywacja, satysfakcja, warunki zatrudnienia, bezpieczeństwo i higiena pracy, komunikacja oraz szkolenia i rozwój. Stanowi poszerzenie najważniejszych zasad dotyczących prowadzenia przedsiębiorstwa, jakie Grupa Kapitałowa CDRL S.A. ustaliła wraz z narodzinami marki Coccodrillo. Polityka obowiązuje we wszystkich spółkach Grupy, wszyscy pracownicy, niezależnie od zajmowanego stanowiska, są zobowiązani do jej przestrzegania.

Na koniec 2017 r. w Grupie Kapitałowej CDRL S.A. pracowało 1948 osób (zatrudnienie bez uwzględnienia nowych spółek 722 osób). Rok wcześniej Grupa zatrudniała 711 pracowników.

Cele

Sukces tworzenia marki Coccodrillo Grupa zawdzięcza pracownikom; to ludzie tworzą miejsce pracy, w którym każdy może rozwijać swoje kompetencje. Dzięki rozbudowanej strukturze Grupa Kapitałowa CDRL S.A. oferuje różnorodne ścieżki kariery.

Ponieważ produkty Grupy docierają do najmłodszych, muszą spełniać restrykcyjne standardy bezpieczeństwa i jakości. Dla Klientów ważny jest nie tylko produkt, ale także duże znaczenie mają styl, jakość i forma obsługi. Pracownicy Grupy Kapitałowej CDRL S.A. przechodzą specjalne szkolenia, dzięki którym potrafią sprostać oczekiwaniom klientów i pomóc im w znalezieniu produktu, którego potrzebują. Miła i fachowa obsługa nie tylko znacznie poprawia wizerunek firmy, lecz także wydatnie przyczynia się do wyników sprzedaży.

Polityka Grupy Kapitałowej CDRL S.A. koncentruje się na następujących celach:

- dążeniu do zapewnienia motywacji, satysfakcji i rozwoju pracowników;
- dbaniu o różnorodność oraz docenienie indywidualności każdego pracownika;
- zapewnieniu bezpiecznego środowiska pracy oraz stwarzaniu dobrej atmosfery i dobrych relacji;
- stawianiu jasnych celów i oczekiwaniu odpowiedzialności za obszary kompetencji każdego z pracowników, wspierając ich w tym odpowiednimi narzędziami.

Obszar polityki zarządzania kapitałem ludzkim

Rekrutacja

W każdym procesie rekrutacji Grupa Kapitałowa CDRL S.A. kieruje się tylko i wyłącznie merytorycznymi przesłankami według z góry określonych oraz obiektywnych reguł z zachowaniem zasady równości szans. Nieodłącznym elementem procesu jest równe traktowanie wszystkich potencjalnych pracowników bez najmniejszych przejawów dyskryminacji ze względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia bądź inne oznaki różnorodności. Kluczowe jest jasne komunikowanie zasad rekrutacji oraz upewnianie się, że żadna z osób decyzyjnych uczestniczących w procesie rekrutacji nie będzie zachęcana do postępowania innego niż bazującego na merytorycznych przesłankach.

Podstawą zapewnienia wykwalifikowanej kadry jest odpowiedzialnie prowadzona rekrutacja według opracowanej procedury należytej staranności, co obejmuje następujące etapy:

- Selekcja aplikacji – po otrzymaniu dokumentów aplikacyjnych pracownicy Grupy Kapitałowej CDRL S.A. przystępują do ich analizy. Sprawdzane jest, czy i na ile osoby spełniają zawarte w ogłoszeniu wymagania.
- Rozmowa rekrutacyjna – wybrani kandydaci zapraszani są na rozmowę kwalifikacyjną z przełożonym, która ma na celu poznanie kandydata, weryfikację jego kwalifikacji, doświadczenia i oczekiwań. Jest to czas, kiedy kandydat ma również szansę poznać firmę, zakres obowiązków na danym stanowisku pracy, a także potencjalnego przełożonego.
- Zadanie praktyczne – po pierwszej rozmowie wybrani kandydaci mogą zostać zaproszeni na kolejne spotkanie w celu sprawdzenia umiejętności praktycznych. Niekiedy, z uwagi na wymagania stanowiska, etap ten realizowany jest już częściowo na pierwszym spotkaniu.
- Wynik rekrutacji – w ostatnim etapie odbywa się spotkanie z przełożonym. Ustalane są szczegóły dotyczące zakresu obowiązków i warunków zatrudnienia. Spośród osób, które przeszły pomyślnie poprzednie etapy rekrutacji, wybierany jest kandydat, który dostanie propozycję pracy. Szczegóły dotyczące pracy i warunków zatrudnienia są omawiane na spotkaniu z przełożonym.
- Informacja zwrotna – wszyscy kandydaci, z którymi odbyły się spotkania, są informowani o decyzji. Istnieje taka możliwość, że przy zgodzie kandydata dział HR skontaktuje się z nim ponownie w przyszłości w celu przedstawienia innej, ciekawej propozycji.

Ważnym aspektem wspierającym rekrutację jest wsparcie działu HR dla kierowników/menedżerów działu w trakcie procesu. Dyrektor HR uczestniczy w rozmowach z kandydatami, a każda z osób docelowo prowadzących rekrutację do własnego działu przechodzi szkolenie w zakresie rekrutacji. Obejmuje ono kluczowe prawa i obowiązki, a także rozwijanie techniki rekrutacji i kompetencji w tym zakresie. Dodatkowo stosowany jest arkusz rekrutacyjny dokumentujący proces i umożliwiający analizę wiedzy o potencjalnych pracownikach. W przypadku rekrutacji lokalnych, kandydatów przesłuchuje przeszkolony przedstawiciel regionalny kontrolujący 20-25 sklepów własnych i franczyzowych. Ważną

zasadą jest pierwszeństwo rekrutacji wewnętrznej – każda oferta pracy, zanim zostanie upubliczniona, komunikowana jest pracownikom za pomocą wiadomości e-mail oraz umieszczana w formie ogłoszenia rekrutacyjnego w wewnętrznym systemie intranetowym.

Motywacja pracowników, warunki oraz bezpieczeństwo i higiena pracy

Motywacja i satysfakcja pracowników Grupy Kapitałowej CDRL S.A. w obliczu wyzwań rynku pracy są nadrzędnymi zasadami. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. dąży do tego poprzez stwarzanie dobrej atmosfery i dobrych relacji w miejscu pracy, dbanie o różnorodność oraz docenianie indywidualności każdego pracownika, co ma przełożenie na kształtowanie jego indywidualnej ścieżki kariery. Stawiane są jasne cele i oczekiwanie odpowiedzialności za obszary kompetencji każdego z pracowników, którzy wspierani są odpowiednimi narzędziami. Pracownicy otrzymują regularne oceny swoich wyników oraz informacje odnośnie możliwości ich rozwoju zawodowego. Po zakończonym miesiącu każdy opiekun przygotowuje ocenę pracownic salonów i wysyła ją do Dyrektora Sprzedaży. W przypadku uwag dotyczących pracy danej osoby wypełnia arkusz i szczegółowo opisuje swoje zastrzeżenia. Ocena wpływa na wysokość przyznawanej premii, która uzależniona jest także od obrotów i progu jaki dany sklep musi wypracować. W przypadku pracowników zatrudnionych w białoruskiej spółce otrzymują oni regularne oceny swoich wyników od bezpośredniego przełożonego, a także informacje o możliwościach rozwoju zawodowego i kariery. Pod koniec każdego miesiąca każdy menedżer przygotowuje ocenę swoich pracowników, która ma wpływ na wysokość przyznawanej premii. Wartość premii uzależniona jest także od obrotów i progu jaki powinien osiągnąć dany sklep oraz realizacji zadań SMART menedżera.

Podstawową zasadą w zakresie wynagrodzeń jest równość wynagrodzenia za jednakową pracę lub za pracę o jednakowej wartości, co obejmuje wszystkie składniki wynagrodzenia. Równocześnie system wynagrodzeń zapewnia płacę adekwatną do zajmowanego stanowiska i zakresu zadań, a także indywidualnych wyników. Każdorazowo nowy pracownik potwierdza zapoznanie się z treścią obowiązującego regulaminu pracy, regulaminu wynagradzania oraz przepisami i zasadami dotyczącymi bezpieczeństwa pracy. W początkowym okresie pracy nowe osoby podlegają opiece osoby wyznaczonej przez kierownika/dyrektora, która odpowiada za ich wdrożenie. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. w żaden sposób nie ogranicza wolności zrzeszania się pracowników i ich prawa do tworzenia związków i stowarzyszeń w ramach lokalnego prawa.

Grupa na co dzień dba o bezpieczeństwo i higienę pracy pracowników, poczynawszy od przyjęcia do pracy, a skończywszy na rozwijaniu kultury BHP i dążeniu do eliminacji wypadków do zera oraz całkowitej likwidacji potencjalnych zagrożeń na poszczególnych stanowiskach pracy. Regulacje Grupy w pełni spełniają obowiązujące przepisy prawa krajowego w tym zakresie. Każdy nowo przyjęty pracownik przechodzi obowiązkowe badania powtarzane okresowo; następnie szkolony jest z przepisów BHP, poświadczając zapoznanie się z ryzykiem stanowiskowym. Pracownicy są zobowiązani do: znajomości przepisów BHP, działania zgodnie z nimi oraz poleceniami przełożonych w tym zakresie, dbałości o swoje miejsce pracy i wykorzystywane narzędzia oraz urządzenia, stosowania odzieży ochronnej i innych środków ochrony indywidualnej, niezwłocznego informowania przełożonych o wszystkich wypadkach i zagrożeniach oraz w miarę możliwości do eliminowania istniejących zagrożeń.

Szkolenia i rozwój

Podstawą pracy w Grupie Kapitałowej CDRL S.A. jest nieustanny rozwój pracowników na podstawie codziennej pracy, wsparcia przełożonych oraz szkoleń stanowiskowych i specjalnych. Odpowiedzialność za rozwój Grupa dzieli pomiędzy pracownika, jego przełożonego i dział HR. Nacisk kładziony jest na rozwój kompetencji niezbędnych na danym stanowisku oraz dzielenie się wiedzą pomiędzy pracownikami. Realizowane są zarówno szkolenia twarde, jak i miękkie, tematyczne oraz ogólnorozwojowe, dopasowane do specyficznych wymogów stanowiska, poziomu kompetencji i miejsca w hierarchii organizacji. W sklepach zlokalizowanych na Białorusi odbywa się program wymiany doświadczeń, w którym doświadczeni menedżerowie zmieniają sklepy na kilka dni, a na koniec

programu przekazują sobie wzajemnie zalecenia dotyczące poprawy wydajności sklepów. Proces ten umożliwi dzielenie się doświadczeniami i pomysłami oraz powala wnieść nowe spojrzenie na ustalone, dla innych już rutynowe procesy.

Dążąc do zapewnienia praktycznego wykorzystania wiedzy zdobytej na szkoleniach, tworzony jest kalendarz szkoleń uwzględniający bieżące potrzeby pracowników, a zarazem realizowana polityka otwartego budżetu szkoleniowego. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. zachęca do rozwoju kompetencji na podstawie uzasadnionych potrzeb.

Wychodząc z założenia, że atmosfera pracy, satysfakcja pracowników, a w efekcie efektywna i kompetentna praca zależą od jakości zarządzania – kadra menedżerska szkolona jest w zakresie kompetencji miękkich.

2.3.3. Poszanowanie praw człowieka

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. ma spisana politykę poszanowania praw człowieka mającą na celu zebranie w jednym miejscu standardów postępowania uznanych przez Grupę za absolutnie niepodważalne prawo każdej osoby. Podstawę polityki stanowią polskie akty prawne oraz międzynarodowe dokumenty i wytyczne, takie jak:

- wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka;
- Międzynarodowa Karta Praw Człowieka (obejmująca Powszechną Deklarację Praw Człowieka, Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych oraz Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych);
- konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy.

Polityka poszanowania praw człowieka obejmuje zobowiązania Grupy Kapitałowej CDRL S.A. i starania względem pracowników, klientów, franczyzobiorców i ich pracowników oraz w ramach łańcucha dostaw. Stanowi ona poszerzenie najważniejszych zasad dotyczących prowadzenia przedsiębiorstwa, jakie zostały ustalone wraz z narodzinami marki Coccodrillo.

Od samego początku Grupa Kapitałowa CDRL S.A. dba o jak najlepsze relacje z pracownikami, klientami, partnerami biznesowymi, jednocześnie dbając o zapewnienie optymalnego łańcucha dostaw, który jest gwarantem czynników wyróżniających produkty marki Coccodrillo, czyli bezpieczeństwa, jakości i funkcjonalności. Takie same wszystkich nowych marek należących do Grupy.

Ponieważ produkty Grupy Kapitałowej CDRL S.A. docierają do najmłodszych, Grupa chce, aby spełniały one nie tylko restrykcyjne standardy bezpieczeństwa i jakości. Grupa pragnie, aby przyczyniały się również do podwyższania standardów społecznych w całym łańcuchu dostaw.

Polityka Grupy Kapitałowej CDRL S.A. stanowi uzupełnienie innych dokumentów regulujących działanie firmy w zakresie zarządzania kapitałem ludzkim, obsługi klienta, budowy relacji z franczyzobiorcami oraz zlecenia i realizacji produkcji.

Pracownicy

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. dokłada wszelkich starań, aby pracownicy wiedzieli, że ich prawa są szanowane oraz dba się o ich bezpieczeństwo i higienę pracy. Grupa zapewnia warunki pracy spełniające wszelkie wymagane standardy pracy, dokładając również starań, aby pracownicy czuli się swobodnie i komfortowo podczas wykonywania powierzonych obowiązków. Dbalność o pracowników obejmuje też obszar poszanowania praw człowieka.

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. jest zdania, że każdy powinien otrzymywać godziwe wynagrodzenie za wykonywaną pracę, które jest zgodne z zajmowanym stanowiskiem i posiadanym doświadczeniem.

W Grupie dba się o przestrzeganie limitów i norm czasu pracy. Grupa sprzeciwia się zatrudnianiu osób młodocianych oraz jakimkolwiek wyzyskowi pracowników.

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. z troską podchodzi do zagadnień równego traktowania każdej osoby i poszanowania jej godności osobistej. Grupa nie godzi się na żadne formy dyskryminacji i stara się im zapobiegać, a jeśli takie się pojawiają, podejmuje odpowiednie kroki i wyciąga wnioski na przyszłość. Grupa przeciwstawia się również jakimkolwiek przejawom mobbingu.

W Grupie panuje życzliwa i otwarta atmosfera umożliwiająca swobodną komunikację pomiędzy wszystkimi pracownikami. Dzięki temu mają oni możliwość zgłaszania różnorodnych uwag i problemów. Jeżeli są to kwestie wymagające reakcji, Grupa stara się rozwiązywać je w możliwie najkorzystniejszy sposób. Pracownicy Grupy mają też prawo do zakładania organizacji pracowniczych.

Grupa reaguje na przypadki łamania wyżej wymienionych praw człowieka, podejmuje odpowiednie do danej sytuacji środki naprawcze oraz kroki, by podobna sytuacja się nie powtórzyła.

W latach 2018 i 2019 nie odnotowano przypadków łamania praw pracowniczych bądź dyskryminacji (incydentów o charakterze dyskryminacyjnym), nie było żadnych skarg ani procesów w tym zakresie.

Klienci

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. dokłada wszelkich starań, by szanować i propagować prawa człowieka w relacjach z klientami. Pracownicy Grupy przechodzą specjalne szkolenia, dzięki którym potrafią sprostać oczekiwaniom klientów i pomóc im w znalezieniu produktu, którego potrzebują. Miła i fachowa obsługa nie tylko znacząco poprawia wizerunek firmy, lecz także wydatnie przyczynia się do wyników sprzedaży.

Bezpieczeństwo odzieży i standardy jakościowe

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. projektując swoje towary przykładą ogromną wagę do kwestii związanych z bezpieczeństwem, dlatego bardzo rygorystycznie sprawdzana jest zgodność produktów z normami bezpieczeństwa, a w szczególności z normą PN-EN 14682. Firmowe standardy zostały dostosowane do wymogów Polskiego Komitetu Normalizacyjnego oraz dyrektyw Komisji Europejskiej w aspektach dotyczących zarówno konstrukcji, jak też składu chemicznego.

W kwestii jakości odzieży decydującą rolę odgrywa surowiec, jaki został wykorzystany do produkcji materiału oraz technologia jego produkcji. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. posiada bardzo bogate doświadczenie w produkcji odzieży dziecięcej i wykorzystuje je do wyboru odpowiednich surowców. Materiały wybierane do produkcji przechodzą przez bardzo szczegółowy proces kontroli, aby zapewnić, że finalny produkt będzie trwały, a jego użytkowanie komfortowe. W przypadku odzieży przeznaczonej dla noworodków Grupa stara się używać jedynie 100% naturalnych komponentów.

Obok bezpieczeństwa i jakości najistotniejszym czynnikiem wyróżniającym odzież Grupy jest funkcjonalność. Obejmuje to wszelkiego rodzaju rozwiązania techniczne ułatwiające codzienne użytkowanie odzieży. Dla ulepszenia walorów użytkowych odzieży stosuje się dwa rodzaje impregnacji zabezpieczającej przed negatywnym oddziaływaniem czynników zewnętrznych.

- podstawową, której zadaniem jest ochrona przed przemoknięciem, kiedy do pokonania są krótkie dystanse, takie jak powrót ze szkoły;
- zaawansowaną, stosowaną w odzieży przeznaczonej do uprawiania sportów zimowych.

Odzież wszystkich marek Grupy spełnia najwyższe normy jakości i bezpieczeństwa, Grupa działa m.in. w zgodzie z akceptowanym poziomem jakości AQL 2,5 -H lub J (Acceptance Quality Limit) określającym minimalny poziom akceptowalnej jakości. Produkcja jest kontrolowana w obszarach:

- ilość błędów w wykończeniu (plamy, dziury itp.),
- odchylenia wyrobów gotowych od parametrów tabeli wymiarowej,
- oznakowanie wyrobu,
- jakość materiałów (waga), akcesoriów (czy zamki się odpinają) itp.

Dla odzieży dziecięcej Grupa posiadała w latach 2016-2019 również Certyfikat ECO5. Podstawą jego wydania jest przeprowadzenie procesu certyfikacji potwierdzającego, że m.in.:

- wyrób zapewnia bezpieczeństwo użytkowania;
- wyrób jest prawidłowo oznaczony,
- producent zapewnia stabilność produkcji gwarantującą spełnienie wymagań określonych w kryteriach,
- produkowane wyroby charakteryzują się dobrymi właściwościami użytkowymi, a także nie zawierają substancji uznanych za szkodliwe w ilościach przekraczających wartości dopuszczalne.

Grupa posiadała w latach 2016-2019 także certyfikat „Bezpieczne dla niemowląt” wydawany przez Instytut Włókiennictwa – Zakład Certyfikacji TEXTIL-CERT. Certyfikat potwierdza bezpieczeństwo użytkowania wyrobów tekstylnych dla najmłodszych dzieci. Poświadcza również, że wyrób spełnia wymagania określone w normach, przepisach prawnych i kryteriach technicznych.

Dodatkowo w ubraniach Coccodrillo stosuje się normę dotyczącą „Bezpieczeństwa odzieży dziecięcej – sznury i sznurki ściągające w odzieży dziecięcej”, czyli PN-EN 14682:2015-02. Zgodnie z nią Grupa Kapitałowa CDRL S.A. przeprowadza indywidualne oceny ryzyka dla każdego ubrania w celu zagwarantowania, że dane ubranie nie stanowi zagrożenia dla użytkownika.

Reklamacje

Zasady rozpatrywania zgłoszeń reklamacyjnych w Coccodrillo są w pełni zgodne z aktualnymi regulacjami prawnymi w tym zakresie. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. informuje klientów, że jeżeli nie zgadzają się ze sposobem rozpatrzenia reklamacji, mają prawo odwołać się do Miejskiego Rzecznika Konsumenta lub do Sądu Konsumentckiego w miejscu swojego zamieszkania. Grupa zamieszcza na swych stronach wszelkie niezbędne regulaminy:

- regulamin wymiany i zwrotów w salonach stacjonarnych dostępny na: http://cdr1.pl/Regulamin_wymiany_i_zwrotow.html,
- regulamin sklepu internetowego dostępny na: <https://pl.coccodrillo.eu/regulamin-a>,
- regulamin przyznawania i użytkowania karty rabatowej dostępny na: https://pl.coccodrillo.eu/pr_loj-a.

Klient od momentu zakupu towaru ma możliwość dokonania jego zwrotu w ciągu 30 dni w przypadku zakupów dokonanych w sklepie internetowym oraz 14 dni, jeśli produkty zostały zakupione w sklepie stacjonarnym. W 2019 r. reklamacje dotyczyły tylko 0,48% sprzedawanego asortymentu, zaś w 2018r. – 0,49%.

Dane osobowe

Prywatność klientów jest szczególnie ważna dla Grupy Kapitałowej CDRL S.A. Osobom posiadającym konto w ramach sklepu internetowego bądź kartę lojalnościową zapewniany jest dostęp do danych osobowych i możliwość ich modyfikacji w każdej chwili. Dostęp i modyfikacja danych osobowych możliwe są po zalogowaniu bądź – w przypadku karty lojalnościowej – po zgłoszeniu takiej chęci w formie korespondencji e-mail.

Klienci mają możliwość usunięcia swoich danych osobowych ze zbioru danych sklepu internetowego oraz karty lojalnościowej. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. może odmówić usunięcia danych klienta, jeśli ten naruszył obowiązujący w sklepie internetowym regulamin, a zachowanie danych jest niezbędne do wyjaśnienia tych okoliczności i ustalenia odpowiedzialności, w szczególności dochodzenia przez Grupę roszczeń od danego klienta.

Dane osobowe zbierane za pośrednictwem sklepu internetowego oraz kart lojalnościowych są przetwarzane zgodnie z aktualnymi regulacjami prawnymi w tym zakresie. Analogicznie Polityka prywatności i Regulamin e-sklepu spełniają aktualne regulacje, nie zawierają klauzul niedozwolonych oraz przestrzegają jasnych reguł związanych z prawem odstąpienia od umowy zawartej na odległość oraz reklamacją towaru. Potwierdzeniem tej zgodności jest otrzymany dla sklepu coccodrillo.eu certyfikat Rzetelny Regulamin. Posiadany przez Grupę certyfikat jest podstawą bezpieczeństwa transakcji, jak i wizytówką Grupy. Regulamin Grupy respektuje nie tylko przepisy konsumenckie, ale także branżowe. Jest również dopasowany do asortymentu, jaki jest oferowany. Polityka Prywatności dotycząca sklepu coccodrillo.eu jest dostępna on-line: <https://pl.coccodrillo.eu/polityka-prywatnosci>, a regulamin tutaj: <https://pl.coccodrillo.eu/e-sklep>. Regulamin sklepu buslik.by dostępny jest pod adresem <https://buslik.by/buyers/rules/>.

Franczyzobiorcy i klienci biznesowi

Do osiągnięcia sukcesu potrzebna jest współpraca. Dlatego też Grupa Kapitałowa CDRL S.A. stawia na wygodny i sprawdzony wieloletnim doświadczeniem model franczyzy. Grupa oferuje pakiet rozwiązań, kompleksowe wsparcie i doradztwo pracowników, a każdego partnera traktuje indywidualnie. W ramach modelu współpracy Grupa Kapitałowa CDRL S.A. nieustannie się rozwija, poszukując kolejnych partnerów i sklepów, a związane z rozwojem decyzje podejmuje na podstawie przemyślanych strategii.

Partnerzy franczyzowi to bardzo cenny zasób, dlatego Grupa dba o jak najlepsze relacje w tym zakresie, szanuje zewnętrzne opinie i zawsze stara się wypracować rozwiązania satysfakcjonujące każdą ze stron. W przypadku agentów w Polsce aż 78% z nich jest z Cocodrillo od 5-ciu lat, zaś 30% od 10-ciu lat. Wieloletnie doświadczenie pozwala właściwie ocenić potencjał nowego miejsca i wesprzeć partnerów franczyzowych w rozwoju biznesu. Od początku Grupa stawia na bliską współpracę z franczyzobiorcami i dzieli się z nimi wiedzą na temat budowania silnej marki na całym świecie. Jednocześnie Grupa oczekuje, że wszyscy franczyzobiorcy i partnerzy będą przestrzegać standardów przedstawionych w Polityce poszanowania praw człowieka i respektować je w ramach swojej działalności.

Łańcuch dostaw

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. zdaje sobie sprawę, że odpowiedzialność społeczna dotyczy nie tylko osób, z którymi ma bezpośredni kontakt, jak pracownicy i klienci, ale pośrednio obejmuje cały łańcuch dostaw. Właśnie dlatego Grupa koncentruje się na współpracy ze sprawdzonymi dostawcami, którzy wykazują chęć działania zgodnego z zasadami poszanowania praw człowieka. Jednocześnie Grupa dokłada starań, by fabryki, z którymi współpracuje, posiadały wymagane prawem normy i certyfikaty. A w przypadkach, gdzie nie jest to wymagane, stara się upewnić, że zakłady przestrzegają międzynarodowych standardów obowiązujących w tym zakresie.

Ponieważ Grupa Kapitałowa CDRL S.A. wysoko ceni prawa człowieka w całym łańcuchu dostaw, to:

- sprzeciwia się pracy przymusowej,
- nie zgadza się na zatrudnianie dzieci,
- przeciwstawia się wszelkim formom wyzysku pracowników,
- oczekuje bezpiecznych i higienicznych warunków pracy.

Grupie Kapitałowej CDRL S.A. zależy na tym, by firmy, z którymi współpracuje, reagowały na doniesienia o łamaniu praw człowieka i aktywnie przyczyniały się do spełniania międzynarodowych standardów w tym zakresie. Grupa oczekuje, że wszyscy dostawcy będą przestrzegać standardów przedstawionych w Polityce poszanowania praw człowieka i respektować je.

Przy nawiązywaniu współpracy z nowymi dostawcami Grupa weryfikuje posiadane przez nich certyfikaty i przynależność do międzynarodowych inicjatyw zajmujących się poszanowaniem praw człowieka w miejscu pracy. Partnerzy Grupy uczestniczący w takich inicjatywach otrzymują wsparcie od ekspertów, a dzięki ich pomocy są w stanie zapewnić lepsze warunki pracy.

W 2019 r. 38 fabryk, z którym współpracuje Grupa Kapitałowa CDRL S.A., mogło się pochwalić audytami potwierdzającymi działanie zgodne z najwyższymi standardami w zakresie ochrony praw człowieka, które są przeprowadzane przez zatwierdzone organizacje. Większość z tych fabryk posiada audyty BSCI (Business Social Compliance Initiative) – międzynarodowej inicjatywy społecznego monitorowania, która wspiera podmioty chcące przyczynić się do poprawy warunków pracy w łańcuchu dostaw, aby ich poziom był godny i sprawiedliwy. Audyt BSCI sprawdza, czy organizacja spełnia 11 zasad ochrony pracy:

- legalne formy zatrudnienia,
- zakaz zatrudniania dzieci,
- przestrzeganie limitów i norm czasu pracy,
- zakaz stosowania praktyk dyskryminacyjnych,
- posiadanie i wdrażanie zasad etycznych,
- troska o środowisko,
- respektowanie wolności zrzeszania się pracowników,
- zapewnienie uczciwego i zgodnego z prawem wynagrodzenia,
- zapewnienie bezpiecznych i zdrowych warunków pracy,
- ochrona młodych pracowników,
- zakaz stosowania przymusu pracy i praktyk dyscyplinujących.

Intencją Grupy Kapitałowej CDRL S.A. jest zacieśnianie i rozwój współpracy z fabrykami posiadającymi certyfikację w zakresie ochrony praw człowieka. Równocześnie Grupa preferuje długofalową współpracę ze sprawdzonymi partnerami i deklaruje gotowość do zachęcania ich do poddawania się takiej certyfikacji.

2.3.4. Różnorodność

U podstaw powstania Grupy Kapitałowej CDRL S.A. legły pasja i chęć pracy z ludźmi, dzielenia się najlepszymi pomysłami i współtworzenia rozpoznawalnej i renomowanej marki specjalizującej się w projektowaniu odzieży i obuwia dla dzieci i młodzieży. Od wielu lat Grupa Kapitałowa CDRL S.A. tworzy organizację, w której poszanowanie godności, a co za tym idzie, różnorodności zawsze było jedną z najważniejszych wartości, którą Grupa chce promować tak samo mocno, jak promuje swoje produkty.

Sukces Grupy Kapitałowej CDRL S.A. nie byłby możliwy bez pracowników, ich doświadczeń i unikalnych zdolności. Dlatego Grupa dąży do tego, aby zasady polityki różnorodności towarzyszyły na każdym etapie powstawania produktów, zarówno na etapie projektowania, zlecenia produkcji, jak

i sprzedaży, oraz aby zasady, którym Grupa pozostaje wierna od lat, stały się również udziałem klientów, dostawców, franczyzobiorców.

Wychodząc z założenia, że pozycja i powodzenie Grupy Kapitałowej CDRL S.A. opierają się w dużej mierze na pracownikach, Grupa przyjęła spisana politykę różnorodności jako jedno z ważnych zobowiązań. Ma ona na celu zebranie zasad, jakimi Grupa kieruje się w swojej pracy i odpowiada na następujące cele polityki zarządzania kapitałem ludzkim:

- dążenie do zapewnienia motywacji, satysfakcji i rozwoju pracowników,
- dbanie o różnorodność oraz docenianie indywidualności każdego pracownika,
- zapewnianie bezpiecznego środowiska pracy oraz dbanie o dobrą atmosferę i dobre relacje.

W swojej polityce Grupa Kapitałowa CDRL S.A. kieruje się przepisami zarówno prawa krajowego, jak i treścią umów międzynarodowych, a także wymaganiami dotyczącymi spółek giełdowych określonych w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016”.

Struktura zatrudnienia

OBSZAR	ROK	KOBIECY		MĘŻCZYŹNI		OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNE	
		liczba	%	Liczba	%	liczba	%
ADMINISTRACJA	2019	273	0,72	104	0,28	11	0,03
	2018	127	0,86	21	0,14	14	0,10
MAGAZYN	2019	107	0,71	40	0,29	24	0,16
	2018	97	0,71	39	0,29	23	0,17
SALONY SPRZEDAŻY	2019	1 200	0,93	87	0,07	13	0,01
	2018	427	1	0	0	3	0,01

Kluczowe założenia polityki różnorodności to:

- Równe traktowanie wszystkich pracowników w zakresie nawiązania i rozwiązania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania oraz dostępu do szkolenia, bez dyskryminacji ze względu na: płeć, wiek, niepełnosprawność, stan zdrowia, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, przekonanie polityczne, przynależność związkową, orientację psychoseksualną, tożsamość płciową, status rodzinny, styl życia, formę, zakres i podstawę zatrudnienia, inny typ współpracy oraz inne przesłanki narażone na zachowania dyskryminacyjne.
- Kierowanie się w każdym procesie rekrutacji, w tym podczas wyboru kluczowych menedżerów, tylko i wyłącznie merytorycznymi przesłankami, takimi jak posiadane doświadczenie i kompetencje oraz dopasowanie do danego stanowiska pracy, co w wybranych przypadkach oznacza również posiadane wykształcenie kierunkowe.
- Jasne komunikowanie zasad rekrutacji oraz upewnianie się, że żadna z osób decyzyjnych uczestniczących w procesie rekrutacji nie będzie zachęcana do postępowania innego niż opartego na merytorycznych przesłankach.
- Równość wynagrodzenia za jednakową pracę lub za pracę o jednakowej wartości.
- Indywidualne podejście do sytuacji każdego pracownika, również poprzez możliwe różnicowanie sytuacji prawnej pracownika ze względu na ochronę rodzicielstwa, jego wiek czy niepełnosprawność.
- Tworzenie otoczenia sprzyjającego tolerancji, otwartej komunikacji, dobremu samopoczuciu i zachowaniu równowagi pomiędzy pracą zawodową a życiem prywatnym.
- Równe, sprawiedliwe i pozbawione dyskryminacji traktowanie wszystkich dostawców.
- Upowszechnianie zasad równego traktowania w szczegółowych zapisach regulaminu pracy i w komunikacji zewnętrznej.

Mając na względzie powyższe zapisy, Grupa Kapitałowa CDRL S.A. chce równocześnie informować, że nie godzi się na żadne formy dyskryminacji i brak poszanowania godności drugiej osoby. W przypadku wystąpienia ryzyka zaistnienia dyskryminacji w jakiegokolwiek formie Grupa reaguje szybko, podejmując stosowne kroki, aby wyeliminować te ryzyka.

2.3.5. Środowisko naturalne

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. posiada spisana politykę środowiskową, która prezentuje standardy postępowania w odniesieniu do wpływu na środowisko naturalne. Podstawą działań w obszarze ochrony środowiska jest spełnianie wymagań prawnych oraz dobrowolnych, przyjętych przez Grupę norm i standardów w tym zakresie.

Cele i obszary polityki środowiskowej

Ponieważ produkty Grupy docierają do najmłodszych, Grupa chce, aby spełniały one nie tylko restrykcyjne standardy bezpieczeństwa i jakości. Pragnie także, aby ich produkcja nie wpływała negatywnie na środowisko naturalne. Działania w tym zakresie koncentrują się na dwóch aspektach:

- gwarancji bezpieczeństwa odzieży i zachowaniu najwyższych standardów jakościowych,
- minimalizacji wpływu na środowisko w zakresie transportu, magazynowania, administracji i sprzedaży.

Tak określone priorytety jasno definiują również obszary wpływu na środowisko, w których Grupa podejmuje działania.

Bezpieczeństwo odzieży i standardy jakościowe produkcji

Projektując odzież, Coccodrillo przykłada ogromną wagę do kwestii związanych z bezpieczeństwem, dlatego bardzo rygorystycznie sprawdzana jest zgodność produktów z normami bezpieczeństwa, a w szczególności z normą PN-EN 14682. Firmowe standardy zostały dostosowane do wymogów Polskiego Komitetu Normalizacyjnego oraz dyrektyw Komisji Europejskiej w aspektach dotyczących zarówno konstrukcji, jak też składu chemicznego.

W kwestii jakości odzieży decydującą rolę odgrywa surowiec, który został wykorzystany do produkcji materiału, oraz technologia jego produkcji. Grupa Kapitałowa CDRL S.A. posiada bardzo bogate doświadczenie w produkcji odzieży dziecięcej i wykorzystuje je do wyboru odpowiednich surowców. Materiały wybierane do produkcji przechodzą przez bardzo szczegółowy proces kontroli, aby zapewnić, że finalny produkt będzie trwały, a jego użytkowanie komfortowe. W przypadku odzieży przeznaczonej dla noworodków Grupa stara się używać jedynie 100% naturalnych komponentów.

Skład surowcowy	2019	2018	2017	2016
Zawartość na poziomie 95% i więcej % bawełny w składzie odzieży i dodatków	61,9%	57,75%	64,75%	58,14%

Odzież Coccodrillo spełnia najwyższe normy jakości i bezpieczeństwa, w tym m.in. tzw. akceptowany poziom jakości AQL 2,5-H lub J (Acceptance Quality Limit) określający minimalny poziom akceptowalnej jakości. Grupa dąży również do posiadania norm i certyfikatów potwierdzających, że producent podejmuje działania proekologiczne związane m.in. z gospodarką odpadami, oszczędnym zużyciem zasobów i emisji do środowiska naturalnego oraz że produkowane wyroby charakteryzują się dobrymi właściwościami użytkowymi, a także nie zawierają substancji uznanych za szkodliwe w ilościach przekraczających wartości dopuszczalne.

Grupa zdaje sobie sprawę, że odpowiedzialność za wpływ na środowisko dotyczy nie tylko działalności w Polsce, ale pośrednio obejmuje cały łańcuch dostaw – w szczególności dostawców produkujących ubrania na zlecenie Grupy oraz firmy transportowe, przewoźników dostarczających towar do Polski. Właśnie dlatego Grupa koncentruje się na współpracy ze sprawdzonymi dostawcami, którzy wykazują chęć działania zgodnego z zasadami ochrony środowiska.

Wśród fabryk produkujących odzież dla Grupy znajduje się grono podmiotów z którymi współpraca trwa od blisko 10 lat.

Jednocześnie Grupa dokłada starań, by fabryki, z którymi współpracuje, posiadały wymagane prawem normy i certyfikaty, stara się upewnić, że zakłady przestrzegają prawa lokalnego oraz mających zastosowanie międzynarodowych norm, standardów i regulacji obowiązujących w tym zakresie.

Przy nawiązywaniu współpracy z nowymi dostawcami weryfikowane jest posiadanie przez nich certyfikatów i przynależność do międzynarodowych inicjatyw kontrolujących poziom zarządzania ochroną środowiska. Partnerzy Grupy uczestniczący w takich inicjatywach otrzymują wsparcie od ekspertów, a dzięki ich pomocy są w stanie zapewnić ograniczenie wpływu na środowisko naturalne.

Transport, magazynowanie, administracja i sprzedaż

Transport produktów realizowany jest przez firmy zewnętrzne – sprawdzonych i uznanych globalnych przewoźników. Znacząca większość transportu towaru do Polski to transport morski oznaczający minimalny możliwy wpływ na środowisko naturalne. W przypadku floty własnej Grupy większość aut spełnia wymagania normy EURO 5 w zakresie emisji spalin.

Sprzedaż produktów Grupy odbywa się za pośrednictwem sieci sklepów, które zlokalizowane są między innymi: w Polsce, na Białorusi, w Czechach, Rumunii, krajach bałtyckich, Węgrzech i Słowacji, w Bułgarii, Austrii, Rosji i Kazachstanie, a także w Arabii Saudyjskiej, Mongolii i Omanie. Są to sklepy własne i franczyzowe (w tym w modelu *shop in shop*). Produkty marek Grupy są oferowane również w sklepie internetowym coccodrillo.eu oraz buslik.by. Na koniec 2019 r. liczba salonów w Polsce wynosiła 252, a za granicą – 255 salonów i punkty typu *shop in shop*. Większość sklepów znajduje się w wynajmowanych powierzchniach, zazwyczaj w centrach handlowych, co oznacza istotne ograniczenie, jeśli chodzi o możliwości działań w zakresie ochrony środowiska, takich jak ogrzewanie, gospodarka odpadami czy wodą. Tym, co pozostaje w gestii Grupy i na czym się skupia – to oświetlenie wewnątrz salonów oraz wystrój wnętrza. Grupa systematycznie dąży do wprowadzania energooszczędnych rozwiązań oraz wykorzystania mebli posiadających certyfikaty ekologiczne (FSC).

Stan na koniec 2019 roku to 55% sklepów Coccodrillo, które posiadają w 100% oświetlenie LED bądź w znacznej części wymienione na takie. W 2018 roku działało 47% sklepów z energooszczędnym oświetleniem.

Lakiery wykorzystywane do mebli w sklepach posiadają stosowne atesty, spełniają ograniczenia podane w normie PN-EN 71 (Bezpieczeństwo zabawek - Część 3: Migracja określonych pierwiastków) odnośnie zawartości 17 pierwiastków chemicznych, które mogą migrować i stanowić potencjalne zagrożenie dla małych dzieci. Celem jest wyeliminowanie jakiegokolwiek zagrożenia związanych z ssaniem, lizaniem lub połknięciem, bądź przedłużonym kontaktem ze skórą elementów mebli. Ponadto, wykorzystywane lakiery nie zawierają substancji wzbudzających szczególnie duże obawy (SVHC), umieszczonych w Załączniku XIV Rozporządzenia REACH oraz na liście kandydackiej Europejskiej Agencji Chemikaliów (ECHA).

Dodatkowo Grupa posiada powierzchnię biurową i magazynową w Pianowie koło Kościana. Główne działania w zakresie ochrony środowiska to dążenie do racjonalnego gospodarowania mediami, minimalizacji zużycia zasobów, segregacji i utylizacji odpadów oraz zapobiegania zanieczyszczeniom. Grupa stopniowo wdraża rozwiązania proekologiczne, takie jak: czujniki światła, oświetlenie LED-owe

czy elektryczne wózki widłowe. Za wzrost w 2019 roku zużycia energii elektrycznej jest odpowiedzialne zwiększenie powierzchni magazynowej poprzez oddanie do użytkowania w październiku 2018 roku nowej hali magazynowej.

Zużycie energii w Kwh*	2019	2018	2017
Sklepy własne w Polsce oraz budynki w Pianowie	2 130 304	1 941 449	1 975 133

* Obliczenia własne Grupy

Dodatkowo w magazynie część kartonów odzyskanych z pakowania towaru jest wykorzystywana do ponownego użycia, a te, które zostają, są oddawane na makulaturę. Grupa prowadzi gospodarkę odpadami w zgodzie w aktualnymi regulacjami prawnymi w tym zakresie, spełniając obowiązujące normy odzysku.

Masa opakowań wprowadzonych na rynek i spełniony poziom recyklingu (w kg.)*

	2019	2018	% recyklingu
Papier, karton, tektura falista	337 125	284 600	61%
Tworzywa sztuczne	97 818	85 812	23,5%
Masa opakowań poddana odzyskowi	434 943	370 412	57%

*Dane zagregowane dla Spółek Grupy – CDRL S.A. oraz VIVO Kids Sp. z o.o. na podstawie „Raportów o rzeczywistej masie opakowań wprowadzanych na rynek i wielkości obowiązku”

Masa opakowań wielokrotnego użytku wywiezionych za granicę (w Mg.)*

	2019	2018
Papier, karton, tektura falista	70 703	63 004
Tworzywa sztuczne	48 337	37 045
Masa opakowań poddana odzyskowi	119 040	100 049

*Dane dla CDRL S.A. na podstawie „Formularz sprawozdania o masie wywiezionych za granicę opakowań OPAK-3”

Ważnym aspektem modelu biznesowego Grupy jest e-commerce, co oznacza funkcjonowanie na terenie Grupy zaawansowanej infrastruktury IT. Grupa dokłada starań by wszystkie urządzenia typu hardware spełniały najwyższe normy i klasy środowiskowe, zarówno pod kątem energoefektywności, jak również zawartości substancji szkodliwych czy utylizacji. Posiadane sprzęty mają potwierdzenie zgodności z normami bezpieczeństwa (m.in. IEC 60950-1); certyfikaty w zakresie energooszczędności typu Energy star; jak również potwierdzenie zgodności m.in. z Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/65/UE w sprawie ograniczenia stosowania niektórych niebezpiecznych substancji w sprzęcie elektrycznym i elektronicznym.

2.3.6. Przeciwdziałanie korupcji

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. posiada spisana politykę antykorupcyjną mającą na celu usystematyzowanie standardów postępowania wobec wszelkich działań noszących znamiona nadużyć gospodarczych, ze szczególnym uwzględnieniem zachowań korupcyjnych i korupcjogennych. Nadrzędną zasadą jest tzw. zero tolerancji – brak akceptacji dla jakichkolwiek zachowań mogących nosić znamiona korupcji czy nadużyć. Zabronione są również wszelkie działania stojące w sprzeczności z zasadą uczciwej konkurencji, stanowiące przestępstwa lub wykroczenia związane z obrotem gospodarczym.

Celem Polityki antykorupcyjnej jest ustalenie jednolitych zasad dotyczących postępowania w przypadku stwierdzenia nadużyć, zapobiegania i przeciwdziałania nadużyciom dokonywanym na szkodę Grupy Kapitałowej CDRL S.A. oraz działań niezgodnych z zasadami funkcjonującymi w Grupie, a także zapewnienie najwyższych standardów oraz transparentności działań względem partnerów handlowych.

Za działania zdefiniowane w polityce jako zabronione, noszące znamiona korupcji czy nadużyć uznawane są:

- obiecywanie, proponowanie, nakłanianie, wręczanie jakichkolwiek korzyści majątkowych lub osobistych;
- przyjmowanie korzyści majątkowych od kontrahentów Grupy, jak również nieuzasadnione preferowanie niektórych kontrahentów;
- przywłaszczenie mienia Grupy, mienia kontrahentów i wszystkich osób, z którymi łączy pracownika relacje biznesowe;
- umyślne podawanie nieprawdziwych danych w sprawozdaniach finansowych powodujące, że stają się one niezetelne i nieodpowiadające rzeczywistości istniejącemu stanowi faktycznemu i prawnemu;
- umyślne wprowadzanie nieprawdziwych danych do dokumentów Grupy;
- umyślne fałszowanie dokumentów Grupy lub wprowadzanie w nich innych zmian niezaakceptowanych przez podmioty do tego upoważnione na zasadzie przepisów prawa oraz regulacji wewnętrznych;
- umyślne podrabianie lub zmienianie zapisów księgowych oraz dokumentacji potwierdzającej te zapisy;
- umyślne niewłaściwe stosowanie zasad rachunkowych;
- wszelkie inne umyślne działania skutkujące szkodą dla Grupy lub naruszające obowiązujące w Grupie regulacje i procedury.

Pracownicy i współpracownicy Grupy Kapitałowej CDRL S.A. muszą wykonywać obowiązki w sposób gwarantujący przejrzystość działań. Wszelkie przypadki wystąpienia ww. działań i zachowań należy zgłosić bezpośrednio do Zarządu.

Z punktów 1. oraz 2. wyklucza się wręczanie zwyczajowych upominków świątecznych i materiałów promocyjnych (zgodnych z przepisami podatkowymi i obowiązującym prawem), co następuje jednak dopiero po uzyskaniu zgody Zarządu.

W przypadku tworzenia lub podtrzymywania odpowiednich relacji biznesowych z partnerami dopuszczalne są uzasadnione podarunki oraz posiłki, gdyż mogą one wesprzeć te procesy. Przyjęciu lub wręczeniu podarunku, zaproszeniu na posiłek i innym podobnym działaniom powinna więc towarzyszyć pewność, że działanie takie nie będzie skutkowało negatywnymi konsekwencjami dla żadnej ze stron.

W żadnym wypadku pracownik nie może ani przyjmować, ani wręczać prezentów w formie pieniężnej. Taki prezent przyjmuje formę łapówki niezależnie od kwoty i intencji. Wszelkie płatności wykonywane w imieniu Grupy muszą być zweryfikowane kilkustopniowo i muszą zostać zaakceptowane pod kątem merytorycznym oraz rachunkowym.

Na potrzeby opracowania polityki Grupa zdefiniowała kluczowe obszary zagrożeń i opracowała procedury należytej staranności mające na celu zapobieganie ryzyku w zakresie korupcji. Zazwyczaj noszą one formę ustalonych i oczekiwanych wzorców zachowań.

Obszar zakupów w Grupie

Ze szczególną uwagą Grupa podchodzi do procesu zakupów, co dotyczy zarówno usług, jak i materiałów z uwzględnieniem zakupów dokonywanych na rynkach zagranicznych (w tym azjatyckich) oraz w obszarze technologii teleinformatycznych. Wszelkie znaczące zakupy powinny mieć udokumentowane podstawy do zawarcia kontraktu. Dokumenty te powinny być transparentne i jednoznacznie uzasadniać dokonanie określonego wyboru.

Przy wszelkiego rodzaju negocjacjach, zawieraniu umów/kontraktów oraz przy istotnych kontaktach z instytucjami publicznymi i jednostkami gospodarczymi pracownicy odpowiedzialni za ten proces powinni działać za wiedzą i zgodą Zarządu. Pracownicy ci zobowiązani są w trakcie takiego procesu do unikania okoliczności – działań bądź sytuacji (spotkania, wydarzenia nieformalne i towarzyskie, prezenty itp.) – stwarzających potencjał do nacisku i mogących skutkować wywarciem przez strony trzecie wpływu na ich decyzje czy zachowania negocjacyjne.

W celu zapewnienia transparentności procesu zakupu dóbr i usług należy stosować zasadę wyboru oferty najkorzystniejszej cenowo oraz technicznie, w tym w zakresie jakości. W wybranych, kluczowych obszarach zakupowych ustalanych z Zarządem wybór powinien zostać dokonany spośród co najmniej trzech ofert pisemnych i poprzedzony przeprowadzonymi negocjacjami. Wybór najkorzystniejszej oferty musi zostać wyjaśniony (udokumentowany) w formie pisemnej oraz poparty rekomendacją wraz z uzasadnieniem osoby odpowiedzialnej za dany proces negocjacji. Wśród możliwej dokumentacji należy wymienić zestawienie ofert, cenników, korespondencję pisemną, spisane warianty negocjacyjne itp. Umowy przed ich zawarciem weryfikowane są przez prawnika, dyrektora finansowego oraz członka Zarządu.

Wśród stosowanych narzędzi zapobiegania ryzyku korupcji i nadużyć w tym zakresie stosowane są dodatkowo m.in. kontroling finansowy i operacyjny, sprawozdawczość oraz w możliwych przypadkach dywersyfikacja zakupów.

Dodatkowe rozwiązania są stosowane w przypadku kontraktowania produkcji odzieży, a mianowicie:

- weryfikacja ceny zakupu przez porównanie ich do cen historycznych przez pracownika Grupy,
- weryfikacja dostawcy w oparciu o dostępne dane,
- ciągła ocena fabryk i ewentualne wyciąganie konsekwencji przy kolejnych zamówieniach,
- dążenie do kontynuacji współpracy ze sprawdzonymi fabrykami,
- regularne wizyty lokalne – w tym weryfikacja dostawcy – audyt przez pracowników firmy,
- kontrola procesu produkcji.

Raportowanie finansowe, księgowość i finanse

Sprawozdania finansowe są jedną z wizytówek Grupy Kapitałowej CDRL S.A. i potwierdzają jej wiarygodność zarówno w oczach klientów, jak również w oczach dostawców i podwykonawców. Dlatego Grupa Kapitałowa CDRL S.A. dokłada wszelkich starań, aby polityka finansowa i polityka rachunkowości były transparentne, a wszystkie procesy biznesowe zachodzące w Grupie były z tymi politykami zgodne. Raportowanie finansowe, szczególnie sprawozdawczość finansowa, jest badana przez niezależnego biegłego. Pracownicy Grupy Kapitałowej CDRL S.A. nie powinni kontaktować się z biegłymi poza tematami związanymi z działalnością Grupy Kapitałowej CDRL S.A.

W przypadku informacji poufnych w rozumieniu art. 7 Rozporządzenia MAR pracownik otrzymuje i pisemnie potwierdza pouczenie o obowiązku zachowania poufności oraz wpisaniu na listę osób mających dostęp do konkretnej informacji poufnej. Nie dotyczy to osób, które zostały wpisane na listę osób mających stały dostęp do informacji poufnych. Osoby te zostały pisemnie pouczone o obowiązku zachowania poufności i wpisaniu na listę osób mających dostęp do informacji poufnych.

Wszelkie płatności w Grupie Kapitałowej CDRL S.A. podlegają zatwierdzeniu i autoryzacji przez wyznaczone do tego osoby raportujące bezpośrednio do Zarządu. Przygotowywany jest plan płatności,

na podstawie którego osoba dokonująca przelewów opłaca faktury. Dodatkowo zobowiązania oraz należności podlegają weryfikacji przez kontroling.

Darowizny, prezenty

W związku z realizacją zadań roboczych pracownicy i współpracownicy Grupy Kapitałowej CDRL S.A. nie mogą wręczać prezentów o charakterze pieniężnym. Taki prezent w rozumieniu Grupy zawsze stanowi o zaistnieniu zdarzenia korupcji. Dotyczy to zarówno prezentów przekazywanych kontrahentom, jak i od nich uzyskiwanych.

Zakazane są wszelkie formy przekazywania środków z funduszy Spółki (bądź darowizn rzeczowych) na rzecz partii politycznej, działacza partii lub komitetu politycznego czy na rzecz kandydata na urząd państwowy, regionalny, lokalny lub inny.

Wydatki służbowe, w tym spotkania służbowe

Wszelkie wydatki służbowe, szczególnie powstałe w czasie spotkań z klientami/kontrahentami, powinny być ewidencjonowane i łatwo identyfikowalne. Umożliwia to zapobieżenie powstawaniu wątpliwości dotyczących intencji wydatków służbowych, a co za tym idzie, uchroni to Grupę Kapitałową CDRL S.A. przed posądzeniem o działania niezgodne z obowiązującymi regulacjami.

Grupa Kapitałowa CDRL S.A., dążąc do transparentności w komunikacji, w celu możliwości uzasadnienia wszystkich kontaktów z kontrahentami, współpracownikami oraz podmiotami i instytucjami publicznymi, oczekuje, by komunikacja prowadzona przez pracowników i współpracowników Grupy była prowadzona w sposób umożliwiający jej dokładne prześledzenie. Pozwoli to w przypadku jakichkolwiek wątpliwości potwierdzić bądź odrzucić zarzuty dotyczące działań o znamionach korupcji. Towarzyszą temu następujące zasady:

- Wszelkie kontakty z kontrahentami oraz klientami są dozwolone wyłącznie w celach biznesowych.
- Kontakt powinien się odbywać poprzez korespondencję mailową (wyłącznie z firmowych adresów), faksową, pocztową, telefony służbowe oraz bezpośrednie spotkania w siedzibie Grupy lub siedzibie kontrahenta. W uzasadnionych przypadkach możliwe jest odstępstwo od tych form kontaktu.
- Wszelkie działania oraz kontakty handlowe i marketingowe powinny być konsultowane z odpowiednimi organami w Grupie.
- W przypadku wydatków związanych z odbywanymi podróżami służbowymi zawczasu zaakceptowane są limity dla danego wyjazdu, a następnie dokonywana jest weryfikacja przez dział księgowy.
- W przypadku kontaktu Grupy z instytucjami publicznymi i urzędnikami akceptowany jest wyłącznie formalny kontakt. Uprawniony jest do tego wyłącznie Zarząd, Dyrektor Finansowy i jego zastępca, Główny Księgowy oraz Prokurent. W przypadku wspólnych działań i inicjatyw do kontaktu na poziomie operacyjnym uprawnione są również wyznaczone osoby.

Grupa Kapitałowa CDRL S.A. zobowiązuje się do:

- prowadzenia polityki antykorupcyjnej poprzez szkolenie pracowników i wybranych współpracowników w kwestiach związanych z niniejszą polityką;
- zapoznania wszystkich nowych pracowników z niniejszą polityką przed lub w trakcie podpisywania z nimi umów rozpoczynających stosunek pracy;
- zachęcania pracowników i współpracowników do raportowania naruszeń polityk organizacji, nieetycznych zachowań oraz czynów niezgodnych z obowiązującymi przepisami prawa;
- informowania odpowiednich organów ścigania o wszelkich podejrzeniach popełnienia przestępstwa lub wykroczenia.

Każdy pracownik zgłaszający dokonanie czynu potencjalnie korupcyjnego ma zapewnioną pełną anonimowość. Każdy pracownik, który dokonuje zgłoszenia o wykrytym lub domniemanym działaniu korupcyjnym lub związanym z innymi nadużyciami gospodarczymi, ma zapewnienie, że nie może z tego powodu zostać zwolniony z pracy, zdegradowany, zawieszony czy w jakikolwiek inny sposób dyskryminowany. Kierownicy wszystkich szczebli w chwili uzyskania informacji dotyczących potencjalnego lub realnego naruszenia zasad opisanych w niniejszej polityce zobowiązani są przedstawić te podejrzenia Zarządowi, który zleca lub dokonuje samodzielnie weryfikacji prawdziwości otrzymanych informacji. Pracownik, w stosunku, do którego prowadzone są działania wyjaśniające i którego dotyczą zarzuty prowadzenia działań korupcyjnych lub innych nadużyć gospodarczych, będzie miał zapewnioną możliwość przedstawienia swojego stanowiska.

Wszystkich, którzy w jakikolwiek sposób związani będą ze zgłoszeniem, Grupa Kapitałowa CDRL S.A. zapewnia, że będzie:

- prowadzić wyjaśnienie rzetelnie, w sposób uniemożliwiający wyciąganie konsekwencji na podstawie chybionych lub fałszywych oświadczeń;
- unikać wzbudzania podejrzeń wśród osób, odnośnie których wszczęte zostało postępowanie sprawdzające;
- unikać oświadczeń, które w negatywny sposób rzutować mogą na wizerunek Grupy lub osób z nią związanych.

3. Zarządzanie rodzajami ryzyka związanymi z działalnością grupy, mającymi wpływ na zagrożenia niefinansowe

3.1. Opis zarządzania istotnymi rodzajami ryzyka związanymi z działalnością Grupy, mającymi wpływ na zagrożenia niefinansowe

RYZYKO	OPIS RYZYKA	SPOSÓB ZARZĄDZANIA
OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE ORAZ ZDARZENIA LOSOWE		
Ryzyko związane z sytuacją demograficzną	Kształtowanie się rynku odzieży i innych produktów dziecięcych uzależnione jest od wielkości przyrostu naturalnego, a w szczególności od liczby dzieci w wieku 0-14 lat, dla którego to segmentu wiekowego Grupa oferuje swój asortyment.	Śledzenie cykli niżów i wyżów demograficznych i coroczne dostosowywanie ilości produktów dedykowanych danym grupom wiekowym.
Ryzyko związane z sezonowością poziomu sprzedaży i marży oraz warunkami pogodowymi	Rynek odzieży dziecięcej, charakteryzuje wyraźna sezonowość sprzedaży i realizowanej marży handlowej. W okresie pojedynczego sezonu rozkład warunków pogodowych może w istotny sposób wpływać na sprzedaż, wysokość generowanych marż oraz wartość zapasów Grupy. Niekorzystne warunki atmosferyczne, np. długa i zimna wiosna, zmniejszają skłonność do zakupu ubrań letnich. Podobnie, długa i ciepła jesień może obniżyć skłonność do zakupu ubrań zimowych. Sytuacja ta w istotny sposób może wpłynąć na obniżenie popytu na wyroby Grupy w pierwszych miesiącach danego sezonu, gdy realizowane marże	W długim okresie, czynniki pogodowe i klimatyczne nie wpływają na rozwój Grupy Kapitałowej. W krótkim okresie w celu niwelowania zależności od pogody praktykowane jest szycie ubrań uniwersalnych – niezależnych od pory roku czy warunków atmosferycznych.

	są najwyższe oraz skłaniać klientów do oczekiwania na sezonowe wyprzedaże towarów.	
Ryzyko utraty majątku w wyniku pożaru, zalania i innych zdarzeń losowych	Produkty odzieżowe przechowywane w magazynach są łatwopalne. Tym samym istnieje potencjalne ryzyko ich zniszczenia w wyniku pożaru. Utrata znacznej ilości zmagazynowanych towarów miałaby niekorzystny wpływ na możliwość prowadzenia bieżącej działalności i uzyskiwane wyniki finansowe.	Bieżący nadzór nad przestrzeganiem wszystkich norm ochrony przeciwpożarowej oraz bezpieczeństwa i higieny pracy skutecznie minimalizuje to ryzyko. Ubezpieczenie od szkód z tytułu ognia i innych żywiołów również pomaga zminimalizować to ryzyko jak również wprowadzenie systemu zarządzania bezpieczeństwem, sprawnie funkcjonujące techniczne środki bezpieczeństwa, właściwe przygotowanie zawodowe pracowników obsługi i nadzoru.
Sprawy sądowe związane ze znakami towarowymi - Ryzyko sporów o znak towarowy „Cocodrillo”	Spółka dominująca jest stroną postępowania przed Urzędem Patentowym RP – z wniosku spółki Lacoste S.A. – o unieważnienie prawa ochronnego na słowny znak towarowy „Cocodrillo” oraz prawa ochronnego na graficzny znak towarowy (brązowo-beżowy krokodyl). Spółka jest jednak także stroną postępowania przed Urzędem Patentowym RP – z wniosku Spółki - o stwierdzenie wygaśnięcia na terytorium Polski międzynarodowej rejestracji 19 znaku towarowego „Crocodile” z powodu jego nieużywania.	W okresie od ostatniego raportu niefinansowego za okres zakończony 31 grudnia 2019 roku nie zaistniały żadne zdarzenia w przedmiotowym sporze, a tym samym stan prawny przedstawiony w tym sprawozdaniu pozostaje aktualny.
Sprawy związane z naruszeniem praw autorskich	Spółka dominująca została wezwana do zaniechania naruszeń praw autorskich poprzez usunięcie z oferty handlowej trzech produktów, zaniechanie ich produkcji oraz opublikowanie przeprosin. Ponadto wystosowano roszczenie o zapłatę odszkodowania w wysokości 100 tys zł.	Na skutek negocjacji poszkodowana wystąpiła z przedsądowym wezwaniem do zapłaty kwoty 49 945,34 zł oraz żądaniem przeprosin. Spółka zaproponowała wznowienie rozmów ugodowych i zapłatę 10 tys zł. Na chwilę obecną nie otrzymano pozwu w tej sprawie ani też nie osiągnięto porozumienia.
PRACOWNICY		
Ryzyko związane z uzależnieniem od kadry zarządzającej	Ewentualne uzależnienie lub utrata osób zajmujących kluczowe stanowiska, które mają największą wiedzę i doświadczenie w zakresie zarządzania i działalności operacyjnej mogłyby spowodować pogorszenie wyników finansowych Grupy.	Dążenie do zmniejszenia stopnia zaangażowania kluczowych osób poprzez delegowanie odpowiedzialności do większej grupy pracowników/menedżerów.
Ryzyko związane z potencjalnym łamaniem praw pracowników, działaniami mobbingowymi	Znaczna liczba pracowników oraz specyfika zatrudnienia i pracy powodują istnienie ryzyka tzw. czynnika ludzkiego, w szczególności zamierzonych lub nie działań mogących nosić znamiona dyskryminacji czy mobbingu. Ryzyko	Opracowanie i przestrzeganie zapisów Regulaminu pracy oraz polityki praw człowieka, jak również nadzór działu HR nad procesami kadrowymi.

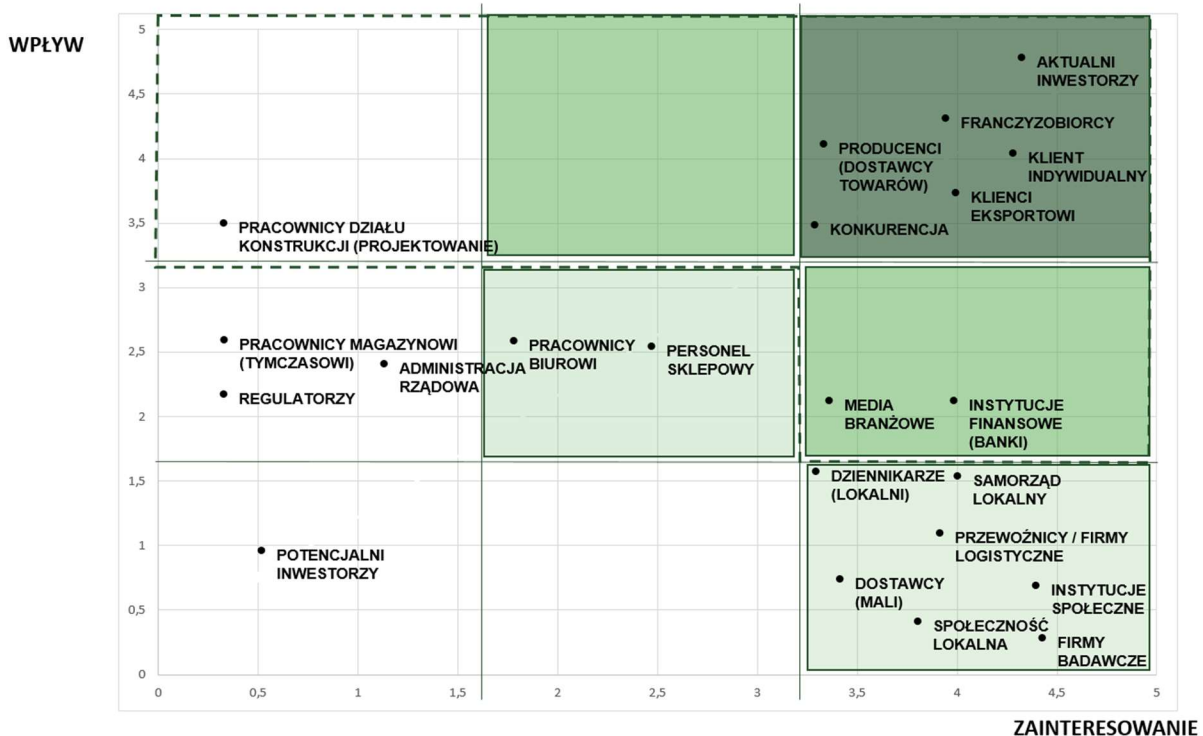
czy dyskryminacją bądź oskarżeniami w tym zakresie	dotyczy zarówno bieżącej pracy, jak również rekrutacji czy praktyk w zakresie zatrudniania, wynagradzania bądź awansów. Ryzyko odnosi się zarówno do możliwości faktycznych działań, jak też posądzeń i oskarżeń w tym zakresie.	
KLIENCI		
Ryzyko utraty kontroli nad jakością produktów	W przypadku współpracy z podwykonawcami z krajów azjatyckich trudne jest sprawowanie bieżącej kontroli nad jakością powstających produktów. Może to spowodować wyprodukowanie wadliwych partii towaru, a w wyniku tego wysyp reklamacji od użytkowników końcowych lub nie pojawienie się pewnych rodzajów towaru w sprzedaży detalicznej w optymalnym czasie.	Grupa konsekwentnie współpracuje długoterminowo ze sprawdzonymi i zaufanymi podwykonawcami. Dodatkowo realizowane są liczne procesy kontroli jakości na poszczególnych etapach produkcji począwszy od wyboru kontrahenta, przez zlecenie produkcji, kontrolę gotowego produktu po odbiór partii towaru.
Ryzyko wycieku danych osobowych	W związku z prowadzoną działalnością e-commerce istnieje ryzyko wycieku danych klientów z poziomu sklepu bądź programu lojalnościowego.	Grupa stosuje niezbędne zabezpieczenia informatyczne celem minimalizacji ryzyka. Dodatkowo zapewniana jest zgodność z wszelkimi regulacjami w zakresie danych osobowych.
KORUPCJA I NADUŻYCIA		
Ryzyko związane z korupcją	Występowanie korupcji i nadużyć może prowadzić do utraty zaufania pracowników, partnerów biznesowych oraz klientów co przełoży się na gorszy wynik finansowy.	Grupa zapewnia mechanizmy zapobiegające nadużyciom opisane szczegółowo w opisie polityki antykorupcyjnej.
OCHRONA ŚRODOWISKA I DZIAŁANIA SPOŁECZNE		
Ryzyko dotyczące zwrotów niesprzedanych towarów	W trakcie sezonu dokonywane jest systematyczne uzupełnianie towaru w sklepach według ich zapotrzebowania. Zasadą jest, że dana kolekcja sprzedawana jest w sklepach przez okres jednego sezonu. Niesprzedane końcówki kolekcji danego sezonu mogą być oferowane w kolejnym sezonie w sklepach outletowych, sklepie internetowym oraz we wszystkich (własnych i agencyjnych) sklepach w okresie wyprzedaży.	Bieżące monitorowanie wartości potencjalnych zwrotów oraz utworzenie rezerwy, dotyczącej uzyskanego zysku ze sprzedaży towaru, który będzie podlegał zwrotowi w odpowiedniej wysokości.
Wsparcie charytatywne i projekty społeczne	Grupa nie zidentyfikowała ryzyk w zakresie działań społecznych. Działania te mają pozytywną percepcję w społeczności lokalnej i są wyrazem zaangażowania Spółki i jej pracowników.	Grupa stosuje określone „Zasady realizacji działań społecznych” opisane w punkcie 2.2.1.

3.2. Opis zarządzania relacjami z poszczególnymi grupami interesariuszy

Interesariusze to grupy lub jednostki, na które Grupa Kapitałowa CDRL S.A. bezpośrednio lub pośrednio oddziałuje i które mają wpływ na jej działalność.

W swoich działaniach Grupa Kapitałowa CDRL S.A. wchodzi w relacje z różnymi jednostkami, podmiotami i organizacjami. Analiza interesariuszy pozwala zidentyfikować grupy, osoby czy instytucje, na które Grupa wpływa, lub te, które na nią wpływają. Uwzględniono w niej zarówno kontekst wewnętrzny, jak i zewnętrzny – wzięto pod uwagę wszystkich, którzy są nawet w niebezpośredni sposób związani z Grupą lub też mogą być zainteresowani działaniami Grupy.

Mapa interesariuszy Grupy Kapitałowej CDRL S.A.



Relacje z grupami interesariuszy zdefiniowanymi w prawym górnym rogu są kluczowe dla działalności biznesowej Grupy oraz jej społecznej odpowiedzialności. Są to interesariusze o wysokim wpływie na biznes, jak i wysokim zainteresowaniu firmą. Zarazem odnoszą się oni do głównego obszaru działalności firmy i na nich skupione są działania Grupy. Relacjami z interesariuszami o wysokim poziomie wpływu (powyżej wyniku 2,5) Grupa zarządza, dążąc do ich zaangażowania bądź śledzenia ich zachowań i oczekiwań, gdyż są oni niezbędni do rozwoju biznesu Grupy. Natomiast z interesariuszami, którzy wyrażają duże zainteresowanie, Grupa komunikuje się w zależności od aktualnych priorytetów i potrzeb. Wyjątkiem jest społeczność lokalna, z którą Grupa dąży do budowy trwałych relacji – działania w tym zakresie opisano w punkcie 2.2.1.

4. Zasady, na podstawie których sporządzono oświadczenie Grupy Kapitałowej CDRL S.A. na temat informacji niefinansowych

Na potrzeby opracowania niniejszego Oświadczenia na temat danych niefinansowych Grupa Kapitałowa CDRL S.A. dokonała analizy wewnętrznej realizowanych działań, posiadanych polityk i procedur należytej staranności. Analizy wewnętrzne zostały wykonane m.in. w oparciu o międzynarodowy standard Global Reporting Initiative (GRI) wersja G4. W rezultacie, zgodnie z art. 49b ust. 8 Ustawy o rachunkowości dokonano wyboru własnych zasad, bazujących na aspektach niefinansowych w zakresie, w jakim są one niezbędne dla oceny rozwoju, wyników i sytuacji Grupy.